



COE082312

ASPECTS FUTURS DE LA SOCIÉTÉ ET DES MASS-MEDIA EN EUROPE

CONSEIL DE L'EUROPE
COMITÉ DE L'ÉDUCATION EXTRASCOLAIRE
ET DU DÉVELOPPEMENT CULTUREL

Strasbourg, le 28 février 1972

CCC/EES (72) 28

Or. angl.

COMITE DE L'EDUCATION EXTRA-SCOLAIRE
ET DU DEVELOPPEMENT CULTUREL

La télévision, les techniques nouvelles de diffusion
et le développement culturel

ASPECTS FUTURS DE LA SOCIETE ET DES
MASS MEDIA EN EUROPE

par

M. Uwe MAGNUS

Medienreferent in der Intendanz
des Westdeutschen Rundfunks, Cologne

25.260
04.3
TN 1500/EM

AVANT-PROPOS

"L'audio-visuel entre dans son troisième âge demain matin : nous ne l'avons pas si bien maîtrisé pendant les deux âges précédents que nous puissions passer le cap de l'ère nouvelle sans nous poser quelques questions ! Les ayant posées, il faudra y répondre, sans perdre de temps, car tout va très vite. Des réponses bien pensées ne suffiront pas : il faudra les traduire en dispositions pratiques, en comportements individuels et en lois, à faire voter, dans les parlements !" (1)

Ce passage d'un article paru en décembre 1971 dans un quotidien belge fait en quelque sorte écho aux réflexions et aux préoccupations formulées au Conseil de la Coopération Culturelle lors d'un débat sur ce qui fut appelé "L'après-télévision" (2). Aux termes de ces discussions, il fut convenu qu'une série d'études prospectives sur "La télévision, les techniques nouvelles de diffusion et le développement culturel" serait mise en chantier au cours du second trimestre de 1971.

Confiées à d'éminents spécialistes européens, elles ont été élaborées d'après un plan d'ensemble (3) conçu par M. Wangermee, Directeur Général de la Radio-Télévision Belge (émissions françaises), directeur du projet. Elles seront soumises à un groupe d'experts dont les conclusions seront ensuite présentées au Conseil de la Coopération Culturelle, afin de lui permettre d'étudier les possibilités d'action du Conseil de l'Europe dans ces domaines complexes. Le présent document est une de ces études ; on en trouvera la liste complète en annexe.

./.

-
- (1) Leon Thoorens
(2) Doc. CCC (71) 15
(3) Doc. CCC/EES (71) 73

TABLE DES MATIERES

	<u>Page</u>
1. <u>INTRODUCTION</u>	1
1.1. Nature des prévisions et problèmes correspondants	1
1.2. Types de prévisions	1
1.3. Hypothèses	2
2. <u>PREVISIONS GENERALES</u>	2
2.1. Evolution sociale, démographique et socio-psychologique	2
2.2. Croissance générale de la population	2
2.3. Composition quantitative des familles	3
2.4. Pyramide des âges	3
2.5. Villes	3
2.6. Education	4
2.7. Structure professionnelle	4
2.8. Loisirs	5
2.9. Structure des connaissances	6
2.10. Variété sociale	6
2.11. Tolérance et rationalisme	6
2.12. La société et les droits individuels	7
3. <u>PREVISIONS GENERALES RELATIVES AUX MASS MEDIA</u>	7
3.1. Obligation et contrôle sociaux	7
3.2. Participation du public	8
3.3. Formation des journalistes	9
3.4. Structure interne des media	9
3.5. Dépenses publicitaires	9
3.6. Stockage et extraction électroniques	9
3.7. Fonctions en évolution	10
3.8. Prévisions détaillées relatives aux mass media	10

4.	<u>PREVISIONS RELATIVES A CHAQUE MASS MEDIA</u>	
	<u>EN PARTICULIER</u>	12
4.1.	Remarques préliminaires	12
4.2.	Quotidiens régionaux et locaux	12
4.3.	Quotidiens nationaux	13
4.4.	Magazines	14
4.5.	Radio	15
4.6.	L'ordinateur dans les stations de radio et de télévision	16
4.7.	Télévision/technique	16
4.8.	Télévision/organisation	19
4.9.	Télévision/programme	19
	CENTRE DE COMMUNICATION A DOMICILE	21
	REMARQUES FINALES	22
	ANNEXE	23

./.

1. INTRODUCTION

1.1. Nature des prévisions et problèmes correspondants

Les prévisions sont modernes, largement répandues et universellement admises. Contrairement aux décennies précédentes, où seuls quelques savants (par exemple Bertrand de Jouvenel, Ossip K. Flechtheim) ont scruté systématiquement l'avenir, le passage des années 60 aux années 70 a déclenché une avalanche de prévisions. Depuis 1970, ces activités se sont poursuivies sans relâche.

Sont-elles simplement à la mode ou répondent-elles à des besoins effectifs ? Certainement les deux. Parmi la vaste gamme de prévisions proposées au public, bon nombre peuvent être considérées comme superficielles. On constate cependant un renouvellement de la qualité des prévisions, de la planification et de l'action. Si l'on a toujours pris en considération les perspectives immédiates pour prendre des décisions importantes, on tient actuellement sciemment compte de faits et de chiffres d'origines diverses se rapportant à l'avenir. A force d'erreurs et de tâtonnements, les méthodes de prévision, telles que la projection (d'un domaine à l'autre) ; l'extrapolation (d'un pays à l'autre, du passé à l'avenir) ; l'exploitation mathématique de données statistiques ; et la méthode de delphi basée sur les interviews d'experts, ont été améliorées.

Toutefois, les méthodes employées signifient que les prévisions à court terme sont plus précises et sûres que celles à long terme. La même différence existe lorsqu'on compare des prévisions globales à celles concernant des domaines spéciaux. Dans le premier cas, il est possible d'utiliser tous les instruments méthodologiques, tandis que dans le second, la variété des méthodes disponibles est réduite et la précision des indications et leur probabilité s'en ressentent.

1.2. Types de prévisions

Les prévisions ne sont toutefois pas seulement influencées par les méthodes appliquées, mais aussi et surtout par leur origine, leur objet et les perspectives dans lesquelles elles sont conçues. La description d'un certain état de développement futur variera en fonction du choix des facteurs déterminants : technologie, règles du marché, planification politique et sociale, plebiscites, intérêts individuels et collectifs ou "prophétie se réalisant par elle-même". Tous ces types peuvent être combinés de différentes manières. Pour permettre une analyse satisfaisante, il est donc nécessaire d'indiquer la nature et l'objet de toutes les prévisions.

./.

Les prévisions suivantes relatives à la société et aux mass media en Europe tiennent compte de l'ensemble de ces aspects. Elles ne sont tributaires ni d'un facteur particulier, par exemple le facteur technologique, ni d'une méthode particulière, par exemple la projection mathématique des conditions existantes. La présente étude est basée sur des prévisions technologiques, économiques et démographiques ainsi que sur des éléments de planification sociale et politique.

1.3. Hypothèses

Si l'on tente de définir pour les vingt prochaines années, l'évolution sociale et ses tendances, telle qu'elle apparaît possible et justifiée, il faut partir d'un certain nombre d'hypothèses, faute de quoi il serait impossible de formuler des indications valables pour l'avenir. Nous admettons que pendant la période sur laquelle porte la présente étude, aucune guerre n'aura lieu en Europe. Nous admettons également que l'économie capitaliste subsistera en Europe occidentale. Il est certain que cela ne va pas de soi, mais cette restriction constitue l'une des incertitudes fondamentales inhérentes aux prévisions à long terme.

