CHRISTINE OCKRENT

Le grand journal du soir

L'homme est seul. Sa chemise blanche fait tache sur l'image. Il s'avance d'un pas presque nonchalant vers la colonne de chars. Le plan, au bout du téléobjectif, tremble un peu, on ne distingue pas son visage. Branchées sur CNN qui pour la visite de Gorbatchev en Chine a multiplié ses moyens à Pékin, les rédactions du monde connu, celui que relient les satellites de communication, se figent.

L'homme se plante devant le premier char et l'arrête. Pour le contourner, l'engin pivote. L'homme fait quelques pas de côté et l'immobilise à nouveau. La caméra, par le rideau entrebâillé d'une chambre d'hôtel, tremble un peu plus. Le char revient dans l'axe de la colonne. L'homme est toujours seul au milieu de l'avenue si large. Posément il escalade le char et frappe au sas pour interpeller le tankiste. L'image s'arrête.

Ce lundi 5 juin 1989, la télévision a désigné le héros de la révolte chinoise. Héros anonyme, dont on ne saura rien de plus, une fois l'image interrompue. Ce jour-là, à l'exception du roumain, de l'albanais et de quelques autres totalitaires soucieux d'amitié officielle, tous les journaux télévisés du monde diffuseront le même plan séquence de quatre-vingt-dix secondes. Le symbole de la révolte chinoise de 89 est une image qui bouge.

Spectaculaire et quotidienne, l'image, par flots, a décrit pendant plus de deux mois les événements de Chine à leur étrange cadence. Pour la première fois le satellite plongeait en direct au cœur même d'un système totalitaire et en montrait les soubresauts ; les caméras servaient la liberté, mais aussi la délation et la mort. Jamais la technologie de l'information n'avait à ce point défié dans son principe même un système politique.

Défié, sans le percer à jour. Car le progrès des techniques n'entraîne pas nécessairement la maîtrise de l'information, une vision plus claire des protagonistes et des enjeux, ni une compréhension en profondeur des phénomènes que les caméras reflètent.

Pour qui s'intéresse à l'information télévisée, le printemps de Pékin a creusé jusqu'à la caricature le fossé entre la technologie du journalisme électronique et l'intelligence de l'événement. C'est là où s'enlise l'exercice le plus sanctifié de l'information télévisée, le grand journal du soir, c'est là aussi le défi qui en renouvelle l'intérêt.

LE RITUEL BANALISÉ

Le paon a remplacé le coq. Avant guerre le gallinacé de Pathé-Cinéma annonçait les nouvelles du monde dans les salles obscures. Un commentateur invisible décrivait avec emphase les quelques événements qui de semaine en semaine semblaient dignes de mémoire. Ni contestation ni polémique : les révolutions n'étaient que lointaines, inaugurations et commémorations ponctuaient la vie nationale. On était au cinéma.

Puis vint la lente mutation cathodique. Il y a quarante ans tout juste, accouchée par quelques pionniers, l'information apparaissait en France dans une télévision balbutiante, sous-développée par rapport aux pays voisins : quinze minutes de radio filmée en studio. Commence alors, accélérée par les progrès techniques, freinée par les à-coups de l'emprise gouvernementale et de la politisation, l'histoire difficile d'une information télévisée à laquelle les différents pouvoirs, et longtemps la presse écrite, nient tout autre statut que la sujétion, toute autre fonction que celle d'être, selon l'expression de Georges Pompidou, « la voix de la France ».

Avec les années 80, l'audiovisuel français change de nature et d'échelle. Les rédactions s'affranchissent, les chaînes se multiplient, le système s'organise peu ou prou autour de l'autorité qui le régit. La vidéo, le satellite et l'ordinateur modifient le rythme du travail et raccourcissent le temps de latence entre l'événement et son image. La télévision devient une industrie chère, partagée entre quelques PME encore alourdies par les traditions du service public, entraînées dans une surenchère commerciale que n'épaule pas toujours une logique d'entreprise.

Le système évolue plus vite et plus profondément que les mentalités, alors que l'on continue encore de réduire en France les enjeux de l'audiovisuel à des querelles de personnes.

