

Médias électroniques : évolution ou révolution ?

Aleksandar TODOROVIC

European Broadcasting Union,
Expert en télévision,
Président du comité directeur
de Kompani, Belgrade
(Serbie-Monténégro)
mediaplan@mediaplan.ba

La radio a aujourd'hui 80 ans, la télévision plus de 60. Ce ne sont pas là des années pour faire la révolution. Quelqu'un pourrait éventuellement la faire en votre nom, au nom de vos fracassantes proclamations du temps où vous étiez, vous aussi, attirés par les révolutions. D'ailleurs, la radiotélévision a adopté la thèse de Deleuze, à savoir que « *les révolutions ne sont pas faites pour réussir* » et, par là même, ne se mêle plus de ces « affaires louches », considérant qu'il y a déjà longtemps qu'elle s'est acquittée de cette tâche, laissant maintenant ce soin à ceux qui n'ont pas encore appris à connaître Deleuze et doivent l'apprendre à leurs propres dépens, comme pour le *dot.com*.

Aujourd'hui, les radios et télévisions ont de nombreux acquis et ne songent qu'à les conserver. De ce fait même, elles sont encore moins tournées vers la révolution, mais savent pourtant en tant que médias sérieux et déjà mûrs qu'il leur faut évoluer, car dans le cas contraire, elles régresseraient et perdraient les positions déjà acquises. Aujourd'hui, comme toujours d'ailleurs, il ne peut y avoir de stagnation : celui qui ne va pas de l'avant, qui ne progresse pas, ne peut que régresser. Ces institutions médiatiques doivent donc changer, mais ces changements seront évolutifs, pas vraiment très rapides et souvent même, pour un observateur de l'extérieur, presque imperceptibles. Il est vrai que l'on présente sans cesse de nouveaux arguments en faveur d'une révolution. C'est ainsi que ces derniers temps, par exemple, on parle de plus en plus de « télévision interactive » et de l'interaction en général. Nous devons

reconnaître que dans le cas des médias électroniques, l'interaction (ou communication bipolaire) constituerait une raison ou un motif suffisant pour déclencher une révolution si l'on savait vraiment ce qu'est l'interactivité, ce qu'elle représente. Pour le moment, malheureusement, cela rappelle les slogans de mai 68 du genre : « *Faisons preuve de réalisme, exigeons l'impossible* » ou encore : « *Nous ne savons pas exactement ce que nous voulons, mais nous le voulons immédiatement* ». Il est vrai que cette analogie avec l'année 1968 n'est pas un très bon argument, car l'histoire nous a appris que les révolutions sont toujours menées au nom de vagues slogans, attirants et retentissants, mais rarement basés sur des postulats sérieux et bien fondés. Je reste pourtant persuadé que, pour l'instant du moins, il n'y aura pas de révolution dans les médias électroniques et que ce qui nous attend, c'est une lente et, espérons-le, une longue évolution.

Quelle sera cette évolution, dans quel sens ira son développement ? Il s'agit là à nouveau d'une question particulièrement délicate car, comme le déclare Tim Berners Lee, l'inventeur d'Internet, « *si nous nous imaginons savoir ce que l'avenir nous réserve, c'est que nous ne regardons pas assez loin* ». Néanmoins, malgré cet avertissement de celui qui a su regarder vers l'avenir, je me permettrai de présenter ici différentes hypothèses.

Hypothèses évolutionnistes

Pour envisager dans quelle voie la radio et la télévision vont s'engager, nous devons tout d'abord voir quelles sont actuellement leurs perspectives d'évolution, quels en sont les éléments, quels sont les facteurs de développement. Tout en nous efforçant par ailleurs d'essayer de voir quels sont les changements annoncés à grands cris, mais qui seront difficiles à réaliser.