2. PREVISIONS GENERALES

2.1. Evolution sociale, démographique et socio-psychologique

Même s'ils appartiennent à des sociétés privées et sont exploités commercialement, les mass media constituent des institutions sociales et ont une fonction sociale. Leur développement futur doit être décrit compte tenu des tendances de l'évolution démographique, sociale et socio-psychologique et il faut donc d'abord se pencher sur ces derniers facteurs.

Il n'est ni souhaitable ni utile de reproduire ici des données et chiffres extraits des annuaires statistiques des différents pays d'Europe occidentale et de tenter de les extrapoler. Mais on peut essayer de dégager les tendances générales et leur influence sur les mass media. Les données et chiffres cités concernent essentiellement la République Fédérale d'Allemagne et visent à illustrer les tendances générales. Bien que le niveau de développement des pays d'Europe occidentale soit variable, l'évolution s'effectue généralement dans le même sens.

2.2. Croissance générale de la population

En République Fédérale d'Allemagne, par exemple, la population s'est rapidement accrue depuis la fin de la deuxième guerre mondiale jusque vers 1965. Le taux d'accroissement actuel et différentes prévisions permettent

d'escompter un taux d'accroissement annuel de 0,5 % au maximum jusqu'en 1990. Ce taux d'accroissement est également valable pour la plupart des autres pays, sauf les Pays-Bas, où l'on prévoit le taux exceptionnellement élevé de 1,15 % par an (1).

Il est donc vraisemblable que la population de l'Europe occidentale n'augmentera pas beaucoup pendant les vingt prochaines années. Ces prévisions ne tiennent toutefois pas compte de l'arrivée dans les pays fortement industrialisés de la C.E.E. des immigrants d'Europe du Sud, d'Afrique du Nord et de Turquie. S'il se poursuit, ce mouvement pourrait aboutir à une augmentation considérable de la population. Rien que de 1967 à 1969, la mobilité internationale a doublé. En France, un sur cinq salariés est étranger et dans certaines régions de la République Fédérale d'Allemagne, un sur six. Il est difficile d'établir des prévisions dans ce domaine, étant donné que la proportion des étrangers varie en fonction de l'expansion économique. Toutefois, à long terme, il apparaît vraisemblable que l'afflux des immigrants compensera au moins provisoirement la stagnation de la croissance démographique naturelle.

2.3. Composition quantitative des familles

D'un autre côté, il existe une tendance inverse dont les mass media doivent tenir compte. La taille des familles est en voie de diminution. Le nombre de familles se composant d'une, de deux ou de trois personnes, augmente, tandis que le nombre de familles de plus de 4 personnes diminue. En République Fédérale d'Allemagne, par exemple, cela signifie que la taille moyenne des familles diminuera d'environ 20 % d'ici à 1990.

2.4. Pyramide des âges

La pyramide des âges varie selon les pays. Il n'existe pas de tendance générale. On peut seulement constater que ce facteur d'ordre démographique revêt une importance notable pour les mass media. Si, en République Fédérale d'Allemagne, par exemple, il se produisait pendant dix ans une augmentation du nombre des personnes âgées de moins de 25 ans et de plus de 65 ans, tandis que la population âgée entre 25 et 65 ans diminuerait, il pourrait en résulter un transfert portant sur 2 millions et demi d'habitants.

2.5. Villes

Une évolution particulièrement importante a trait à la concentration de la population dans les grandes villes, observée dans tous les pays industrialisés. Les prévisions pour la République Fédérale d'Allemagne indiquent que le pourcentage de la population urbaine, qui est actuellement d'environ 40 %, atteindra 48 % en 1980 et 56 % en 1990. ./.

(1) Hagen Beinhauer, Ernst Schmacke Fahrplan in die Zukunft, Düsseldorf, 1970.

2.6. Education

Contrairement à la plupart des tendances de l'évolution démographique, qui dénotent une certaine continuité, les prévisions à long terme dans le domaine de l'éducation annoncent plutôt une révolution. Il est impossible d'établir des prévisions détaillées pour les différents pays. Le niveau de développement, les débats politiques sur les réformes de l'enseignement, ces réformes elles-mêmes, la planification et les prévisions officielles, diffèrent dans une trop large mesure. Il n'existe que des indications générales. Si nous nous risquons à établir des prévisions à long terme pour 1990, nous ne relèverons que quelques points qui ne font pas l'objet de controverses parmi les experts et dirigeants politiques responsables de l'éducation.

On admet que la scolarité à l'école primaire ne suffira bientôt plus pour affronter la vie moderne. Il faudra accueillir tous les enfants dans les écoles secondaires. Cet enseignement scolaire sera combiné avec une formation professionnelle systématique assurée par un centre adéquat.

Les prévisions relatives au nombre d'étudiants des universités sont aléatoires. Nous constatons actuellement un accroissement rapide de ce nombre. Nous savons également que ce processus se poursuit et que le nombre d'étudiants aura doublé en 1980. Bien que nous ne disposions d'aucune donnée précise, nous pouvons supposer que cet accroissement se poursuivra également pendant la décennie de 1980 à 1990. Si l'on confronte cette évolution à la situation actuelle en matière d'instruction (par exemple en République Fédérale d'Allemagne, où 23 % seulement de tous les citoyens ont poussé leurs études au-delà de l'école primaire et de l'apprentissage et 3 sur 4 citoyens ne possèdent aucune qualification professionnelle), l'emploi du terme "révolution" apparaît justifié pour décrire les modifications à long terme des structures de l'enseignement.

2.7. Structure professionnelle

La structure professionnelle connaîtra aussi une évolution rapide. La principale caractéristique de l'emploi sera la souplesse. S'il est sans doute exagéré de prétendre que chaque individu sera obligé de changer de profession plusieurs fois pendant sa vie, cette tendance est cependant confirmée par des prévisions dignes de foi.

On a calculé que 10 % de la totalité des salariés de la C.E.E. changeront de profession entre 1970 et 1980 (1). Or, on peut prévoir un renforcement de cette tendance

./.

(1) Beinhauer/Schmacke, Fahrplan in die Zukunft, Düsseldorf, 1970.

après 1980. Cette évolution entraînera un transfert de main-d'oeuvre des secteurs économiques primaires et secondaires au profit du secteur tertiaire. Cette tendance apparaît clairement même dans les prévisions à court terme pour les pays membres de la C.E.E. (1).

	Secteur économique	Salariés
	1967	1975
Agriculture	16 %	7 %
Industrie	44 %	40 %
Services	40 %	53 %

Ces transferts de main-d'oeuvre et l'augmentation des qualifications professionnelles aboutissent également à modifier le pourcentage des ouvriers et des "cols blancs". Le tableau suivant indique l'évolution en République Fédérale d'Allemagne.

