

AperTO - Archivio Istituzionale Open Access dell'Università di Torino

## Télévision. L'anti-édition?

### **This is the author's manuscript**

*Original Citation:*

*Availability:*

This version is available <http://hdl.handle.net/2318/144802> since 2015-12-11T18:36:15Z

*Publisher:*

Armand Colin

*Terms of use:*

Open Access

Anyone can freely access the full text of works made available as "Open Access". Works made available under a Creative Commons license can be used according to the terms and conditions of said license. Use of all other works requires consent of the right holder (author or publisher) if not exempted from copyright protection by the applicable law.

(Article begins on next page)

Peppino Ortoleva

## La télévision: l'anti-édition?

La télévision, et en général le *broadcasting*, sont sans doute une partie de l'industrie culturelle, comme l'édition de livres et de journaux, et aussi ces formes particulières d'édition qui s'occupent du cinéma et de la phonographie. Mais du point de vue des règles, de la situation dans l'espace-temps, de la structure industrielle, les différences sont frappantes: on peut parler de deux pôles, opposés et complémentaires, on peut définir la télévision comme une anti-édition, comme on parle en physique d'anti-matière. La future collocation de la télévision d'un côté, de l'industrie du livre et du journal, dans le système des médias centré de plus en plus sur le réseau, ne doit pas se limiter (comme on le fait généralement) aux prévisions technologiques, mais doit prendre en considération cette opposition et complémentarité, et comment elles vont conditionner le développement du système.

Dans cet article je me limiterai à montrer les différents aspects de la polarisation entre la télévision en tant qu'industrie et les formes plus traditionnelles d'édition, en particulier l'industrie du livre et des journaux. L'histoire récente de mon pays, qui a vécu des expériences parmi les plus extrêmes en matière de concentration industrielle de la télévision et d'entremêlage entre télé et politique, m'aidera dans mes explorations, qui devraient être utilisables en tout cas aussi pour les autres pays d'Europe occidentale.

### 1. Le temps de la télévision

Aux débuts de la radio italienne, le programme le plus populaire était le signal horaire. C'est ce que nous dit le premier référendum sur le sujet, organisé par la revue "Radiofonia", en 1924, l'année des premières émissions régulières. On peut dire plus: que le signal horaire était le symbole même de la radio. Quand j'ai interviewé des vieilles familles ouvrières à Turin sur l'arrivée du *broadcasting* dans les maisons, j'ai demandé à mon premier témoin quelle était la première remembrance qu'il avait de la radio; il m'a répondu "Le signal horaire. Auparavant on réglait l'horloge sur le clocher, après c'était la radio". Du temps de l'église au temps de l'émission, on pourrait dire en paraphrasant Jacques Le Goff.

Aujourd'hui personne ne penserait plus de définir le signal horaire comme un programme, mais la continuité entre la télévision et la radio reste absolue. A la télé comme à la radio, le signal horaire nous dit que tout un pays est synchronisé sur le même temps, l'heure unique nationale: un temps conventionnel qu'on a intériorisé au point de le considérer naturel, on parle en effet d'*heure solaire*. Le signal horaire nous dit aussi que l'émetteur est synchronisé avec son public; l'émetteur se fait le garant de sa précision, et la précision de l'heure, à son tour, est une garantie pour tout le reste: pour la vérité de l'information comme pour l'ordre du flux. La télé, comme sa sœur aînée, la radio, est un média-horloge: pour lequel l'organisation du temps est autant important, peut-être plus importante, que l'organisation et diffusion des contenus.

Mikhail Bakhtine parlait, dans son grand livre sur l'esthétique des romans, d'un "choronotope" qui caractérise différents modèles de narration: chacun ayant sa propre organisation du temps et de l'espace. Je me permets d'étendre le concept aux médias, et de parler d'un chronotope des *broadcasting medias* pour le comparer avec celui des formes d'édition plus traditionnelle. Pour ce

concerne l'aspect *chronos* du chronotope la radio et (ce qui nous intéresse ici) la télévision, en tant que médias de la synchronisation, sont les médias du présent, les médias *au présent*. Bien entendu, la télé nous peut offrir, en tant que contenu, soit des émissions en directe (comme des match de boxe ou des cérémonies officielles), soit aussi des programmes préexistants: des films ou des programmes enregistrés dans un studio, ou bien des programmes télévisuels d'autrefois. Mais le temps de notre réception est le temps de l'émission: l'ordre dans lequel nous suivons les programmes est celui qui est organisé est structuré par le signal horaire. Le présent de la directe et le passé d'autres programmes sont tous présentifiés, pour ainsi dire.