Au cœur du dispositif, au centre de ces querelles, un personnage ou plutôt une fonction demeure. Le présentateur du journal du soir est, à tort ou à raison, la figure emblématique de toute chaîne de télévision. Qu'importe si on en change souvent : celui ou celle à qui sera confié l'exercice-roi de l'information télévisée sera couronné d'entre ses pairs. Même éphémère, on le consacrera prophète de l'instant. Sauf à être visiblement inapte, on lui prêtera, selon son tempérament plus que ses compétences et selon son bagou plus que son talent, une qualité qui participe aussi de ce métier hybride : celle de communiquer autant que d'informer.

Traditionnellement en France le présentateur est journaliste. Ce n'est pas nécessairement la règle : en Allemagne il s'agit d'un « lecteur » professionnel, presque un acteur, qui lit un texte mis au point par la rédaction ; même chose en Grande-Bretagne jusqu'à ces dernières années. Aux Etats-Unis le premier « anchorman » d'après-guerre était un animateur de variétés. Certains rêvent au retour de ce mélange des genres, d'autres le pratiquent déjà.

L'influence du présentateur-journaliste sur le contenu du journal varie. Il peut ne plaquer qu'un visage et une élocution sur l'ordonnancement décidé par un rédacteur en chef qui trie et coordonne les propositions des services. Il peut au contraire susciter les idées, établir les priorités, construire son journal en collaboration étroite avec un autre journaliste qui lui, quel que soit son titre — rédacteur en chef ou rédacteur en chef adjoint —, veille à la fabrication même du journal. C'est dans cet esprit qu'à partir de 82 à Antenne 2, le présentateur du journal en est devenu, dans certains cas, le rédacteur en chef. La pratique n'est pas courante : aux Etats-Unis, seul **Dan Rather** a obtenu, dans un mirobolant contrat âprement négocié, le titre de *managing editor*.

Quelle que soit la marge de son pouvoir, la personnalisation extrême d'un journal télévisé autour de son présentateur est inhérente à la télévision elle-même. Le média exige la proximité, implique l'intimité, et son impact, tous genres confondus, passe nécessairement par un médiateur. Aucun système de télévision au monde n'y échappe, malgré les grincements et parfois les rancœurs que provoquent dans ces métiers étroitement imbriqués la starisation, même éphémère, de certains, et l'anonymat sûrement injuste des autres.

Gonflée par une presse qui vit de la télévision en imprimant ses programmes et en colportant ses rumeurs, la personnalisation nourrit aussi l'ego. Il faut au présentateur beaucoup de « bouteille », un peu de mémoire, un sens aigu de la relativité des choses et de la versatilité des comportements pour ne pas croire à son tour au personnage que

la télévision fait de lui, pour ne pas confondre à ses dépens l'emploi et la fonction, l'importance de son rôle et la puissance de l'outil.

Le journal télévisé est devenu en quarante ans la première source d'information des Français, loin devant la radio et la presse écrite. Ancré dans les mœurs, le rendez-vous de 20 heures a longtemps été un rituel pour le plus grand nombre, accolant au journal quelques appellations liturgiques qui rendent mal compte des vrais processus de décision et de fabrication. A tout rituel, son mystère : il sanctifie l'exercice, il sert aussi à cacher bien des misères. Le choix des événements traités, la diffusion d'un reportage plutôt que d'un autre et la contraction des sourcils du présentateur, dont on fait parfois la trame d'un complot, relèvent souvent de simples contingences.

Aujourd'hui, la multiplication des chaînes banalise l'exercice et gomme son mystère. Trois journaux de même vocation, de même durée, à la même heure, sont inévitablement condamnés au même contenu. Les mécanismes de fabrication aussi sont à peu près identiques. La différenciation se joue à la marge et n'explique pas à elle seule le choix des téléspectateurs tel que le quantifient les mesures d'audience. Au moment où changent les modes de consommation de l'information, l'accélération des technologies pousse à remettre en cause le modèle traditionnel du journal télévisé.