	1950	1968	1990
Employés	16 %	41 %	54 %
Ouvriers	84 %	59 %	46 %

2.8. Loisirs

Le calcul du temps de loisir dont nous disposerons à l'avenir fait l'objet des prévisions les plus extravagantes. On va même parfois jusqu'à prétendre qu'en 1980 on ne travaillera plus que 25 heures par semaine. Toutefois, l'exemple de tous les pays industrialisés montre que l'accroissement de la productivité de l'économie nationale a toujours abouti à une augmentation du niveau de vie plutôt qu'à une réduction de la durée du travail (nous savons tous que 30 heures de travail hebdomadaire suffiraient actuellement pour assurer le niveau de vie de 1959).

De 1960 à 1970 - période d'automatisation intensive et de productivité croissante - les heures de loisir quotidiennes et hebdomadaires ont augmenté de 15 %, ce qui correspond à un taux annuel de 1,5 %. Tant que rien n'indique une accélération de cette évolution, le même pourcentage.

./.

(1) Communautés européennes, Presseinformation, 1969.

d'augmentation demeure valable pour les deux prochaines décennies, ce qui aboutirait à environ 38 heures de travail par semaine en 1980 et 35 en 1990. Si ces prévisions apparaissent hardies elles sont certainement correctes dès lors que l'on part de l'hypothèse que, comme actuellement, on attachera une importance plus grande à l'augmentation du niveau de vie qu'à l'augmentation du temps de loisir. Il est également probable que le temps libre supplémentaire sera surtout consacré aux vacances.

2.9. Structure des connaissances

Si "l'évolution de la structure des connaissances" est difficile à décrire et impossible à chiffrer, il faut cependant l'envisager. L'ensemble statique des connaissances et valeurs fondamentales de nature économique, sociale et professionnelle communes à certains groupes sociaux sera remplacé à l'avenir par un système de connaissances souple, en évolution constante.

2.10. Variété sociale

Les sociologues américains et européens ont constaté que, contrairement au sentiment largement répandu que la standardisation augmente dans tous les domaines de la vie, il n'y a jamais eu autant de variété qu'actuellement dans le domaine professionnel, les activités de loisir, les modes de vie et les valeurs sociales. Cette découverte découle, du moins en partie, de la constatation frappante que de larges couches de la population contribuent à cette variété sociale, dont on prévoit à juste titre qu'elle continuera à se développer.

2.11. Tolérance et rationalisme

La question de savoir si la société et le public accessibles aux mass media penseront et agiront à l'avenir de façon plus rationnelle, réagiront de façon plus logique, seront plus enclins à accepter des critiques et mieux préparés à une orientation rationnelle pour des besoins professionnels, sociaux et personnels, est fort controversée.

A l'évidence, il faut envisager les deux éventualités. Une difficulté réside dans le fait que ces tendances socio-psychologiques ne se prêtent pas à une évaluation quantitative et que la réponse implique un jugement de valeur. Je réponds néanmoins affirmativement à cette question, notamment pour les motifs suivants. L'amélioration des structures de l'enseignement, la mobilité professionnelle accrue, les possibilités de formation nouvelles et meilleures (par exemple l'Université ouverte au Royaume-Uni) et l'émancipation précoce de la jeunesse, comparée aux générations précédentes, sont les

facteurs déterminants d'une tendance de la société à devenir plus mûre. Il existe également un autre indice. L'analyse des résultats d'élections générales indique que les partis qui utilisent les arguments les plus rationnels obtiennent un pourcentage de voix en accroissement constant dans les régions où la population est surtout attachée à des valeurs traditionnelles ou dépassées. Les mass media eux-mêmes contribueront certainement au développement de la rationalisation ne serait-ce qu'à titre non officiel. Enfin, il ressort d'enquêtes que la réalité est de plus en plus considérée sous un angle plus rationnel qu'idéologique. En résumé, les mass media s'adresseront à un public plus averti, plus instruit, mieux informé.

2.12. La société et les droits individuels

Dans les pays industrialisés d'Europe occidentale, les tâches qui, autrefois, étaient accomplies par des individus, des sociétés ou des entreprises, sont de plus en plus assumées par l'Etat. Les activités qui, dans le passé se développaient suivant le principe du "laissez faire, laissez aller" seront à l'avenir planifiées et orientées par l'Etat. En voici un certain nombre d'exemples : les transports publics et privés ; la politique en matière d'éducation ; l'aménagement des villes et du territoire ; les maux des villes ; les régions sous-développées du point de vue économique et structurel. Ces problèmes et d'autres encore se posent dans la quasi-totalité des pays d'Europe occidentale et ne pourront être résolus que si, dans certains domaines et sur certains points, les intérêts de la société dans son ensemble, qu'il y a évidemment lieu de définir, l'emportent sur les droits et revendications individuelles. Le rôle de la société en général deviendra plus important. La démocratie politique a institué un certain cadre, dans lequel doivent s'intégrer des règles et pratiques démocratiques et qui exigera également une participation efficace à l'économie et l'administration.

On admet volontiers que ces prévisions ne sont pas basées sur des indications claires. Cette évolution est toutefois nécessaire pour empêcher la régression de l'ordre social des pays d'Europe occidentale et sauvegarder la supériorité du libéralisme et de l'efficience sur les autres ordres sociaux.

3. PREVISIONS GENERALES RELATIVES AUX MASS MEDIA

3.1. Obligation et contrôle sociaux

Les moyens de communication de masse constituent l'un des domaines les plus importants totalement axés sur la société. Pour qu'ils puissent servir la société au mieux, il faut instaurer un contrôle social. Les stations de radio et de télévision, qui revêtent la forme d'organismes publics, sont contrôlées par des conseils de surveillance, qui théoriquement devraient ./.

représenter toutes les catégories sociales intéressées. Les mass media commerciaux sont régis par les règles du marché, qui ont également une certaine portée sociale. Dans le secteur des quotidiens et des magazines, un processus général de concentration est déclenché tant par le progrès technologique que par le fait que la publicité, dont les media imprimés tirent la plus grande partie de leurs recettes, exige des supports publicitaires moins nombreux mais plus importants, si l'on souhaite augmenter le nombre des informations. Cette concentration a pour effet d'enlever au marché sa fonction de régulateur social. L'évolution actuelle incite à penser qu'à l'avenir les mass media commerciaux devraient être assujettis à certaines obligations sociales et à un contrôle par des moyens démocratiques. Cela ne signifie pas nécessairement que l'Etat ou la société devraient prendre en charge les mass media gérés par des sociétés privées, mais qu'ils devraient se conformer à certaines règles, afin que toutes les catégories sociales intéressées aient directement ou indirectement la possibilité de publier leurs opinions et points de vue. Ce n'est qu'ainsi que l'on peut s'assurer que les mass media serviront à l'avenir convenablement l'intérêt public et qu'ils ne seront pas dominés par certains groupes et leurs intérêts propres. Par exemple, il devrait être impossible que l'ensemble du marché de la presse dominicale soit dominé par les opinions politiques et les intérêts particuliers d'une seule maison d'édition, comme on l'observe actuellement en République Fédérale d'Allemagne.

Ces prévisions constituent évidemment des postulats politiques pour l'avenir et doivent être considérées comme tels. Mais elles revêtent une grande importance pour l'ordre social, dès lors que l'Europe occidentale doit conserver son humanitarisme et son essence démocratique.

