

## De la télévision de bon-papa à la convergence des supports et des contenus audiovisuels

Frédéric Tihon

La télévision comme média est née durant l'entre-deux-guerres, mais c'est essentiellement au lendemain du second conflit mondial qu'elle a pris son véritable essor au point de prendre une place considérable dans nos vies. Pour toujours ? A voir. Certains avancent déjà l'hypothèse de la fin de la télévision. Par là, ils entendent la fin du média et la fin de la domination des grandes chaînes généralistes sur leurs téléspectateurs. Ils ne disent pas que la « société de l'image » arrive à son terme. Loin de là : ils défendent l'idée que l'image sera toujours plus présente dans nos vies, mais qu'elle sera en lecture sur une multitude de supports. Et plus uniquement sur des écrans de télévision. C'est ce qu'ils appellent « la convergence numérique ».

Cette théorie de la fin de la télévision paraît osée à l'heure d'aujourd'hui : elle est et reste le média dominant, celui qui permet le mieux de faire passer un message, qu'il soit politique, publicitaire ou autre. Ce rang de média dominant, la télévision le doit notamment à une série d'évolutions tant techniques que sociétales. Citons, par exemple, l'apparition de l'écran couleur et de la zapette, mais aussi la câblodistribution et la transmission par satellite qui ont permis la multiplication des canaux, donc des chaînes et des heures de programmes disponibles.

### La fin de la télé ?

Sans oublier que la télévision est aujourd'hui dans toutes les familles, parfois en double ou triple exemplaires. Qu'elle trouve sa place dans le salon, le bureau, la (les) chambre(s). Aux dernières nouvelles, il en existe même à incruster dans les hottes des cuisines ! De quoi permettre, sans doute, à la ménagère de moins de cinquante ans de suivre son feuilleton favori casseroles à la main. Qu'il est loin le temps où on ne trouvait qu'un « poste » par village... Au-delà de l'anecdote, ce qu'il est important de montrer, c'est la surmultiplication des écrans de diffusion, que ce soit à l'intérieur de la sphère privée d'une habitation ou à l'extérieur de celle-ci.

Par ailleurs, l'évolution quantitative du contenu proposé sur des chaînes toujours plus nombreuses n'a cessé d'augmenter. Je me revois encore allumer la télévision à 17h00 après mes devoirs scolaires et attendre impatientement que les programmes commencent. Une situation bien difficile à imaginer pour les enfants d'aujourd'hui qui petit-déjeunent avec la télévision. Tandis que les moins jeunes passent des nuits entières devant des émissions diverses. On l'a un peu oublié, mais il ne faut pas remonter bien loin dans le temps pour voir débiter les programmes, sur les quelques chaînes disponibles, en tout début de soirée et les voir prendre fin bien avant minuit. Aujourd'hui, à toute heure du jour et de la nuit, les chaînes diffusent du contenu. Qu'importe qu'il s'agisse d'une rediffusion ou non : l'important, c'est d'occuper l'antenne.



Voilà rapidement brossées et de manière non exhaustive une série de transformations qui ont amené une modification de la façon dont nous regardons la télévision. Et notre pratique télévisuelle se modifiera encore, notamment au regard de l'évolution de nos modes de vie qui incitent à ne plus se laisser imposer des contraintes temporelles par un média quelconque. De quoi remettre en cause les grands-messes télévisuelles du « prime time »? On n'en est pas encore là, mais des signes semblent montrer que le sillon est tracé. D'autant que les évolutions technologiques feront en sorte de nous permettre de regarder ces grands-messes en décalage par rapport à l'heure de diffusion décidée par les chaînes. Donc d'être maître de notre programmation et de pouvoir gommer les contenus non désirés, comme les écrans publicitaires par exemple.