CONFORMITÉ ET CONFORMISME

« Sur quoi ouvre-t-on ? » Vers 16 h 30, l'interrogation est la même à TF1, à A2 et à la 5. La réponse souvent est identique, quand l'événement s'impose par son importance : les exécutions en Chine, un Premier ministre non communiste en Pologne, la grève des transports en commun, une décision de justice sur une affaire exemplaire. Encore faut-il qu'il y ait de l'illustration ou un reportage lié à l'événement. S'il n'y en a pas, un autre choix sera fait, lié à une actualité plus prévisible, alimentée en images. A 20 heures, quand démarrent les journaux télévisés, les titres et les thèmes prioritaires seront la plupart du temps les mêmes que ceux qu'auront développés les radios en fin de journée, et les mêmes encore pour la presse écrite qui boucle son édition du lendemain matin.

Pourquoi une telle conformité ? Les mêmes faits produisant dans la presse généraliste les mêmes effets, remontons d'abord leur filière. Les rédactions en France sont très largement dépendantes de l'AFP. Les dépêches d'agence sont leur première source d'information : sur l'étranger l'AFP est jugée largement plus fiable que les

agences anglo-saxonnes. L'AFP tend à conquérir le terrain de l'information locale. L'écriture des dépêches évolue à son tour pour se rapprocher des modes d'expression audiovisuelle : phrases plus courtes, vocabulaire simplifié, résumé plutôt que synthèse. Résultat : les mêmes expressions sont parfois relayées d'un média à l'autre, d'un journal à l'autre, et les clichés de l'information, par phrases entières, s'entrechoquent. Le *Bismarck* ne peut être que « le fleuron de la marine allemande », la tension ne peut que monter dans les territoires occupés, l'espoir fleurit en Pologne, et le douloureux problème du Liban vire au drame.

La paresse d'écriture ou la panne de vocabulaire n'explique pas tout. La rapidité acquise par la technologie est devenue l'éperon fantastique de l'information. Les agenciers le savent qui, malgré les préceptes et la tradition, pressés par la concurrence, n'ont pas toujours le temps de vérifier leurs sources, de brosser le contexte, de boucler la synthèse. Leurs premiers consommateurs, les journalistes télé et radio, moins bien armés encore, leur témoignent une foi aveugle, qui contredit parfois correspondants ou reporters envoyés sur les lieux. Il est dangereux, et rare, de dire autrement que l'AFP, et il arrive même que le journaliste de terrain modifie son papier en fonction de la dépêche que son chef de service lui lit au téléphone. Marginale à côté des agences, la presse écrite, largement nourrie par elles, apporte au journal télévisé sinon des faits — les scoops sont rares — plutôt des idées de reportages ou d'enquêtes décrochées du quotidien : souvent des faits divers, ou des histoires locales que la télévision magnifie, que les radios reprennent... C'est ainsi que le boa de l'information gonfle ses anneaux, au point souvent d'en faire des ronds.

A cette communauté des sources, et donc des faits, que partagent les journaux télévisés, et qui expliquent leur similitude, s'ajoutent des contingences propres au média. D'abord sa lourdeur : une équipe de tournage, même si la video s'allège, est plus visible sur le terrain qu'un ou deux plumitifs, et plus chère à y maintenir. Si la rareté du journalisme d'investigation en France a d'autres explications, plus profondément culturelles, il y a aussi celle-ci, économique : les investissements à moyen terme sont rares dans le journalisme électronique français. Autre pesanteur propre à la télévision : son allergie à l'abstrait. Tout ce qui n'est pas illustrable passe mal. Reste le visage du journaliste : « les papiers » à l'antenne, les éditoriaux, utiles quand ils apportent de l'information, notamment en matière économique, alourdissent vite le journal, en ralentissent le rythme et paraissent souvent redondants tant l'appétit d'images balaie le souci de la précision ou de l'approfondissement.

