

Journal télévisé et nouvelles technologies. Chronique d'une mort annoncée ?

Benoît D'Aiguillon

*Docteur en science de l'information
et de la communication
Université de la Méditerranée
École de journalisme
et de communication de Marseille*

Le 29 juin 1949, quelques jours après les Américains, et pour la première fois en Europe, la télévision française diffuse un journal télévisé. Sous la responsabilité de Pierre Sabbagh, une équipe très réduite conçoit ce journal qui est diffusé trois fois par semaine. L'expérience dure jusqu'au 24 juillet, période estivale où la télévision cesse d'émettre. A la rentrée, le 2 octobre, l'expérience est reconduite. La durée initiale de cette émission devenue quotidienne est d'environ 15 minutes. Elle va progressivement s'étendre. L'horaire de diffusion, fixé au départ à 21 heures, va être régulièrement avancé et, à partir de 1954, le journal télévisé est diffusé à 20 heures. L'équipe qui confectionne ces premiers journaux télévisés n'imagine pas l'impact social et le rôle politique que va revêtir cette véritable institution qu'est devenu le journal télévisé du soir.

Sous la IV^e République la télévision vit dans l'ombre de la radio. Les journalistes d'opposition, gaullistes et communistes y sont envoyés à titre de sanction.

C'est avec l'arrivée de la V^e République et du Général de Gaulle que la télévision va connaître son véritable essor. De 1958 à 1965, le nombre de postes de télévision passe de moins de un million à plus de cinq millions. Afin d'assurer une mainmise du pouvoir sur cet extraordinaire outil d'information, il est créé, le 20 avril 1963, le Service de liaison et d'information interministériel (SLII). Le but de cet organisme dépendant directement du ministre de l'Information est d'assurer une censure sur les journaux télévisés et radiodiffusés.

La réforme de 1974 provoque l'éclatement de l'Office de radiodiffusion télévision française (ORTF). Trois chaînes de télévision sont mises en concurrence mais continuent de fonctionner en

respectant les principes d'un service public. A partir du milieu des années quatre-vingt, la création de Canal+, la privatisation de TF1 et l'émergence de deux chaînes privées viennent modifier le jeu de la concurrence.

La télévision apparaît, à bien des égards, comme un instrument au service du pouvoir politique. De nombreuses critiques sont formulées sur ces abus. La télévision placée en situation de monopole et tout particulièrement le ou les journaux télévisés subissent cette censure politique. L'évolution du contenu de la télévision semble dépendre du bon vouloir du pouvoir politique. En fait, les contraintes et évolutions économiques et techniques modifient aussi son contenu.

« la télévision apparaît, à bien des égards, comme un instrument au service du pouvoir politique »

Un décret du Premier ministre autorise, à compter du 1er octobre 1968, la diffusion d'écrans publicitaires. En fait, dès 1959 des publicités compensées sont diffusées par la télévision française. Dès cette date, des émissions sont "sponsorisées" y compris celles d'information comme la célèbre "Cinq Colonnes à la Une" proposée en partenariat avec la société nationale Air France. L'économie prime déjà sur le politique.

De la même façon, on peut remarquer qu'au moment de sa privatisation, en 1985, la chaîne TF1 est financée à plus de 50% par la publicité. La loi ne fait qu'accélérer un phénomène économique déjà bien entamé.

De nombreuses analyses ont porté sur le contrôle du pouvoir politique exercé sur la télévision. En réaction à ce phénomène, certains ont placé leurs espoirs dans l'évolution des données techniques afin de voir sauter ces verrous politiques. Certes, la création d'un second journal télévisé, en 1969, sur la deuxième chaîne puis d'un troisième en 1971, sur la troisième chaîne, a permis de créer une fausse concurrence tout en limitant les effets du contrôle du pouvoir politique.

Le journal télévisé est devenu sur les grandes chaînes généralistes du monde entier le pivot des programmes. Il constitue souvent la vitrine de la chaîne. Les émissions "d'access prime time" et de "prime time" s'organisent autour de lui. Chaque soir le journal télévisé de TF1 20 heures draine près de 12 millions de téléspectateurs, soit 40% de part de marché¹. Au même moment, sur France 2, le journal télévisé de la chaîne publique est regardé par plus de 6 millions de téléspectateurs. Avec un léger décalage horaire par rapport à ces deux grandes chaînes, France 3 diffuse un journal dont le taux d'écoute ne cesse d'augmenter puisqu'il est maintenant regardé lui aussi par près de 40% des téléspectateurs.

