

La télévision populaire de masse est-elle sur le déclin? Non

● RTL-TVI lancera bientôt un nouveau télé-crochet canin. Ni chanteurs, ni humoristes, ni magiciens, les candidats à suivre pendant plusieurs semaines seront des chiens accompagnés de leur maître.

● Exemple-type d'une télé de divertissement grand public qui aurait du mauvais sang à se faire?

■ Je crois profondément à la télévision populaire, pour laquelle je travaille depuis trente ans. La télé reste un vecteur collectif d'émotions. Et ça, c'est irremplaçable. Elle répond à une quête de lien social. Bien sûr, il faut s'adapter aux nouveaux modes de consommation et de distribution mais, alors qu'on nous annonce notre mort depuis quinze ans, je suis plus optimiste que jamais!

“L'avenir sera donc à la combinaison entre renouvellement et air du temps, et stabilité, lisibilité et cohérence pour répondre à la demande du public.”

STÉPHANE ROSENBLATT

Directeur des programmes de RTL-TVI.

D'ici peu débarquera sur votre antenne une sorte de télé-crochet dont les candidats seront des chiens. Un divertissement de plus dans une grille déjà friande du genre, et qui suscite l'étonnement voire la moquerie. Quel est, selon vous, l'intérêt de cette nouvelle production ?

Je crois profondément à la télévision populaire pour laquelle je travaille depuis trente ans. Une télé populaire, c'est du divertissement dans tous les domaines. Elle fait de l'information, de la sensibilisation, du sport, de la fiction... Tous types de programmes susceptibles de toucher le plus grand public mais, et c'est très important, avec un niveau élevé d'exigence.

En quoi la notion de niveau d'exigence s'applique-t-elle à ce nouveau programme ?

Je dirais que le niveau d'exigence concerne le niveau de professionnalisme et de respect du public. La vocation de RTL est de toucher à tous types d'émissions pour peu que celles-ci rencontrent le grand public. Aujourd'hui, on a envie de tenter des choses. C'est ce qu'on a fait par exemple avec "Vu à la télé". C'est populaire et revendiqué comme tel. L'émission représentait un risque pour une chaîne comme la nôtre, mais elle a trouvé son public. Autre exemple: "D' Cath". C'est une manière de revoir une des thématiques classiques de la télévision qu'on avait abandonnée parce qu'elle ne s'était pas renouvelée, à savoir l'émission animalière. L'attachement qu'ont les Belges pour leurs animaux de compagnie est constant. Le tout est d'amener le sujet de façon moderne: ici en suivant, semaine après semaine au travers des activités quotidiennes d'un vétérinaire de terrain, la relation entre les gens et leurs animaux de compagnie. Et là aussi, le public a répondu présent. Donc le potentiel est là. Encore faut-il le faire correspondre à une écriture suffisamment contemporaine. Concernant l'émission dont vous me parlez,

nous avons eu une opportunité et donc nous essayons encore quelque chose.

Où est la limite entre recherche du plus grand public et nivellement par le bas ?

Le nivellement par le bas n'est pas dans le type d'émissions que vous faites mais dans son traitement. Ce qui

compte, c'est comment on fait les choses. Nous sommes très respectueux des chiens, de leurs maîtres et du public. Je revendique et j'assume totalement le fait qu'avec une émission comme celle-là, nous faisons de la télévision populaire qui a pour mission de divertir. Rien d'autre que d'amuser à une heure où les gens en ont envie. Le divertissement léger a toute sa place dans un monde anxigène tel que nous le connaissons. C'est important de faire de la place à ce type de produit, à côté d'autres productions plus exigeantes, en termes d'information par exemple. Mais parler au plus large public, pour moi, est une vraie vocation. Et je suis certain d'une chose: tirer vers le bas, cela ne fonctionne pas! C'est une expérience de très longue date que j'ai en télévision. Croyez-moi: si vous vous moquez du public, il ne vous suit pas. Ne prenez jamais les gens pour des imbéciles. Vous n'obtiendrez pas leur confiance en les méprisant!

Cette télé traditionnelle de masse très grand public ne s'esouffie-t-elle pas vu, notamment, les changements de comportement du spectateur ?

Non, je suis plus optimiste que jamais. D'abord, chaque année, nous effectuons des tests de perception auprès de notre public auquel nous posons des questions qualitatives. Eh bien, ceux-ci nous confirment dans nos choix et nous montrent que notre image a évolué. Alors bien sûr, il y a des oiseaux de mauvais augure. Cela fait quinze ans qu'on dit que la télé va disparaître. Nous sommes donc des morts-vivants! Sérieusement, je peux vous dire que quand, comme jeudi soir, 700 000 personnes décident de regarder, ensemble, un film comme "Stars 80" qui avait déjà tourné au cinéma, en DVD et en télé à la demande, cela nous rassure complètement sur le fait que la télévision reste un vecteur collectif d'émotions. Elle répond à une quête de lien social, au souhait de se rassembler, participer à des événements. L'avenir sera donc à la combinaison entre, d'une

part, renouvellement et air du temps et, de l'autre, stabilité, lisibilité et cohérence pour répondre à la demande du public, avec des contenus qui peuvent être vus sur de grands écrans et d'autres sur les plus petits.

