



**HAL**  
open science

# L'émergence de "journaux télévisés chinois dialectaux" dans un contexte de mutations médiatiques et sociales : le cas de la chaîne locale HTV-2

Chen Chen

## ► To cite this version:

Chen Chen. L'émergence de "journaux télévisés chinois dialectaux" dans un contexte de mutations médiatiques et sociales : le cas de la chaîne locale HTV-2. Sciences de l'information et de la communication. 2012. dumas-00764252

**HAL Id: dumas-00764252**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00764252>**

Submitted on 12 Dec 2012

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



**Université Stendhal Grenoble 3**

**L'émergence de « journaux télévisés chinois dialectaux » dans un  
contexte de mutations médiatiques et sociales.**

**Le cas de la chaîne locale HTV-2**

**CHEN**

**Chen**

UFR de communication

---

Mémoire de Master 1 Recherche  
Recherches et étude en information et communication

Sous la direction de Benoît Lafon  
Année universitaire 2011-2012



## **Remerciements**

Je remercie tout d'abord Benoît Lafon pour l'encouragement qu'il m'accordé ainsi que pour tous ses conseils.

Je remercie Mme VANILLE Beaumont, Mme Léa Abadie et Mme Guylaine GUERAUD-PINET pour leur présences et les nombreux conseils qu'elles m'ont prodigués tout au long de ce travail.

# Sommaire

<b><u>INTRODUCTION</u></b> .....	<b>5</b>
----------------------------------	----------

<b><u>I. L'émergence de dialecte dans le journal télévisé chinois sous la mutation du contexte médiatique et social</u></b> .....	<b>12</b>
---	-----------

<b>1.1 Définition de « journal télévisé dialectal »</b> .....	<b>12</b>
1.1.1 La chaîne locale .....	12
1.1.2 Le journal télévision local .....	12
1.1.3 Le « journal télévisé dialectal » .....	14
<b>1.2 L'émergence dans un contexte global</b> .....	<b>15</b>
1.1.1 Un contexte concurrentiel médiatique .....	16
1.1.2 Déplacement d'attention chez les publics .....	19
1.1.3 Le dialecte : une place irremplaçable .....	21
1.1.4 Le pouvoir local .....	22
1.1.5 S'accorder au politique principe : « trois proche » .....	24

<b><u>II. Les caractères du « journal télévisé dialectal »</u></b> .....	<b>25</b>
--	-----------

<b>2.1 La parole populaire</b> .....	<b>25</b>
2.1.1 La proximité .....	25
2.1.2 Les faits divers : les sources d'énergie .....	27
2.1.3 Le témoignage crédibilité .....	27
<b>2.2 Répondre aux besoins d'audience</b> .....	<b>28</b>
2.2.1 Une référence et une sortie émotionnelle .....	28
2.2.2 Cherche l'« identité » .....	29
<b>2.3 Des publics à un public</b> .....	<b>29</b>
<b>2.4 Le porteur de la culture locale</b> .....	<b>30</b>
<b>2.5 Toujours une marchandise</b> .....	<b>31</b>

### **III. Analyse comparée du journal dialectal de HTV-2 et du journal**

<b><u>national de CCTV</u></b> .....	<b>32</b>
<b>3.1 La mise en scène</b> .....	<b>33</b>
3.1.1 Le titre et le studio .....	33
- Le décor chez téléspectateur.....	34
- Le bureau technique.....	35
3.1.2 La bande annonce.....	36
- Jeter une curiosité.....	36
- Un « chapeau » de drapeau chinois .....	37
3.1.3 Le présentateur.....	38
- Une « personne complète » .....	39
- Porte-voix représentatif et autorisé.....	39
<b>3.2 Le discours et le contenu</b> .....	<b>41</b>
3.2.1 Le contenu.....	41
- Cherche le conflit et l'intimité.....	41
- Une image positive.....	43
3.2.2 La narration.....	44
- Suivre parcours d'activité idéologie.....	44
- Parcours macro à micro.....	46
3.2.3 L'image.....	46
- De l'image témoignages à l'image symbole.....	46
- De complémentaire à redondance .....	47
3.2.4 Jeu de langage.....	48
- De langages écrits à langage parlé.....	48
3.2.5 Le témoignage.....	48
- De parole populaire à parole prestigieuse .....	48
<b>3.3 Autour du journal télévisé</b> .....	<b>49</b>
3.3.1 La publicité.....	49
3.3.2 Point commun et cohérence.....	49
- La valorisation de forme .....	49
- Une cohérence.....	50
<b>- Conclusion générale</b> .....	<b>52</b>
<b>- Bibliographie</b> .....	<b>54</b>
<b>- Annexe</b> .....	<b>56</b>