3.2. Participation du public

Les expériences qui tendent à faire participer les auditeurs et téléspectateurs à l'élaboration des programmes procèdent d'un souci identique, qui est celui d'une démocratisation accrue. Les auditeurs et téléspectateurs peuvent participer à des débats et agir sur le cours d'une émission au moyen du téléphone, de lettres, de sondages d'opinion et d'évaluations par traitement électronique de l'information. La participation permanente et institutionnalisée du public, même à quelques émissions seulement, apparaît toutefois improbable en raison de l'énormité des moyens techniques et financiers requis à cet effet. En outre, les règlements des organismes publics de radiodiffusion et de télévision d'Europe occidentale imposent des obligations et contrôles sociaux reposant sur des principes particuliers qui excluent le recours à des plébiscites constants.

3.3. Formation des journalistes

A l'avenir, la formation professionnelle des journalistes sera plus spécialisée et leur recyclage aura un caractère plus permanent et systématique. Les auteurs, journalistes et artistes de 1990 seront des spécialistes de la communication, possédant des qualifications professionnelles et utilisant des techniques de communication empiriques. Ils auront appris à accomplir leur tâche en combinant l'intérêt public avec des techniques de communication efficaces.

3.4. Structure interne des media

Les mass media feront l'objet de nouvelles réformes encore avant 1990. Plus que d'autres entreprises et institutions, ils ont besoin d'un système d'information interne, garantissant la continuité et la souplesse. Il s'agit là d'un besoin urgent.

La structure administrative des mass media sera plus basée sur des projets et objectifs que sur la hiérarchie. Enfin, il faut trouver les moyens de permettre au public d'observer directement les activités et le fonctionnement des mass media. Il faut que les institutions anonymes deviennent transparentes, surtout pour éviter que l'on surestime ou sous-estime la puissance des mass media.

3.5. Dépenses publicitaires

Pour les mass media exploités commercialement, le facteur le plus important (outre le public) est le volume de la publicité qui, dans la plupart des cas, représente la majeure partie de leurs recettes. Les prévisions des experts sont optimistes à ce sujet : le taux annuel d'accroissement des dépenses publicitaires globales sera de l'ordre de 10 % pendant les 10 à 15 prochaines années, dépassant de la sorte d'environ 5 % le taux d'accroissement du PNB. Une stabilisation des dépenses publicitaires apparaît improbable. Elles seront toutefois sujettes à des hausses et ralentissements et évolueront suivant un cycle.

3.6. Stockage et extraction électroniques

On prévoit que dès 1975, les mass media et d'autres utilisateurs disposeront d'un système de stockage et d'extraction électroniques à fonctionnement automatique, précurseur de la banque automatique de données. Il se composera d'un ordinateur central équipé de mémoires à grande capacité tels que bandes, disques et microfilms, et de terminaux internes et externes, où les données apparaîtront sur des écrans ou seront imprimées à grande vitesse. Les mémoires contiendront toutes sortes de matériel : articles, documents, graphiques, images. Ce matériel sera classé et rendu accessible à des

catégories d'utilisateurs hautement différenciées, qui constitueront également la base des programmes du système d'extraction. L'équipement complet permettra aux équipes de rédaction des maisons d'édition et des stations de radio et de télévision de travailler rapidement et sans perdre de temps, et donnera aux abonnés extérieurs la possibilité d'accéder à des informations détaillées toutes les fois qu'ils le souhaiteront.

3.7. Fonctions en évolution

En évoquant les principales fonctions des mass media et en évaluant leur importance croissante ou décroissante, il nous faut admettre que ces fonctions ne sont pas toujours nettement différenciées.

Une fonction générale a trait à l'intégration sociale réalisée par les mass media. Il s'agit du processus par lequel un certain nombre de personnes sans contacts sociaux directs ou indirects sont amenées à constituer une "société", à la suite de l'expérience commune résultant de l'action des mass media. Les mass media ne représentent certes qu'un facteur parmi tous ceux qui concourent à l'intégration sociale, mais ils revêtiront une importance croissante du fait de la diminution de l'influence des moteurs d'opinion et des communications à deux sens.

Quant à la fonction spéciale, les actualités de dernière heure conserveront leur importance et seront un jour diffusées sans interruption (comme c'est pratiquement le cas à la radio). En raison de la complexité croissante du monde et du développement du niveau d'instruction du public, on attachera également plus d'importance aux informations de base. A long terme, les programmes d'information générale susciteront un intérêt grandissant.

Il est difficile de prévoir le rôle futur des arguments dans la formation de l'opinion. Ni la démographie, ni la sociologie n'indiquent de tendance à cet égard. Celles-ci dépendent en effet pour une large part de la situation sociale relative et de la façon dont est conçue la politique en matière de communication. Au fur et à mesure de l'augmentation des loisirs quotidiens et hebdomadaires, il faudra prévoir des divertissements plus nombreux pour la détente et l'agrément.

3.8. Prévisions détaillées relatives aux mass media

Une population qui n'augmente que lentement ne permet d'escompter qu'un faible accroissement de l'auditoire des mass media. Toutefois, l'augmentation du nombre des familles signifie qu'il y aura plus de groupes récepteurs. Le nombre des postes de radio et de télévision enregistrés sera donc plus grand.

Les modifications de la pyramide des âges mentionnées ci-dessus aboutiront à l'augmentation du nombre de programmes spécialement conçus pour certains groupes d'âge. C'est une tendance que l'on peut déjà observer sur le marché des magazines.

La concentration croissante de la population dans les zones urbaines aura pour effet d'augmenter la quantité des mass media et leur qualité. De toutes les enquêtes valables sur les mass media, il ressort que les citadins en subissent plus l'influence, que leur participation est supérieure à la moyenne. C'est là une conséquence du niveau d'instruction plus élevé et du fait que, dans les villes plus qu'ailleurs, les moyens de communication de masse remplacent les contacts sociaux directs.

Si elles font l'objet de prévisions sûres et détaillées, les nouvelles structures scolaires et professionnelles constituent des points de repère directs pour les mass media.

L'évolution de la structure des connaissances, dans le sens indiqué ci-dessus, impliquera de nouvelles et importantes tâches pour les mass media. Ceux-ci joueront un rôle extrêmement utile, voire primordial, à mesure que les connaissances dans les domaines économique, social et professionnel deviendront plus dynamiques. Lorsque les besoins de l'éducation extrascolaire auront été définis, les mass media pourront se charger de cette tâche avec des objectifs précis.

Quelles conclusions peut-on tirer pour les mass media des prévisions relatives aux loisirs ? La faible augmentation des loisirs quotidiens et hebdomadaires rend impossible l'explosion fréquemment mentionnée des moyens de communication de masse, et annonce plutôt un développement continu. Il y aura cependant un excédent tant de media que de messages. Le marché des magazines spécialisés est en forte expansion ; nous devons compter avec la création d'un marché de cassettes et de disques vidéo ; et il y a la perspective du développement de la télévision par câble. Etant donné que les loisirs demeurent réduits, le public procédera à l'avenir à une sélection plus minutieuse. Il préférera les produits des media dont l'intelligibilité, la clarté, l'accessibilité et la variété facilitent le choix. Les résultats seront les mêmes que les effets de la variété sociale croissante sur les domaines professionnels, les activités de loisir, les modes de vie et les valeurs, qui seront analysés tout à l'heure.