Les images elles-mêmes gomment de plus en plus la spécificité des grands journaux télévisés. Elles leur sont aujourd'hui largement communes ; si on « zappe » méthodiquement entre 20 heures et 20 h 30, seul leur ordonnancement paraît différent quand leur déroulement n'est pas exactement parallèle. Car les sources d'images, comme les sources d'information, sont les mêmes. Il y a d'abord les EVN — les images versées à la bourse d'échanges par la trentaine de pays membres de l'Eurovision. Trois fois par jour, à Bruxelles et à Genève, les coordonnateurs de l'Union européenne de diffusion proposent par satellite ou par voie terrestre un menu mondial fourni et sélectionné par les télévisions membres. L'information internationale est ainsi disponible à moindres frais — en tout cas celle que couvrent quotidiennement les TV du monde connu, du monde desservi par les satellites. Quand on sait que 80 % en moyenne des images proposées sont diffusées sur les chaînes françaises, on comprend l'enjeu qu'a représenté pour les nouvelles chaînes commerciales, la 5 et la 6, l'appartenance de fait à l'UER, et l'âpre bataille que leur a menée TF1 sur ce terrain. Les reportages exclusifs ou les interviews « chaudes » que réussit telle ou telle équipe de tournage sur un sujet d'intérêt commun sont aussitôt proposés aux EVN, avec priorité de diffusion pour la chaîne émettrice qui parfois les signe. L'image fera néanmoins la ronde des journaux télévisés et les satellites l'accélèrent au point de banaliser la quasi-simultanéité entre l'événement et la diffusion de son image.

Autres sources communes d'images : les archives et les agences. Malgré les efforts récents et méritoires de l'INA, la gestion des images anciennes reste d'autant plus anarchique que les rédactions, ou plutôt les services, ou plutôt les spécialistes de telle ou telle question, gardant aussi la clé du placard, préfèrent constituer leur propre vidéothèque — quand ils ne ramènent pas chez eux les cassettes les plus intéressantes. Pour autant de « nécros » préparés avec les mêmes documents, que d'efforts et d'angoisse pour retrouver des images de Mai 68, ou l'interview, pourtant réalisée sur la même chaîne, du personnage qui a le mauvais goût de disparaître avant l'heure, et souvent entre 18 et 20 heures !

Les agences d'images, qui gèrent elles-mêmes des fonds d'archives importants, sont dans le domaine de l'information d'abord anglo-saxonnes et chères. Les agences françaises fabriquent davantage de sujets magazine. Là aussi le même matériau est disponible, selon les budgets et les priorités.

Pourquoi les priorités dans le traitement de l'information, ainsi nourrie des mêmes sources et largement des mêmes images, sont-elles

souvent semblables, d'un journal télévisé à l'autre ? C'est en période d'actualité plate que la comparaison est la plus intéressante à faire : un événement fort, tel le symptôme dominant d'une maladie, impose le diagnostic et donc l'ouverture, la « une ». Quand l'actualité semble ralentir, et qu'on a le choix entre la queue d'un fait divers, les chiffres du commerce extérieur, les remous de la *perestroïka* (sans images fraîches) et un accident de train spectaculaire au Paraguay (il a eu lieu hier mais les images sont disponibles aujourd'hui), que fait-on ? On peut décider d'ouvrir sur une éclipse de la Lune, si le calendrier s'y prête — c'est poétique, différent et vaguement écologique. On peut préférer un reportage médical, intemporel — la santé, c'est public. Il y a aussi dans le meilleur des cas le « fait de société » — le reportage maison décidé il y a quelques jours sur une histoire d'inceste, ou d'enfants, ou de drogue, ou de Sida : c'est « à nous » et c'est « fort ». C'est ce qu'on choisira, si on n'est pas sauvé par le sport. Ensuite, pour « accrocher » le téléspectateur, on lui montrera en le rassurant — c'est loin, cela ne vous concerne pas mais regardez quand même — l'accident de train au Paraguay. Si l'on est vertueux, on enchaînera avec le commerce extérieur — transition difficile : que vend-on au Paraguay ? Ou alors on fera : « Toujours à l'étranger, mais en Union soviétique... »

Le plan du journal correspond à la hiérarchie convenue de l'importance des choses. La une peut varier avec plus ou moins d'invention, mais le corps du journal, comme en presse écrite, est fait de rubriques que l'on retrouve souvent dans le même ordre, le sport et la culture se disputant les dernières places, juste avant le tiercé. Cet ordonnancement, auquel obéit toute la presse généraliste, apparaît parfois au profane comme l'expression d'un complot des journalistes, ou de leurs préjugés corporatistes. La suspicion méconnaît le conformisme.