## **INTRODUCTION**

Avant d'entrer dans notre recherche sur le « journal télévisé dialectal », il est d'abord nécessaire de cerner clairement la structure de la télévision en Chine. Par rapport au système télévisé occidental, nous observons de grandes différences. La télévision chinoise est classée en quatre échelons administratifs : la nation, la province, la ville-préfecture et le district. Le mandarin est le langage fondamental utilisé dans ces quatre échelons de la chaîne télévisée. Nous allons commencer par ce tableau.

L'illustration N° 1

<b>La structure et la quantité de télévisions chinoise:<sup>1</sup></b>
Stations de télévision : 363 ;
Station de télévision nationale : 1 ;
Stations de province : 31 ;
Station de ville-préfecture : 30 ;
Stations du district : 301 ;
Chaînes de télévision : 2262 ;
Chaînes de ville-préfecture et du district : 2124 ;
Télespectateurs : environ 1.54 milliard ; plus 20 % de la population mondiale.

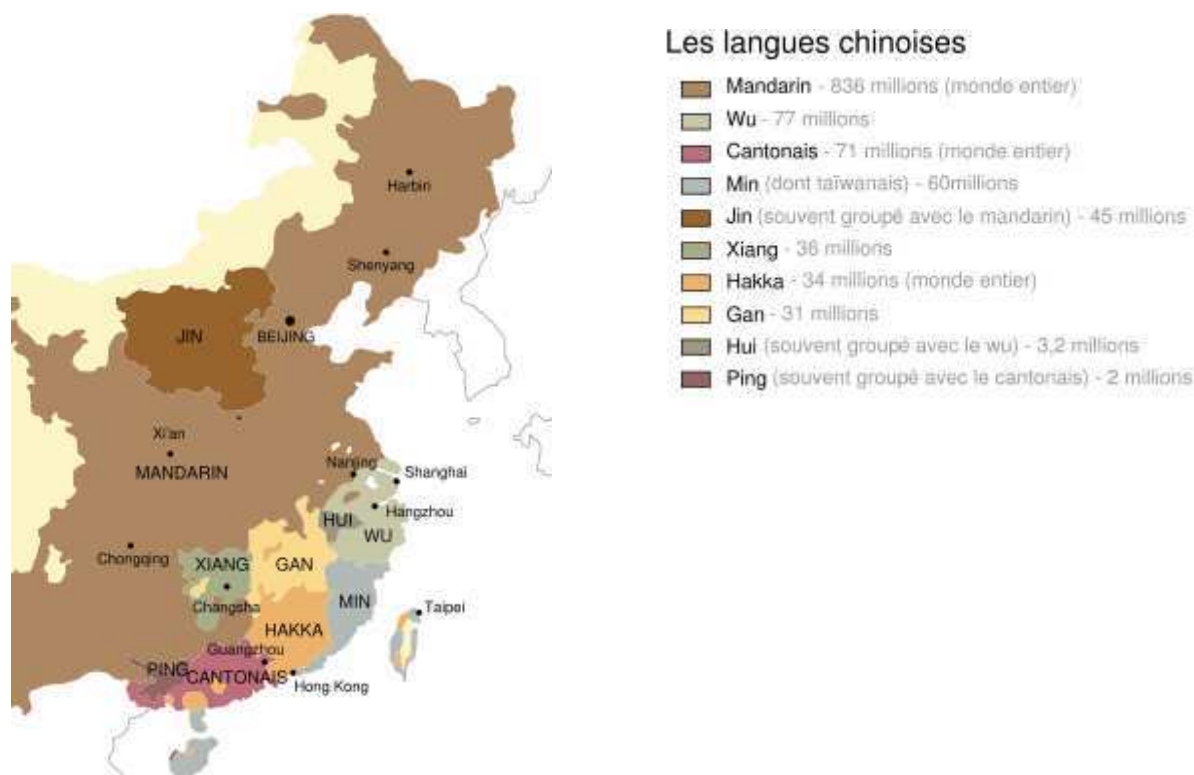
Dans un deuxième temps, la notion de dialecte est le mot clé de cette recherche. Par rapport aux dialectes dans les pays occidentaux, qui sont parlés par un tout petit nombre de personnes, le dialecte en Chine est largement et quotidiennement utilisé par la majorité de chinois. Nous décomptons plus de quatre-vingt dialectes en Chine qui sont classés en neuf genres. Le plus grand nombre de genres de dialectes répertorié en Chine se trouve dans le Sud-est du pays.