Les mass media réagiront à ces tendances par une spécialisation plus ou moins poussée. Cela signifie qu'il y aura des programmes spéciaux sur des sujets spéciaux qui s'adresseront de plus en plus à des groupes spéciaux, dont les membres sont liés par des intérêts communs.

Cela ne signifie pas que les programmes d'intérêt général seront abandonnés, mais ils seront moins nombreux.

./.

4. PREVISIONS RELATIVES A CHAQUE MASS MEDIA EN PARTICULIER

4.1. Remarques préliminaires

Je commencerai par une affirmation quelque peu péremptoire. Aucun des mass media actuels (sauf peut-être le cinéma) ne cessera d'exister dans un proche avenir. Stimulés par la technologie moderne (par exemple la transmission, l'enregistrement et le traitement électroniques de l'information), les mass media se ressembleront de plus en plus sans cependant faire double emploi. Les différences entre les media apparaîtront moins clairement. Par contre, la séparation entre les fonctions d'information et de publicité des différents media sera plus marquée. Comme on le constate dès maintenant, les mass media renonceront de plus en plus à se concurrencer à propos du contenu et de la pertinence de l'information, pour concentrer leurs activités sur leurs fonctions complémentaires.

4.2. Quotidiens régionaux et locaux

La remarque formulée ci-dessus à propos du maintien des media traditionnels est particulièrement valable pour les journaux régionaux et locaux. A long terme, une seule menace semble peser sur leur existence : celle que constituerait une télévision locale exploitée commercialement et financée par les dépenses publicitaires locales. Une telle éventualité aboutirait à détruire partiellement ou totalement la base économique des quotidiens locaux. Nous examinerons cette question dans un autre chapitre.

Toutefois, si nous admettons que la télévision locale ne revendiquera pas le monopole de la publicité locale, les journaux continueront à exister. Leur développement économique se caractérise par une concentration permanente, qui aboutit à réduire le nombre des équipes de gestion et de rédaction. Seul un tirage relativement élevé (combiné avec des techniques d'impression moderne et d'autres innovations technologiques) assure la rentabilité.

La standardisation des formats et l'impression en couleurs constitueront les conditions futures de la participation des quotidiens régionaux et locaux à la publicité diffusée à l'échelon national.

Actuellement déjà un problème crucial, la distribution, deviendra à l'avenir une question de vie ou de mort pour les journaux. La livraison par porteur ou par voie postale ne suffira plus. A l'avenir, il faudra une innovation technique spectaculaire : la transmission électronique des journaux aux lecteurs et leur impression électrostatique sur du papier par un appareil spécial combiné avec le récepteur de télévision, appelé imprimeuse à domicile. Le journal pourrait ainsi être retransmis pendant la nuit et produit le matin. En outre, plusieurs maisons d'édition et journaux pourraient participer à cette méthode de transmission. Les lecteurs auraient la possibilité de commander des articles particuliers d'un journal ou d'un autre en utilisant un automate semblable à une pendule. /.

Aux Etats-Unis, les recherches dans ce domaine ont débuté aux environs de 1930 (c'est-à-dire à l'ère de la radio) ; en Europe et au Japon, les travaux ont commencé pendant les années 60. Les prévisions varient énormément quant à l'époque à laquelle la mise au point d'un tel équipement sera achevée. En 1969, la Rand Corporation ne prévoyait une distribution à grande échelle qu'après 1990. Pourtant l'imprimeuse à domicile est déjà utilisée actuellement à titre expérimental au Japon et devrait pouvoir être proposée à un prix raisonnable en 1972. Les experts estiment que les imprimeuses à domicile seront commercialisées en Allemagne de l'Ouest entre 1973 et 1975. Mais cet exemple met une fois de plus en lumière le décalage qui existe entre le progrès technologique et les possibilités d'application pratique, tel que nous le constatons dans d'autres domaines, comme les vols spatiaux. Actuellement, le coût d'un équipement de ce genre est encore si élevé que la généralisation de son utilisation interviendra plutôt vers 1990 qu'après 1972.

Il faudra que les équipes de rédaction des quotidiens régionaux et locaux recherchent des domaines dans lesquels ils pourront apporter leur concours à d'autres media pour les actualités locales et régionales, les informations de base, l'interprétation, etc. Il n'y aura plus de compétition pour les informations de dernière heure. La concentration des media tant nationaux que régionaux devrait favoriser, d'une part, la variété au sein d'un media particulier et, d'autre part, la concentration sur les fonctions complémentaires.

4.3. Quotidiens nationaux

L'établissement de prévisions concernant plus particulièrement les quotidiens nationaux laisse subsister un certain nombre d'incertitudes. Il est extrêmement difficile de répondre à la question de savoir si, dans les décennies à venir, les quotidiens nationaux seront capables d'assumer une fonction intermédiaire entre la radio et la télévision, d'une part, et les magazines de plus en plus modernes à la fois pour le contenu et la forme, d'autre part. La situation en Grande-Bretagne, où des journaux à gros tirage, diffusés à l'échelon national, ne réalisent aucun bénéfice, indique que les quotidiens nationaux de niveau intellectuel plus élevé et à tirage limité, tels que nous en trouvons en République Fédérale d'Allemagne, ont manifestement plus de chances de survivre que les journaux de masse. Ces derniers souffrent en outre de la concurrence de la télévision en matière de publicité, tandis que les premiers, grâce aux petites annonces du type "offres d'emploi", sont moins menacés par d'autres media.

L'impression décentralisée ne suffira pas pour éliminer définitivement les problèmes de distribution auxquels se trouvent confrontés les quotidiens nationaux plus que tous les autres media imprimés. Ces problèmes ne pourront être résolus que par l'introduction de l'impression à domicile. Mais comme on l'a vu, il faudra encore patienter 10 à 20 ans et pendant cette période, la menace continuera à peser sur les quotidiens nationaux. ./.

4.4. Magazines

Les perspectives de développement des magazines dépendent de leur concurrente, la télévision. Il faut donc envisager deux possibilités. La première est celle d'une situation comme aux Etats-Unis, où la publicité à la télévision est autorisée sans restriction. La deuxième est le développement, comme dans la plupart des pays d'Europe occidentale, d'une télévision sans publicité ou avec un nombre réduit d'émissions publicitaires. Les deux hypothèses sont possibles et doivent être décrites.

La télévision concurrence directement les magazines de masse : les deux s'adressent à un public vaste et potentiellement illimité. Dans cette compétition, la télévision est toutefois considérée comme le médium le plus attrayant et ayant de plus grandes chances de développement futur. Les liens entre les lecteurs et les magazines de masse et féminins se relâcheront. Dès lors, les annonceurs, s'ils souhaitent toucher la masse, utiliseront la télévision qu'ils considèrent comme un médium plus attrayant, plus efficace et moins cher. Les magazines perdront leurs recettes publicitaires, ce qui aboutira (comme on peut déjà l'observer aux Etats-Unis) à leur déclin économique, même s'ils conservent leurs lecteurs. Dans ces conditions, les magazines de masse seront appelés à disparaître.

Un autre type de publication est constitué par les magazines spéciaux, s'adressant à des lecteurs sélectionnés, possédant des caractéristiques communes, par exemple, des femmes d'un groupe d'âge donné, des hommes exerçant certaines professions, des gens qui font de la voile ou du ski, etc. Le niveau des lecteurs, leurs rapports étroits avec le magazine, leur structure homogène et le contenu bien défini de ces magazines en font des supports publicitaires attrayants, indépendamment de la quantité de la publicité télévisée. Les magazines de cette catégorie prospèrent, étant donné qu'il y a toujours de nouveaux groupes à toucher et que les intérêts deviennent de plus en plus spécifiques.

