

[2005] S.Parasie, « Comment protéger le téléspectateur ? Le contrôle des messages publicitaires comme expérimentation d'un dispositif juridique (1968-1987) », *Droit et Société*, n°60.

Comment mettre en place les règles juridiques d'une activité nouvelle, surtout quand celle-ci est aussi plastique que l'expression publicitaire ? C'est ce problème qui se pose aux acteurs chargés, dans le cadre de la Régie française de publicité, du contrôle des messages publicitaires télévisés entre octobre 1968 et avril 1987. Explorant ce contrôle pour mieux comprendre comment on construit des règles juridiques, l'article montre, d'une part, comment les pro-tagonistes élaborent conjointement les règles d'une expression publicitaire non mensongère et, d'autre part, que le public des téléspectateurs/consom-mateurs ne constitue pas simplement le « contexte » de l'élaboration de la règle, mais qu'il est simultanément le produit du contrôle.