

MARIE-LAURE AUGRY

FIGURE EMBLÉMATIQUE DU PETIT ÉCRAN

Les conférences «*C'est Déjà Culte*» sont un projet réalisé par l'association du [master 2 Administration et Communication des Activités Culturelles \(ACAC\)](#) de l'Université Toulouse Capitole, visant à rencontrer des professionnels de différents horizons.

Pour notre première conférence, nous avons eu l'honneur d'accueillir la marraine de notre master, Marie-Laure Augry. Présentatrice émérite du journal de TF1 au côté d'Yves Mourousi; véritable légende de la télévision; elle est aujourd'hui la vice-présidente de l'association Journalisme et Citoyenneté qui organise Les Assises Internationales du Journalisme de Tours.

Un parcours, des défis, des expériences de terrain: la naissance d'une figure emblématique du petit écran.

Femme passionnée, en adéquation avec son temps, elle nous parle chaleureusement de son parcours. Depuis l'adolescence, elle s'est toujours intéressée à l'actualité. Elle développe rapidement une curiosité pour le journalisme qui l'amènera à intégrer la première promotion de l'IUT d'information de Tours. Elle se dit être entrée par la petite porte.

Le hasard, ou plus précisément les rencontres qu'elle fera, l'amèneront à intégrer l'Inter-Service Jeunes, service de renseignements en direction des jeunes, de France Inter. Elle définit cette expérience comme un petit pied dans l'univers de l'audiovisuel. Le desk de TF1 sera sa prochaine étape. Élément central d'une rédaction, c'est ici que toutes les dépêches arrivent. Elle y a tout appris. Le reportage viendra à elle quelques années plus tard et deviendra une véritable passion. Elle vivra alors des événements importants; la mort de Georges Pompidou en est un qui la marquera particulièrement. Suite à ce décès, une campagne électorale impromptue se met en place. Sa mission, couvrir la candidature

de deux candidats: Alain Krivine et Arlette Laguiller. Elle nous confie alors une anecdote. À l'époque, envoyer des reportages à Paris signifiait : aller à la gare, demander à quelqu'un qui partait sur Paris s'il acceptait de se voir confier la pellicule; la lui transmettre puis prévenir un journaliste parisien qui, lui, la réceptionnerait à la gare. Une illustration marquante de l'évolution des moyens techniques de l'information.

L'année 1975, est décrétée année de la femme. C'est l'opportunité qui poussera Marie-Laure Augry sur les plateaux de télévision. Elle passera les essais et sera mise devant le fait accompli : trois jours plus tard, elle présentera le journal de 23h. L'urgence de répondre à la concurrence mais aussi une « inconscience totale » nous dit-elle, de la part du rédacteur en chef et peut-être aussi, un peu, de la sienne. Une inconscience qui lui fera faire de grandes choses. En 1981, elle rejoindra le 13h de TF1, au côté du maître de l'information comme elle se plaît à le nommer : Yves Mourousi. Ensemble, ils deviendront un duo mythique de la télévision. Deux ans après la privatisation de la chaîne, elle se tournera vers le service public où elle présentera un grand nombre d'émissions. À la fin de l'année 2003, et pendant près de 14 ans, elle deviendra la médiatrice de l'information



© France Télévision Paris

de France 3. Une expérience qui lui offrira la possibilité de suivre au plus près et en contact direct avec les téléspectateurs, les évolutions du média, de sa diffusion et de sa consommation.

Un parcours dense qui lui a permis de devenir une experte du milieu, de son évolution technique et technologique. Sans filtre et avec une grande honnêteté, elle répond à nos questions autour des problématiques actuelles du journalisme.

Une évolution technologique : la redéfinition des caractéristiques d'un métier

Marie-Laure Augry commence par nous exposer que la problématique première du journaliste est d'être compris de tous. Il ne s'agit pas de s'adresser à une niche, développe-t-elle. L'écriture doit être pédagogique afin de donner les clés de compréhension au plus grand nombre. Le tout en très peu de temps. Elle observe que finalement, la grande révolution est aujourd'hui du côté de ceux qui s'informent. La consommation de l'information a un impact direct sur le métier des journalistes et engendre une réflexion autour de cet exercice.

