

La télé : un média de plus en plus chahuté

Après la presse ébranlée par le blog, les radios bousculées par le podcasting, c'est au tour de la télévision d'entrer dans la tourmente. Une nouvelle télévision est en gestation, plus personnelle. Et la "TV sur mobile" ne fait que révéler ce phénomène.

Président,
Documental -
observatoire des
technologies de
l'information

Le site

* Documental.com

Le succès est inattendu ! Les premières offres de télévision sur téléphone mobile semblent largement plébiscitées par le public qui se dit prêt à payer, parfois cher, pour ce nouveau service, "regardé" dans la moitié des cas... à domicile. L'industrie du contenu excitée par les 125 millions de consommateurs annoncés pour 2010 entre en ébullition. Premiers dans la course, les producteurs de contenus spécialisés (sport, musique, charme...) multiplient les initiatives.

Au-delà de la technologie...

La TV mobile est à la fois : une technologie (UMTS, TVHD,...) ; un segment de marché (nouveau mode de consommation, nouvelle clientèle ou nouveau contenu...) ; et la convulsion la plus récente de cette société des médias en cours de réinvention ! Après la presse ébranlée par le blog, les radios bousculées par le podcasting, ce serait maintenant au tour de la télévision d'entrer dans la tourmente...

Une révolution en marche qui dépasse la télé ?

Si le grand chamboulement que devait provoquer le nouveau média électronique, libertaire et "gratuit" qu'incarnait Internet n'a pas vraiment eu lieu, aujourd'hui, après la phase "drôle de guerre", nous en serions à celle du Blitzkrieg ! Pour Joël de Rosnay, c'est la révolte du pronétariat ! Les utilisateurs prennent le pouvoir, et ça change tout ! Cette référence à la grille d'analyse marxiste est surtout utilisée pour marquer les esprits et conduire aux concepts de "pronétaires et d'infocapitalistes", qui caractérisent bien la bascule des pouvoirs en cours, que Joël de Rosnay prévoit progressive, mais irréversible.

Le phénomène n'est pas révolutionnaire par sa rapidité ou sa brutalité mais par sa profondeur ! Dans le numéro mars-avril 2006 de la Revue "Le débat", c'est à un autre économiste majeur -Joseph Schumpeter, le théoricien de l'entrepreneuriat- que le sociologue Jean-Gustave Padioleau emprunte une autre grille d'analyse tout aussi puissante : "la destruction créatrice", ce processus chaotique où destruction et création sont intimement liées, elles sont consubstantielles. Pour le sociologue, cette force créatrice à l'oeuvre émerge de "publics de citoyens-acteurs-joueurs se déplaçant dans des espaces de communication en vue de concocter des univers, des environnements informationnels propres. D'une manière ou d'une autre, avec plus ou moins d'ampleur, les publics co-produisent les transmissions, les réceptions et les interprétations. En somme, ces espaces évoquent la configuration du système des jeux-vidéos, individuels ou en réseaux, au sein duquel les joueurs remplissent des rôles-pivots. Les joueurs ne sont pas en dehors des consoles, il font activement partie du système."

Cette "révolution copernicienne" qui modifie complètement la place de l'utilisateur touche l'ensemble des TIC depuis plus d'un an sous le nom, certes un peu marketing, de Web 2.0, auxquels les blogs, wikis, podcasts, folksonomies, et autres médias citoyens se réfèrent. Le "potentiel social" de la technologie éclate au grand jour ! C'est là, le vrai potentiel révolutionnaire. La télé n'y échappe pas.

Une télé intime et personnelle : vers l' "egocasting" ?

Désormais, chacun est invité à s'investir, à participer. La TV mobile illustre si bien ce nouveau rapport plus personnel avec le contenu, que Laurence Meyer, directrice d'études à l'Idate, n'hésite pas à parler "d'egocasting", tendance où chacun

sélectionnerait ses programmes, les découperait, pour reconstruire la "télévision de ses rêves".

Mais en fait, si ce "citoyen-acteur-joueur" est certes de plus en plus centré sur son ego et sur sa propre manière de voir le monde, il est aussi, dans le même temps, de plus en plus altruiste, partageur et prosélyte (témoin, le succès des compilations musicales personnelles (playlists)).

Une nouvelle télévision est en gestation. La "TV sur mobile" ne fait que la révéler. Cette télévision se construit aujourd'hui sur des tendances sociologiques, déjà observables. Les utilisateurs sont le système ! La télé réalité surfe en partie sur cette lame de fond. La TV sur Mobile va accélérer et pousser encore plus loin l'intimité que le "citoyen-acteur-joueur" entretient avec le support technologique (téléphone), la plasticité du contenu (interactivité). Elle va rendre poreux son contexte immédiat d'action (public, privé ou secret) tout en le projetant dans des expériences "augmentées" (par delà ses capacités physiques), dans des mondes persistants (se développant sans sa présence) dans des relations foisonnantes avec autrui.

Les nouvelles pousses sortent déjà des décombres, pour ceux qui veulent les voir. Les nouvelles technologies (dont la TV sur mobile) jouent un rôle de premier plan, mais pas central. Quant au consommateur, il se meurt ! Place au "citoyen-acteur-joueur" !