

mo millennio)⁴, considered by now a ‘classic’ of the Italian contemporary essay writing. Calvino believed lightness was the most important literature’s feature. Both scholars try to analyze the meaning of the attribute and to discover its presence in the 20th Century prose and poetry, and, finally, to develop their effort of comprehension in essayistic form. Dolfi traced back the presence of lightness by quoting numerous passages from the European literature, rendering in this way her text plentiful of erudition, but also impersonal, objective and distant. On the other hand, Curreri carried out a successful essayistic analysis of the subject by combining his personal experience with the reinterpretation of Sciascia’s novels. Although Sciascia treated very heavy subjects, like mafia or code of silence, Curreri managed to prove the ‘lightness’ of his prose. Both papers show what literary criticism can be:

on one hand, an interesting and impressive expertise; on the other hand, a mixture of reflection and knowledge interweaved with peculiar literary form characterized by visible presence of the author, that is to say – a truly essayistic approach.

Finally, I believe that the study edited by Anna Dolfi represents a successful attempt to fight against the secondary position of essay as literary form. The variety of papers included in the book testifies how rich and rewarding the reflection upon essay can be and, moreover, how deep and wide cultural, artistic, anthropological, historical and social knowledge such a reflection requires. I think such a detailed research upon writers’ essay writing should be continued not only on the Italian, but also on the Polish cultural background.

Paulina Orłowska



Jean-Luc Chetrit, François Rudel

La Télévision est morte... vive ma télévision!

Carat, Éditions SW Télémaque, Paris 2014, 178 pp., ISBN 978-2-7533-0241-9

Dans le second numéro de «Studia Medioznawcze» [Études en sciences de la communication] de l’année 2014 j’ai écrit sur les changements qu’a connus la télévision publique française après le passage de la diffusion analogique à la diffusion numérique (TNT)¹. J’insis-

tai alors sur l’impact profond de la digitalisation sur l’image de la télévision publique dans la société française. Ce n’est qu’après la publication de cet article qu’est paru ce nouveau livre. Il a non seulement confirmée mes thèses mais les a développés et a élargi leur portée en incluant

⁴I. Calvino, *Six memos for the next millennium*, Cambridge 1988. The Harvard University Press edition was the first, post-mortem, edition of the book. The Italian edition was published later same year.

¹K. Gajlewicz-Korab, *Le futur du secteur des médias publiques français dans l’ère du TNT sur l’exemple de France Télévisions*, «Études sur les Médias», N°2 (57) 2014, p. 85–93.

dans l'analyse les médias privés. Les auteurs de l'ouvrage *La Télévision est morte...vive ma télévision!* ne se sont pas limités à décrire la transformation du système français de diffusion. Ils ont surtout voulu aborder la question des fonctions de ce média et traiter des modes de consommation à l'ère des nouvelles technologies. Dans le cas du secteur audiovisuel en France, il faut noter que le rapport entre les chaînes de télévision qui se font concurrence et les plateformes sur internet, telles que Netflix, n'est pas encore clarifié.

L'analyse est menée par un duo intéressant: Jean-Luc Chetrit et François Rudel. Le premier d'entre eux est président de l'une des plus grandes entreprises britanniques du secteur des médias fort présente en France – Carat France. Il possède une expérience dans le secteur du marketing, puisqu'il s'est occupé de la communication sociale. Le second auteur, François Rudel, s'inscrit dans le monde académique et est également un expert indépendant des médias, qui examine en majeure partie l'impact des nouvelles technologies sur ceux-ci (il est ingénieur de formation). Il fait de la prospective dans le domaine des médias et est auteur de multiples rapports et analyses liés au fonctionnement de l'internet.