---

<sup>1</sup> CHEN zhengrong, *Le rapport du développement des chaînes de la télévision locales en Chine*, Université de communication de la Chine, Pékin, 2007, P 3.

## L'illustration N°2

### La carte des dialectes chinoise <sup>2</sup>:



Selon la Loi de la République Populaire de Chine sur la Norme langue chinoise Parlée et Écrite, l'article 12 désigne : pour la radio, le journal et la télévision, le mandarin est le langage utilisé fondamentalement. Depuis les 21 siècles, le dialecte apparaît dans les deux derniers échelons de chaînes télévisés : la chaîne de la ville-préfecture et du district (l'appellation générale : la chaîne locale). Nous pouvons voir que le dialecte est utilisé par le journal télévisé et qu'il a gagné un grand nombre des téléspectateurs. Si nous prenons l'exemple d'un « journal télévisé dialectal » : «Six liutou raconte la nouvelle», qui est diffusé dans le HTV-2, une chaîne de la ville-préfecture, Hangzhou, nous pouvons observer qu'il a reçu un grand succès depuis 2004, D'après l'Echelle de Nielsen,<sup>3</sup> le pourcentage des audiences est de 12.6%. Aujourd'hui, il existe 28 « journaux télévisés dialectaux » à la télévision chinoise. Ils sont très populaires chez les téléspectateurs.

<sup>2</sup> Wikipédia

<sup>3</sup> Un système développé par Nielsen Media Recherche pour déterminer l'audience, la grandeur ainsi que la composition des programmes de télévision. L'échelle de Nielsen est utilisée dans quarante pays.



Dans la chaîne locale, en dehors du « journal télévisé dialectal », nous pouvons aussi regarder des séries télévisées dialectales. Ce genre de série télévisée est d'abord enregistré en mandarin, puis est doublé en différents dialectes, ce genre est plutôt assimilé au divertissement. Le dialecte apparaît à la télévision, mais aussi dans le film, à la radio, dans la presse écrite, sur Internet, etc. Il apparaît même dans les médias de masse chinois qui étaient monopolisés par le mandarin. Dans cette étude, nous n'avons l'intention de montrer que le « journal télévisé dialectal » diffusé par la chaîne locale, depuis seulement une dizaine d'années, s'est bien immiscé dans les médias télévisuels chinois tandis que pour le reste nous ne pouvons que voir quelques traces.

Le « journal télévisé dialectal » a gagné un grand nombre d'audience grâce à son orientation différente de celle du journal télévisé général (le journal télévisé national ou de la province). Il utilise le dialecte, une langue populaire et parlée par ses utilisateurs qui est déterminée par le lieu géographique au niveau de ville. L'information populaire est largement mise en scène : l'information de la vie quotidienne, de la vie privée du citoyen ou les faits divers. Le présentateur raconte ce type d'information d'une façon humoristique dans une ambiance animée. Le « journal télévisé dialectal » raconte les toutes petites choses qui se passent autour des citoyens moyens et des téléspectateurs, il leur donne une image de proximité.

Aujourd'hui, l'information populaire est un phénomène qui s'est progressivement installé à la télévision chinoise dans toutes sortes de journaux télévisés au niveau de la nation, de la province, de la ville-préfecture et du district. Parmi eux, le journal télévisé de la ville-préfecture et du district concernent beaucoup plus l'information populaire que les deux premiers. Grâce au caractère de proximité et populaire, le dialecte est utilisé progressivement, et l'émergence de ce type d'information dans le journal télévisé apparaît sous un contexte médiatique et sociale, qui encourage le développement du « journal télévisé dialectal ».

Ainsi, pour notre travail, l'idée qui semble la plus pertinente serait de nous intéresser au contexte médiatique et social : le changement de besoin du public, l'influence de la politique chinoise, et la concurrence médiatique. Nous nous pencherons alors sur les contextes de l'émergence des dialectes dans le journal télévisé, comme un élément d'observation du changement de l'environnement médiatique en Chine.