A l'opposé, le chronotope des formes d'édition traditionnelles est, pour ce qui concerne le temps, *au passé*. Si nous lisons un livre, même le plus actuel, nous savons très bien qu'il a été écrit auparavant, et avant d'arriver dans nos mains, il a été le centre d'un processus complexe (culturel, technologique, organisationnel) qui a dû être complété avant qu'on puisse en ouvrir les pages. En outre, le temps de la narration littéraire est lui-même au passé: la narration de l'époque de l'épopée, nous dit (encore) Bakhtine, est située dans un passé absolu, qui n'a rien à faire avec le temps de notre vie, la narration romanesque est située dans ce qu'on peut définir ou un passé simple, mais un passé relatif: un temps duquel le notre est la continuation. Comme Emile Benveniste nous l'a enseigné le temps où le conte est en tout cas précédant vis-a-vis celui de l'écoute, ou de la lecture.

Les journaux en papier, eux-mêmes, se situent dans le passé. Nous savons que les nouvelles y datent quelques heures, ou même des entières journée, avant le temps de la lecture. La date du journal est celle d'aujourd'hui, les nouvelles sont celles d'hier. C'est le passé composé, qui

s'oppose au passé simple des romans.

Le temps de la télévision, on pourrait dire, est le présent absolu, en opposition au passé composé des journaux ou simple du roman (et différemment, on peut ajouter, du temps décentralisé qui est le propre d'Internet, où le présent de la simultanéité la plus absolue vit au flanc des passés les plus variés et encyclopédiques). Le signal horaire, qui passe sans être noté à la télé mais qui serait impossible au cinéma, nous dit le temps présent, le notre et celui de la télé.

## 2. L'espace de la télévision

Si on parle d'un chronotope de la télévision, on ne peut pas se limiter au temps. Y-a-t-il un espace typique de la télé, qui le différencie des autres formes de communication?

Le livre et le journal sont, presque par définition, portables, du moins après que les grands *folio* et *quarto* ont été accompagnés et substitués par les *octavo* et, après, par les formats plus petits encore jusqu'à ce qu'on appelle, avec une expression parlante, "de poche". Aussi les journaux sont devenus très tôt portables: à lire à la maison comme à l'office et dans le temps, croissant, dédié aux transports. Dans la deuxième moitié du Vingtième siècle la portabilité a été étendue à une variété d'autres médias: la radio, la phonographie (du *walkman* à l'i-pod), le téléphone, l'ordinateur,. D'une télévision mobile on a parlé beaucoup, on en parle encore. On nous promet de nous montrer les goals ou quelques scènes de notre série préférée, mais c'est encore de la télé? Et en tout cas c'est encore un phénomène absolument minoritaire.

La télévision est, et reste, le média domestique par excellence. Si elle peut multiplier sa présence, c'est dans les chambres de la maison. Dans la majorité des pays développés il s'agit de la machine la plus présente dans les habitations, un privilège qu'elle partage seulement avec le

frigidaire. Les autres médias nous accompagnent au cours de nos déplacements, ils nous demandent de les aller trouver dans des boutiques spécialisées comme les librairies, ils nous offrent des occasions pour sortir comme dans le cas du cinéma, mais en tout cas ils peuvent être part de notre vie dehors la maison comme au dedans. La télé? Elle, comme disait Orson Welles, "reste allumée comme la lumière dans la cuisine, elle court comme l'eau dans la salle de bain". Son temps est la vie, son espace est la domesticité. Le seul média duquel la maison a, pour ainsi dire, le monopole.

### 3. Production, programmation, cycle de vie

Cette modestes observations nous conduisent à l'un des facteurs principaux de différence entre l'édition et le *broadcasting*. L'édition libraire, comme l'industrie des films et des disques, connaît deux moments, la production (de l'idée à l'écriture, de la rédaction à l'impression) et la distribution (de l'imprimeur à la librairie et de la librairie au lecteur). Le *broadcasting* en connaît trois. La production, la distribution (qui a la forme accélérée de la transmission), et la *programmation*. En conséquence de ça, d'un côté le cycle de vie des produits est différent; de l'autre côté, pour la télé, la production en soi-même est beaucoup moins importante, et la programmation est décisive.

