Introduction

Elodie Kredens et Florence Rio

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/edc/6135>

DOI : 10.4000/edc.6135

ISSN : 2101-0366

Éditeur

Université de Lille

Édition imprimée

Date de publication : 1 juin 2015

Pagination : 9-14

ISBN : 978-2-917562-13-0

ISSN : 1270-6841

Référence électronique

Elodie Kredens et Florence Rio, « Introduction », *Études de communication* [En ligne], 44 | 2015, mis en ligne le 02 juin 2015, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/edc/6135> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/edc.6135>

ELODIE KREDENS ET FLORENCE RIO

INTRODUCTION

Alors qu'elle était considérée, il y a encore peu de temps, comme le média de masse incontournable et l'écran le plus massivement regardé, la télévision se voit concurrencée par l'arrivée d'Internet et sa mise à disposition « à la carte », plus large et plus flexible, de contenus audiovisuels.

Une décennie après l'avènement du Web 2.0 et à l'heure où 80 % des internautes sont présents sur les réseaux sociaux numériques (RSN), une étude d'Ipsos (2013) montre que certains, en particulier les jeunes publics, ont tendance à s'éloigner de la télévision, sous l'impact de leur appropriation massive des technologies numériques de l'information et de la communication. Cette « désaffection » de la télévision française dite « traditionnelle » est l'une des causes du renouveau et de la volonté des productions télévisuelles de faire évoluer leurs offres et leurs modes de programmation. Elle interroge la nature même du média télévisuel.

Ce dossier d'*Etudes de Communication* propose ainsi de réfléchir au rapport entre télévision et dispositifs numériques, en centrant ces questionnements autour des pratiques (modes de consommation et de réception des contenus, pratiques individuelles et collectives, interactivité, etc.) et de la production (genres et dispositifs, mutations des contenus, stratégie d'implication, etc.).

En ce qui concerne les politiques éditoriales de productions télévisuelles, deux articles (QUEMENER et SONET) permettent à ce

dossier, dans un premier temps, d'interroger les dispositifs et les stratégies de chaînes pour démultiplier l'offre télévisuelle à l'heure de la télévision mobile et occuper l'espace des RSN.

Ainsi, Nelly QUEMENER se propose, dans sa contribution, de réfléchir aux stratégies d'habillage numérique des chaînes, à l'appropriation et à l'usage que les téléspectateurs peuvent faire de ces dispositifs. En prenant pour cas d'étude les programmes à succès de relooking de la chaîne M6, elle interroge le développement de « marques-programmes » qui, via les plateformes numériques dédiées, deviennent une vitrine véhiculant les valeurs de la chaîne. Elle revient ainsi sur le statut de l'animateur de télévision qui dans le cadre de ces émissions particulières incarne le programme pour renforcer l'adhésion du téléspectateur et favoriser l'immersion de celui-ci dans un univers numérique spécifiquement pensé par la chaîne et dans lequel se déclinent replay, forums et dispositifs de partage.

Mais Nelly Quemener montre très bien comment, dans cette ère numérique, la réception active des discours se formalise ailleurs que sur ces plateformes officielles qui sont perçues par les utilisatrices comme des ressources informationnelles et non plus comme des éléments de distraction liés au programme télévisé. Semble se (re) dessiner avec cet exemple particulier, une hiérarchie des contenus et une méfiance à l'égard des productions numériques issues de la télévision jugées trop commerciales ou trop grand public.

Ainsi les outils numériques participent à une mise à distance du média télévisuel pour devenir des « tribunes d'affirmation de soi » portant sur l'espace public une vision singulière loin du discours formaté télévisuel. Une double sphère médiatique semble se construire mettant en concurrence l'univers du divertissement télévisuel et celui des productions numériques individuelles (blogs spécialisés, sites d'expertises, etc.).

Virginie SONET, sur un autre terrain, celui du smartphone comme écran-terminal audiovisuel, participe également à mettre en perspective une reconfiguration de l'objet télévisuel en rappelant que les mutations économiques et leurs conséquences (développement de la TNT et fragmentation des revenus publicitaires), de même que l'offre délinéarisée des chaînes grâce au relais des opérateurs mobiles, impactent la chaîne de production télévisuelle et donc les programmes eux-mêmes. Elle s'intéresse plus particulièrement à la télévision sur terminal mobile pensée comme un système technique original invitant au renouvellement du produit médiatique en interrogeant le dispositif

énonciatif et le modèle de production de l'attention autour, entre autres, des notions de fidélisation et d'immersion.