En jouant un rôle de miroir pour le téléspectateur, le « journal télévisé dialectal » diffuse les informations populaires mises en scène : le dialecte et la parole populaire, qui sont censés représenter le plus fidèlement possible la réalité. Ces informations apparaissent comme le reflet de la vie quotidienne des citoyens ordinaires. En utilisant la parole populaire, et en la mettant en scène, le « journal télévisé dialectal » gagne une certaine légitimité et crédibilité auprès du public. Dans ce type de journal, l'information populaire construit aussi une ambiance animée, contrairement au journal national. Une analyse détaillée et comparée sur les contenus, nous a été utile pour comprendre comment le « journal télévisé dialectal » construit les informations populaires dans cette ambiance, instaurée par la parole populaire et le dialecte, pour capter ses audiences. Nous avons choisi un journal télévisé national pour faire cette analyse comparée, puisqu'il y a une grande différence avec le « journal télévisé dialectal » concernant le discours, la mise en scène et le contenu. Nous avons choisis « Six liutou raconte la nouvelle », d'un « journal télévisé en dialectal » de HTV-2, et « Les nouvelles nationales », d'un journal télévisé national de la première chaîne de télévision nationale de la République populaire de Chine (CCTV-1), les deux qui sont représentatifs du « journal télévisé dialectal » et national. Nous avons vu que ces deux journaux télévisés construisaient leurs propres cadres, pour capter leurs audiences, et nous avons voulu souligner que le « journal télévisé dialectal » possédait ses propres techniques de captation des audiences. Il nous a donc semblé important d'interroger la notion de « genres », d'après l'analyse de François Jost, et celle de « cadres », d'après Jean-Pierre Esquenazi et Erving Goffman.

Nous avons également fait une enquête des publics, pour voir leurs attitudes à l'égard du « journal télévisé dialectal » et du journal télévisé national. Cela aura servi à notre recherche pour argumenter nos hypothèses. Nous avons choisi « Six liutou raconte la nouvelle » et « Les nouvelles nationales » comme les objets de cette enquête. Nous avons distribué cents exemplaires et récupéré 84 exemplaires. L'enquête vise les personnes qui habitent à Hangzhou (la ville qui diffuse « Six liutou raconte la nouvelle »), à propos de leur point de vue sur les deux journaux télévisés et de leurs comportements face aux journaux télévisés.

## **Problématique**

Dans quelle mesure l'emploi des dialectes par les journaux télévisés locaux, permet-il une proximité avec les publics, à travers une information populaire et popularisée ?

## **Nous partons de plusieurs hypothèses de travail**

- Il y a une tendance à la segmentation géographique et langagière des téléspectateurs au sein du journal télévisé jusqu'à dans les médias télévisuels ou les médias de masse en Chine. Cette tendance est née d'une mutation de contexte médiatique et sociale et qui s'accorde aux différents besoins du public.
- Dans une mutation du contexte médiatique en Chine, le pourcentage de l'information populaire augmente au sein du journal télévisé local, et l'adaptation du dialecte et de la parole populaire joue un rôle important.
- La mise en scène de l'information populaire est considérable pour les citoyens chinois ordinaires, le dialecte et la parole populaire sont des outils de proximité

qui servent aux citoyens pour s'y reconnaître, et aux « journaux télévisé dialectaux » de construire également un monde ressemblant à la vie quotidienne des citoyens.

- Il n'y a pas de conflit entre le journal national télévisé et le « journal télévisé dialectal » à propos de l'audience. L'application de dialecte dans les médias ne représente pas une menace pour le mandarin.
- La façon de regarder le journal télévisé apporte un sens, regarder le « journal télévisé dialectal » devient une façon de réunir la famille dans quelques cas.

### **Les objectifs**

Le « journal télévisé dialectal » est une nouvelle forme du journal télévisé, qui est diffusé par les chaînes locales depuis le début des années 2000, et qui attire de plus en plus de téléspectateurs depuis 2004. Les chercheurs de plusieurs disciplines donnent leurs opinions sur le « journal télévisé dialectal » comme ceux de l'information et la communication, la science sociologie, la science culturelle, la linguistique, et la science politique. Dans cette étude, nous allons analyser le contexte d'émergence du « journal télévisé dialectal », ses caractères, ses effets sur le public, ses rapports avec les journaux nationaux, etc. Ces études, non seulement nous font penser au développement du « journal télévisé dialectal », et à celui du journal télévisé globalement, et aussi au changement de structure de l'information dans le contexte médiatique et social : l'essor de l'information populaire la parole populaire. L'émergence de dialecte au sein du journal télévisé nous fait penser à l'espace de développement du dialecte dans les médias chinois. C'est pour ces raisons que nous avons choisi le « journal télévisé dialectal » comme sujet de recherche.