Du point de vue du cycle de vie, la transmission est la vie publique des contenus de la télé, tandis que la mise en circulation du livre est seulement le *debut* de sa vie, qui peut durer des mois, ou encore des années. *Habent sua fata libelli*, les livres ont leur destin: c'est le vers fameux d'un autrement obscur poète-rhétoricien latin, Terentianus Maurus. La destinée d'un livre, comme d'un film, ou d'un disque, ne peut être définie qu'*ex post facto*, après leur période de vente. La

destinée d'un programme de télé doit être déterminée toute de suite. D'où le besoin de formes de statistiques immédiate de l'écoute.

Paradoxalement, l'une des conséquences est que la télé, le média au présent, est plus liée au passé que l'édition traditionnelle: ses véritables clients, qui sont les publicitaires, "achètent" les temps de publicité dans les programmes sur la base du succès qu'ils ont eu dans la saison précédente. On ne peut pas parier sur la possibilité qu'un produit totalement nouveau rencontre le goût du public d'une façon imprevisible; on "vend" seulement les succès d'antan. Si un programme a un succès imprevu, les résultats économiques ne seront visibles que la saison successive.

Dans ce cadre-là, la programmation est l'activité *principale* du *broadcaster*. Il décide quand les programmes *vivront*. Il projette le temps des spectateurs; il vend le temps des spectateurs; et il vend du temps aux spectateurs.

Mais les émetteurs de télé ne font-ils aussi de la production? Oui et non. En fait dans le système américain la production en sens propre, si on exclut les journaux télévisuels et peu d'autre chose, est confiée à d'autres sujets que les émetteurs, en particulier des producteurs hollywoodiens ou d'autres producteurs, inspirés en tout cas au modèle du cinéma. Pour la *fiction* il y a aux Etats-Unis un marché très complexe et dynamique qui fait rencontrer les maisons de production avec les émetteurs. En Europe la situation est un peu plus mixte, une partie de la production est assumée directement par les émetteurs, et il y a beaucoup de productions qui sont confiées directement les fonctionnaires des *broadcasters* aux producteurs avec qui ils ont les meilleures relations. Moins de marché plus de contrôle. Mais aussi en Europe une grande partie de la production de télé se fait dehors les émetteurs. Et il y a eu et il y a beaucoup de cas d'émetteurs

qui ne transmettent du tout de production propre. Cela est vrai pour des formes de télé qu'on peut considérer plutôt primitives, par exemple les fameuses antennes libres italiennes avant le phénomène Berlusconi, quand les archives de films de toute Italie ont été l'objet d'un véritable pillage pour *remplir* un temps de programmation que les émetteurs ne savaient pas comment occuper. Mais il est vrai pour beaucoup de formes plus modernes, comme les émetteurs tout-film du satellitaire ou du digital de terre.

Le poids de la production propre sur le total de la programmation peut varier beaucoup, mais ce qu'il y a en commun entre tous les émetteurs c'est la programmation. La construction (anticipée) de ce qui sera le présent pour millions de personnes.

#### 4. Conséquences

Toutes autres différences du point de vue économique et juridique entre la télé et l'édition classique descendent du chronotope que nous avons défini. Le *broadcaster* ne vend pas des produits, il sert au public des *journées* de programmation et il vend aux publicitaires du temps, le temps de présence du public en face de la vidéo. Tout le reste sont encore des métaphores (la vente des têtes ou la vente de l'attention), mais le marché se développe autour du temps. L'émetteur peut produire en propre des programmes, ou les faire produire, ou elle peut acheter des produits déjà existants, comme les films. Mais ça c'est des contenus; elle ne vend pas ça. Elle remplit du temps.

Une preuve de plus de la contradiction entre l'édition et la télé: rarement, ou pas, les éditeurs de livres et même les producteurs de films deviennent des bons *broadcasters*; seuls les grands éditeurs de journaux, parfois, y réussissent. Et il s'agit généralement de *pay-television*, Murdoch



au niveau mondial, Time-Warner aux Etats-Unis, le secteur de la télévision le plus semblable à l'édition périodique. Le cas le plus frappant de *success story* télévisuelle, celui de Berlusconi, voit au contraire la débacle des éditeurs traditionnels (Mondadori et Rusconi avaient essayé en 1980-82 de créer leur propres émetteurs, mais ils ont dû se retirer dans une année ou deux et vendre à Berlusconi) et la victoire d'un ex-constructeur de maisons, et de sa télé où les contenus étaient la dernière chose, ou les seules choses importantes étaient la programmation et la publicité. Et la politique.