En questionnant les pratiques, Virginie Sonet montre comment les applications enrichies, l'agrégation communicationnelle et la télévision sociale construisent une nouvelle forme de discours télévisuel. Mais les pratiques permettent également de questionner les registres d'entrée de l'audiovisuel sur smartphone et de mettre ainsi en lumière les difficultés nombreuses que rencontre le média télévisuel pour s'imposer dans cette sphère particulière, tant en termes de technologie et de mode de financement qu'en termes d'usage. Pour exister sur ces terminaux, la télévision doit se rapprocher d'activités connexionnelles et communicationnelles sans pouvoir néanmoins en mesurer efficacement pour le moment l'impact et les retombées d'audience.

Les stratégies de chaîne sont, comme le montrent les deux articles précédents, à considérer dans une logique d'audience et de pratiques téléspectatoriennes. Ce dossier met donc l'accent sur les mutations des pratiques sociales liées à la consommation télévisuelle (BLANC, KERVILLA et LOICQ) en mettant en lumière le genre particulier de la série télévisée (COMBES) cristallisant par son succès et ses fortes audiences, les nouvelles pratiques médiatiques liées au numérique qui viennent (ou pas) remettre en cause les schémas structurels connus (PERTICOZ et DESSINGES).

Pendant des décennies, la télévision a occupé une place centrale dans les foyers et a structuré les échanges familiaux et amicaux. En enquêtant au domicile de quarante-cinq ménages, Guillaume BLANC s'interroge sur l'intégration des nouvelles technologies du numérique dans les pratiques télévisuelles ordinaires en se concentrant sur l'espace du domicile qui abrite l'essentiel de la consommation. Au quotidien, il remarque que les possibilités offertes par le numérique viennent davantage compléter que remplacer les pratiques classiques de visionnage dans le flux télévisuel. Il montre par exemple comment les plateformes de replay, encore peu utilisées au final, sont mobilisées dans une optique de rattrapage plutôt que dans une volonté de désynchronisation et de consommation à la carte complètement délinéarisée. Elles permettent en réalité d'introduire de la souplesse dans les contraintes temporelles des téléspectateurs vis-à-vis de la grille de programmation fixe et imposée par les chaînes. En analysant les dynamiques de visionnage, Clément Combes observe par ailleurs que le numérique et son cortège de possibilités techniques permettent

une reconfiguration spatiale des pratiques télévisuelles au sein du foyer : la télévision, matérialisée à travers le traditionnel « poste », demeure toujours dans le salon mais elle se décline aussi sur d'autres écrans mobiles (tablettes, ordinateurs) permettant d'investir l'ensemble de l'espace domestique et de différencier des temps de visionnage collectifs et personnels allant de pair avec des lieux dédiés. Finalement, les technologies numériques permettent selon les mots de Clément Combes une véritable réappropriation de l'espace-temps du foyer et le développement d'une multitude de cadres de réception qui se révèlent dans des pratiques télévisuelles différenciées mais toujours articulées.

Après une approche empirique concernant la population générale, l'article d'Amandine KERVELLA et Marlène LOICQ propose une incursion dans l'univers juvénile. En enquêtant auprès de 2540 personnes âgées de 11 à 25 ans par questionnaires et en interrogeant trente-six d'entre elles en entretiens, les auteures dressent un état des lieux de la place de la télévision dans le quotidien des jeunes à l'heure du numérique et du multi-écrans. Elles apportent des éléments de réponse remettant en question la prophétie de la mort de la télévision et indiquant qu'Internet et télévision se situent aujourd'hui dans un rapport de complémentarité plutôt complexe. Elles montrent ainsi que les pratiques juvéniles actuelles ne sont pas en complète rupture avec celles que l'on observait avant l'arrivée du numérique. Tradition et modernité s'entrelacent : la télévision reste une occupation privilégiée dans l'agenda des loisirs des jeunes. Elle se consomme principalement sur le poste et dans le flux de la diffusion quand bien même les jeunes tendent à lui substituer l'ordinateur connecté au web en prenant de l'âge. Même si elle est encore incontournable, la télévision n'est plus le média de référence : elle s'intègre aujourd'hui dans une consommation audiovisuelle plus vaste du fait du numérique et des possibilités qu'il induit. La télévision a su toutefois investir le territoire du web en proposant ses propres plateformes, de même qu'elle a su importer en son sein des formats ou des figures emblématiques d'Internet. Néanmoins, les auteures notent que les contours de l'identité de la télévision s'amenuisent et que les jeunes ont parfois des difficultés à saisir ce qui relève de l'univers télévisuel dès lors que les contenus ne sont plus visionnés sur le poste. Pour achever leur réflexion sur les permanences et les mutations des pratiques télévisuelles juvéniles, Amandine Kervella et Marlène Loicq se concentrent sur la question

