

Introduction aux médias - Définitions et concepts clés

Chapitre 1

1. Définition des Médias

Les médias sont des moyens de diffusion massive de l'information et de la culture. Le terme *média*, issu du latin *medius* (qui signifie « au milieu »), englobe une diversité de techniques, de supports, de formes d'expression et d'acteurs impliqués dans la transmission d'informations à un large public.

2. Types de supports médiatiques :

- **Écrits** : Presse, affichage publicitaire.
- **Audiovisuels** : Radio, télévision, cinéma.
- **Numériques** : Internet.

3. Dimensions des médias :

- Techniques : radio, télévision.
- Acteurs : institutions publiques ou privées (ex. RTBF).
- Domaines : journalisme, publicité.
- Formes : reportages, spots télévisés, etc.

4. Contributions de Penseurs Clés sur les Médias

- **Francis Balle :**

- Les médias sont des procédés techniques permettant la reproduction, la conservation et la diffusion de savoirs.
- Trois grandes catégories de médias :
 - **Médias autonomes**
 - **Médias de diffusion**
 - **Médias de communication**

- **Jean-Marie Charon :**

- Les médias fonctionnent comme des organisations industrielles, influencées par les modèles économiques et innovations technologiques.
- Les médias ont une double fonction : production et consommation de masse.

- **Pierre Bourdieu :**

- Analyse critique des médias dans la reproduction des inégalités sociales et la formation de l'opinion publique.
- Influence des médias dans le façonnement des perceptions collectives.

5. Types de Médias et Évolutions

Médias traditionnels :

- Unidirectionnels dans leur diffusion (ex. presse écrite, radio).
- Coûts de production élevés, contrôle éditorial strict.
- Rôle fondamental dans l'éducation, le divertissement, et la construction d'une opinion publique.

Médias numériques :

- Interaction accrue avec les publics.
- Instantanéité et omniprésence grâce aux réseaux sociaux et aux blogs.
- Réduction de la frontière entre producteurs et consommateurs de contenu.

2. Chapitre 2

La naissance de la presse et son évolution

1. Les débuts de la communication

Avant l'écriture, des formes rudimentaires de communication étaient utilisées :

- **Peintures rupestres** : ex. grotte de Lascaux (17 000 ans), pour transmettre des récits ou des rituels.
- **Tambours parlants** : utilisés par certaines tribus africaines pour communiquer à distance.
- **Signaux de fumée** : système sophistiqué utilisé par les Amérindiens avec des codes tribaux.

L'invention de l'écriture a marqué un tournant décisif :

- Apparue il y a 5000 ans, elle a répondu à des besoins pratiques comme la comptabilité et la transmission durable des informations.
- **Supports** : Les tablettes d'argile en Mésopotamie, puis l'évolution vers le papier.

2. La naissance de l'imprimerie et de la presse écrite

L'invention de l'imprimerie par Gutenberg (vers 1450) a révolutionné la diffusion des connaissances :

- Les livres sont devenus plus accessibles, démocratisant le savoir.
- Elle a posé les bases de la presse moderne en standardisant les textes et en réduisant les coûts.

3. La presse durant la révolution industrielle

La révolution industrielle (fin 18e au début 20e siècle) a transformé la presse :

- **Émile de Girardin (1836) :**
 - Introduit la publicité pour réduire le coût des journaux et toucher la classe ouvrière.
 - Lancement du journal *La Presse*, élargissant le lectorat.
- **Liberté d'expression :**
 - En France, la loi du 29 juillet 1881 garantit la liberté de la presse.
 - En Belgique, la Constitution de 1831 supprime la censure et établit une presse libre.

La diversification des contenus pour attirer un public plus large :

- Feuilletons, faits divers, sport, mode, caricatures (ex. *Le Charivari*).
- Émergence de journaux satiriques et illustrés.

4. La presse durant la Première Guerre mondiale

Pendant la guerre :

- **Censure et propagande :**
 - Contrôle strict des informations pour maintenir le moral des troupes et des populations.
 - Existence de communiqués officiels pour limiter les enquêtes journalistiques.
- **Après-guerre :**
 - La concurrence de la radio pousse la presse à se réinventer.
 - Apparition des journaux illustrés comme *Vu* (France) et *Life* (États-Unis).

5. La presse durant la Seconde Guerre mondiale

- **Censure et propagande :**
 - En France, le régime de Vichy contrôle les médias.
 - Émergence de la presse clandestine (ex. *Combat* en France, *La Libre Belgique*).
- **Le Faux Soir (Belgique, 1943) :**
 - Les résistants impriment une édition satirique anti-nazie du journal *Le Soir*, illustrant le rôle de la presse comme outil de résistance.

Chapitre 3

Apparition de la radio

1. Les origines et le rôle stratégique de la radio

La radio est née d'une succession d'innovations technologiques :

- **1898** : Eugène Ducretet et Popov réalisent une liaison radio entre la Tour Eiffel et le Panthéon.
- La Tour Eiffel, menacée de destruction en 1909, est sauvée grâce à l'installation en 1904 d'une antenne de radiotélégraphie militaire, qui en fait un outil stratégique.