**Notre pratique télévisuelle se modifiera encore au regard de l'évolution de nos modes de vie**

Sur le terrain de l'information, nous serons, à l'avenir, toujours moins nombreux au rendez-vous inéluctable du journal télévisé de 19h00, 19h30 ou 20h00. Cela ne veut pas dire que nous serons moins nombreux à nous informer sur le monde via la télévision. Non, loin de là, mais nous le ferons à des moments différents et quand nous le déciderons ou en aurons le temps. Des chaînes numériques (Belgacom TV par exemple) permettent déjà de visionner des programmes (le journal télévisé par exemple) n'importe quand après sa diffusion en direct. Sans oublier que les chaînes généralistes multiplient leurs rendez-vous informatifs qui se déclinent désormais selon le schéma suivant : un journal de la mi-journée, un aperçu du journal du soir, un journal du soir et un journal de la nuit, lequel est encore bien souvent rediffusé toute la nuit durant. Cette transformation de la façon dont nous utilisons la télévision fait en sorte qu'elle n'est plus véritablement fédératrice, sauf

lorsqu'elle retransmet un événement exceptionnel : une soirée électorale, une finale de coupe de monde de football, par exemple. Encore qu'on puisse dire dans ces cas précis que l'élément fédérateur n'est pas la télévision, mais bien l'événement.

Ceci explique en quoi notre rapport à la télévision a considérablement changé au cours des dernières années. Si elle reste aujourd'hui omniprésente, la télévision a perdu son caractère presque sacré qui l'avait élevé au rang de média dominant. Bien devant la radio et la presse quotidienne ou magazine. Si la télévision a permis l'émergence de l'image comme message, cette image tend aujourd'hui à s'affranchir de la télévision. Une image toujours plus présente dans nos vies. Et qui le sera toujours davantage à l'avenir, mais plus avec la télévision comme vecteur unique.

### **La convergence des supports audiovisuels**

En cause, l'émergence d'outils qui ne rendent plus le téléspectateur esclave du programme télé. Il s'agit là d'une véritable révolution dans la façon de consommer des médias et particulièrement les programmes audiovisuels. Avant, les chaînes de télévision dites généralistes imposaient leur grille de programme. Désormais, elles devront s'habituer à la volonté des téléspectateurs de gérer l'organisation de leur emploi du temps. Ceux-ci enregistrent (sur un magnéscope, un graveur, un disque dur) les programmes qu'ils jugent intéressants, mais dont l'heure de diffusion est incompatible avec leur vie et se repassent l'émission lorsqu'ils en ont l'envie ou le temps. Pour s'adapter à la multiplication des modes de vie, certaines chaînes de télévision expérimentent : dans le paysage audiovisuel francophone, BeTV, l'ex-Canal Plus, a lancé une chaîne « +1h00 » qui diffuse les mêmes programmes, mais avec une heure de décalage.

Mieux, les téléspectateurs d'aujourd'hui et plus encore

de demain pourront compter sur des services de VOD (video on demand) pour acheter, à l'unité, un programme (un film, un match de foot) qu'ils auront l'occasion de regarder sur leur téléviseur. Mais aussi sur d'autres supports potentiels : l'ordinateur, le lecteur multimédia mobile (type Ipod) et le téléphone portable.

Ce à quoi on assiste, c'est à la convergence de supports numériques qui permettent de lire un contenu audiovisuel. Et, à ce titre, l'affaiblissement des frontières entre le monde de la télévision et le monde de l'informatique va jouer un rôle essentiel dans les années à venir. L'utilisation d'un téléviseur et d'un ordinateur sera toujours plus proche. Et il ne s'agit pas ici d'un texte d'anticipation : Belgacom TV en Belgique utilise déjà la technologie informatique pour acheminer les programmes et les chaînes vers notre télévision « de salon ». Il en va (ou en ira bientôt) de même en Belgique francophone où les câblodistributeurs se sont fédérés au sein de Voo (dominé par l'ALE et Brutélé) pour réussir la révolution numérique. Une révolution qui doit permettre d'offrir à tous les ménages wallons le « triple play ». C'est-à-dire permettre aux familles de bénéficier, par le même fil, de l'accès à la télédistribution numérique, au réseau téléphonique et à internet.