Les remarques formulées à propos des magazines spécialisés sont valables même lorsque la publicité à la télévision est réduite. La situation serait la même, alors que ce n'est pas le cas pour les magazines de masse. Aux yeux du public, leur principal concurrent demeure la télévision. Seule une limitation de la publicité à la télévision permettrait à quelques magazines de masse de subsister.

Enfin, on peut décrire les caractéristiques d'un magazine qui ne verra sans doute pas le jour avant l'an 2000 : le magazine individuel pour le lecteur individuel. Chaque foyer serait en liaison avec une ou plusieurs maisons d'édition par son imprimeuse électronique à domicile. Les rédacteurs du magazine stockeraient tous les nouveaux articles dans un

./.

ordinateur et les publieraient sur un écran semblable à un écran de télévision avec une machine semblable à une machine à écrire. Les articles anciens, qui pourront être republiés à tout moment, seraient extraits de la mémoire de l'ordinateur. Les abonnés passeraient leurs commandes en composant sur un cadran des numéros de code, qui leur seraient communiqués régulièrement, correspondant aux publications qui les intéressent. Leur imprimeuse à domicile leur fournirait ensuite un exemplaire de leur propre magazine.

L'automatisation de ce processus pourrait encore être plus poussée. L'imprimeuse à domicile pourrait être ultérieurement combinée avec un petit ordinateur simple, qui serait alimenté par un programme que l'abonné pourrait facilement modifier lorsque son intérêt se porte sur d'autres domaines. On pourrait même concevoir un profil d'intérêts à dimensions multiples pour les principales catégories telles que les nouvelles politiques, sportives, et économiques, ainsi que pour les catégories plus fonctionnelles, telles que l'information, les variétés, l'éducation. Le programme de l'ordinateur comprendrait également des directives pour la fréquence d'impression du magazine : quotidiennement, toutes les semaines, toutes les deux semaines, tous les mois etc. Cet équipement pourrait évidemment aussi être installé dans des usines et bureaux. Chaque abonné pourra ainsi obtenir les informations souhaitées, à l'endroit approprié et au moment voulu, sous la forme de son magazine personnel.

4.5. Radio

En raison de sa rapidité et de son universalité, la radio est et demeure le médium pour les informations de dernière heure. Etant donné que sa technique peut être considérée comme quasi parfaite, son développement futur se situe plutôt au niveau des programmes. A la recherche d'autres fonctions, la radio a spécialisé ses émissions et les a orientées en fonction des différents groupes d'auditeurs. Cette tendance apparaît dans la façon dont la BBC (British Broadcasting Corporation) a aménagé ses programmes. Ils sont au nombre de quatre :

Canal 1 - Musique pop pour les jeunes avec diffusion d'informations toutes les heures ;

Canal 2 - Musique légère pour tous, avec diffusion d'informations toutes les heures ;

Canal 3 - Musique classique et émissions culturelles dans la soirée ;

Canal 4 - Emissions exclusivement parlées - informations détaillées, questions d'actualité, etc.

Une autre possibilité pour la radio est l'émission de type magazine qui, malgré l'essor de la télévision, remporte un succès étonnant : sous des titres tels que "magazine du matin" et "midi-magazine", elle comporte de la musique légère, de brèves communications d'intérêt général, des rubriques spécifiques (par exemple la critique des émissions de télévision de la veille) des informations sur la circulation, l'état des routes et le temps, etc. Ce genre d'émission est propre à la radio et ne peut pas être supplantée par d'autres media.

D'une façon générale, la radio n'a à craindre que la concurrence de la télévision. La lutte pour gagner l'auditoire a abouti à une situation dont il est probable qu'elle se prolongera pendant plusieurs dizaines d'années : le public écoute la radio pendant la journée et regarde la télévision le soir. Des recherches ont montré que l'inverse n'est vrai que pour des minorités restreintes, en évolution.

4.6. L'ordinateur dans les stations de radio et de télévision

Le recours au traitement électronique de l'information ouvre des perspectives nouvelles à la radio et la télévision. Les experts prévoient qu'en 1980, les ordinateurs contrôleront la production et la retransmission des émissions, l'affectation du personnel et l'utilisation des studios. Si, pour l'Europe, une telle installation est encore du domaine du futur, elle est pratiquement réalisée au Japon à la NHK (Nippon Hoso Kyokai - office public de la radio et de la télévision).

4.7. Télévision/technique

Pour la télévision, les innovations les plus spectaculaires de l'avenir résideront dans le domaine technique. Etant donné que la télévision est le mass medium le plus moderne et qui se développe le plus rapidement, ces innovations sont généralement relativement bien connues. Il suffira donc de les mentionner et d'en discuter brièvement.

Dans l'immédiat, on envisage l'installation de chaînes de télévisions locales sur la base technique de réseaux de câbles combinés avec les fréquences de 11,7 à 12,7 Giga-Hertz récemment découvertes. L'idée vient des Etats-Unis où la CATV (Community Antenna Television) dessert actuellement 11 % des foyers et a transformé ce qui était à l'origine un outil technique auxiliaire en un mass medium complet et indépendant.

Le principe technique de la télévision par câble consiste à relier des logements et maisons individuelles dans des régions entières ou des cités par un système à câble à une antenne collective, qui doit avoir une forte capacité de réception ; ce système permet d'améliorer la réception des chaînes de télévision existantes dans la région en question. Lorsqu'elle est reliée directement par câble à la station émettrice, la région peut capter de nouveaux programmes. ./.

La télévision par câble a l'avantage de permettre une réception sans parasites et, grâce à son énorme capacité, elle peut assurer la retransmission de 40 programmes (TCC, USA). L'inconvénient dû aux moyens techniques et financiers plus importants requis est en partie compensé par le fait que les postes de télévision sont moins compliqués et meilleur marché lorsqu'on utilise des câbles.

Les premières installations à câbles aux Etats-Unis datent d'environ 1955. Dans des zones rurales isolées, où il était difficile, voire impossible, de capter les émissions de télévision, des sociétés ont installé une antenne en hauteur à forte sensibilité et des systèmes à câble. Les impulsions reçues par l'antenne ont été renforcées et ont permis une réception sans parasites dans les foyers. Les propriétaires sont des abonnés et (comme pour le téléphone) sont tenus de verser une certaine somme pour l'installation et des redevances mensuelles.

Bien qu'elle se propage déjà dans les grandes villes et fournit à ses abonnés ses propres programmes inédits et qu'elle diffuse également de la publicité, on appelle la télévision par câble aux Etats-Unis "Community Antenna Television". Le développement de la télévision par câble aux Etats-Unis ressort des chiffres suivants :

Année	Systèmes à câble	Abonnés	Pourcentage des foyers
1956	450	400 000	0,8
1960	640	650 000	1,2
1964	1 200	1 085 000	2,1
1968	2 000	2 800 000	5,5
1969	2 300	4 000 000	7,5
1970	2 550	5 400 000	11,0

Selon les calculs du célèbre Institut américain d'étude de marché, A.C. Nielsen, en 1980, 15 millions de foyers (soit 28,1 % de la totalité des foyers) seront desservis par câble.