de la sociabilité. La dématérialisation des contenus, leur foisonnement sur le web et leur consommation possiblement désynchronisée ne génèrent pas d'autonomisation poussée des pratiques et d'éclatement généralisé des audiences. En réalité, individualisation et partage se côtoient : d'un côté les dispositifs de rattrapage, les plateformes en ligne ou encore le streaming permettent une réelle autonomie des consommations. De l'autre, ils n'excluent pas les phénomènes de sociabilité classiquement observés jusqu'alors et particulièrement prégnants autour des séries, massivement appréciées, consommées et dont le succès dépasse le public jeune.

Dans sa contribution à ce dossier, Clément COMBES rappelle ainsi comment les séries se sont imposées grâce à de nouveaux modes de visionnage et ont permis l'émergence d'un nouveau « modèle libéral ». Il se propose à partir de là, de réfléchir à la réception de ces séries télévisées en considérant plus particulièrement les supports et les formats qui ont un impact déterminant sur la réception elle-même.

Il se penche ainsi sur les modes de consommation des séries télévisées aujourd'hui disponibles à la fois dans le flux de la programmation télévisuelle et sur d'autres supports ou plateformes (replay, streaming, P2P, VOD et DVD). Il montre très bien comment se structurent, sans nécessairement s'exclure, deux modalités de visionnage des séries selon que les pratiques s'organisent autour du petit écran et du rythme imposé par les chaînes ou bien dans une logique d'individualisation et de délinéarisation que permet le numérique. Mais ce que souligne Clément Combes, c'est que la liberté et la souplesse offertes par les nouvelles technologies n'annihilent cependant pas toujours l'existence de rendez-vous médiatiques impulsés par la télévision, même si les téléspectateurs cherchent aussi à adapter le visionnage de séries à leurs disponibilités et leurs contraintes temporelles, de même qu'à leurs envies personnelles. Clément Combes pointe alors qu'un « effet d'agenda » télévisuel perdure et vient nuancer l'idée d'une désynchronisation avec le temps social de la diffusion des séries ou encore l'atomisation de la consommation audiovisuelle.

En dépassant le cas de la série, ce phénomène permet d'interroger plus globalement les modalités d'entrelacement des pratiques télévisuelles classiques avec celles que proposent le numérique et qui semblent ouvrir la voie d'un renouvellement en profondeur de l'expérience télévisuelle et audiovisuelle. Il est tentant de considérer que l'on assiste à un tournant de l'histoire de la télévision sur le mode

de la rupture : certains dispositifs télévisuels ou certaines pratiques de consommation appartiendraient au passé tandis que d'autres viendraient tout bonnement les remplacer. En réalité, on assiste à une reconfiguration qui procède davantage par intrication et cohabitation que par substitution.

C'est ce que Catherine DESSINGES et Lucien PERTICOZ proposent de développer dans leur contribution à ce dossier en effectuant une modélisation de la consommation télévisuelle et en particulier de ce qu'ils nomment le « télé-visionnage », agrégation de la posture idéaltypique du téléspectateur et des figures émergentes. Ils prennent également pour terrain d'étude la série télévisée, en ce qu'elle permet de mettre en lumière les phénomènes de braconnage qui ont peu à peu modifié la logique de programmation télévisuelle et parce qu'elle présente une compatibilité certaine avec le nomadisme et la fragmentation temporelle de la consommation. Ils proposent ainsi, dans une volonté de conceptualisation, de travailler autour de trois axes de construction de la téléspectature : l'axe de la participation, de l'autonomie de visionnage et des interfaces connectées pour mettre à jour les différents plans de construction et de cristallisation d'une nouvelle situation médiatique.

ELODIE KREDENS

Laboratoire LLSETI –

Université Savoie Mont-Blanc

FLORENCE RIO

Laboratoire GERiiCO – Université de Lille 3