## **Les obstacles**

La littérature théorique concernant le «journal télévisé dialectal» est extrêmement pauvre, qu'elle soit française ou chinoise. Parce que jusqu'à maintenant, l'attitude du gouvernement chinois reste réservée sur l'implication du dialecte dans les médias. Nous ne pouvons trouver de références que dans quelques mémoires d'étudiants, dans des revues, ou dans quelques chapitres d'ouvrages.

Pour la première partie, nous utilisons plutôt les bibliographies chinoises. Celles françaises étant utilisées pour la deuxième partie.

Dans la deuxième partie de ce travail, concernant l'analyse de contenu du «journal télévisé dialectal», nous avons rencontré des difficultés de traduction entre la langue français et le dialecte chinois, parce qu'il y a de nombreux langages vulgaires, argotique, qui sont utilisés.

# **I. L'émergence de dialecte dans le journal télévisé chinois sous la mutation du contexte médiatique et social**

## **1.1 Définition de « journal télévisé dialectal »**

Tout abord, nous allons citer trois notions importantes qui ont des relations étroites avec le « journal télévisé dialectal ».

### **1.1.1 La chaîne locale**

Le « journal télévisé dialectal » est diffusé dans la chaîne locale (la chaîne ville-préfecture et du district). Parmi 363 stations de télévision publique en Chine, on compte 331 stations de télévision locales et 2124 chaînes locales. La chaîne locale est née en 1980 en Chine,<sup>4</sup> elle se développe avec le processus d'urbanisation, surtout dans les villes côtières dans le sud-est de la Chine. Son développement répond aux besoins de la politique, de l'économie et de la culture pour le ville-préfecture et le district. La chaîne locale se développe également sous des pressions qui viennent des chaînes nationales ou des provinces, les télévisions numériques, les NTICs, les médias télévisuels étrangers, etc.

### **1.1.2 Le journal télévisé local**

Le journal télévisé locale chinois est né en 2002. Il est diffusé en mandarin et quelque mois après sa naissance, il a connu une évolution qui est lancée par « Le phénomène de Nanjing »<sup>5</sup>, il est le détonateur de « la troisième marée » de télévision

---

<sup>4</sup> CHEN zhengrong, *Le rapport du développement des chaînes de la télévision locales en Chine*, Université de communication de la Chine, Pékin, 2007, P. 3.

<sup>5</sup> CHEN zhengrong, *The third television tide, le cas de phénomène Nanjing*, Université de communication de la Chine, Pékin, 2006, P 18.

en Chine, c'est une guerre au sein du journal télévisé. Jusqu'à aujourd'hui, le journal télévisé chinois se situe toujours dans une situation concurrentielle, parmi les quatre échelons du journal télévisé : le journal télévisé national, de la province, de la ville-préfecture et du district. Pendant « Le phénomène de Nanjing », nous pouvons voir qu'une compétition entre la chaîne de la province et de la chaîne locale. Elle évolue comme une compétition de la localisation dans le journal télévisé. Avant c'était la compétition de la série télévisée et du programme du divertissement. Seulement, dans une ville, Nanjing, il y avait 17 journaux télévisés en 2005. Nous avons aussi noté un prolongement de la durée du journal télévisé. Avant, il durait 20 minutes, et après « Le phénomène de Nanjing », il existait 6 journaux télévisés qui duraient plus de 45 minutes. Chaque soir, les téléspectateurs peuvent regarder les journaux télévisés plus de 10 heures au total. Les rubriques sont multiples et couvrent les informations de surveillance, les chroniques récurrentes, les « in-depth reports », les informations sur la vie quotidienne, etc. L'adoption de la mode du direct est hautement préférée, ainsi que la connexion entre les journalistes dans le studio et ceux qui sont sur place. Nous pouvons voir également une augmentation rapide du pourcentage d'audience, comme par exemple pour l'édition de 19h15 du soir, à Nanjing, parmi 100 personnes, il y a 30 personnes qui regardent le journal télévisé.