Ce conformisme, que l'on retrouve d'une rédaction de télévision à l'autre, tient essentiellement à leurs modes d'organisation et de fonctionnement. Moins pléthoriques qu'il n'y paraît — les chaînes de télévision fabriquent plusieurs éditions ou plusieurs journaux différents par jour, sans compter les magazines, ces rédactions sont traditionnellement organisées par services, selon les grands secteurs d'information. Ces services, qui regroupent en principe des spécialistes, traitent avec les équipes ou « unités » chargées de concevoir et de produire les différentes éditions (matin, 13 heures, 20 heures, dernier journal). Les conférences de rédaction regroupent, deux fois par jour pour le 20 heures, les représentants des services et des moyens techniques. Le menu du journal, discuté collectivement, est lancé le matin, affiné l'après-midi et peut évoluer jusqu'à 20 h 29

si l'actualité l'impose. Selon les époques, les personnalités, la santé générale de la chaîne, les scores des journaux, l'alchimie est plus ou moins bonne entre ceux qui ont à cœur de les fabriquer et les autres. Le journal est toujours le reflet des rapports de force ou de symbiose entre les « fabricants » et les services. Les querelles sont plus fréquentes sur les petites décisions que sur les grandes, et la diplomatie interne plus que leur qualité explique parfois la diffusion de certains reportages ou autres commentaires. Comme dans la plupart des rédactions de presse écrite ou de radio, le ou les rédacteurs en chef tranchent en arrêtant l'ordonnancement du journal. Dès 16 h 30 ou 17 heures, la séparation des tâches va s'accentuer. Le présentateur travaillera sur dépêches, visionnera les rares reportages prêts à temps et dictera son texte pour être, maquillé, en plateau quelques minutes avant l'antenne. Son complice, rédacteur en chef ou rédacteur en chef adjoint, véritable pilier du dispositif, veillera lui à la fabrication même du journal : il visionnera en principe tous les reportages, même les plus tardifs, veillera à la longueur des montages — tout aussi importantes que l'ordre du journal, les durées de chaque sujet traité sont déterminées à l'avance de façon à être toutes diffusées au cours des trente minutes de journal, et à lui imprimer un rythme. Ce mode de fonctionnement, malheureusement alourdi d'ankylose et de corporatismes, connaît peu de variantes. Il nourrit bien des frustrations, à commencer par celles des gens de caméra qui ne font souvent que de l'illustration pour des « papiers » platement torchés de journalistes ignorant l'image. Traditionnellement, le recrutement, l'échelle des salaires et la quasi-sécurité de l'emploi ne favorisent pas la compétition interne. Seules des rédactions plus légères ou plus jeunes, comme celles de la 5 et de la 6, peuvent s'avérer plus souples, plus à même d'épouser au jour le jour des choix rédactionnels originaux.

LA FIN ET LES MOYENS

Si les matériaux et le mode de fabrication des journaux les condamnent à l'uniformité, le style maison existe et parvient à la maquiller.

La mise en scène, pourtant, est la même. Si certains se sont essayés à l'entrée en scène en pied, ou à la déambulation, l'efficacité et le confort aboutissent toujours à asseoir un présentateur derrière un bureau. Les couleurs du décor, les angles des caméras, le dispositif scénique conditionnent, pour le téléspectateur, l'ambiance du journal

— tantôt hiératique, tantôt intimiste, chaleureux ou froid, néo-réaliste (la fausse salle de rédaction) ou postmoderne (fond électronique). La maquette du journal, moins visible qu'en presse écrite, existe cependant, et l'habillage électronique l'enrichit : choix de calligraphie, sous-titres génériques, palette graphique pour les animations, illustration des têtes de chapitre par images de synthèse. Les bandeaux deviennent verticaux (la 5) ou horizontaux (la 6) après avoir été en biais (la 2)... Les goûts et les couleurs, comme les modes, changent, et la technologie évolue. Elle offre en tout cas matière à recherche visuelle, et elle enrichit le souci de mise en pages.