Ces grands journaux télévisés font l'objet de vives critiques. De nombreuses analyses ont dénoncé la censure politique qui s'y exerce. Mais est-il raisonnable d'annoncer la fin de ces "grand-messes" ? L'éclatement de la grille de programmes, la disparition complète du grand journal télévisé du soir sont-ils envisageables dans un nouveau paysage audiovisuel français ? Plus que dans la volonté du pouvoir politique, certains ont donc placé leur espoir dans l'évolution

positive de la technique. En établissant un parallèle avec le monde de l'édition et l'avènement de l'imprimerie, d'aucuns ont annoncé, avec la multiplicité des chaînes, l'émergence de chaînes thématiques et la disparition des chaînes généralistes. La démocratie doit-elle sortir renforcée de cette évolution annoncée comme irrémédiable ?

Emprise de la technique

Le succès de la télévision et de son émission phare le journal télévisé vont reposer pendant longtemps, en grande partie, sur l'extraordinaire prouesse technique que constitue la transmission à distance d'images. Les téléspectateurs vont être associés aux différentes évolutions technologiques. La notion de "village global" (selon l'expression de Mac Luhan) caractérise cet accès immédiat au monde entier et illustre cette perception essentielle de la fonction technologique. En effet, les premiers journaux télévisés sont d'une extrême pauvreté. Les images tournées en noir en blanc dans Paris et sa proche banlieue sont diffusées avec des commentaires "en voix off". La durée du journal ne dépasse pas 15 minutes. Il est souvent composé d'images folkloriques ou intemporelles.

Le passage du film à la vidéo, la mise au point du système d'échange par l'eurovision, European Video News (EVN) ², la création des stations régionales, l'arrivée de la couleur le 1^{er} octobre 1967, mais aussi la mise au point de "boîtes noires" ³, du système du téléprompteur ou de l'oreillette vont modifier le contenu même du journal télévisé.

La ligne conductrice de cette extraordinaire évolution technique semble être la volonté absolue de montrer, de permettre aux téléspectateurs de voir des images. Cette évolution va bouleverser la fonction originale du journal télévisé. Il ne s'agit plus de comprendre et d'expliquer mais seulement de montrer et de voir.

« *il ne s'agit plus de comprendre et d'expliquer mais seulement de montrer et de voir* »

Ce système permet, à son origine, aux journalistes de s'émanciper des contraintes politiques. La technique au service des journalistes s'oppose à la censure politique. Ainsi, progressivement, l'image s'impose au journal télévisé. La captation de ces images par les téléspectateurs est source d'interprétations divergentes. L'image implique alors, sous-jacente à ces signifiants, une chaîne flottante. Le même message adressé à tout le monde n'est pas reçu de la même manière. L'homogénéité du message émis entraîne une hétérogénéité de la réception.

Le téléspectateur est alors dupé. Persuadé culturellement que l'image ne ment pas, il s'imagine que voir permet tout simplement de comprendre. Le phénomène est accentué en France du fait de la place prépondérante prise par le sport dans le contenu même des journaux télévisés ⁴. Et une assimilation rapide est faite entre le monde du sport – qui évolue dans un espace et un temps limités, avec des règles fixes et des arbitres reconnus – et le monde de la vie.

Ainsi, progressivement, le journal télévisé impose sa norme. Ce qui constitue une information est ce qui est montrable, ce qui est médiatisable. Déjà, en août 1978, le décès du Pape Paul VI fait l'objet de multiples reportages d'une durée totale 15 fois supérieure à l'annonce du premier accord économique entre la Chine et le Japon. Ce phénomène ne cesse de s'accroître. Il entraîne la dévaluation de l'action politique non médiatisable et ce nouveau démembrement de l'art de gouverner. Démembrement qui s'effectue au profit des journalistes sans que rien ne justifie cette nouvelle appropriation.

Emprise de l'Audimat

Les premiers journaux télévisés vont bénéficier de l'indulgence des téléspectateurs. Le médium est nouveau, le nombre de téléviseurs peu élevé. Il se crée une certaine complicité entre les journalistes et les rares téléspectateurs. Les journalistes assurant le commentaire en "voix off" des reportages filmés se permettent jeux de mots et approximations. Du fait du lent développement de la télévision, le phénomène va perdurer. Ainsi, jusqu'au début des années 60, le journal télévisé ne reflète pas vraiment l'actualité. L'objectif essentiel de l'équipe de journalistes semble être de remplir la case horaire qui leur est dévolue.