Parmi « Le phénomène de Nanjing », l'essor de l'information populaire est un changement important pour les chaînes locales. Dans le journal télévisé locale, la politique et les affaires étrangères ont peu à peu laissé place à la vie quotidienne des citoyens moyens, les faits divers, et les informations négatives. Ces genres occupent un pourcentage important à l'antenne et les rapports produisent des effets positifs sur le social car les journalistes donnent leur point de vue sur des événements. Le journal télévisé local offre les informations populaires qui ont pour but de servir les citoyens moyens. Il met en scène les plaintes qui sont déposés par les citoyens moyens, ils jouent un rôle de surveillance de la société par le média télévisuel. Le récepteur devient le diffuseur, comme dans un journal télévisé locale à Nanjing : « zéro distance à Nanjing », il embauche 1000 citoyens moyens comme informateurs qui offrent des

pistes d'information aux journalistes. Cette manière permet non seulement d'enrichir les contenus du journal télévisé, et offre aussi une plate forme d'exposition pour les opinions publiques. A la base du principe d'authenticité, les producteurs ajoutent le suspense et l'intrigue à une information, pour attirer la curiosité des téléspectateurs. Le journal télévisé locale est comme une « ligne d'assistance ». En effet, les téléspectateurs peuvent passer un appel téléphonique au groupe d'émission pour exprimer leur point de vue à propos des informations qui sont racontées dans l'émission. Le présentateur donne largement son opinion personnelle, qui ressemble à celui des citoyens moyens, et qui est différente de celle du journal télévisé national ou de la province.

Depuis « la troisième marée » de télévision et jusqu'à maintenant, le journal télévisé local concerne largement les informations populaires. Le journal télévisé local invite les téléspectateurs et les citoyens moyens à y participer, il profite de la parole populaire pour enrichir son contenu, pour attirer les téléspectateurs, et pour mettre en valeur son fonction sociale, ainsi que pour donner une place plus importante à la démocratie.

### **1.1.3 Le « journal télévisé dialectal »**

Jusqu'à aujourd'hui nous pouvons compter 28 « journaux télévisés dialectaux » en Chine, qui sont diffusés par la chaîne locale dans leurs dialectes. Le « journal télévisé dialectal » concerne également l'information populaire, qui est un développement du journal télévisé locale, et il continue de développer une idéologie qui prêterait attention aux peuples. Et plus, le « journal télévisé dialectal » utilise une langue vivante chez des citoyens moyens et saisit les événements plus proches qui leurs sont familiers, qui émanent de leur vie quotidienne et qui est mise en scène par le « journal télévisé dialectal ». Grâce à ses caractères de proximité, la parole populaire apparaît comme un facteur essentiel.



Depuis le 21<sup>e</sup> siècle, les dialectes sont largement utilisés dans le journal télévisé. Le « journal télévisé dialectal » qui a le plus succès s'appelle « Six liutou raconte la nouvelle ». Il est né à 2004 et a été créé par la chaîne locale : HTV-2. D'après Echelle de Nielsen,<sup>6</sup> le pourcentage des audiences est de 12.6%. Le prix de la publicité est la mesure de l'effet de média chez les téléspectateurs. Selon la liste des prix de la publicité de HTV-2,<sup>7</sup> le prix de « Six liutou raconte la nouvelle » est le plus haut par rapport aux autres journaux télévisés de HTV-2. Il apparaît comme une fois plus élevé que le prix du deuxième journal télévisé dans la liste :

*«Six liutou raconte la nouvelle» : 30 secondes, 20000RMB ;*

*« Ming Zhu news » (un journal télévisé local en mandarin) : 30 secondes, 10000RMB.*

## **1.2 L'émergence dans le contexte global**

Dans la constitution de la République Populaire de la Chine, l'article 19 aborde la vulgarisation du langage officiel, le mandarin, dans tout le territoire en Chine. Dans la Loi de la République Populaire de Chine à la langue officielle chinoise Parlée et Écrite est le mandarin. L'article 12 désigne lui explique que cela prend effet pour la radio, le journal et la télévision. Cependant, il apparaît un phénomène multipiste actuellement sur l'implication des langages au sein de media de masse. Ici, nous allons analyser les contextes de développement du « journal télévisé dialectal ». Nous verrons pourquoi il est apparu à un moment précis, et dans quel contexte social, médiatique et d'audience.