2. Les débuts de la radiodiffusion publique

- **1920** : KDKA, première station commerciale à Pittsburgh, diffuse les résultats des élections présidentielles américaines.
- En Europe, les initiatives se multiplient :
 - **1921** : Radio Tour Eiffel diffusée en France.
 - **1922** : Fondation de la BBC au Royaume-Uni, adoptant un modèle de service public financé par une redevance audiovisuelle.

Le modèle BBC :

- Financement stable sans dépendance à la publicité ou au gouvernement.
- Réputation d'impartialité et d'excellence, influençant les systèmes de radiodiffusion publics dans d'autres pays.

3. L'âge d'or de la radio (1930-1950)

Cette période marque l'apogée de la radio comme principal média de masse :

- Formats populaires : feuilletons (« soap operas »), quiz, shows musicaux.
- Événements marquants : adaptation radiophonique de *La Guerre des Mondes* par Orson Welles (1938).
- Influence culturelle : La radio devient un outil clé dans la vie quotidienne.

4. La radio pendant la Seconde Guerre mondiale

- **Outil de propagande :**
 - Allemagne : Discours d'Hitler diffusés à grande échelle.
 - Grande-Bretagne : La BBC soutient l'effort de guerre et diffuse des messages cryptés aux résistants.
- **Rôle de résistance :**
 - Exemples : Radio Londres (« Les Français parlent aux Français »), Radio Belgique exilée à Londres.
- **Radios clandestines :** Émettent au péril de leur sécurité dans les territoires occupés.

5. L'ère des radios pirates et la libéralisation des ondes

Dans les années 1960-1980 :

- **Radios pirates :**
 - Radio Caroline (Royaume-Uni) diffuse en contournant les monopoles publics, inspirant des mouvements similaires en Belgique.
- **Légalisation :**
 - Belgique : Loi de 1981 et plan de fréquences de 1986 mettent fin au monopole d'État, encadrent l'attribution des fréquences et ouvrent la voie à une diversification du paysage radiophonique.

Chapitre 4

Apparition de la télévision

1. Introduction : L'essor d'un nouveau média

La télévision, comme tout nouveau média, s'est inspirée de ses prédécesseurs (radio, cinéma, théâtre). Marshall McLuhan souligne qu'elle a conquis le public en offrant une expérience complète regroupant divertissement, information, culture et fiction. Son rôle s'est affirmé au 20^e siècle comme un média central pour la consommation d'information et de divertissement.

2. Les grandes étapes de l'évolution de la télévision

1. Naissance technique :

- **1926** : John Baird présente le premier téléviseur à Londres.
- Innovations continues portées par des chercheurs internationaux, notamment René Barthélémy et Henri de France en France.

2. Après-guerre :

- Les premières retransmissions en direct émergent en 1948, notamment avec le Tour de France.
- En France, la RTF (Radiodiffusion et Télévision Française) est créée en 1949, lançant son premier journal télévisé en 1949.

3. Démocratisation :

- **1953** : Couronnement de la reine Élisabeth II, premier événement suivi à grande échelle.
- Les années 1960 voient l'introduction de la couleur dans plusieurs pays (1967 en France, 1961 aux États-Unis avec *Le Monde merveilleux de Disney*).

4. Innovations technologiques :

- Apparition de la télécommande (années 1950), magnétoscopes, DVD, puis la haute définition.

3. Les enjeux techniques et la guerre des standards

Différents standards techniques ont façonné l'histoire de la télévision :

- NTSC (États-Unis, 525 lignes), SECAM (France), PAL (Europe continentale).
- Ces normes ont influencé les économies nationales, la culture, et les échanges internationaux.
- Le choix d'un standard national a parfois permis de protéger l'identité culturelle en limitant l'accès aux programmes étrangers.

4. Deux modèles de développement : Américain vs Européen

1. États-Unis : Modèle commercial

- Financement par la publicité.
- Axé sur le divertissement dès le début (comédies, jeux télévisés, séries).

2. Europe : Modèle public

- Financement par redevance et sous contrôle gouvernemental.
- Priorité donnée à l'éducation et l'information.
- Diversification des programmes à partir des années 1970-1980 avec l'émergence des chaînes privées.

5. La télévision en Belgique

1. Histoire de la RTBF :

- Fondée après la Seconde Guerre mondiale, elle structure le paysage audiovisuel belge.

2. Télévisions locales :

- Apparues en 1976, elles visent l'information de proximité et sont financées par des fonds publics et de la publicité.

3. Concurrence de RTL-TVI :

- Première chaîne privée en Communauté française de Belgique, lancée en 1987.
- Axée sur la fiction grand public et financée principalement par la publicité.

Chapitre 5

L'ère numérique

1. La révolution numérique et l'arrivée d'Internet

L'arrivée d'Internet a profondément modifié les médias, impactant la production, la distribution et la consommation de l'information.

Trois transformations clés :

- **Interactivité** : Lien constant entre les contenus et leur environnement.
- **Réseaux sociaux** : Explosion des interactions.
- **Démocratisation des outils** : Accessibilité accrue grâce aux smartphones, logiciels de montage, et autres outils.