**L'affaiblissement des frontières entre le monde de la télévision et le monde de l'informatique va jouer un rôle essentiel dans les années à venir**

Autant de développements qui permettront et permettent déjà la « connectivité » des supports de diffusion. Aujourd'hui, il est possible, via des équipements de pointe mais déjà grand public, de diffuser sur sa télévision « de salon » des contenus audiovisuels sauvegardés sur le disque dur de son ordinateur. En clair, et pour faire simple, je peux

...

aujourd'hui télécharger une émission, un film, une série sur mon ordinateur et les regarder sur mon téléviseur sans le moindre fil entre l'un et l'autre. A l'heure voulue et sans devoir subir les coupures publicitaires. Mais je peux aussi visionner ces mêmes contenus sur des supports mobiles et ainsi profiter, par exemple, des temps de trajet en transports en commun, pour m'informer ou visionner le dernier épisode de la série à la mode.

### **Le retour de la propagande ?**

Si cette révolution numérique a, on vient de le voir, des implications sur la façon de consommer les contenus audiovisuels, elle va aussi profondément modifier la donne au niveau de la fabrication de ces contenus. En effet, jusqu'il y a peu, la question de la diffusion des contenus était problématique puisqu'il fallait trouver un canal de diffusion sur une chaîne généraliste ou, plus récemment, sur une chaîne thématique, pour permettre au plus grand nombre de visionner un reportage, une émission, un film. Ces chaînes étaient limitées en temps d'antenne : il n'y a en effet pas plus de 24 heures sur une journée. Elles opéraient donc une sélection très stricte, selon des critères divers et parfois contestables, pour « remplir » leurs grilles de programmes. Désormais, le verrou du temps d'antenne disponible va sauter et les chaînes vont être amenées à proposer à leurs téléspectateurs potentiels une multitude de contenus. A charge pour ceux-ci de « faire leur marché » et de choisir dans un catalogue ce qu'ils ont envie de regarder.

Dans quelle perspective le feront-ils ? Utiliseront-ils la possibilité qui leur est offerte de choisir leur programme dans une logique d'apprentissage ou se borneront-ils à regarder la télévision d'aujourd'hui en choisissant le bon moment dans leur emploi du temps ? Cette nouvelle façon d'utiliser la télévision permettra-t-elle aux individus de regarder autre chose que des programmes dont la mission est de vendre aux publicitaires

du « temps de cerveau disponible », comme on le dit à TF1<sup>1</sup> ? Voilà des questions pertinentes qui (re)posent le rôle de la télévision : informer, divertir ou abrutir ? Utile ou futile ? Des questions qui remettent aussi sur le devant du débat la nécessité urgente d'une éducation aux médias et à la « valeur » de l'image. Des questions qui doivent aussi interpeller d'éventuels producteurs d'images : l'audiovisuel peut avoir une formidable vertu pédagogique. Il peut aussi aller à contre-courant des idées reçues et être le vecteur d'autres repères. Et désormais les canaux de diffusion permettent à des contenus de ce type d'être visionnés par le plus grand nombre.

***Le rôle de la télévision :  
informer, divertir ou abrutir ?  
Utile ou futile ?***

***L'audiovisuel peut avoir une  
formidable vertu pédagogique***

***Il peut aussi aller  
à contre-courant des idées  
reçues et être le vecteur  
d'autres repères***

Par ailleurs, le matériel aujourd'hui nécessaire à la fabrication de contenus est financièrement accessible tandis que la frontière entre le matériel professionnel et amateur a tendance à se réduire. Ce qui induit une prolifération de la réalisation de contenus qui peuvent ainsi être diffusés sur internet avant d'être éventuellement transférés sur d'autres supports (téléviseur, baladeur numérique, téléphone portable,...).