---

<sup>6</sup> Un système développé par Nielsen Media Recherche pour déterminer l'audience, la grandeur ainsi que la composition des programmes de télévision. L'échelle de Nielsen est utilisée dans quarante pays.

<sup>7</sup> Le site web de la chaîne HTV-2, <http://www.hzvtv2.com>

### **1.2.1 Une contexte concurrentiel médiatique**

#### **L'essor d'information populaire**

Quand nous définissons le « journal télévisé dialectal », nous disons qu'il s'agit du développement du journal télévisé locale. Il faut tout abord indiquer que « Le phénomène de Nanjing » dans le journal télévisé local est un des contextes fondamentaux sur « journal télévisé dialectal », c'est-à-dire l'essor d'information populaire.

#### **Perdre 30 minutes de prime time**

Le prime time correspond à la plage horaire : 17h à 21h à la télévision chinoise. C'est dans cette période que l'on constate les plus fortes audiences de la journée. Les journaux télévisés choisissent en général d'y programmer ce qui est susceptible d'attirer le plus large public et donc le plus grand nombre de téléspectateurs.

« Les nouvelles nationales » diffusé quotidiennement à 19 heures durent 30 minutes et par la première chaîne de télévision nationale de la République populaire de Chine (CCTV-1). « Les nouvelles nationales » voit se succéder des reportages sur l'actualité nationale, internationale et régionale, ainsi que des informations relatives aux activités du parti communiste et aux dirigeants du pays. S'ensuivent les prévisions météorologiques avant que les variétés, des films ou reportages qui clôturent la soirée.<sup>8</sup> La plupart des chaînes locales doivent retransmettre « Les nouvelles nationales » chaque soir. Le journal télévisé local perd 30 minutes de diffusion qui se situent en plein milieu du prime time et où on compte le plus grand nombre de téléspectateurs.

---

<sup>8</sup> Le site web de CCTV (Télévision centrale de Chine): <http://cctv.cntv.cn/>

Pour le statut du journal télévisé, plusieurs textes officiels approuvés par la loi de la République populaire de la Chine, définissent que le journal télévisé ne peut être géré que par le journal télévisé national. Il ne peut pas l'être par le journal télévisé de province, ni par le journal télévisé local.<sup>9</sup> Parce que la télévision chinoise est considérée comme l'organe de l'état dont la première fonction est de transmettre l'esprit du parti communiste, le journal télévisé national devient un outil important pour diffuser l'idéologie gouvernementale. Nous pouvons encore citer encore un exemple surprenant. Pendant le tremblement de terre du Sichuan, province de la Chine, en 2008, la plupart des chaînes de la province et locale ont été obligées de transmettre les émissions des journaux télévisés diffusés par CCTV-1, à propos des informations du tremblement de terre.

- **La pression vient du journal télévisé de la province**

Sous la pression du journal national, le journal télévisé de la province commence à chercher son issue. Il se dégage une partie des actualités politiques, économiques, internationales, etc., qui sont les contenues principaux du journal télévisé national. Pour se différencier du journal télévisé national, le journal télévisé de la province à tendance à toucher plus de l'information populaire. Il ajoute une partie de faits divers, les informations concernent la vie quotidienne des citoyens moyens. Il réduit le territoire des informations, et concerne principalement les événements régionaux ou locaux. Comme conséquence, il a gagné une quantité stable d'audiences, le journal télévisé locale se développe sous la pression vient du journal télévisé de la province.

- **Le manque de moyen lui-même**

En comparant le journal télévisé nationale et celui de province, le journal télévisé local a beaucoup de limites au niveau d'économie et de pouvoir politique. D'abord, le

---

<sup>9</sup> Le site web de CCTV (Télévision centrale de Chine): <http://cctv.cntv.cn/>

journal télévisé local est restreint par la politique. Dans certains domaines, il n'as pas de droit recueillir des informations et d'interviewer les personnes concernées. Et puis, les chaines locales sont à court des capitaux, des équipements et des employés.