« la grande révolution est aujourd'hui du côté de ceux qui s'informent. »

Elle continue en nous expliquant que le défi majeur est de conjuguer l'immédiateté de l'information avec la rigueur journalistique et la vérification. L'arrivée d'internet et des nouveaux médias a également engendré des modifications dans le traitement de l'information.

Elle relève qu'il y a quinze ans, des sociologues des médias comme Jean-Louis Missika, annonçaient la mort des journaux télévisés dans les 5 ou 10 ans à venir. Or, fort est de constater et ce d'autant plus avec la période que nous vivons, que les journaux télévisés sont les audiences les plus importantes des chaînes de télévision. « Ils ont donc encore un sens » nous dit-elle, « ce sont encore des moments importants et fédérateurs ». Ces mêmes journaux ont su évoluer au regard de la nouvelle utilisation des téléspectateurs.

Son avis est tranché : les nouveaux outils numériques n'ont pas tué la télévision. C'est une richesse qui vient en complément du petit écran. Il y a eu une réelle adaptation des rédactions à l'arrivée de ces outils. Les mentalités ont été

bousculées, chamboulées. Mais elles ont su évoluer et s'approprier les changements inhérents aux évolutions technologiques. Marie-Laure Augry nous fait remarquer une chose : désormais les organes de presse sont sur tous les fronts. La télévision fait de la presse écrite, la presse écrite fait de la télévision quand même la radio fait de la télévision ou encore la télévision de la radio. Les modes de consommation et diffusion de l'information ont évolué en adéquation avec les supports.

Service public et culture : les dépendances et les troubles d'une relation essentielle

Quelle est, alors, la place de la culture sur ce média, encore si fédérateur ? Et plus précisément sur le service public ? En toute objectivité et au regard de son parcours, Marie-Laure Augry nous vante les mérites du service public : « Heureusement qu'il y a le service public pour la place de la culture à la télévision ». État de cause consécutif aux obligations données par l'État actionnaire, elle nous explique que le service public se doit de consacrer une partie de son budget au soutien de la création et de la culture. Cette dernière existe aussi bien à travers des documentaires, que des magazines, des fictions ou des films, ... Elle en déduit que « La culture n'est pas forcément une niche et [qu'] elle se diffuse aussi dans les informations ». La mise à l'antenne de la chaîne numérique Culture Box est, selon elle, un témoignage de la volonté de donner une place à la culture. C'est une chaîne culturelle en soi, qui a su tirer profit du numérique et trouver place sur le canal hertzien vacant dans cette période de pandémie mondiale. Des captations de théâtres sont réalisées pour leur seule diffusion sur la chaîne. Nous en arrivons à cette question: le théâtre a-t-il sa place à la télévision ? Le spectacle vivant se vit, s'expérimente, s'affronte et se confronte. C'est un vécu certes, mais pour Marie-Laure Augry, « le théâtre doit avoir sa place à la télévision ». C'est une fenêtre, qui permet à ceux qui n'ont pas la possibilité de se rendre en salle, de profiter de cet art. Le média télévisuel offre de la visibilité et un accès à différents profils sociaux. Une pièce qui enregistre 900 000 téléspectateurs est une pièce vue par 900 000 personnes. Évidemment s'il y a une série en face, c'est la série qui gagnera le match de l'audience. Il n'en est pas moins que, « la chance du service public est qu'il remplit une fonction de service public peu importe

s'il n'éclate pas l'audience » nous dit-elle.