En Europe, la télévision par câble ne possède actuellement aucune chaîne propre. Elle est utilisée pour améliorer la réception des chaînes existantes. 1,2 million de foyers anglais sont reliés par câble. La société

./.

Télédistribution a relié plus d'un million de foyers en Belgique. En sus des deux chaînes belges, des programmes étrangers de France et des Pays-Bas sont retransmis. Télédistribution est en train de mettre sur pieds sa propre chaîne. En Suisse, un million de foyers, surtout dans les régions montagneuses isolées et les grandes villes, captent les émissions suisses et étrangères par câble. La plus importante société suisse de télévision par câble, Rediffusion A.G., envisage de produire et de retransmettre ses propres programmes. Actuellement, il n'existe aucune base juridique pour ce genre d'activités. La société anglaise Rediffusion a étendu son champ d'action aux Pays-Bas. Une première expérience, avec une chaîne locale appartenant à la collectivité, a eu lieu dans une petite ville près de la frontière allemande à la fin de 1971.

Les nouveaux canaux entre 11,7 et 12,7 Giga-Hertz, permettent la retransmission de six programmes locaux. Les ondes ressemblent beaucoup à celles de la lumière et peuvent couvrir une distance d'environ 20 km (soit environ 12 miles). Il faut donc un réseau d'antennes et les nouvelles fréquences ne peuvent être utilisées que dans les villes. L'utilisation de ces fréquences nécessite toutefois des moyens techniques exorbitants. Une solution raisonnable consisterait à les combiner avec des systèmes à câble. Les distances jusqu'à 20 km pourraient être couvertes par la retransmission sur les fréquences Giga-Hertz, les foyers plus éloignés étant desservis par des systèmes à câble. On éviterait de la sorte les "parasites", c'est-à-dire une mauvaise réception, et le coût des antennes et transformateurs serait réduit à un minimum.

L'installation de la télévision locale par câble en Europe ne dépend pas de la technologie. Elle dépend exclusivement des décisions prises en ce qui concerne la politique en matière de communication, des fonds disponibles pour les investissements et de la nécessité sociale d'une télévision locale. Techniquement, il est possible d'installer la télévision locale en l'espace de quelques années.

De nombreux projets sont associés à la technique de la télévision par satellite : des programmes internationaux en plusieurs langues, la télévision scolaire pour les pays à grande superficie tels que l'Inde, la Chine, l'Amérique Latine et la publicité à l'échelon mondial pour les grands consortiums. Mais là aussi, il existe un décalage entre la technologie et les possibilités de réalisation pratique et la rentabilité. Les prévisions indiquent clairement qu'en 1975 le développement technologique de la capacité de transmission permettra de capter les émissions de satellites. Les antennes collectives et équipements supplémentaires de réception seront disponibles à cette époque à prix raisonnable. Dès 1985, on pourra vraisemblablement mettre au point des postes bon marché permettant la réception directe sans antenne de réception et relais de transmission. Toutefois, le coût énorme d'un satellite synchrone, d'une fusée et de l'émetteur puissant ne permet pas d'envisager une télévision commerciale conçue sur ce principe. ./.

La télévision par satellite sera peut-être utilisée pour l'éducation des masses ou pour créer une chaîne internationale qui serait contrôlée et financée par différents pays dans le cadre d'une coopération internationale. Il ne faut jamais oublier que la télévision par satellite est très chère.

D'autres innovations techniques sont en cours dans le domaine de la télévision. La télévision bilingue sera introduite en 1980. Les deux canaux pour le son, pour la langue originale et la traduction, peuvent également être utilisés pour la stéréophonie. Les films de télévision à trois dimensions seront également disponibles à la fin des années 70 grâce à l'holographie. Jusqu'à récemment, l'écran plat sans les tubes habituels des récepteurs de télévision, apparaissait comme une vision d'un avenir lointain. Mais à la suite de travaux entrepris au Japon et au Canada, on prévoit qu'il sera lancé sur le marché en 1975.

4.8. Télévision/organisation

En Europe occidentale, la télévision a plus le caractère d'un monopole que les autres media, tels que par exemple les journaux locaux. C'est pourquoi l'exigence d'un contrôle social et l'obligation de tenir compte de l'intérêt public se fera plus fortement sentir dans le cas de la télévision. De même, la volonté du public de soustraire la télévision à l'influence et au contrôle gouvernemental, qui se manifeste dans plusieurs pays d'Europe occidentale, s'accentuera encore dans l'avenir. Pour contribuer au progrès économique et social, la télévision devra être dotée d'une structure administrative, qui ne la soumettra pas seulement à l'influence d'éléments conservateurs, voire réactionnaires. Bien qu'il soit actuellement mûr pour la réforme, le principe d'un organisme public, tel que la BBC au Royaume-Uni ou les organismes suisse et allemand, demeure pour beaucoup d'autres pays un exemple et un système à imiter.

4.9. Télévision/programme

Il est paradoxal que les plus grandes incertitudes pèsent sur les prévisions dans l'un des principaux domaines de la communication de masse, celui des programmes de télévision. Comme la télévision est le mass medium le plus moderne et le plus souple et qu'elle a toute latitude de se développer, des prévisions indiquant plus qu'un changement général de fonctions relèveraient de la futurologie pure. Mais il y a certainement d'autres tendances qui méritent d'être mentionnées.

La télévision est devenue une fenêtre ouverte sur le monde ou, mieux encore, le miroir du monde, et cela de façon plus spectaculaire et puissante que les mass media plus anciens. Cette reproduction apparemment fidèle du monde oblige tous les responsables du médium à reproduire le monde et la société effectivement de façon fidèle et objective. Cette remarque est

./.

valable non seulement pour les informations et les documentaires, mais aussi pour les émissions dramatiques dans la mesure où elles se situent à un certain niveau intellectuel et/ou qu'elles mettent en scène des faits, interactions et contextes sociaux, ce qui est généralement le cas. Mais l'obligation de se référer à la société et à la réalité implique la nécessité de s'exprimer de manière intelligible. Cela signifie que le niveau intellectuel du langage utilisé à la télévision doit être adapté à son public. Le journal télévisé quotidien, suivi par un grand nombre de téléspectateurs, ne doit pas être présenté dans un langage écrit par des intellectuels pour des intellectuels.

Les programmes de télévision de l'avenir continueront à subir l'influence des nouveaux moyens audio-visuels. Dès 1980, la diffusion du disque vidéo bon marché produira ses effets ; au cours de la décennie suivante, la télévision traditionnelle subira l'influence de la mise en vente des cassettes vidéo. Si les disques bon marché n'enlèveront à la télévision qu'une infime part, et probablement pas la meilleure, de son rôle de distraire le public, le développement des cassettes est susceptible d'avoir des conséquences beaucoup plus importantes. L'éducation au sens le plus large du terme, les informations et rapports concernant une période donnée, les nouvelles artistiques et les documentaires pourront être communiqués par les cassettes. Le dernier concurrent futur de la télévision apparaîtra lorsque, à partir de 1990, la production de disques deviendra si rapide et bon marché qu'ils pourront transmettre les informations de dernière heure et être diffusés en grande série sous la forme d'annexes aux journaux, ou être distribués par tout autre moyen expéditif. Même la télévision, à l'instar des autres mass media, devra donc rechercher des fonctions complémentaires à l'avenir.