Certains ont compris bien plus vite que d'autres l'évolution de l'audiovisuel et sa migration vers des supports toujours plus nombreux et toujours plus simples d'utilisation. Ils ont compris que l'avenir de l'audiovisuel et des contenus véhiculés se situait en partie dans ce segment. Ainsi, des industriels

de l'information ont d'abord rendu accessible une partie de leur contenu en ligne. Avant de produire des contenus spécifiques aux nouveaux supports audiovisuels. Plusieurs ont poussé la logique plus loin en mettant en œuvre de véritables chaînes de télévision sur internet. Des médias dont l'audiovisuel n'est pas le métier, principalement des médias écrits, ont aussi flairé le bon coup. En mettant en ligne leur contenu rédactionnel qu'ils enrichissent avec des « pastilles » audiovisuelles.

En dehors des professionnels de l'information ou de la production audiovisuelle, certains ont vu l'avantage qu'ils pouvaient retirer de ces évolutions : diffuser à coût « plancher » des contenus audiovisuels réalisés par eux-mêmes et sur eux-mêmes. Les avantages sont nombreux : peu de frais de diffusion, maîtrise complète de « l'information » diffusée et un public potentiel large. Qu'il s'agisse d'une marque, d'un club de football, d'une commune ou d'un parti politique, chacun y va d'un constat simple : il est aujourd'hui relativement simple et peu coûteux de diffuser son message par l'image via internet. Et par là d'être en capacité de toucher un grand nombre de clients, de supporters, de citoyens ou d'électeurs potentiels. Il ne s'agit plus d'informer, mais bien de communiquer sur soi. Le retour de la propagande, alors ? En quelque sorte, sauf qu'on ne le dit plus comme ça : on parle de stratégie de communication.

<sup>1</sup> In Les dirigeants face au changement, Ed Huitième Jour, Paris, 2004.

## Bibliographie

### 1. Ouvrage de références :

Jean-Louis Missika, « *La fin de la télévision* », Ed. du Seuil et la République des idées, mars 2006.

Philippe Cabin et Jean-François Dortier (sous la coord. De), « *La communication : Etat des savoirs* », Ed. Sciences Humaines, février 2005.

Henri Ingberg (sous la dir. De), « *Annuaire de l'audiovisuel 2005* », Communauté française de Belgique (Service général de l'audiovisuel et des multimédias), 2005.

Pierre Bourdieu, « *Sur la télévision* », Ed. Raison d'agir, 1996.

### 2. Dans la presse :

« *La télévision de papa est morte, Vive la télé* » (dossier), in L'Expansion, n°706, mars 2006.

Nicolas Bourcier et Yann Plougastel (propos de Jean-Louis Missika recueillis par), « *A l'heure de la convergence numérique* », in Le Monde 2, n°144, 18 novembre 2006.

Alain Jennotte, « *L'info télévisée à la carte, c'est juste après la pub* », in Le Soir, 20 octobre 2006.

Alain Jennotte, « *La télévision vire au peer-to-peer* », in Le Soir, 22 mars 2007.

« *Les télés de niche se multiplient sur l'internet... en toute illégalité* », in L'Echo, 29 mars 2007.

Marc Endeweld, « *Des chaînes « tout info » bien peu dérangeantes* », in Le Monde diplomatique, juin 2007.

### 3. Sur internet :

« *La télévision : aujourd'hui et demain* », un dossier de l'Agence wallonne des télécommunications (AWT).

Téléchargement : <http://www.awt.be/web/img/index.aspx?page=img,fr,tel,000,000>

« *La vidéo et le web* », Agence wallonne des télécommunications (AWT).

Téléchargement : <http://www.awt.be/web/img/index.aspx?page=img,fr,foc,100,044>

Sebastien Delahaye, « *Aves Joost, la télé enfin net* », [www.ecrans.fr](http://www.ecrans.fr), 23 février 2007.

Téléchargement : [http://www.ecrans.fr/spip.php?article881&var\\_recherche=JOOST](http://www.ecrans.fr/spip.php?article881&var_recherche=JOOST)