Le développement de la radiotélévision a connu différentes phases. Il y a eu la période initiale, lorsque les radios et les télévisions étaient sous la coupe des ingénieurs, lorsque le développement de ces médias était soumis à la technologie. On ne pouvait rien faire sans consulter préalablement le directeur technique, ou du moins l'ingénieur de garde. Puis, nous avons navigué sur des eaux plus paisibles lorsque ceux qui préparaient les programmes géraient les médias et décidaient de leur développement. Tout devait alors être fait « dans l'intérêt du programme ». Nous sommes ensuite parvenus à la situation actuelle, plutôt morose je dois l'avouer, où les médias électroniques sont souvent gérés par les experts-comptables. Le principe fondamental étant que cela ne devrait rien coûter, tout en rapportant le plus possible. Mais le grain

de sable des nouvelles technologies s'est introduit dans cette chaîne bien huilée qu'est le *business* des plans et des bilans. Ces nouvelles percées technologiques exigent qu'il soit tenu compte, dans la gestion des médias, d'autres éléments que de l'algèbre et des traits bien tracés. Ces changements mettant en danger le sacro-saint bilan, les experts-comptables eux-mêmes ont compris qu'il fallait en tenir compte dans leurs calculs.

En effet, l'explosion de la technologie digitale a entraîné deux changements importants : elle a d'une part réuni des mondes jusqu'alors séparés – ceux des ordinateurs, de la télévision et bien sûr des télécommunications – tout en offrant d'autre part la possibilité d'une véritable multiplication de canaux de communication suffisamment larges pour garantir une bonne retransmission de l'image et du son.

L'évolution dans la production

Le premier de ces changements a confirmé l'hypothèse d'une sérieuse avancée évolutive dans le domaine de la production des programmes, ainsi que de l'une des prévisions déjà lancées à la légère – à savoir que bientôt, tout le monde pourra faire de la télévision...

Examinons tout d'abord de plus près cette prévision. À mon avis, cela rappelle malheureusement un peu trop le postulat échaudé aux alentours de 1918 : « *Après la révolution, tout le monde sera poète.* » Est-ce que vraiment n'importe qui pourra bientôt faire sa propre télévision ? Il est vrai que les caméras digitales et tables de montage électroniques destinées à la grande consommation offrent une meilleure image et un meilleur son que n'ont jamais pu le faire les films de 8 mm, VHS et autres appareils Hi8. Elles ne sont certainement pas bon marché, mais accessibles pourtant à beaucoup. Mais est-ce là une condition suffisante ? Je crains que non. Le prix très abordable des crayons et du papier ne suffit pas à inciter tout le monde à écrire des romans ! Il est vrai que l'accès aux PC équipés de programmes Word a entraîné une sorte d'hyperinflation de la parole écrite. De plus en plus de gens s'imaginent être des écrivains et la facilité qu'offrent ces programmes pour le traitement de texte pousse ces « écrivains » à s'imaginer n'avoir rien fait s'ils n'ont pas pondu un roman-fleuve d'au moins 500 pages. Ce ne sont là pourtant que des œuvres éphémères n'ayant qu'une incidence marginale sur la scène littéraire.

Quant aux véritables changements dans le domaine de la production, il s'agit là d'une question déjà plus sérieuse qui vaut la peine d'être étudiée. Si nous laissons de côté tout ce que la technologie numérique

apporte actuellement à la production radiophonique et télévisuelle et considérons la voie probable de sa future évolution, nous nous apercevons avant tout que dans le domaine de la production radiophonique, la bande magnétique disparaît lentement mais sûrement alors que depuis les années 1940 jusqu'à nos jours, c'était surtout grâce à elle que se transmettait l'information. Les modestes exigences qu'impose le signal audio compressif permettent l'acquisition de plus en plus fréquente de nouveaux types de mémorisation. D'un autre côté, le traitement des documents sonores a été définitivement confié aux disques durs des ordinateurs.

Tout ceci mène progressivement à la disparition des documents sonores en tant qu'« objets ». Nous disposions en effet jusqu'à présent de documents sonores embobinés sur une bande et rangés dans une boîte. Tout cela constituait un objet, quelque chose dont la grandeur et le poids nous inspiraient une certaine confiance ; nous tenions notre enregistrement en mains. Désormais, ce même enregistrement perd cet aspect matériel et personnel et devient un peu ésotérique : il se trouve « quelque part » dans le réseau des disques durs des ordinateurs. Nous pouvons le récupérer à n'importe quel moment, mais ne pouvons plus le prendre « en mains ». Cela peut paraître insignifiant, mais en y réfléchissant bien, nous nous rendons compte que cela change radicalement des habitudes déjà bien enracinées.