La thèse principale proposée par les auteurs de l'ouvrage peut sembler banale, mais au fil de la lecture, elle a été soutenue par des données statistiques et argumentée de manière attractive «Tous ces nouveaux équipements n'ont pas seulement élargi les possibilités de loisirs à la maison, ils ont également, et plus subtilement, changé nos mentalités, nos attentes, et même parfois nos besoins»². En lisant les différents chapitres du livre, on a à chaque fois l'impression que l'aspect décrit vient appuyer

la thèse non seulement à l'aide de données, mais également par les propos de praticiens et d'analystes du marché des médias. Ainsi, les avis des spécialistes et la variété des points de vue enrichissent significativement l'approche. L'ouvrage est composé de trois parties, et chacune d'entre elles est divisée en fonction des problèmes abordés. La structure du livre, qui reflète les éléments principaux du système audiovisuel français, est un de ses avantages. La division proposée ressemble à celle des manuels universitaires publiés en France, que j'apprécie pour leur clarté et la possibilité de trouver en un instant les passages qui nous intéressent. Il faut également souligner le jeu habile sur la typographie qui met en valeur les thématiques et permet de bien repérer les opinions des experts. La dimension graphique est donc cohérente, et les nombreux diagrammes illustrent de manière claire la problématique traitée. Les méthodes de recherche sont les suivantes : analyse de contenu, qualitative et quantitative, analyse systémique, analyse centrée sur un problème, analyse historique.

La première partie du livre est axée sur la description du marché audiovisuel contemporain, en prenant en compte la description technologique, sociale ainsi que la description du système. Elle comprend trois chapitres. Le premier décrit les changements dans la façon de regarder la télévision par rapport au nombre et aux types d'écrans. Leur nombre a augmenté ces dernières années. En 2008, on comptait 4,4 postes de télévision par foyer, alors qu'en 2013 on en compte déjà 6,5³. Et il ne faut pas oublier que grâce à l'accès à internet à haut débit en France, utilisé par trois quarts de la population du pays, la majorité des appareils qui y sont connectés permettent de regarder la télévision

² J.L. Chetrit, F. Rudel, *La Télévision est morte... vive ma télévision!*, Carat, Éditions SW Télémaque, Paris 2014, p. 1.

³ J.L. Chetrit, F. Rudel, *La Télévision est morte...*, op. cit., p. 18.

indépendamment du lieu et de l'heure. Les auteurs affirment que cela mène à une modification de la manière de penser le téléspectateur, et que, de ce fait, l'ancienne approche de la télévision devient révolue⁴. Le deuxième chapitre est consacré au fonctionnement des chaînes de télévision, en partant des droits d'auteur pour finir par les grilles de programmes des chaînes. C'est un chapitre intéressant pour les non spécialistes mais sans relief pour les experts en la matière. Il n'apporte rien de nouveau. Il manque une nécessaire comparaison des systèmes français et étrangers quant à la production ou au droit d'auteur. La seule information notable est le constat de l'américanisation du goût des Français depuis plus d'une décennie, et leur lutte inefficace pour les financements européens. Enfin, le troisième chapitre analyse la crédibilité des méthodes de recherche au vu des rapports entre processus de production et diffusion télévisuels et pratiques des publics. C'est le plus significatif. Les auteurs affirment entre autres (n'omettons point leurs centres d'intérêt) que les méthodes de recherche doivent être adaptées aux buts que veut atteindre l'acheteur d'espaces publicitaires⁵. Les auteurs tentent d'expliquer à quoi servent les recherches d'impact et s'interrogent sur l'approche méthodologique, afin que les résultats disponibles pour les annonceurs soient plus utilisables. Les données réunies dans ce chapitre — dont la fiabilité est dûment questionnée — sont toujours très intéressantes et nous informent sur la modification du mode de consommation de la télévision en France. Un des exemples est le diagramme de la page 74, sur lequel on peut lire que 94% des adolescents (âgés de 12 à 17 ans) effectuent d'autres activités tout en regardant la télévision,

alors que seulement 24% des septuagénaires font de même⁶.

