

CULTURE ET INDUSTRIALISATION : LES ENJEUX A TRAVERS L'AUDIO-VISUEL ALGÉRIEN

L'existence d'un système culturel apte à endogénéiser les apports techniques extérieurs semble être une condition essentielle de toute industrialisation moderne. Aussi, il devient évident aujourd'hui que les enjeux culturels soient plus forts dans les pays en développement que dans les pays industrialisés.

Outre les questions qui renvoient aux problèmes d'identité, il en existe d'autres qui mettent en lumière la relation directe entre culture et industrialisation. Ce sont celles relatives à la mise en place et au développement d'une industrie de la communication. Une telle industrie se présente comme un complexe culture-usine dont on ne peut séparer les éléments.

Ainsi la fabrication de téléviseurs renvoie-t-elle obligatoirement à celle de programmes et d'images. Il en est de même pour les calculateurs et autres produits électroniques. Selon une formule que j'ai déjà utilisée ailleurs : pas de poète, pas de chansons. Pas de chansons, pas de disques, pas d'industrie du disque ni de tourne-disques. D'où l'importance des enjeux culturels dans le développement industriel de l'électronique. Nous sommes à l'ère de la culture industrialisante (1). Et nous l'avons, peut-être, toujours été.

Le travail ci-dessous n'abordera pas cette question dans sa généralité mais se limitera au champ de l'audio-visuel algérien.

I. — L'INDUSTRIE DE LA TÉLÉVISION

Les problèmes qu'affronte un pays en développement font apparaître des contraintes de service public beaucoup plus fortes qu'ailleurs.

L'analphabétisme d'une partie de la population adulte astreint le système audio-visuel à la prise en charge d'une mission prioritaire : l'information. Les tirages des quotidiens nationaux écrits montrent, par leur faiblesse, tout le poids de la mission que se doivent d'accomplir la radio et la télévision.

Pour une population de plus de 20 millions d'habitants, les deux quotidiens nationaux tirent respectivement à 80.000 (*Ach Chaab*) et 360.000 (*El Moudjahid*). Il existe deux autres quotidiens mais à diffusion régionale (*An Nasr* et *El*

(1) Voir « l'image de l'autre », *Algérie-actualités*, 20/09/1984.

Djoumhouria). Ce potentiel écrit vient tout récemment d'être renforcé par la parution de deux quotidiens nationaux du soir (*Al Massaa* et *Horizon 2000*).

La mission d'information qui incombe à la radio-télévision ne traduit pas seulement une volonté de répondre à ces insuffisances objectives. Elle répond également à la demande du public.

Une enquête réalisée en juin 1985 auprès de la population ouvrière d'une usine de l'intérieur du pays et portant sur 450 travailleurs des deux sexes (2) montre que la quasi-totalité des personnes des deux sexes demandent et privilégient les émissions d'information. Analphabétisme, manque de possibilités ou de temps pour la lecture, facilité et fascination de l'image viennent appuyer le désir de la population de s'informer par le canal de la radio-télévision. Il n'est donc pas étonnant que la radio-télévision consacre, en priorité, ses moyens à satisfaire ce besoin.

La télévision nationale avait produit 475 heures de programmes d'information en 1972, soit 43,9 % des émissions nationales diffusées. Cette production a, en dix ans, augmenté de 24 % pour atteindre 590 heures en 1982 et 49,4 % du temps d'émission. De tels chiffres reflètent bien le caractère primordial, sinon stratégique, que revêt la mission d'information assurée par la télévision. Celle-ci reste, dans beaucoup de foyers, la seule source d'information.

Il semble alors que les pays en développement se trouvent confrontés à une contrainte majeure : Comment concilier la priorité attribuée à cette mission et, en même temps, pouvoir dégager les moyens financiers pour assurer la production d'autres programmes ?

Quand on sait qu'en moyenne le coût d'une émission de fiction de qualité courante s'élève à plus de 100.000 dollars, on comprend la difficulté qu'il y a à concilier la mission de service public et la production de programmes de fiction. Une heure de fiction par jour nécessiterait un budget de 40.000.000 dollars, sans compter la disponibilité du tissu technique de support (fabrication de caméras, écoles de réalisation, films, laboratoires de tirage, studios, écoles d'acteurs, présence d'écrivains, de scénaristes, etc.), support dont la valeur est incommensurable car liée au stade de développement culturel et industriel.