Quant à la télévision, là aussi les bandes sont destinées à disparaître, mais pas vraiment dans l'immédiat. Néanmoins, ce que nous pouvons dès à présent constater, c'est la disparition du film en tant que média destiné à la production télévisuelle. Le film a disparu des tétéjournaux d'information quotidiens il y a de cela déjà une vingtaine d'années, mais aujourd'hui il disparaît aussi peu à peu des documentaires et programmes de divertissement. Alors que de l'autre côté, les programmes d'information ont de plus en plus recours à des systèmes électroniques complexes et intégrés. Tout cela peut n'apparaître que comme un simple changement d'outils ; nous devons pourtant nous souvenir que les outils ne sont jamais neutres et qu'ils influent en grande partie sur le message qu'ils transmettent. Souvenons-nous seulement comment le passage du film à l'électronique, des films de 16 mm *umkher* à l'équipement ENG, considéré lui aussi à l'origine comme un simple changement d'outil devant permettre de faire des économies, avait radicalement changé l'image des informations télévisées. Nous pouvons également nous attendre, avec une quasi-certitude, à ce que l'introduction des nouveaux systèmes de *desks* entraîne des changements dans la présentation du journal d'information télévisé.

Nous devons mentionner également ici les archives de l'audiovisuel. En effet, les nouvelles technologies digitales, tout comme la nécessité d'accroître le nombre des chaînes commerciales, ont entraîné le développement de nouveaux systèmes d'archivage extrêmement complexes : indexation, recherche et utilisation des documents d'archives. Les documents audiovisuels sont alimentés par un grand nombre de données *meta* qui permettent des recherches très poussées et aident énormément à l'utilisation de ces documents.

On est par ailleurs en train de développer des systèmes permettant de transformer les questions orales en instrument de recherche, des techniques permettant de procéder à des recherches en comparant les informations filmées, ou encore des systèmes où le mot prononcé sera directement associé à un cadre donné, etc. Tous ces systèmes permettent de « réactiver » les archives et d'en simplifier l'usage quotidien. Il est certain que cette nouvelle approche des archives, associée à l'importante demande de programmes, influera sensiblement sur la présentation de la radiotélévision au cours des années à venir.

Il est sans doute inutile de souligner que la physionomie générale de l'image télévisuelle va changer. Nous avons déjà pu noter qu'au fil des années, le rythme devient de plus en plus rapide, que l'art des *spots* s'étend à toutes sortes de programmes, que de plus en plus d'informations sont présentées en un court et unique laps de temps. Mais l'image se modifiera également en raison des impératifs qu'impose la survie financière des médias. Les opérateurs vidéo individuels et la grande quantité de chaînes conduiront au développement de nouveaux modes d'insertion des messages publicitaires. Nous nous apercevons aujourd'hui déjà que dans le domaine du sport, on a de plus en plus tendance à utiliser la publicité visuelle.

Sans doute développera-t-on à l'avenir d'autres systèmes d'insertion des messages publicitaires destinés à empêcher le téléspectateur de les contourner. Ces messages devenant, d'une certaine manière, partie intégrante de l'image, il est évident qu'ils modifieront cette image et influenceront sur la présentation même des programmes télévisuels.

Changements dans la distribution

Comme nous l'avons déjà souligné, il nous faudra faire face par ailleurs à tout un ensemble de problèmes liés à la distribution des programmes radiophoniques et télévisuels. Et là, plusieurs questions importantes se posent. Nous avons, d'un côté, les radios et télévisions actuellement confrontées au passage à la transmission numérique ; de

l'autre, une série de possibilités alternatives telles qu'Internet, les *broadbands*, etc. L'apparition et le développement d'Internet et des *broadbands* ont incité de nombreux prophètes de mauvais augure à prédire à grands cris « la fin de la radio et de la télévision », à traiter les médias électroniques de « dinosaures » dont les jours sont comptés. Je dirais tout de suite que cette comparaison avec les dinosaures n'est pas des mieux choisies vu que les dinosaures ont régné sur la terre durant quelque 165 millions d'années alors que la radio et la télévision ne sont apparues qu'il y a 85 ans, ce qui est sans doute très en-dessous de la durée de vie normale d'un dinosaure, sans parler de l'espèce tout entière !