Le web a introduit une **approche collaborative**, où l'utilisateur devient « consommateur », contribuant et modifiant activement les contenus qu'il consomme.

2. La presse en ligne : un nouveau média

Les médias traditionnels ont développé des rédactions numériques pour répondre aux exigences du web :

- **Nouveaux formats** : Articles enrichis avec des vidéos, animations, et photos.
- **Réseaux sociaux** : Outils de diffusion et d'interaction avec l'audience.
- **Newsroom intégrée** : Les rédactions web coordonnent et croisent les informations pour une diffusion multiplateforme.

Les journalistes doivent désormais s'adapter à une logique d'information à 360°, mélangeant supports et formats pour maximiser l'impact.

3. Les médias du futur : VR, AR et IA

Les technologies immersives et l'intelligence artificielle redéfinissent la production et la consommation de contenu :

1. Réalité Virtuelle (VR) :

- Immersion totale dans des environnements numériques.
- Exemples : Reportages immersifs sur des zones de conflit (*The New York Times*).

2. Réalité Augmentée (AR) :

- Superposition d'éléments numériques au monde physique.
- Applications : Infographies interactives, enrichissement des journaux papier (USA Today, BBC).

3. Intelligence Artificielle (IA) :

- **Automatisation** : Production rapide d'articles courts (résultats sportifs, financiers).
- **Personnalisation** : Flux d'information adaptés aux préférences des utilisateurs (Netflix, Google News).
- **Défis éthiques** : Transparence, biais algorithmiques, protection des données.

4. Opportunités et défis des nouvelles technologies

● **Opportunités :**

- Création de contenus immersifs et interactifs.
- Productivité accrue grâce à l'automatisation.
- Expériences enrichies pour les consommateurs.

● **Défis :**

- Risques de distribution biaisée ou de standardisation des contenus.
- Menaces pour l'emploi dans les médias.
- Problèmes éthiques liés à la gestion des données et aux deep fakes.

Chapitre 6

Les principaux médias belges et la concentration des médias

1. La presse écrite quotidienne

- **Journaux flamands :**

- *Groupe Mediahuis* : De Standaard, Het Nieuwsblad, Gazet van Antwerpen, Metro.
- *DPG Media* : Het Laatste Nieuws, De Morgen.
- *Mediafin* : De Tijd, L'Echo.

- **Journaux francophones :**

- *Groupe Rossel* : Le Soir, La Meuse, L'Écho.
- *Groupe IPM* : La Dernière Heure, La Libre Belgique.
- *Mediafin* : L'Echo (également).

2. La presse magazine

- **Sanoma Magazines Belgium** : Femmes d'aujourd'hui, Flair.
- **Roularta Media Group** : Trends/Tendances, Le Vif/L'Express.
- **ProduPress** : Moniteur automobile, Déco Idées.

3. La presse télévisée

- **RTBF (service public)** : La Une, Tipik, La Trois.
- **Groupe Rossel** : RTL-TVI, Club RTL, Plug RTL.
- **BeTV (Groupe Orange)** : Be Séries, Be Ciné, chaînes sportives.
- **Belgium Télévision (BTV)** : AB3, AB4.

4. La presse radio

- **RTBF** : La Première, Classic 21, Vivacité.
- **Groupe Rossel** : Bel RTL, Radio Contact.
- **Groupe IPM** : Twizz.

5. Les défis de la concentration médiatique en Belgique

- **Fusions majeures :**
 - LN24 rachetée par IPM-EDA.
 - RTL Belgium est vendu à DPG Media et Rossel.
- **Inquiétudes :**
 - Deux groupes dominants en Belgique francophone : IPM et Rossel.
 - Impact sur le pluralisme et la liberté d'expression.
- **Comparaison avec la France :**
 - En France, concentration autour de magnats comme Vincent Bolloré.
 - En Belgique, les dispositifs comme les Sociétés de Rédacteurs (SDR) protègent l'indépendance éditoriale.

6. Économie des médias

- **Modèles traditionnels :**
 - Publicité : source de revenus déclinante face à la domination des GAFAM.
 - Abonnements : réinvention à l'ère numérique avec les *paywalls*.
- **Nouveaux modèles économiques :**
 - Crowdfunding pour financer des projets journalistiques.
 - Partenariats stratégiques avec d'autres médias ou institutions.
- **Impact des GAFAM :**
 - Domination du marché publicitaire en ligne.
 - Redistribution des revenus, menaçant les médias locaux.

7. Régulation et adaptation en Belgique

- **Structure fédérale :**

- CSA (Communauté française) et VRM (Flandre) pour réguler les médias audiovisuels.

- **Rôle de la RTBF :**

- Service public essentiel, mais confronté à des défis de financement face à la concurrence des médias privés et des plateformes de streaming.

- **Initiatives des médias belges :**

- *La Libre Belgique* : stratégie multiplateforme avec modèle freemium.
- *Le Soir* : journalisme de données et formats interactifs.
- *De Standaard* : podcasts (DS Audio) et programmes éducatifs (DS Academy).