De tels éléments expliquent, sans pour autant justifier, la régression de la production de programmes de fiction par la télévision en Algérie. La diffusion de ce type d'émissions représentait 60 heures en 1972 et seulement 42 heures en 1982 (rediffusions comprises), soit une régression d'un tiers sur dix ans. Dans le total des émissions produites localement, la fiction est passée de 5,5 % en 1972 à 3,5 % en 1982.

(2) AÏSSAOUI (Mohamed). *Ouvriers et programmes de télévision*, Mémoire I.S.E. Oran, Septembre 1985.

II. — PROGRAMMES ET PUBLICS

Aux difficultés financières, aux raisons liées au stade de développement industriel, à la priorité de la mission de service public s'ajoute la contrainte de la demande culturelle de la population. Outre le privilège accordé à l'information, le public demande, à travers le courrier que publie la presse écrite, des émissions dont la production suppose une haute maîtrise technique (science fiction, films fantastiques, « péplums », etc.) et des moyens hors de portée pour une haute qualité professionnelle. Quand on sait qu'un film comme *La guerre des étoiles* a coûté plus de 30 millions de dollars, on ne peut que constater l'incapacité des systèmes audio-visuels non-américains à faire face à ce genre de dépense et de défi.

Le goût du public surdétermine donc les multiples contraintes. Cependant, le public ne boude pas les programmes nationaux de qualité. La question réelle est celle du professionnalisme. Le public accorde toujours une plus grande faveur aux programmes techniquement bien faits. C'est ce qui explique le succès des films à contenu contestable mais à haute valeur professionnelle.

Les chiffres de fréquentation des salles de cinéma nous donnent une idée de cette prime liée au professionnalisme. Si l'on se réfère au nombre de spectateurs, cumulé au 31.12.1982, nous relevons la plus grande affluence pour, dans l'ordre, des films au titre on ne peut plus évocateur comme *La grande Bagarre*, *Force One*, *La fureur du Juste*. Immédiatement après vient un film national, *Hassan Taxi*. On ne peut donc pas dire, sur le vu du nombre de spectateurs, que la production nationale connaisse une désaffection. La faveur semble aller aux œuvres techniquement efficaces.

Avec le peu de moyens dont ils disposent, les réalisateurs nationaux ne font pas piètre figure sur ce plan là. De toutes façons, il est bien connu que la fréquentation des salles diminue dans tous les pays face à la concurrence de la télévision. En Algérie, elle est descendue de 34 millions de spectateurs en 1977 à 23 millions en 1982, ce qui reste un taux plus qu'honorable.

III. — CULTURE AUDIO-VISUELLE ET FINANCEMENT

La situation algérienne renvoie donc aux problèmes que connaissent la plupart des nations face au défi d'une production industrialisée des œuvres culturelles audio-visuelles.

Celles-ci demandent des moyens financiers importants, un tissu industriel étoffé — deux obstacles de taille pour les pays en développement et même pour des pays comme la France — et, enfin, une qualification professionnelle de niveau international.

L'enjeu culturel, qui se traduit par la production d'œuvres finies de qualité, n'est pas seulement un enjeu où figurerait la présence-absence d'hommes de

culture. Or, très souvent, c'est une telle idée, assez simpliste qui prévaut. Les enjeux culturels deviennent actuellement — à cause du développement de l'électronique — des enjeux financiers et industriels.

L'idéalisme butera toujours dans ce domaine sur des contraintes aussi banales que la balance-devises. Voilà une première équation dont la solution est difficile pour beaucoup de pays en développement.

Importer livres, films, disques, etc... représente une opération culturelle, financière et industrielle. Il en va de même pour les produire localement. La présence d'un écrivain ne suffit pas à provoquer celle de livres. Ni celle d'un cinéaste, l'apparition de films.

Ces hommes de culture ne sont efficaces que dans le cadre d'un tissu économique, un complexe socio-financier-industriel, apte à assurer la publication, la diffusion et la reproduction de ces hommes et de leurs œuvres.

La séparation culture-industrie ne peut donc être opératoire dans le cas présent. L'enjeu culturel est aussi enjeu socio-financier-industriel.

Ahmed HENNI*

* Professeur à l'Institut des Sciences économiques d'Oran.