Plus évidentes et plus décisives dans le choix du téléspectateur, la personnalisation et donc la différenciation du journal passent par le présentateur plus que par les autres journalistes. Dans la préférence esthétique (bouclettes ou moustache, cravate ou chemisier) l'empathie a sa part : confiance, crédibilité, honnêteté, rigueur — tels sont les mots, avec leur part d'irrationnel que recensent les études d'opinion. Le présentateur — le terme, contrairement à « l'anchor » anglo-saxon, le classe plutôt dans la famille des illusionnistes, trahissant peut-être une dérive culturelle qui nous est propre — le présentateur, s'il est bon, a sa patte. Cajoleur ou brutal, familier ou austère, assouplissant ou amidon, démagogue ou pédagogue, son tempérament se confond vite avec ses qualités journalistiques. L'écriture et l'élocution y ont leur part. Si la mode confond parfois la modernité avec l'appauvrissement du vocabulaire et la méconnaissance des liaisons, la fonction exige en principe des qualités journalistiques propres : précision et concision, sens de l'accroche, et de l'essentiel — autant de caractéristiques qui, dans un texte imprimé, ne rempliraient pas le tiers d'une page du *Monde*, font d'un journaliste de télévision un bon « vendeur » d'informations, et le visage crédible du travail collectif. Encore faut-il que son regard ne trahisse pas l'ignorance des termes qu'il emploie, ou le désintérêt total de ce qui va suivre...

Si elle joue à la marge, la différenciation des journaux se fait aussi par leur qualité, c'est-à-dire leur capacité à informer de l'essentiel. Le temps n'est plus où on attendait la « une » du *Monde* —, l'après-midi pour composer le journal. Quand, en revanche, le lendemain *Libération* ou même *Le Monde* titre sur l'information qui a été privilégiée dans le 20 heures de la veille, le travail a été bien fait. En termes journalistiques, c'est un critère, même si les fonctions de la presse écrite et de la presse télévisée ne se confondent pas. Le discernement peut jouer aussi sur la préparation, en amont, des dossiers que l'actualité distinguera ensuite, ou encore sur le choix des invités

en direct. L'accès au 20 heures est pour l'homme politique indice de notoriété et tremplin d'importance ; pour les journalistes qui en sont responsables, l'invitation vaut si elle crée de l'information, même à coups de petites phrases, et si elle assure de la reprise. L'évolution des mœurs et le jeu de la concurrence aidant, le procédé s'assainit. Les cabinets ministériels ont plus de mal qu'auparavant à le réguler, même si la confusion demeure dans beaucoup d'esprits entre communication et information, l'écueil du journaliste ce n'est plus la pression politique, c'est le conseil en communication...

Un bon journal c'est aussi un journal qui surprend et qui retient l'attention, soit en provoquant la curiosité du téléspectateur sur ce qu'il ignore, soit en satisfaisant son appétit de ce qu'il sait à peu près. Entre ces deux pôles, les choix rédactionnels peuvent affirmer un style, chercher des clientèles. Entre le sensationnel, le poujadisme mou et l'austérité pédagogique, chaque genre engendre ses outrances, et ses pièges, et aucun grand journal n'y sombre tout à fait.

