

PRÉFACE (Xavier Gouyou Beauchamps)	9
--	---

INTRODUCTION (Jean-Charles Paracuellos et Pierre-Jean Benghozi)	11
---	----

PREMIÈRE PARTIE

LA TÉLÉVISION, UNE INDUSTRIE EN MUTATION

Brève histoire de la télévision (Jean-Charles Paracuellos)	19
---	----

Les premières expériences	19
-------------------------------------	----

La naissance des services dans un espace hertzien limité	20
--	----

L'élargissement de l'espace hertzien par le câble et l'apparition de la télévision « payante »	24
---	----

L'entrée dans l'ère numérique	25
---	----

Convergence et diversité des systèmes

européens (André Lange)	27
--	----

Le modèle dual : une relative harmonisation des systèmes nationaux	27
--	----

Une diversité persistante	38
-------------------------------------	----

La situation économique du secteur	46
--	----

La production et la circulation des programmes	57
--	----

Vers la disparition de la fonction de programmation ?	60
---	----

Les enjeux de la numérisation (Jean Dacié)	63
---	----

L'avènement du numérique : la France, un pays précurseur	63
--	----

Les enjeux de la convergence des médias	70
---	----

Les perspectives du tout-numérique	78
--	----

DEUXIÈME PARTIE

LA TÉLÉVISION, UN PRODUIT « SOCIAL »

Place du « produit » télévisuel dans l'espace public

et l'espace social (François Jost)	83
---	----

Place de la télévision dans les pratiques culturelles	83
---	----

Les conceptions du « service public » rendu par la télévision	86
---	----

Propriétés spécifiques des contenus télévisuels	89
---	----

Types de contenus diffusés et regardés	91
--	----

Types de télévision et structuration du public	96
--	----

Évolution dans le temps : cycles créatifs et effets de mode	101
---	-----

Le nouveau statut des programmes	104
--	-----

La télévision au service du public et au service des annonceurs (Philippe Santini et François Ober)	107
La télévision et son public	107
Les annonceurs et la télévision	118

TROISIÈME PARTIE

LA TÉLÉVISION, UN MODÈLE D'INTERDÉPENDANCE

Les programmes : production et diffusion (Laurent Fonnnet)	129
Grille de programmes : valeur ajoutée de l'éditeur linéaire	130
Spécificités des types de programmes pour les chaînes de télévision	136
L'impact de la numérisation	156

Concurrence et structure de marché : les modèles d'affaires de la télévision d'aujourd'hui (Nathalie Sonnac) 161 |

Le nouvel environnement économique du Paf	164
La télévision gratuite : une plate-forme d'échanges	168
Vers un nouveau modèle d'affaires : l'exemple de la télévision à péage	175

QUATRIÈME PARTIE

LA RÉGULATION DE LA TÉLÉVISION

INTRODUCTION (Bertrand Cousin)	186
--------------------------------	-----

Pourquoi et comment réguler : le cas français (Sylvie Clément-Cuzin) 189 |

Les fondements de la régulation	189
L'organisation de la régulation	193

L'expérience canadienne (Keith Spicer) 205 |

Régulation à la canadienne : perceptions	205
...et réalités	206
Contexte international	210

Le contexte européen des politiques de régulation des médias (Thierry Vachey) 211 |

Une régulation construite sur des fondations communes	212
...et assurée par des autorités indépendantes	213
Des politiques en grande partie coordonnées	216
La régulation face aux défis posés par le numérique	219

CONCLUSION (Pierre-Jean Benghozi et Jean-Charles Paracuellos)	221
---	-----

ANNEXES

Liste des sigles et abréviations	227
Liste des figures et tableaux	229