Reste à traiter la question des programmes de la télévision locale, dont un certain aspect a déjà été décrit sous la rubrique "technique".

Le besoin de communication dans le domaine local est extraordinairement puissant. Ce fait est prouvé non seulement par les résultats d'études de marché mais aussi par le succès de journaux locaux qui se sont modernisés. Il faut chercher le motif de l'intérêt témoigné à la communication locale dans le fait que celle-ci a trait à des informations concernant directement la population et ses activités, tandis que la communication de masse porte essentiellement sur des sujets généraux.

De surcroît, la communication publique dans le domaine local contribue fortement à l'intégration des citoyens dans la communauté démocratique. Il est certain que la communication de masse favorise également l'intégration, mais il s'agit toujours de groupes éphémères. Le développement tentaculaire des villes et l'exode vers les banlieues, la désolation des quartiers centraux et la diminution des contacts sociaux directs qui en résultent, confèrent une importance croissante à la fonction d'intégration. Face à une telle situation, il faut que les

institutions chargées de la communication publique locale, répondent à un certain nombre de conditions : le débat social ne doit pas demeurer un monologue. Toutes les catégories de la population devraient participer aux discussions publiques dans le cadre des mass media. Il faut donc que la télévision locale soit gérée et contrôlée démocratiquement, soit par la collectivité, soit par des organismes spécialement créés à cet effet. Elle ne devrait dépendre en aucun cas de la société d'édition locale, dont elle devrait aboutir à réduire le monopole. La télévision locale ne devrait pas non plus accepter les commandes des annonceurs locaux, étant donné que cela pourrait fréquemment avoir pour effet de ruiner le journal local et de rétablir un monopole, même s'il est public.

Un premier principe pour les émissions serait leur intérêt local, ce qui ne signifie pas que toutes les émissions ne devraient concerner que la ville ou région en question.

Il existe des masses de questions locales d'ordre général, telles que par exemple l'aménagement urbain, les centres de loisirs, la circulation, les faubourgs. Les suggestions suivantes ne constituent pas une base de programmation mais indiquent la direction dans laquelle les programmes pourraient s'orienter. Dans le domaine politique, la télévision locale pourrait aisément contribuer à donner à la politique municipale une impulsion nouvelle et à y intéresser le public. Sur le plan économique, on pourrait aborder une vaste gamme de sujets : conseils aux consommateurs, présentation et analyse du marché, et examen critique de la puissance économique de la ville ou de la région. Dans le domaine social, la télévision assume une importante fonction d'intégration, surtout dans les villes où le contact social direct est rompu. Elle pourrait, par exemple, informer sur les conditions de vie, l'aménagement du territoire et la structure sociale.

CENTRE DE COMMUNICATION A DOMICILE

Enfin, il convient de décrire une installation qui, selon les prévisions des experts américains, verra le jour entre 1985 et l'an 2000. Il s'agit du centre de communication à domicile. La radio, la télévision, le vidéophone, le traitement de l'information et l'impression électrostatique seraient groupés et combinés avec un écran tous usages. Ce centre serait relié à toutes sortes d'organismes publics. Il assurerait notamment la réception d'émissions de radio et de télévision à l'échelon mondial, les liaisons téléphoniques, l'impression et la livraison de journaux et magazines, la communication d'informations de banques de données, les cours audio-visuels, les liaisons avec les banques, caisses d'épargne, la perception, etc.

Il s'agit sans doute d'une utopie. Mais il semble que nous soyons ici manifestement en présence d'un exemple de ce que l'on appelle une prophétie qui se réalise par elle-même. L'idée du centre de communication à domicile, qui nous vient des Etats-Unis, est susceptible de se transformer en concept tout à fait courant ; et il est probable que les industries et experts orienteront leurs attitudes et activités dans ce sens. ./.

REMARQUES FINALES

Dans la présente étude, on s'est efforcé de définir, par des exemples, le contexte de l'ensemble des facteurs qu'il convient d'inclure dans les prévisions et d'insérer ces prévisions dans leur cadre social.

Toutefois, l'évolution future des sociétés d'Europe occidentale est loin d'apparaître clairement. Si aucune hypothèse n'était retenue, il faudrait adopter un point de vue basé non pas sur les prévisions technologiques les plus sûres, mais sur la façon dont on conçoit une société future attrayante. On a intégré dans l'étude un certain nombre de conceptions subjectives, motivées et corroborées par les faits, mais demeurant néanmoins subjectives.

La plupart des prévisions publiées reflètent en effet les intérêts particuliers de certaines industries, partenaires commerciaux, partis politiques, etc. ou la confiance dans le mécanisme de la prophétie se réalisant par elle-même. Dans le cas contraire, les prévisions se fondent sur des projections technologiques et économiques superficielles du présent dans l'avenir et ne comportent aucune référence aux besoins futurs prévisibles en évolution de la société. Dans la présente étude, on a tenté de définir des critères en vue de planifier et d'orienter une évolution future souhaitable de la société, qui sont peut-être aléatoires mais dont il faut tenir compte dans des prévisions générales.

A N N E X E

Liste des études prospectives sur
"La télévision, les techniques nouvelles de diffusion
et le développement culturel"

- "Aspects futurs de la société et des mass media en Europe"

par Dr U. MAGNUS
Medienreferent in der Intendanz des Westdeutschen
Rundfunks
COLOGNE

- "A propos d'un satellite européen - Problèmes et perspectives"

par M. BEZENCON
Président de l'Union Européenne de Radiodiffusion
Directeur Général de la Société Suisse de
Radiodiffusion
BERNE

- "Usages culturels d'un satellite européen avec stations
réceptrices"

par R. LEFPANC
Office Français des Techniques modernes d'Education
PARIS

- "La télédistribution dans le monde d'aujourd'hui"

par G. THOVERON
Chargé de recherches à l'Institut de Sociologie
Université Libre de BRUXELLES

- "Perspectives d'évolution de la télédistribution"

par J. GARCIA JIMENEZ
Radiotelevision Espanola
MADRID

- "Les cassettes audio-visuelles : perspectives en Europe"

par Dr L. BERETTA ANGUISSOLA
Directeur Général Adjoint de la R.A.I.
ROME

- "Information et délasserement par les moyens audio-visuels"

par Dr J. KNOLL
Institut de pédagogie
Ruhr-Universität
BOCHUM

- "La vidéocassette"

par J.C. BATZ
Directeur du Centre d'étude du cinéma,
de la radiotélévision et du théâtre
Institut de Sociologie
Université Libre de BRUXELLES

- "Problèmes de production des programmes destinés aux cassettes"

par M. A. FRANCOIS
Directeur chargé de l'Inspection générale
O.R.T.F.
PARIS

- "Evolution des réseaux de télévision de service public"

par M. P. SCHAEFFER
Chef du Service de la Recherche
O.R.T.F.
PARIS

- "La prévision en technologie culturelle"

Fondation pour le Développement culturel
PARIS

- "Réflexions sur une production de télévision par et pour des communautés restreintes"

Fondation pour le Développement culturel
PARIS

- "La diffusion par satellite à l'intention de l'Europe"

par E. PLOMAN
Executive Director
International Broadcast Institute
LONDON