La différenciation passe, de plus en plus, par les moyens financiers, et la concurrence accrue entre les chaînes la creuse. En France, pour le moment, trois chaînes se battent à la même heure avec trois produits similaires qui n'ont pas le même coût. S'il est impossible de calculer le prix de revient d'un journal télévisé, tant joue l'imbrication entre les éditions et tant pèsent les coûts fixes de la chaîne, on sait que les budgets des rédactions sans compter le sport représentent à peu près 10 % du budget global de la chaîne. Pour 89, il est d'environ 500 millions de francs à TF1 contre 300 à A2 et 150 à la 5. Voilà pourquoi cette dernière multiplie les invités — pas cher — et privilégie souvent les faits divers, proches. TF1 envoie plus souvent et plus rapidement ses équipes à l'étranger qu'A2, et dispose d'un plus grand nombre de correspondants permanents : autant d'occasions d'images fraîches et de reportages originaux. La couverture de l'information locale commence aussi à faire la différence. Jusqu'ici les moyens de FR3 ne privilégiaient en rien l'autre chaîne publique ; loi Tasca aidant, la coopération deviendra peut-être plus fructueuse. De son côté, en vertu de laborieux accords avec certains journaux de province, TF1 étend un réseau de correspondants locaux qui enrichissent ses sources originales d'images. L'aisance financière joue aussi sur la fréquence des liaisons satellites, et la multiplication des moyens de direct.

Si elles s'accentuent, ces disparités affaibliront encore la capacité du service public à affirmer sa différence sur le terrain de l'information — aussi longtemps que les chaînes s'entêteront à faire la même chose au même moment, aussi longtemps que la conception de l'in-

formation retardera sur son économie et sa technologie, sinon sur nos mœurs.

C'en est devenu une plaisanterie. A chaque nomination d'un président de chaîne ou d'un patron de l'information — autant dire souvent dans l'audiovisuel public — le discours est le même : « Plus de reportages — moins de bavardages. Plus d'images — moins de plateaux. Séparons les faits du commentaire. Du rythme et des angles. » Dans la foulée, souvent, on change le décor, le générique du journal et le présentateur.

Quelles que soient la véracité tristement renouvelée de ces observations et la tentation de s'y livrer à nouveau, il serait bon de changer d'analyse, de propos et de projet. Impossible d'améliorer un produit si on ne modifie ni ses caractéristiques ni son procédé de fabrication ; impossible de le vendre mieux si on ne l'adapte pas au goût et aux habitudes de consommation des téléspectateurs. La mode a ses hoquets et ses ratés, mais les journaux des années 90 ne seront plus ceux de la dernière décennie.

Les besoins en matière d'information ont changé comme les modes de vie. L'angélus ne sonne plus l'heure de la soupe. Les horaires collectifs se différencient. Les vecteurs se sont multipliés ; le succès de France-infos atténue l'attente des grands rendez-vous télévisés. Sous l'influence de la télévision, la presse écrite sacrifie davantage au visuel et à la lecture rapide. La publicité a définitivement transformé l'œil du téléspectateur, l'habituant à un rythme, à une qualité de montage qui vieillissent d'autant les journaux eux-mêmes. Il ne suffit plus, pour faire moderne, de faire court et de traiter en bref l'évolution du monde. Le besoin s'accentue, non plus d'un grand journal, mais d'une gamme de produits d'information allant du condensé tout en images au module allongé qui permet, à une heure plus tardive, de traiter en profondeur le fait du jour. On ne peut plus confondre les fonctions et les publics. La BBC l'a bien compris, qui conduit depuis des années des recherches socio-économiques poussées sur son audience, et préfère une courbe porteuse en termes d'âge, de revenus, de mobilité géographique et professionnelle à une simple addition des publics. La télévision publique britannique peut ainsi entre ses deux chaînes décliner des journaux et des magazines d'information différenciés selon les cibles visées. On ne peut plus, en trente minutes, tenter de faire tous les soirs en même temps *Le Monde*, *Libération*, *Le Parisien libéré*, et *L'Equipe* façon Seguela. L'information télévisée, sur cette pente-là, ne peut

que sombrer dans la confusion des genres et émousser son efficacité spécifique.

Plus la concurrence s'installe en France entre des chaînes à projets d'entreprise différents, plus elles ont intérêt à affirmer leur personnalité propre. Les chaînes commerciales, dans leur conception et leur gestion actuelles, obéissent à leur logique, qui est celle de la plus forte audience sur les produits les plus rassembleurs. TF1 allège déjà l'information le matin, pas assez rentable, et renforcera surtout le grand journal généraliste, qui à 20 heures dans la coloration de « La Roue de la fortune » devra continuer d'attirer sans les heurter les plus larges publics possible.