A propos de politique, entre la télévision et les formes traditionnelles d'édition (en particulier les livres et les journaux) il y a aussi une différence, voire une opposition, en termes de règles juridiques.

Le principe idéal de l'édition classique est la liberté de presse, qui caractérise les constitutions modernes dès le dix-huitième siècle, basé à son tour sur le presupposé que les journaux et les livres soient, ou puissent être, un anti-pouvoir qui puisse exercer une fonction critique en face aux gouvernements et aux classes dominantes. La liberté de la presse est la plus absolue des libertés, jusqu'au First Amendment à la constitution américaine qui interdit aux législateurs d'émettre aucune loi en matière. La presse ne doit être assujettie à aucune forme non seulement de censure, mais aussi d'autorisation et de concession.

La situation est totalement différente pour la télé: aux Etats-Unis, où la télévision est dans la quasi-totalité privée, il y a en tout cas un oligopole, et un système de concessions. Dans la majorité des pays d'Europe occidentale on a considéré tout à fait normal, pour plusieurs dizaines d'années, un contrôle direct par l'état, qui pour s'il était appliqué à la presse serait considéré une

expression del totalitarisme, et la "libéralisation" qui a suivi a conduit en tout cas à formes d'oligopole avec une lourde interference des pouvoirs politiques. Les formes d'inceste entre politique et télé sont aujourd'hui les plus variées jusqu'à la situation exceptionnelle (on a parlé d'emergence démocratique) de mon pays, ou un *broadcaster* "privé" a pu conquérir le pouvoir sans une réelle opposition.

L'idée de liberté de presse n'a jamais été appliquée en sa forme pure à la télévision. Mais ce qui est le plus interessant, ce sont les raisons qu'ont été citées pour exclure ce média, absolument central, des règles générales de la communication: on parle, toujours, d'un trop et d'un trop peu. Trop peu de fréquences (et alors, mieux un contrôle public, ou on ne doit pas se lamenter des oligopoles), trop d'influence (et alors, encore, mieux un contrôle public, ou des formes directes ou indirectes de censure). L'anti-édition se donne, pour s'opposer à la "normalité" de l'édition, des arguments très variés, voire contradictoires. Le liberalisations des années 70-80 ont été de ce point de vue une occasion largement perdue. Et si on pense que le Web sera capable en soi-même de resoudre l'anomalie, le risque d'un desabusement sont si possible encore plus forts.

Si on essaie de lire les soixante ans derniers comme continuité, la télé peut être définie en fait, dans l'occident de la deuxième moitié du vingtième siècle et du debut du vingt-et-unième, comme l'anti-édition, le renversement des protocoles qui sont considérés la *norme* dans l'édition, des livres et des journaux, des disques ou des films. Le média qui a été dominant (du moins en termes de public) pour environ soixante ans suit des règles qui sont l'opposé des règles dominantes de l'édition aux pays démocratiques. Une liberté de publication absente, ou partielle; une économie basée non sur la vente des contenus mais sur la vente d'autre chose (les têtes des spectateurs ou

le pur et simple temps de programmation?); une "production" qui ne laisse aucun produit physique, mais qui n'est pas assimilable au spectacle "vif" parce-qu'il se traite, en tout cas, de communication *de masse*.

Il y a aussi un autre aspect d'opposition entre la télévision et l'industrie du livre, qui représente l'un des grands lieux communs des soixante ans derniers: le livre en tant que média propre de la culture, l'édition des livres centre de la vie intellectuelle des différents pays; la télé, au contraire, en tant que degré zéro de la culture. Le livre comme instrument pour "cultiver", la télé forme de communication qui ne requiert d'effort mental. Le "frigorifère du cerveau" comme l'appelaient les communistes italiens aux années Cinquante, même en présence d'un projet tout à fait pédagogique de la part des démocrates chrétiens. Il est surtout grâce à la télévision que dans un nombre croissant de pays européens on voit des formes d'anti-intellectualisme du type qu'on avait vu auparavant seulement aux Etats-Unis; qu'on peut parler de ce que j'ai appelé la société post-alphabète, dont le mot d'ordre est "nous en savons [grâce à la télé] assez"; nous n'avons pas besoin de maîtres. Ni des livres.

