

# Redéfinissons la culture et ce qu'est la qualité télévisuelle

François Jost, professeur en sciences de l'information et de la communication, estime qu'avant d'imaginer la télévision de demain, il faut savoir ce que l'on veut transmettre aux téléspectateurs et déterminer la juste manière d'évaluer un programme

Par FRANÇOIS JOST

Si Emmanuel Macron affiche son ambition de faire de la politique autrement, il est un point sur lequel il rejoint ses prédécesseurs : sa volonté de transformer l'audiovisuel public. De Valéry Giscard d'Estaing à François Hollande, chaque président y est allé de sa réforme, persuadé de trouver la recette miracle pour le moderniser. En 1974, pour en finir avec la lourdeur de l'Office de radiodiffusion-télévision française (ORTF), qui réunissait en son sein télévision et radio, on décida de donner aux chaînes leur autonomie.

Aujourd'hui, on parle de la création d'une holding pilotant la radio publique et France Télévisions. Ainsi va la vie des institutions : dans un premier temps, on fragmente pour, croit-on, amener plus d'efficacité, dans un second, on réunit, on « mutualise » pour faire des économies. Mais, aujourd'hui, ce n'est pas ce seul mouvement pendulaire qui motive une nouvelle réforme.

Selon *Télérama*, le président de la République aurait déclaré début décembre : « *L'audiovisuel public, c'est une honte pour nos concitoyens, c'est une honte en termes de gouvernance* », ajoutant que Radio France et France Télévisions ne cherchent pas à « *éduquer des gens qui sont loin de la culture (...), qui ne vont jamais regarder ni Arte ni une chaîne de télévision publique* ». Il aurait aussi dénoncé « *la médiocrité des programmes et des contenus* », et l'absence de réflexion sur « *le continent sur lequel nos gamins sont en train de s'éduquer* », c'est-à-dire Internet.

Une fois de plus, c'est donc la question des missions du service public qui est posée.

A cela près que, dans la bouche d'Emmanuel Macron, la fameuse formule ternaire « informer, cultiver, distraire » subit une restriction remarquable. Exit le divertissement : la télévision – car c'est bien la télévision que vise le président – ne devrait avoir qu'une visée pédagogique. C'est oublier le troisième terme qui a pourtant donné ses lettres de noblesse à l'art télévisuel : que l'on pense aux magnifiques programmes de Jean-Christophe Averty ou, même, aux émissions de variétés de Maritie et Gilbert Carpentier...

Plus étonnant encore : au terme « cultiver » s'est substitué celui d'« éduquer ». Cette réduction n'est pas nouvelle. Elle date même des pre-

mières années de la télévision française. En 1948, le député Robert Bichet, ancien sous-secrétaire d'État à l'information, définissait les fonctions de la télévision de la façon suivante : « *C'est donc depuis trois ans que la télévision ne se contente plus d'informer ou de distraire; elle essaie aussi d'éduquer, d'orienter et d'instruire.* » Peut-on moderniser les médias audiovisuels en revenant à une époque où n'existait pas la redevance et où la relation au téléspectateur était d'abord conçue comme verticale ?

Outre le fait que le Web 2.0 nous a habitués à des relations horizontales et interactives entre les internautes, permettant à tout un chacun de s'exprimer sur n'importe quel sujet, que faut-il entendre par « la culture » au singulier ? Un répertoire qui devrait être connu de tous, comme le souhaitait la politique culturelle prônée par Malraux, qui voyait dans la télévision un vecteur de diffusion des grandes œuvres, de même que le livre de poche et le Théâtre national populaire (TNP) ?

Mais l'époque a changé. Le problème n'est plus de savoir s'il faut diffuser la culture, mais

de s'accorder sur ce que signifie ce terme. L'idée même de culture cultivée (« la culture ») a explosé sous la pression des sciences humaines et de sa définition ethnologique. Tout ce qui est humain devenant culturel, les arts ou les médias naguère simplement « légitimes », comme disait Bourdieu, se sont trouvés d'un coup légitimés : chanson, rock, BD ou mode. L'hommage à Johnny Hallyday, auquel participait le président de la République, en a donné une preuve incontestable. Une des tâches urgentes est donc de susciter un débat public pour déterminer quel sens nous voulons donner aujourd'hui à la « culture », au lieu de laisser à chaque président le soin d'adopter sa propre définition, ce qui s'est traduit par des changements de cap incessants ces quinze dernières années.

On peut en dire autant du terme de « qualité », que tout contempteur du service public dénie à la télévision actuelle. Après l'éclatement de l'ORTF, on avait introduit un indicateur pour contrebalancer la distribution de la redevance entre les chaînes et pour éviter que domine le seul critère de l'audience. Aujourd'hui, celle-ci est devenue l'unique façon de juger les programmes, de sorte que France Télévisions se trouve face à une injonction contradictoire : la publicité a été supprimée après 20 h 30 pour que ceux-ci échappent

à la quantification du public. Le seul effet tangible a été d'appauvrir France Télévisions. Et l'on continue d'estimer leur réussite en fonction du nombre de téléspectateurs.

## L'AUTRE INDICATEUR DE SATISFACTION

Pourtant, il existe, à côté des chiffres de Médiamétrie, un indicateur qui mesure la satisfaction des téléspectateurs : le Quali TV d'Harris Interactive. Les médias rechignent à le diffuser alors qu'il est instructif : non seulement les émissions du service public sont très généralement en tête devant les programmes du privé, mais les programmes qui font le plus d'audience sont rarement ceux qui plaisent le plus aux téléspectateurs. Cette identification de la qualité à la satisfaction n'est pas suffisante. Si l'on exige des programmes de qualité, il faut réunir tous les acteurs de l'audiovisuel et des représentants des téléspectateurs pour élaborer des indicateurs fiables qui permettent de les évaluer correctement. C'est d'autant plus urgent que les recommandations et les notes auront de plus en plus un rôle crucial dans le choix des replays, ces programmes visionnables après leur diffusion.

Quand on aura donné du sens aux mots (culture, qualité), qu'on cessera de juger à l'emportepièce les programmes en fonction de son

seul goût, on pourra commencer à imaginer la télévision de demain. S'il est bien imprudent de prédire sa mort, comme c'est la mode aujourd'hui, une chose est sûre, la délinéarisation (c'est-à-dire le fait de pouvoir choisir les programmes à la carte) ira en s'accroissant. Les jeunes regardent de moins en moins la télévision, et pourtant 93 % des vidéos qu'ils visionnent en proviennent. Ce paradoxe témoigne du fait qu'ils refusent d'être programmés par des grilles qui les enferment mais qu'ils n'en refusent pas forcément ses contenus.

Avant de savoir s'il faut réformer les structures et rapprocher telle ou telle chaîne de télévision de telle ou telle radio, il faut se demander comment satisfaire toutes les attentes du consommateur d'images et de sons en même temps que toutes les missions du service public, y compris divertir et informer, en jouant sur les possibilités offertes par le transmédia de créer un « média global », c'est-à-dire un média où radio, télévision et Internet se renvoient, se complètent et créent un monde dans lequel chacun peut construire son propre parcours. ■