
Rémy LE CHAMPION (2018), *La télévision*

Paris, La Découverte, Coll. « Repères »

Clément Puget



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communication/10352>

ISBN : 978-2-921383-90-5

ISSN : 1920-7344

Éditeur

Université Laval

Référence électronique

Clément Puget, « Rémy LE CHAMPION (2018), *La télévision* », *Communication* [En ligne], Vol. 36/2 | 2019, mis en ligne le 15 juillet 2019, consulté le 22 juillet 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communication/10352>

Ce document a été généré automatiquement le 22 juillet 2019.



Les contenus de la revue *Communication* sont mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Rémy LE CHAMPION (2018), *La télévision*

Paris, La Découverte, Coll. « Repères »

Clément Puget

RÉFÉRENCE

Rémy LE CHAMPION (2018), *La télévision*, Paris, La Découverte, Coll. « Repères »

- 1 L'ouvrage de Rémy Le Champion se propose de relever un défi de taille : une étude de « la télévision » qui ne soit pas un énième ouvrage sur le petit écran, mais une contribution innovante aux approches déjà nombreuses mentionnées par l'auteur dans ses « repères bibliographiques » en fin d'ouvrage. Ainsi les références francophones et anglophones à Bruce M. Owen (1974), Albert Tudesq (1981), Hervé Michel (1988) côtoient-elles les travaux plus récents de Laurent Creton (2014), François Jost (2014), Nicolas Besson et Benoît Danard (2015) ou Le Champion (lui-même) s'agissant de la télévision et de son histoire / évolution (économique). Mais l'auteur annonce, dès son introduction, que le médium télévisuel est bouleversé, depuis une dizaine d'années environ, par la « brumisation numérique » (p. 5) et ses répercussions sur l'économie sectorielle du petit écran, comme jamais auparavant. Aussi envisage-t-il, à raison, la télévision en tant qu'objet en voie de mutation — « en transition » (p. 93) — et se réfère-t-il aux travaux de Nathalie Sonnac et Jean Gabszewicz (2013), de Michael Wolff (2015) mais également de Rémy Rieffel (2014), s'agissant des études relatives aux liens entre Internet et la télévision, ou d'une manière générale au devenir numérique du médium télévisuel dans la sphère culturelle occidentale. Bien qu'il offre au lecteur des « repères historiques » en appendice, rappelant les origines de la télévision mais également les premiers temps de la radio et du cinéma, l'ouvrage n'adopte pas de perspective globalement chronologique, à l'exception de son premier chapitre, « Le phénomène télévision ». Les chapitres 2 à 4 développent ensuite une structure thématique dans laquelle Le Champion choisit de décrire la tutelle étatique (chapitre 2), les modes de financement de la télévision publique

et privée (chapitre 3) et la question centrale de la « programmation » (chapitre 4). Les deux derniers chapitres de *La télévision* réadoptent une perspective chronologique pour évoquer les stratégies à l'œuvre dans le paysage audiovisuel français (chapitre 5) et le devenir numérique de la télévision en mutation (chapitre 6).

- 2 Traitant d'un « secteur hautement régulé et protecteur » (chapitre 2, p. 25), Le Champion expose d'abord l'importance du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) distinct de l'État. Assumant un rôle de « médiateur » entre les différents acteurs de la filière audiovisuelle, le CSA (dont les membres sont nommés après audition devant le Parlement) est aujourd'hui amené — avec l'imbrication grandissante de la télévision et d'Internet — à dialoguer avec l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes, mais aussi le gouvernement (cas français). Voilà une manière de rappeler le rôle essentiel de l'État dans la structuration du système audiovisuel public, notamment à travers la création de contrats d'objectifs et de moyens (COM) conclus entre les entreprises publiques de l'audiovisuel et l'État, leur unique actionnaire.
- 3 L'intérêt de l'ouvrage de Le Champion est également de rappeler au lecteur la prédominance — encore d'actualité au début du XXI^e siècle — d'un mode de financement de la télévision étroitement lié à celui du cinéma. Le chapitre 3, qui commence par un historique du financement audiovisuel public — sans oublier le cas particulier hexagonal Canal+ dont le financement est privé —, mentionne l'importance de la redevance, mais également celle de la publicité, pour laquelle Internet enregistre désormais davantage de recettes que la télévision française (depuis 2016). Si le chapitre 4 peut sembler moins novateur dans son approche, il permet cependant de réévaluer la spécificité de la programmation, véritable « cœur de métier de la télévision » (p. 57), et la notion de « qualité des programmes » proposés au téléspectateur. On y découvre que, bien qu'a priori libérées de la contrainte économique des recettes propres, les chaînes à financement public n'en sont pas moins tributaires de la publicité (11 % des recettes globales de France Télévisions en 2014) pour parvenir à « boucler l'équilibre budgétaire » (p. 68). Ainsi les chaînes de télévision, même publiques, ne sont-elles jamais uniquement commerciale « ni complètement affranchies des contraintes marchandes » (p. 68).
- 4 C'est en abordant les « acteurs et stratégies de l'audiovisuel » (chapitre 5, p. 75) que Le Champion se tourne alors définitivement vers le modèle actuel de la télévision numérique (gratuite / payante) après avoir rappelé la chronologie précise de la création des chaînes de télévision françaises — depuis 1935 et la naissance de la première chaîne — jusqu'au récapitulatif des 27 chaînes gratuites de la télévision numérique terrestre (TNT) recensées en 2016 (p. 80). Notons que plusieurs de ces « nouvelles » chaînes appartiennent aux six groupes audiovisuels français dominants recensés en 2016 (TF1, France Télévisions, Canal+, M6, NRJ, NextRadioTv). Ce « tableau » est complété par la concurrence des groupes entrant désormais dans le jeu de l'offre audiovisuelle de contenus (Google, Amazon, Netflix...) sur Internet. En effet, à l'orée du XXI^e siècle, l'auteur écrit que « la télévision s'est saisie d'Internet et Internet s'est saisi de la vidéo » (p. 93). Si la convergence de la télévision et d'Internet est sans doute une réalité, elle met en évidence le fait que la télévision est désormais « en transition » (chapitre 6, p. 93) tant s'agissant de sa structuration, de sa programmation que de ses modes de financement. Revenant sur les trois grands modèles télévisuels repérables depuis les années 1950 — *broadcasting* (1950-1990), *narrowcasting* (1990-2000), *webcasting* (depuis 2000) —, Le Champion décrit une évolution exponentielle du médium télévisuel — et non sa disparition progressive annoncée — dont le mode de réception n'est certainement plus le

