
Moins d'information depuis la suppression de la publicité

Description

Selon une étude de l'Institut national de l'audiovisuel (INA), la suppression de la publicité sur la télévision de service public a entraîné une diminution du nombre de sujets traités.

Le journal télévisé de 20 heures a sensiblement raccourci sur France 2, comme sur TF1, depuis le 5 janvier 2009, date de la suppression de la publicité après 20 heures sur France Télévisions, comme le démontre Ina Stat, l'outil d'analyses statistiques des journaux télévisés. L'obligation légale de la première est devenue une contrainte stratégique pour la seconde.

Avec un *prime time* avancé à 20h35, les deux chaînes concurrentes France 2 et TF1 ont réduit leur journal télévisé, respectivement, de 5 et de 2 minutes en moyenne par jour en 2009, la chaîne de service public ayant anticipé le lancement de son édition du soir de deux minutes, à 19h58. Cette diminution équivaut en moyenne à 2,5 sujets en moins par jour (-886 sujets par rapport à 2008) sur France 2, et 3 sujets en moins par jour (-1 029 sujets par rapport à 2008) sur TF1. Les sujets d'actualité les plus touchés par ces changements de programmation concernent principalement le sport (-34 %) et la politique française (-28,5 %) pour France 2, l'international (-32 %) et le sport également (-28 %) pour TF1.

Les chaînes M6 et Arte se sont également alignées sur la concurrence. M6 a choisi d'allonger la durée de son mini-JT, à compter du 7 septembre 2009, de 11 à 14 minutes, entraînant une augmentation de 30 % du nombre de sujets traités, portant principalement sur le sport et la justice, et de 16 % en volume horaire. En fusionnant son *Journal de la culture* avec son journal télévisé de 19 heures à partir du 11 janvier 2010, la chaîne franco-allemande Arte, quant à elle, a augmenté son offre d'information de 12 % : l'information internationale est passée de 50 % à 30 %, la culture et les loisirs de 1,2 % à 24 %.

Ces changements de programmation des grandes chaînes généralistes ont entraîné une baisse de près de 52 heures d'information en 2009, avec en moyenne plus de 4 sujets de moins par jour (-1692 sujets par rapport à 2008). Cette diminution concerne en premier lieu l'information internationale (-989 sujets), puis le sport (-931 sujets) et l'économie (-655 sujets). Néanmoins, le classement des thèmes d'actualité privilégiés n'est pas bouleversé, les sujets de société arrivent en tête, suivis de l'international et de l'économie. Ces trois thèmes constituent 44,5 % de l'offre totale des journaux télévisés des grandes chaînes hertziennes en 2009 (47 % en 2008). Alors que l'actualité politique ne représente plus qu'à peine 5 % de l'offre, chutant de la quatrième place à la dixième place entre 2008 et 2009, avec 591 sujets proposés en moins. La durée de traitement des sujets, quant à elle, n'a pas changé. Elle est en moyenne de 1 minute 22 en 2009, la culture bénéficiant

toujours de la durée la plus longue (1 minute 43) tandis que les sujets sur le sport restent les plus courts (1 minute 03).

L'outil statistique Ina Stat révèle également que si les chaînes d'information continue, désormais bien installées dans le paysage audiovisuel français, ont apporté un traitement radicalement différent de l'information, grâce au suivi quasiment en direct des événements, elles n'ont pas pour autant adopté une ligne éditoriale se distinguant franchement de celle des journaux télévisés des chaînes généralistes. L'analyse des journaux télévisés de référence des chaînes d'information LCI, I>TV, BFM TV et France 24 pour l'année 2009 montre que les sujets d'actualité internationale et de société représentent également la majeure partie de leur programmation (39 % du volume horaire). Le sport y occupe la 3^e place, l'information scientifique et l'éducation sont en dernière place, des rangs équivalents en nombre de sujets à ceux que leur accordent les grandes chaînes hertziennes dans leur édition du soir. En revanche, une différence éditoriale apparaît sur les sujets consacrés à la culture et aux loisirs, relayés à la place sur les chaînes d'information continue, ainsi que sur les sujets de politique française, qui occupent le 6^e rang contre le 10^e sur les chaînes hertziennes.

Dans leur ensemble, les journaux des chaînes d'information continue proposent des offres assez homogènes, à l'exception de France 24. L'offre d'information de cette chaîne à vocation internationale se rapproche de celle des journaux télévisés de la chaîne franco-allemande Arte, avec près de la moitié de son volume horaire global consacré à l'actualité internationale.

Source :

- *Des nouvelles de l'info*, Le baromètre thématique des journaux télévisés, n° 19, septembre 2010, Ina Stat, INA.

Categorie

1. Usages

date création

22 septembre 2010

Auteur

française