Avec l'arrivée du Général de Gaulle comme chef d'État et l'explosion de la vente des téléviseurs, le pouvoir politique va se montrer plus exigeant. Son contrôle par l'intermédiaire du Service de liaison et d'information interministériel va être pesant et rigoureux mais les téléspectateurs eux-mêmes vont se montrer exigeants. Cette exigence du public, parfois détournée par le pouvoir politique pour parvenir à ses fins, provoque différentes conséquences sur le contenu même du journal :

❶ l'accélération du rythme du journal télévisé : les journaux télévisés des années 50 comportent souvent des reportages d'une durée moyenne de

six minutes. Cette durée moyenne sera divisée par deux tous les 10 ans. Cette diminution de la durée des sujets de reportages entraîne, bien évidemment, une multiplication du nombre de sujets proposés. On assiste ainsi à un émiettement de l'information. Le journal télévisé devient un véritable kaléidoscope d'images. Des informations parcellaires sont assénées au téléspectateur sans que ce dernier puisse se permettre une analyse. Progressivement, le style du journal télévisé se rapproche du feuilleton ou de l'épopée. Il ne s'agit plus, pour le journaliste, d'expliquer, d'analyser, mais de montrer. Le journaliste s'adresse à un téléspectateur dont on suppose, par postulat, qu'il a vu l'édition de la veille. Ce phénomène rend captif le téléspectateur. Mais il provoque surtout une très grande difficulté pour les non-initiés à s'intégrer à ce flot d'images qu'est devenu le journal télévisé. Les adolescents se trouvent ainsi pénalisés et éprouvent des difficultés pour accéder au journal télévisé ;

« avec l'arrivée du Général de Gaulle comme chef d'État, le pouvoir politique va se montrer plus exigeant »

② la personnalisation : le journal télévisé est, par excellence, un moyen d'information de masse. Curieusement, émetteurs – les journalistes – mais surtout récepteurs – les téléspectateurs – se sont acharnés pour gommer cette caractéristique. Dès les années 60, les journalistes prennent pour habitude de s'adresser à un téléspectateur en particulier. La formule « *Mesdames, Mesdemoiselles, Messieurs, bonsoir* » est gommée au profit du singulier « *Madame, Monsieur, bonsoir* ». De la même manière les téléspectateurs vont imposer le principe du présentateur unique ou "anchorman".

« *les téléspectateurs vont imposer le principe du présentateur unique* » Joseph Pasteur, dans le cadre d'"Information Première" reprend, en 1971, la formule déjà appliquée aux États-Unis depuis plusieurs années par Walter Conkrite. Le système ne s'impose vraiment qu'avec l'arrivée de Roger Gicquel sur TF1 le 6 janvier 1975. Depuis, ce système n'est pas remis en cause. Les téléspectateurs ont imposé cette formule de communication les yeux dans les yeux ⁵. L'usage systématique du téléprompteur vient parachever le système. Il s'agit pour le présentateur vedette de pratiquer une sorte de *cocooning* des téléspectateurs ;

③ une réduction : les téléspectateurs vont progressivement imposer leur choix dans les sujets traités ou plus exactement abordés par le journal télévisé. Le principe va s'accélérer avec l'arrivée des systèmes de calculs de taux d'écoute tel l'Audimat. L'étude des conducteurs des journaux télévisés depuis leur origine jusqu'à nos jours montre que les sujets de politique étrangère, voire d'économie, sont progressivement évacués au profit de sujets dits de "proximité". Les téléspectateurs n'entendent plus faire un travail d'analyse. Le journal télévisé prend progressivement un caractère ludique. Phénomène renforcé à partir du 1er octobre 1968, avec l'arrivée de la publicité. Le journal télévisé n'a alors plus pour fonction d'expliquer mais simplement de montrer, voire de distraire. Il reprend en cela un des principes de la rhétorique de la publicité qui ne démontre pas mais affirme. Le discours publicitaire ne fonctionne pas sur le principe démonstratif mais sur celui de l'analogie. Il ne s'agit pas d'expliquer mais d'établir des rapports, des similitudes. Le journal télévisé va fonctionner de même et utiliser de plus en plus souvent le principe de l'analogie. Cette évolution provoque une confusion dans l'esprit des téléspectateurs. La frontière entre la fiction, le monde de l'imaginaire, de la publicité et celui du réel, de l'actualité devient plus en plus floue. Parfois même le journal télévisé apparaît aussi "fictionnel" que le reste des programmes.