La deuxième partie du livre est consacrée à l'influence de l'internet sur la façon de regarder la télévision par les Français. Elle se concentre plus précisément sur la présentation des possibilités des plateformes web interactives, qui ont orienté la manière linéaire de regarder la télévision vers une approche plus «individuelle» (je regarde ce qui me plaît et quand je veux). Les auteurs démontrent que les services VOD, désormais accessibles à tous grâce aux plateformes multimédia, à l'internet à haut débit et à la télévision hybride, représentent une valeur sûre du marché. Ils mettent aussi un accent particulier sur la façon dont l'apparition de plateformes telles que Netflix a transformé la popularité relative des diverses chaînes télévisées traditionnelles, et ont comparé cette évolution à celle du marché américain⁷. Ils se sont également demandé si la télévision hybride n'était pas une bonne alternative aux plateformes interactives, puisqu'elle permet non seulement de regarder la télévision de manière standard, mais aussi de surfer sur internet par le biais de l'écran de télévision. Dans la seconde partie de ce chapitre, nous trouverons le passage le plus intéressant de l'ouvrage. Il évoque la modification des modes de consommation de la télévision. Grâce aux nouvelles technologies, le public destinataire des chaînes de télévision est devenu un client pour lequel sont produits et émis des messages dans une temporalité qu'il choisit. Les téléspectateurs ne sont plus spectateurs. Ils deviennent des clients conscients de leurs besoins, qui veulent regarder non pas *un* programme *quelconque*, mais *leur* programme (celui qui m'est destiné et que j'ai choisi)⁸. Les

⁴ Ibidem, p. 18–24.

⁵ Ibidem, p. 79.

⁶ Ibidem, p. 74.

⁷ Ibidem, p. 83–93.

⁸ Ibidem, p. 123–127.

auteurs ont aussi remarqué qu'en se connectant aux services VOD les téléspectateurs mettent à disposition des fournisseurs une énorme richesse, c'est-à-dire leurs données personnelles, leurs préférences, et même leurs coordonnées bancaires. Ainsi nous ne sommes plus anonymes, et en regardant un programme ciblant nos besoins, nous le payons au prix fort.

La troisième partie du livre est également prenante et ouvre la voie à de probables débats puisqu'il s'agit de prospective. Le scénario proposé par les auteurs de l'ouvrage est très pertinent, prête certes à controverse mais pousse à une réflexion multipolaire. En raison du caractère parfois surprenant des hypothèses (par exemple la théorie de la disparition des chaînes télévisées), je ne vais pas les décrire afin de laisser des éléments de surprise aux lecteurs. C'est surtout le dernier développement du livre, où sont présentées quatre visions du futur de la télévision, qui mérite d'être entouré d'un voile de mystère, parce qu'il représente selon moi le point d'orgue de l'ouvrage. C'est justement ce pronostic qui fait que l'ouvrage vaut la peine d'être lu et qu'il faut s'interroger avec ses auteurs sur l'influence des nouveaux médias et des nouvelles technologies sur le système médiatique. Le rôle du téléspectateur/client est particulièrement important, bien qu'il soit, selon les auteurs du livre, relégué au second plan par les propriétaires des plateformes et des chaînes télévisées.

Je recommande vivement ce volume, car il représente une lecture édifiante pour les chercheurs et les praticiens de l'Europe centrale et orientale. Le système des médias électroniques en Pologne s'appuyait sur les modèles français et bien que ces deux systèmes s'orientent aujourd'hui dans des directions différentes, cela vaut la peine de suivre les solutions introduites en France. Le texte n'est pas exempt de défauts, maints passages pourraient être abrégés, voire éliminés en raison du caractère évident du propos, et d'autres plus captivants, comme les éléments de prospective, devraient être complétés par les commentaires ou opinions d'experts. Il faut cependant admettre que la structure du livre est très intéressante et mettre en valeur le fait qu'il a été rédigé par un chercheur et un praticien. La forme abordable du livre, son langage compréhensible (y compris pour une personne maîtrisant le français au niveau B1) sont des qualités rares et appréciables pour un ouvrage de vulgarisation scientifique (surtout français). J'incite les chercheurs, les étudiants, ainsi que les praticiens vivant en dehors du territoire français à la lecture de cet ouvrage, afin qu'ils comprennent que rien ne rapproche si bien les paysages audio-visuels que les nouvelles technologies orientées vers l'interactivité.

Katarzyna Gajlewicz-Korab