Entretien : Monique Baus

Oui

■ La consommation de la télévision se morcelle. Elle se fait de plus en plus à la demande et de manière plus individualisée. Si le comportement des jeunes d'aujourd'hui n'évolue pas dans les vingt à trente années à venir, on trouvera d'autres lieux pour regarder les programmes qu'on qualifie aujourd'hui de populaires. C'est l'évolution des pratiques sociales qui va déterminer l'avenir de la télévision.

“Les patrons des chaînes cherchent par tous les moyens à récupérer ceux qui pourraient s'enfuir du système télévisuel pour les remettre dedans. On peut dire que la télévision est à la croisée des chemins.”

FRÉDÉRIC ANTOINE

Professeur à l'École de journalisme de Louvain (EJL).
Spécialiste des médias.

Où va la télévision lorsqu'elle propose désormais des émissions dans lesquelles des duos de chiens tiennent la vedette ?
Des chiens qui font des numéros ça existe dans les cirques depuis toujours et il y en avait dans les numéros de music-hall des années 50. La télévision ne fait que montrer des choses qui divertissent les gens. A partir du moment où il s'agit d'une grande machine à spectacle, pourquoi pas des chiens qui s'affrontent lors d'émissions de pur divertissement.

Est-ce le rôle de la télévision de faire du divertissement ?

Est-ce que la télévision a un rôle ? La télévision historique avait le rôle d'informer, de former et un peu de divertir. Mais à l'heure actuelle, reconnaissons que le rôle qu'elle remplit le plus c'est celui de divertir. C'est ce à quoi contribue l'émission de RTL-TVI que vous évoquez. Il y a là un filon et on en exploite toutes les possibilités. Etant donné qu'il y a de plus en plus de chaînes et de concurrence, la télévision tente de conserver une identité par rapport à ce qu'on peut voir sur Internet, sur Netflix et consorts. Elle propose donc des programmes de divertissement qu'on a peu de chances de trouver ailleurs. Dans un monde surmédiatisé, décliner tant qu'on peut c'est une façon d'essayer de maintenir une particularité en faveur d'un support de communication.

C'est une question de survie pour la télévision ?

Ce qui fait le monde d'aujourd'hui, c'est le morcellement. Il y a encore des grands événements télévisuels qui réunissent tout le monde, mais autrement chacun évolue dans son propre univers. Et ce n'est pas ce qu'on va trouver sur Internet ou les chaînes de télévision proposées sur le Web qui vont changer la donne car tout y est très pointu. La télévision va continuer à se morceler de la sorte et la question va se poser de savoir s'il sera en-

core question de télévision. Car, en effet, la télévision c'est une consommation plus ou moins collective d'un programme conçu pour être vu à une heure relativement définie et par un public déterminé. Or, aujourd'hui, la consommation se fait à la demande et de manière plus individualisée. La fonction sociale de la télévision, celle qui permet à un groupe ou à une société d'avoir un peu de ciment, d'être soudée, se transforme. Si

les grands programmes continuent d'attirer du monde, c'est parce que le public est distribué de manière large, qu'il y a des catégories d'âge différentes et qu'une bonne partie des téléspectateurs figurent dans la tranche d'âge adulte voire mûre. Il faudra voir comment les jeunes d'aujourd'hui, lorsqu'ils auront vingt à trente ans de plus, se comporteront vis-à-vis de la télévision. Vont-ils revenir à l'idée qu'un média qui se consomme de façon plus collective et plus sociale est plus intéressant ou la culture de l'usage individuel des médias – sur tablette, à la demande, etc. – va-t-elle s'imposer ? Si cette dernière hypothèse se réalise, la télévision va finir pas en pâtir.

Il y a danger pour la télévision populaire ?

Sans doute. Si les comportements n'évoluent pas en fonction des catégories d'âge, on trouvera d'autres lieux pour voir les programmes qu'on appelle aujourd'hui populaires. Même chose si l'envie de partager ce qu'on regarde avec ses enfants ou d'autres personnes disparaît.

Les supports priment-ils aujourd'hui sur les contenus ?

Pas encore, mais une concurrence commence à s'établir entre les deux. Les patrons des chaînes de télévision en sont conscients. C'est pour ça qu'ils investissent dans les nouveaux médias, développent les consommations en différé et des présences sur le Web. Idem pour l'interactivité qui s'invite désormais des contenus qui sont des programmes linéaires par excellence. C'est le cas de la fiction "Esprits de famille" sur la RTBF. Les patrons des chaînes cherchent par tous les moyens à récupérer ceux qui pourraient s'enfuir du système télévisuel pour les remettre dedans. On peut dire que la télévision est à la croisée des chemins.

En Belgique, on a pourtant jamais autant regardé la télévision si on en croit les chiffres...

Oui mais on a atteint un plafond en termes de temps passer devant la télévision. On constate aussi que la télévision se regarde en différé et sur les nouveaux supports. Les pratiques évoluent et on commence à en tenir compte dans les mesures qui sont faites...

Entretien : Charles Van Dievoert