D'ailleurs cette comparaison est fautive et le pronostic lui-même infondé. Nous devons, pour le confirmer, commencer par nous demander ce que sont en fait la radio et la télévision. Ce sont des médias permettant une large distribution de *contenus audiovisuels*. Telle est la clé de l'avenir. Le plus important, ce ne sont pas les moyens ou voies de distribution – qu'il s'agisse des émetteurs tels que nous les connaissons aujourd'hui, des satellites, *broadbands*, etc. L'essentiel, c'est le *contenu*. La radio et la télévision produisent le contenu, lequel, selon une vieille définition, englobe les informations, les divertissements et l'éducation. J'aurais du mal à imaginer un être humain qui n'aurait pas besoin d'information, qui n'aimerait pas se divertir ou, plus ou moins volontairement, rejeterait l'éducation. Ces désirs et ces besoins, existeront toujours et donc celui qui peut les satisfaire aussi.

Autrement dit, les radios et les télévisions doivent se concentrer encore plus sur l'essence, sur la production des contenus et ce, avant que cet art (sur la scène de la communication) ne soit maîtrisé par d'autres acteurs, car ce sera là, à l'avenir, la condition de leur survie. La radiotélévision restera donc encore longtemps présente sur la scène médiatique en tant qu'acteur principal, à moins qu'elle ne s'autodétruisse elle-même en faisant de faux pronostics et en optant pour des solutions erronées.

Donc, que se passe-t-il sur la scène de la transmission des contenus audiovisuels et pourquoi cela entraîne-t-il l'évolution des médias électroniques ? Il faut avant tout mentionner ici les nouveaux systèmes de transmission numérique. Si nous laissons de côté les séries de détails techniques et les nouveautés qu'entraîne ce système, il nous restera deux principaux facteurs qui influenceront sur le futur développement des médias. Tout d'abord, ce mode de transmission permet l'ouverture d'un nombre beaucoup plus important de chaînes que ne le permet aujourd'hui la technique analogique. Disons pour simplifier qu'une chaîne utilisée aujourd'hui pour émettre un seul programme télévisuel

pourra bientôt émettre quatre à six programmes différents ainsi qu'un nombre important de données. Par ailleurs, l'augmentation du nombre des canaux de communication permet une économie du spectre des fréquences utilisé par les services TV et la portion du spectre ainsi économisée pourra être revendue à d'autres utilisateurs tels que, par exemple, les communications mobiles, en expansion permanente. Cette deuxième composante explique l'immense intérêt dont font preuve les administrations gouvernementales et les mesures prises dans de nombreux pays pour passer le plus rapidement possible à une transmission digitale.

Cette prolifération de chaînes représente un défi pour la radiotélévision. L'histoire nous ayant appris que jamais un canal de communication nouvellement découvert n'est demeuré inutilisé, il est évident que les radios et télévisions se précipiteront pour exploiter ces nouvelles chaînes. Mais comment faire ? Ajouter à la moyenne d'une trentaine de chaînes trois ou quatre fois plus de nouvelles chaînes aux profils et contenus similaires n'aurait pas beaucoup de sens. Il faut donc inventer de nouvelles formes, de nouveaux contenus, de nouveaux profils.

À cet égard, l'évolution n'en est qu'à ses débuts. En effet, qu'avons-nous imaginé jusqu'à présent ? Des chaînes spécialisées : sport, programmes pour les enfants, films, informations et *shopping*. C'est bien peu. Il faut imaginer de nouvelles formes, de nouveaux contenus, étudier la possibilité de réactiver certaines chaînes « niches » qui s'adresseraient à un public restreint mais très fidèle. Peut-être faudrait-il inventer de nouveaux bouquets de programmes qui se complèteraient de manière idéale et seraient programmés de façon à inciter d'eux-mêmes le téléspectateur à passer de l'un à l'autre des contenus et proviendraient tous de la même source. Il n'y a pas encore de solution pour le moment, mais tel est précisément le rôle de la future évolution : changer l'actuel concept de programmation et en créer un nouveau, capable d'exploiter au mieux les futures et nombreuses chaînes.