##### 5. En somme: l'anti-édition

Si on regarde le système des médias dans sa totalité, l'opposition entre la télévision et l'édition traditionnelle laisse la place à la complémentarité: l'exception télévisuelle devient un élément central de la normalité de la communication dans son ensemble. On peut distinguer deux périodes.

Dans la période qu'en France on appelle "les trente glorieuses", la télé d'état, en Europe, a

été l'instrument pour une sorte de contrôle "paternel" de type systémique. Le rôle de l'oligopole des *networks* aux Etats-Unis est tout à fait comparable. Du point de vue de l'évolution générale du système de la communication on a vu en fait un équilibre paradoxal et un facteur de croissance généralisé dans la co-existence de ceux deux modèles opposés. La télé, en tant que puissance industrielle incomparable avec même les plus grands des maisons d'édition, a exercé formes d'hégémonie très matérielles: un exemple pris de l'histoire de mon pays nous dit qu'aux années 1960 autour de 20.000 intellectuels avaient des contrats avec la RAI, en tant qu'auteurs, experts, discutants. Et dans plusieurs pays, y inclus la France, la télé est devenue la promotrice principale des produits éditoriaux. La télé, en tant qu'expression extrême de la présence de l'état dans la culture, était l'instrument le plus puissant de politique culturelle. Elle aurait pu s'emparer de journaux, éditeurs de livres, maisons de cinéma, mais les lois régulatrices (aussi aux Etats-Unis) l'empêchaient: l'équilibre du système demandait que l'édition soit "protégée" contre la télé.

Deuxième période. L'exception (et l'hégémonie) télévisuelle semblent, d'un côté s'être accentuées, de l'autre côté s'être modérées, avec les grands changements suivis à la crise du pétrole. On a vu la naissance d'une *pay-television* qui est payée en forme d'abonnement comme les journaux, ou spectacle par spectacle comme le cinéma; et des produits qui ne sont plus totalement volatiles, mais qui prennent la forme de cassettes ou de DVD, et peuvent être achetés, ou auto-produits: dans cette perspective on peut parler d'un rapprochement de la télévision au modèle classique de l'édition. Mais on a vu aussi l'explosion du modèle américain en Europe, et de ce point de vue l'exception télévisuelle s'est accentuée. Dans la même période, et je pense qu'il ne soit pas par chance, les politiques culturelles des états et des municipalités se sont données des

instruments autonomes, et eux-mêmes ouvertement opposés au modèle télévisuel.

Plus tard, quand Internet a mis en discussion tous ensemble les différents modèles qui avaient régulé l'industrie culturelle, le *business model* de la télé s'est imposé pour l'instant comme le plus fonctionnel à l'économie d'Internet en tant que source de contenus éditoriaux. Google, le géant du réseaux, vend le temp et l'attention de ses utilisateurs aux publicitaires. L'exception télévisuelle serait-elle en train de devenir la vraie règle du système?

Deux notes pour finir. La première. L'opposition et la complémentarité entre la télé et le modèle classique de l'édition sont bien lisibles, comme nous l'avons vu, dans les termes de l'économie et du droit des médias. Mais je suis convaincu en général que dans l'histoire des médias les règles juridiques et les *business models* (et même les technologies) doivent être lues non pas en termes de *causes* en soi, plutôt en tant que terrains de negotiation et de compromis, toujours provisoires (mais avec l'apparence de stabilité qui est propre des lois, et des standards technique) entre procès et conceptions dont les racines psychosociales et culturelles sont souvent de bien plus longue durée.

La deuxième. Le *business model* de la télé, je disais, semble le mieux adapté à l'économie d'Internet. En fait les éditeurs qui restent liés au modèle classique semblent travailler surtout *contre* Internet, en défendant le copy right comme une grande muraille contre les barbares (mais l'empereur qui a commencé la grande muraille était le premier grand bruleur de livres...), ou en essayant d'appliquer à la lettre le modèle de la *pay-TV* contre la prevalence du tout-gratuit. L'alternative la plus prometteuse est appelée de plus en plus le "what-the-hell model of business", basé non sur la gratuité absolue mais sur la quasi-gratuité. Une nouvelle forme d'anti-édition?