Régine CHANCIAC, Jean-Pierre JÉZÉQUEL, *La télévision*

Paris, Éd. La Découverte, coll. Repères, 2005, 122 p.

Stéphanie Hurez

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/5809>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.5809

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2005

Pagination : 469-470

ISBN : 978-2-86480-868-8

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Stéphanie Hurez, « Régine CHANCIAC, Jean-Pierre JÉZÉQUEL, *La télévision* », *Questions de communication* [En ligne], 8 | 2005, mis en ligne le 29 mai 2012, consulté le 08 avril 2021. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/5809> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.5809>

Ce document a été généré automatiquement le 8 avril 2021.

Tous droits réservés

Régine CHANIANAC, Jean-Pierre JÉZÉQUEL, *La télévision*

Paris, Éd. La Découverte, coll. Repères, 2005, 122 p.

Stéphanie Hurez

RÉFÉRENCE

Régine CHANIANAC, Jean-Pierre JEZEQUEL, *La télévision*, Paris, Éd. La Découverte, coll. Repères, 2005, 122 p.

- 1 En ne considérant que son titre, nous avons bien du mal à savoir de quoi traite concrètement le dernier ouvrage de Régine Chaniac et Jean-Pierre Jézéquel. La télévision étant un média pour lequel les recherches sont abondantes et multiples, l'intitulé aurait mérité davantage de précision. Nonobstant cette carence, le lecteur comprendra très vite l'intention des auteurs : « Cerner la spécificité du média télévision à travers les principales étapes de son développement » (p. 4). Bien que la formule puisse paraître ramassée, le contenu de l'étude est scindé en cinq chapitres, avec l'avantage d'être tous présentés dans une perspective internationale alliant des facteurs politiques, économiques, sociaux et culturels, en vue de dépeindre l'évolution de l'offre et de la demande des programmes.
- 2 La première section de l'ouvrage est consacrée aux mutations qu'a subi le monopole de service public en faveur du modèle de télévision commerciale. En dressant une rétrospective pour rendre compte de ses fondements et de ses nombreuses fluctuations, Régine Chaniac et Jean-Pierre Jézéquel montrent que les chaînes de télévision publiques européennes se sont développées, à quelques variantes près, sur un schéma similaire au dispositif français et que l'intégration de la publicité, si elle a été utilisée hier avec tempérance, submerge aujourd'hui tout le système audiovisuel européen, à tel point que sa contribution « au financement de la télévision affaiblit la légitimité du service public » (p. 10). Son emprise va d'ailleurs de pair avec la montée en puissance du régime concurrentiel et la mesure d'audience devient l'élément

essentiel de la régulation des chaînes. Créée en 1985, Médiamétrie va, par exemple, très vite permettre aux diffuseurs et aux acheteurs d'espaces d'obtenir des informations précises sur les programmes qui intéressent les publics de 4 ans et plus. Si les auteurs n'en montrent peut-être pas suffisamment les rouages, en revanche, ils exploitent avec plus de discernement les caractéristiques de l'offre, en remettant en cause la régulation et la standardisation des grilles de programmes, l'inflation des genres télévisuels – notamment fictionnels – et les limites du modèle concurrentiel. Ainsi parviennent-ils à rendre compte de la difficile concordance entre l'offre et la demande de programmes.

- 3 Bien que très attendue et relativement victorieuse à ses débuts, la multiplication des chaînes, avec l'avènement des satellites en Europe, ne va qu'enfoncer un peu plus le couteau dans la plaie puisque, à en croire Régine Chaniac et Jean-Pierre Jézéquel, « depuis leur lancement, tous les bouquets [satellites] ont accumulé des pertes se chiffrant en centaines de millions, si ce n'est en milliards d'euros » (p. 59). Notons néanmoins qu'en 2001, c'est l'Allemagne qui est arrivée en tête avec 900 millions d'euros de perte, qu'ont talonné de près l'Italie puis l'Espagne avec, respectivement, un déficit de 802 millions d'euros et de 355,7 millions d'euros. Seule la France aurait enregistré un résultat d'exploitation positif avec Canal Satellite. Ce constat donne l'occasion aux auteurs de revenir sur le fait que si les chaînes hertziennes se caractérisent par leur capacité à produire des programmes de stock et par la place qu'elles accordent aux programmes de flux pour tenter de fédérer leur public, les chaînes thématiques, ou spécialisées – selon le jargon usité –, ne peuvent, en tirant l'essentiel de leurs ressources des abonnements souscrits par des téléspectateurs, que répondre à une logique de service grâce à laquelle ces derniers sont en mesure de trouver ce qui leur convient à chaque moment de la journée. En ce sens, Régine Chaniac et Jean-Pierre Jézéquel soulignent avec justesse que « la multidiffusion [...] est incompatible avec l'idée d'enchaîner le public d'un jour à l'autre, d'une émission à l'autre. La notion de programme fédérateur, clef de voûte d'une chaîne grand public, a peu de pertinence dans l'univers du câble et du satellite. L'offre doit au contraire y être pointue pour intéresser des publics motivés, initiés, exigeants, et pérenniser ainsi une clientèle avertie » (pp. 77-78).
- 4 Le point d'orgue de l'ouvrage consiste en une question somme toute intéressante – « l'avenir de la télévision : vers une déprogrammation ? » (p. 89) – à laquelle les auteurs ont choisi de répondre de manière hypothétique, ce qui pouvait laisser supposer qu'ils tenteraient d'apprécier et de déprécier ce qui constituera l'offre et la demande de demain. Finalement, on regrette qu'ils ne se soient limités qu'à un état de ce qui est d'ores et déjà au goût du jour. Certes, la convergence entre l'audiovisuel, les télécommunications et l'informatique a débuté depuis de nombreuses années, mais les innovations technologiques qu'elle engendre n'ont pas fini de prospérer : les pratiques télévisuelles évoluent, les contraintes de diffusion s'accroissent et les opérateurs doivent suivre et s'assujettir tant bien que mal aux mutations qu'elles induisent. Ainsi aurions-nous apprécié que les auteurs concentrent davantage leur réflexion sur ce qui serait susceptible de satisfaire le public du futur – futur qui n'est peut-être pas aussi loin qu'on l'imagine.
- 5 Gageons que, forts d'avoir pris le risque de proposer, dans une collection qui limite les raisonnements et qui, *de facto*, condamne l'exhaustivité, un tour d'horizon aussi fourni d'un terrain qui suscite autant les passions que les heurts, Régine Chaniac et Jean-Pierre Jézéquel signent une publication qui ne laissera pas les lecteurs indifférents.

Pour peu qu'à l'avenir la télévision fasse encore et toujours parler d'elle, ils ne manqueront peut-être pas de nourrir notre patrimoine scientifique de nouvelles investigations.

AUTEURS

STÉPHANIE HUREZ

CREM, université Paul Verlaine-Metz
stephaniehurez@free.fr