Le journal télévisé, un outil au service de la démocratie

Le journal télévisé a focalisé très rapidement un ensemble de critiques souvent justifiées. Délibérément, nous n'avons pas abordé la censure politique la plus pesante mais aussi la plus analysée, la plus décortiquée. Elle s'est, en partie, atténuée du fait essentiellement de la multiplicité des supports de diffusion.

La technique a, elle aussi, pendant longtemps, imposé sa forme. L'évolution de la technologie a permis de limiter, en grande partie, ses effets. Plus grave semble être l'asservissement du journal télévisé à la demande des téléspectateurs. La télévision s'est fixé pour objectif, pendant longtemps d'informer, de distraire et de cultiver ⁶. Le système de chaîne unique et de monopole d'État et donc de chaîne généraliste a entraîné l'obligation pour un même programme et souvent une même émission d'obéir à ces trois critères, et, tout à la fois, d'informer, de distraire et de cultiver dans des proportions variables. Le journal télévisé, lui-même, s'est efforcé de respecter cette ambition malgré la volonté réelle ou déclarée du public de faire primer le divertissement.

« la force du journal télévisé tient essentiellement à son caractère généraliste »

La force du journal télévisé tient essentiellement à son caractère généraliste. Tous les téléspectateurs sont exposés, comme irradiés par les mêmes informations. Le téléspectateur se trouve dans l'impossibilité d'isoler une information qui l'intéresse plus particulièrement. Il se doit de "subir" l'ensemble des informations proposées.

Le grand journal télévisé d'une chaîne généraliste fait naître l'idée de "co-vision". Le téléspectateur est conscient de "voir avec les autres". On trouve là une très forte idée de partage. L'émergence de chaînes thématiques est souvent présentée comme un facteur de libéralisation du domaine audiovisuel. Si le système devait être conduit à l'extrême, il pourrait avoir des conséquences néfastes et provoquer la création de véritables ghettos. La création de chaînes thématiques d'information n'apparaît pas comme un élément dynamisant pour la démocratie. Les chaînes d'information privées dépendant de partis politiques, de syndicats ou de grandes sociétés nationales ou internationales ne seront que des facteurs d'endoctrinement où s'exerceront propagande et *lobbyings*. Des chaînes thématiques d'information, dépendant du secteur public, devraient-elles assurer une diffusion de l'information ? Encore faudrait-il qu'elles disposent des moyens nécessaires pour mener à bien leur action et qu'elles ne soient pas placées directement sous la coupe des gouvernants du moment. Il s'agit là d'un besoin qui, pour le moment, n'est pas satisfait dans notre pays.

En fait, la multiplication des chaînes thématiques, en particulier dans le domaine de l'information, risque d'accroître encore d'avantage le risque de circulation circulaire des images et donc des informations dénoncé par Pierre Bourdieu ⁷. Il est peu probable que disparaissent complètement les chaînes généralistes. A l'instar de ce qui se produit aux États-Unis, il est vraisemblable que demeurent quelques grands réseaux dépendant du secteur public ou du secteur privé et qu'à côté se développent des chaînes thématiques.

La radio, par sa rapidité dans le traitement des informations, concurrence depuis longtemps la télévision. Pourtant, le journal télévisé constitue un programme de choix qui est regardé par une majorité de téléspectateurs. Souvent il n'apprend rien aux téléspectateurs déjà largement informés par d'autres

médias. Le journal télévisé implique l'idée de partage. Il apparaît comme l'image qu'un pays souhaite renvoyer de lui-même. Les téléspectateurs ne s'y trompent pas, choisissant prioritairement ce programme et ayant l'impression de vivre "en phase" avec la communauté nationale. Le journal télévisé permet de réagir avec le pays, avec la nation. Il crée un lien social très fort. Chacun de nous voit les mêmes images et ce, même si nous ne leur accordons pas la même place dans notre esprit ou notre cœur.

« *le journal télévisé permet de réagir avec le pays, avec la nation* »

Définir le concept de nation est particulièrement difficile. Le journal télévisé d'une chaîne généraliste apparaît, à bien des égards, comme un émanation de l'idée de nation. Il est un outil fédérateur. Il est un extraordinaire facteur d'intégration sociale. Le journal télévisé est bien une construction qui doit permettre à la collectivité, la nation, de se reconnaître. Il reste lié à son temps, à son public. Il s'agit d'un produit dont la consommation apparaît essentielle à la vie de la nation. Il demeure comme le parangon de l'information et le rendez-vous de la communauté nationale.