seul écran. « Du *smartphone* à l'ordinateur, en passant par la console de jeux, la tablette ou bien le téléviseur connecté » (p. 96), la télévision d'aujourd'hui traduit un mode de consommation délinéarisé auquel s'adaptent les groupes audiovisuels publics et privés. Ainsi les services de « télévision de rattrapage — *catch-up TV* », de « télévision interactive », voire de « télévision sociale — lien avec les réseaux sociaux, fidélisation du public par l'enrichissement du programme... » (p. 98-100) témoignent-ils de cette prise de conscience des programmeurs des nouveaux usages de la télévision.

- 5 Achévant son ouvrage par une incursion bienvenue du côté des plateformes gratuites ou payantes de contenus (Netflix), Le Champion rappelle que si le jeune public se désintéresse effectivement de la télévision au sens de sa réception traditionnelle, celle-ci reste, en 2016, le principal accès aux contenus audiovisuels — M6 ayant la faveur des moins de 35 ans. Alors que 40 000 chaînes de télévision — dans le monde — ont été recensées par le quotidien économique *Les Échos* en avril 2017 (p. 108), ce média d'information et de divertissement ne semble donc guère appelé à disparaître. En revanche, « la question du redimensionnement de la télévision se pose avec force » (p. 108) et peut-être celle du modèle économique national sur lequel la télévision française s'est fondée. Mais l'auteur d'observer, en guise de conclusion, qu'il s'agit finalement d'un « cas classique d'industrie en phase de maturité-déclin, remise en cause dans ses fondements et dont la proposition de valeur n'est plus aussi irrésistible que par le passé » (p. 108).

BIBLIOGRAPHIE

BESSON, Nicolas et Benoît DANARD (2015), *L'économie de la télévision*, Paris, CNC, Les Études du CNC.

CRETON, Laurent (2014), *Économie du cinéma : perspectives stratégiques*, Paris, Armand Colin.

JOST, François (2014), *Pour une télévision de qualité*, Paris, Ina Éditions, Coll. « Médias essais ».

LE CHAMPION, Rémy (2000), *Télévision de pénurie, télévision d'abondance. Des origines à Internet*, Paris, La Documentation française, Coll. « Études ».

MICHEL, Hervé (1988), *La télévision en France et dans le monde*, Paris, Presses universitaires de France, Coll. « Politique d'aujourd'hui ».

OWEN, Bruce M. (1974), *Television Economics*, Lexington, Lexington Books.

RIEFFEL, Rémy (2014), *Sociologie des médias*, Paris, Ellipses, Coll. « Infocom ».

SONNAC, Nathalie et Jean GABSZEWICZ (2013), *L'industrie des médias à l'ère numérique*, Paris, La Découverte, Coll. « Repères ».

TUDESQ, Albert (1981), *Histoire de la radio-télévision*, Paris, Presses universitaires de France, Coll. « Que sais-je ? ».

WOLFF, Michael (2015), *Television is the New Television. The Unexpected Triumph of Old Media in Digital Age*, New York, Portfolio / Penguin.

AUTEURS

CLÉMENT PUGET

Clément Puget est maître de conférences et membre de l'Unité de recherche Cultures littératures arts représentations esthétiques (CLARE — groupe ARTES), Université Bordeaux Montaigne.

Courriel : clement.puget@u-bordeaux-montaigne.fr