Il ne faut pourtant pas omettre le fait que la solution du problème du contenu n'entraîne pas automatiquement celle du problème de la survie. La prolifération des chaînes conduira inévitablement à un gaspillage de la ressource la plus précieuse des télévisions – le téléspectateur. Cette atomisation de l'audience mettra forcément en péril la survie financière de la télévision et aggravera la lutte déjà très présente pour s'attirer l'audience.

Nombreux sont ceux qui s'attendent à ce que cette évolution mène très rapidement au développement des fameuses « chaînes interactives ».

Peut-être, mais comme je l'ai déjà souligné, il faut tout d'abord bien y réfléchir et se demander si le téléspectateur désire vraiment entrer en interaction avec la télévision ou s'il ne préférerait pas, au terme d'une journée épuisante, s'effondrer devant son écran avec un soupir de soulagement et lui dire : « *Maintenant, vas-y, amuse-moi !* ». Nombreux sont ceux qui ont mentionné à ce propos Internet et les *broadbands* comme d'éventuelles solutions au problème de l'interaction, pensant avant tout à la « vidéo sur commande » et la distribution de données liées au programme présenté.

Ici se pose immédiatement la question du financement des innovations. En effet, le grand avantage financier du réseau des émetteurs terrestres et des satellites est que l'augmentation du nombre d'utilisateurs entraîne uniquement un accroissement potentiel du revenu, mais pas de frais additionnels pour le distributeur du programme. Alors que dans le cas des réseaux *broadband*, chaque nouvel utilisateur entraîne de nouvelles dépenses. Si nous pensons qu'à un moment donné, la majeure partie de la population sera reliée par un système de réseaux *broadband*, nous devons inévitablement prévoir l'accroissement des dépenses du côté des émetteurs pour être en mesure de satisfaire l'ensemble des *desiderata* de cette nouvelle société. Ce qui confirme également le fait que le futur développement ne peut être qu'évolutif.

Dans le cas de la radio, la transmission numérique est encore plus complexe. En effet, le passage à une transmission digitale de la radio, à l'heure actuelle du moins – comme dans le cas de la télévision d'ailleurs – permet d'augmenter sensiblement le nombre de chaînes et d'améliorer la qualité de la réception, mais perd en même temps deux de ses principales qualités : l'universalité des standards radio, qui permettait jusqu'à présent de recevoir les programmes dans le monde entier avec un récepteur de poche et le prix de ce même récepteur qui, à moins d'être très pointilleux sur la qualité du son, pouvait être considéré comme étant négligeable.

Dans le nouveau milieu numérique, les standards varieront selon les régions et les récepteurs resteront encore longtemps relativement onéreux. Il est vrai que les nouvelles transmissions numériques permettront à la radio d'offrir, en-dehors du programme sonore, toute une série de services très intéressants et même des images. Personnellement, je ne vois pas vraiment ce que ces images pourraient apporter à la radio étant donné que ce média, selon la meilleure interprétation que l'on en ait jamais donnée, à mon avis du moins, est en fait une si bonne télévision qu'elle n'a pas besoin d'images. Mais les voies de l'évolution ne sont pas comparables.

Si nous examinons toutes les avancées technologiques conditionnant les changements à la radiotélévision, nous nous rendons compte qu'elles se réduiront en fin de compte à l'inévitable évolution du contenu des programmes. En d'autres termes, comme nous l'expliqueraient les experts en communication, le changement de l'initiateur du contenu impose inévitablement un changement du contenu lui-même. Et nous savons que les changements de contenu n'ont jamais été révolutionnaires, (bien que l'on se soit souvent efforcé de les présenter comme tels), mais qu'ils ont toujours eu un caractère évolutif.

J'aimerais, pour terminer, rappeler à ceux qui sont de mon avis qu'une longue évolution attend la radiotélévision, que la doctrine évolutionniste nous a été léguée par Darwin, pour qui cela se réduisait à la survie des plus capables. Personnellement, je ne vois pas comment ceux que nous appelons aujourd'hui les médias électroniques pourraient disparaître dans un avenir immédiat, mais je crois pourtant que l'heure approche où de nombreuses radios et télévisions, dans leur forme actuelle, disparaîtront ■

MÉDIAS ÉLECTRONIQUES : ÉVOLUTION OU RÉVOLUTION ?