Le succès du journal télévisé, c'est aussi le succès des classes moyennes. C'est la reconnaissance pour une large majorité de citoyens d'un statut social. Ce phénomène ne s'oppose pas au développement de l'information de proximité qui connaît une forte demande depuis plusieurs années. Le téléspectateur entend être informé de ce qui constitue l'actualité nationale mais aussi des nouvelles de proximité qui le touchent particulièrement. Le succès de l'édition du "19-20" sur France 3 vient confirmer cette demande.

Ce qui est fait au niveau des régions doit être réalisé au niveau de l'Europe. Le journal télévisé, extraordinaire outil de cohésion nationale, doit aussi permettre une communication transnationale. Il doit être l'outil de la construction de l'Union européenne. Le journal télévisé doit demeurer le pivot des grandes chaînes généralistes. Afin de satisfaire son public il doit tendre, comme le propose Francis Balle⁸, vers la "glocalisation". La numérisation des contenus permet d'offrir au public un programme d'information obéissant à ces différents objectifs.

Le journal télévisé d'une grande chaîne publique généraliste doit ainsi participer au maintien, voire à la consolidation, de l'idée fragile de démocratie ■

Notes

1. La part de marché d'une chaîne représente le pourcentage de téléspectateurs regardant cette chaîne par rapport au nombre de téléspectateurs regardant la télévision.
2. L'Eurovision gère depuis Genève un système d'échange permanent d'informations entre chaînes publiques. L'appartenance à ce "pool" permet de constituer à moindre frais un journal télévisé. Curieusement, TF1 chaîne privée est adhérente, ce qui est refusée depuis sa création à M6 et vient d'être supprimée à Canal+.

3. Ces "boîtes noires" placées en certains points stratégiques du territoire permettent de renvoyer immédiatement vers une station régionale les images enregistrées par une Betacam, le montage étant effectué dès réception.
4. La télévision française entretient, depuis toujours, une confusion entre le métier de commentateur sportif et le métier de journaliste sportif. Cette confusion est particulièrement pénalisante pour les téléspectateurs au moment où les chaînes se battent pour obtenir l'exclusivité des grandes compétitions.
5. Eliséo Veron parle même de communication en "Y Y".
6. Devise de l'ORTF
7. Pierre BOURDIEU (1997), *La Télévision*, Paris, Fayard
8. Francis BALLE (1997), *Médias et Société*, Précis Domat, 6ème ed, Montchrestien

Bibliographie

- BALLE Francis (1997), *Médias et sociétés*, Précis Domat, 6ème éd., Montchrestien
- BOURDIEU Pierre (1997), *La télévision*, Paris, Fayard
- BOURDON Jérôme (1994), *Haute fidélité : pouvoir et télévision, 1935-1994*, Paris Seuil
- COULOMB-GULLY Marlène (1995), *Les informations télévisées, "Que sais-je ?"*
- DAYAN D. et KATZ E. (1996), *La Télévision cérémonielle*, PUF, Paris
- DEBORD Guy (1996), *La Société du spectacle*, Gallimard, coll "Folio", Paris
- DEBRAY Régis (1992), *Vie et mort de l'image, une histoire du regard en Occident*, éd., Gallimard
- FERRO J-M. et WOLTON Dominique (1994), "Guerre et déontologie de l'information", *Hermès*, n°13-14, *Espaces publics en images*, éd. du CNRS, Paris
- JEANNENEY Jean-Noël (1996), *Une histoire des médias*, Seuil, Paris
- MAITROT Eric (1996), *Sport et télé : les liaisons dangereuses*, éd., Flammarion
- MERCIER Arnaud (1994), *Le journal télévisé*, Presses de sciences politiques
- PEAN Pierre et NICK Christophe (1997), *TF1, un pouvoir*, Fayard
- ROY Albert du (1992), *Le serment de Théophraste. L'examen de conscience d'un journaliste*, Paris, Flammarion
- VIRILIO Paul (1995), *La vitesse de libération*, éd., Galilée
- VIRILIO Paul (1996), *Un paysage d'événements*, Paris, Galilée, coll. L'espace critique
- WOLTON Dominique (1993), *Eloge du grand public*, Flammarion
- WOLTON Dominique (1997), *Penser la communication*, Flammarion
- WOODROW Alain (1996), *Les médias : 4ème pouvoir ou 5ème colonne ?*, éd., du Félin