« On peut toujours faire mieux ! »

En ce qui concerne les émissions culturelles, elle nous précise qu'en effet, elles sont moindres et dépendent définitivement de leur canal de diffusion. Pour exemple, France 2 n'en diffuse pas quotidiennement tant dis que France 5 est la chaîne dédiée aux émissions culturelles. Nous abordons ainsi le marqueur culturel. Qu'est-ce qu'un programme estampillé culturel ? Une émission de variétés est-elle culturelle ? Les émissions prescriptives de talk-show et de débats reposent-elles sur du contenu culturel ? Marie-Laure Augry estime qu'il faut penser la culture dans sa diversité. Elle admet que la culture est présente à la télévision sous différentes formes mais que ses programmes mériteraient, sans doute, d'être distillés et de s'offrir des horaires de plus grande écoute. Quoiqu'il en soit, elle le revendique : « On peut toujours faire mieux ».

Les consortiums : la lutte pour une indispensable indépendance.

Notre rencontre se termine autour de la question de la concentration des médias. Le rachat de TF1 par Bouygues en 1987 a sonné comme « une onde de choc » pour Marie-Laure Augry. Deux univers, deux mondes se sont heurtés. En reprenant ses mots, ce fut la rencontre entre « les géomètres et les saltimbanques ». « Un choc des cultures ». Cette privatisation a été synonyme de rentabilité, symbolisée par l'arrivée de l'audience. Elles se mettent à tomber tous les jours quand, dans le monde d'avant, elles n'étaient relatées que tous les trois mois. L'audience est devenue l'intérêt premier en parallèle du cours de la bourse. Elle nous énonce alors les nouvelles règles effectives: « si vous ne faisiez pas 40% de parts de marché vous saviez que votre sort était scellé ». L'ère du dictat de l'audience était arrivée.

Pour elle, les rédactions sont aujourd'hui relativement indépendantes et se battent pour le rester. Certains cas restent complexes. Vincent Bolloré est un personnage connu pour sa puissance et sa prise de pouvoir au sein des groupes médiatiques. Il lui arrive d'intervenir dans les prises de décisions et dans le choix de diffusion de certains programmes sur les chaînes dont il est actionnaire. Pour Marie-Laure

Augry, il faut en avoir conscience et le prendre en considération. Selon elle, le poids économique est plus compliqué à gérer que le poids politique. Il est plus aisé de se détacher de la pression politique que des contraintes financières. Cependant, à travers son tour de force économique, Vincent Bolloré tend à vouloir « donner une connotation politique à ses antennes, et là, c'est un vrai problème » souligne-t-elle. Elle nous parlera alors d'un phénomène inédit : la « bolorisation » des antennes, terme on ne peut plus significatif. C'est pourquoi, il lui semble indispensable d'avoir des garants de l'indépendance. Cela passe beaucoup par les directeurs de l'information ou encore les rédacteurs en chef. Les tensions et les complexités existent. Il faut repérer ces craintes, les connaître, savoir les définir et les analyser.

Avec un enthousiasme naturel et une grande générosité, Marie-Laure Augry nous a fait part de son expérience et de ses questionnements. Un entretien enrichissant tant par ses idées que par sa rencontre. À l'évidence, des problématiques se posent et s'expriment. La véracité de l'information mais aussi l'importance de l'échange et du débat sont des quêtes permanentes. Pour Hannah Arendt « La liberté d'opinion est une farce si l'information sur les faits n'est pas garantie et si ce ne sont pas les faits eux-mêmes qui font l'objet du débat. »¹ Une analyse qui fait écho à une prise de position de notre invitée, durant notre échange, « Sur les chaînes d'information en continu, les 3/4 de l'antenne sont pris par des commentaires. Les commentaires prennent le pas sur la relation des faits. À partir de là, et on le voit avec le covid, il est nécessaire de débattre, d'échanger, de donner la parole à des gens qui ont des opinions complètement différentes. Une overdose de commentaires amène, à mon avis, une perte de crédit journalistique ». ■

¹ Hannah Arendt, philosophe, « Vérité et politique », dans La Crise de la culture : huit exercices de pensée politique, trad. de l'anglais (États-Unis) par Claude Dupont et Alain Huraut, Gallimard, coll. Folio Essais, Paris, 1989 (1967), p. 303.