L'information restera celle du plus large dénominateur commun. Le secteur public a là une occasion particulière pour occuper un terrain conforme à sa vocation sinon à sa tradition, développant des genres et des modules nouveaux qui devraient permettre l'approfondissement et le suivi de l'information trop souvent négligés à la télévision. Il faudrait alors que les corporatismes et les timidités cèdent enfin le pas, et qu'on insuffle dans des structures renouvelées l'élan, l'imagination et l'argent.

La technologie de l'information est encore une technologie chère, mais sa maîtrise n'est pas seulement économique. La quasi-simultanéité entre le fait et l'image, en tout cas dans la partie du monde couverte par les médias fait progresser la description non la compréhension. Le direct n'est pas la panacée. C'est très bien d'être là où il se passe quelque chose — mais pour dire quoi ? La valeur ajoutée du commentaire à chaud paraît parfois bien mince, et la mise en perspective bien rare. CNN, la chaîne américaine d'information par satellite, pousse la prouesse jusqu'à la caricature, dévidant ses images et en appelant ensuite à toutes sortes d'experts pour en donner les clefs. Le résultat, curieux dans ses à-coups de vraie modernité et de procédés vieillots, illustre bien les difficultés de cette forme de journalisme où l'électronique va plus vite que l'intelligence.

Autre hiatus, celui qui sépare l'image dominante du fait dominant. A préférer le plan choc à la complexité des situations, l'influence du téléjournalisme sur le cours des choses et sur l'opinion devient une nouvelle donne que les démocraties maîtrisent mal. C'est la différence entre le triomphe de la guerre des Malouines, dont les images ont été longtemps censurées avec l'accord des médias britanniques, et le drame de l'Intifada qu'Israël ne peut tout à fait interdire d'images.

Dernier écueil, que les événements de Chine et l'évolution de la *perestroïka* illustrent de façon inverse : l'image précède la compré-

hension de l'événement ou retarde sur elle. Tien An Men, filmée en boucle, des jours entiers, par les chaînes américaines qui ont abreuvé d'images extraordinaires les journaux télévisés du monde, Tien An Men n'expliquait pas, ne démontrait pas la nature particulière du système chinois. C'est en sortant de la place, en détournant à notre tour les images de la télévision chinoise qui manipulait les nôtres pour servir le régime, qu'on a brutalement compris cette forme-là de totalitarisme. A l'inverse, l'interview en quatre minutes de Boris Eltsine dans le journal d'A2, si elle sidère les kremlinologues parce qu'elle a lieu en direct, n'illustre pas, dans son contenu, les bouleversements que Gorbatchev imprime au système.

Tout se passe comme si l'information, pour être compréhensible dans le journal du soir, ne peut plus sortir du système clos, homogénéisé, que mouline dans un rectangle la vidéo.

C'est sans doute parce qu'en quarante ans la télévision a de mieux en mieux assumé sa fonction d'informer qu'il est temps de la remettre en cause. Même s'il est de bon ton et s'il est sain d'en dénoncer les failles, reconnaissons d'abord la formidable ouverture qu'en toute égalité d'accès l'information télévisée apporte sur le monde, sa capacité à provoquer l'éveil, l'interrogation et le doute. Aspirés, enivrés presque par sa puissance et par ses moyens, les fabricants d'information, pour mieux jouer de l'instrument, doivent maintenant inventer de nouvelles gammes. D'autres en Europe et ailleurs s'y emploient. Mettons-nous à l'ouvrage. L'espace audiovisuel ne se prête pas aux lignes Maginot, dont on sait ce qu'il advint.

RÉSUMÉ. — *Le journal de 20 heures est l'exercice-roi de l'information télévisée. Au moment où l'économie de la télévision se transforme en France, l'accélération des technologies et l'évolution des modes de consommation de l'information remettent en cause la conception et la fabrication du journal télévisé.*