*En 2004, l'Entreprise de média de Hangzhou, détient 6 chaines de télévisions locales, (de HTV-1 à HTV-6, HTV-2 est ce qui diffuse « Six liutou raconte la nouvelle»), il y a 1260 d'employés. Par contre, La Centre Télévision Chinoise, qui détient les 15 chaines principales est composé de 7411 employés.<sup>10</sup>*

#### - **La menace de la télévision numérique et nouvel média**

La télévision numérique est diffusée dans beaucoup de grandes villes en Chine. Elle se compose d'une centaine de chaînes et vend les émissions sous forme de formules. Nous ne pouvons pas ignorer sa place dans le média télévisuel, même si elle est payante, avec l'augmentation du niveau de consommation des citoyens en Chine, la diffusion de la télévision numérique deviendra une menace pour le journal télévisé traditionnel.

Aujourd'hui, le média traditionnel est bouleversé par Internet est passé devant la télévision, et l'émergence de nouveaux supports des médias, comme les Smartphone, Ipad, etc., entraine donc les personnes à utiliser plus ces supports que la télévision, pour obtenir les nouvelles. Ils ne veulent pas passer une partie de leur temps devant la télévision et préfèrent parcourir les titres des nouvelles dans un écran mobile et choisir de lire davantage les sujets qui les intéressent. Une grande partie des téléspectateurs deviennent donc des internautes. Pour être capable de faire concurrence à la presse en ligne, le journal télévisé doit rechercher des formes originales en profitant de ses propres caractères par rapport à Internet, Smartphone, Ipad, etc., pour garder et récupérer des audiences.

---

<sup>10</sup> CHEN zhengrong, *le rapport du développement des chaînes de la télévision locales en Chine*, Université de communication de la Chine, Pékin, P 137.

## 1.2.2 Déplacement d'attention chez les publics

### - Chercher le divertissement

Après la tornade de Deng, la transition qui s'opère en Chine est liée aux changements de mentalité. Le divertissement devient une des composantes indispensables de la télévision. Il faut indiquer que pendant très longtemps et jusqu'à 1978, du point de vue chinois, le mot divertissement résonnait comme une synonyme du mot capitalisme.<sup>11</sup>

*D'après Neil Postman : Tout le contexte du journal télévisé nous renvoie cette idée : la belle apparence et l'amabilité du minet, son ton de badinage plaisant, la musique entraînante qui ouvre et clôt la présentation des nouvelles, la vivacité du rythme auquel se succèdent les flashes d'information, les publicités séduisantes tout est là pour nous suggérer que ce que nous venons de voir ne doit pas nous faire pleurer. Les informations télévisé, ne sont pas là pour notre éducation, notre réflexion, ni dans un but cathartique, elles sont seulement prétexte à divertissement.*<sup>12</sup>

Selon l'enquête que nous avons fait sur « Six liutou raconte la nouvelle », à propos des raisons de regarder de cette émission, le divertissement apparaît comme la seconde raison principale juste après celle d'accéder aux informations de société. De nos jours, l'accès au divertissement est une composante essentielle des désirs du téléspectateur.

Selon notre enquête, nous trouvons également que parmi 67 téléspectateurs de « Six liutou raconte la nouvelle », 48 téléspectateurs le regardent en familles. Dans les raisons recensées pour comprendre pourquoi les téléspectateurs regardent l'émission

---

<sup>11</sup> HONG hui lin, *L'analyse la classe sociale chez les téléspectateurs*, Beijing normal university publishing group, Pékin, 2012, P38.

<sup>12</sup> Neil Postman, *Se distraire à en mourir*, Flammarion, 1986, P121.

« Six liutou raconte la nouvelle », « réunir et s’amuser avec la famille » se situe à la même place que le divertissement. La façon de regarder le journal télévisé dialectal apporte un sens, dans quelque cas, c’est une façon de réunir la famille.

- **L’essor de culture de masse**

La culture de masse s’accorde la satisfaction immédiate et la jouissance vulgaire.  
D’après Hannah Arendt :

*La société de masse ...ne veut pas la culture, mais les loisirs (entertainment) et les articles offerts par l’industrie des loisirs sont bel et bien consommé par la société comme tous les autres objets de consommation. (...) »<sup>13</sup>*

Depuis les années 80, avec les processus économiques et la consommation de masse, nous voyons une dispersion de l’attention de la société et la culture chez les citoyens chinois et un changement de leur idéologie sur la consommation.<sup>14</sup> La culture légitime est mise en doute par les intellectuels eux-mêmes à certains niveaux, elle s’affaiblit au profit de la culture de masse, qui n’est pas seulement acceptée par les citoyens moyens. La culture de masse désigne une forme de culture liée à la société contemporaine, elle est souvent associée à une société de consommation où une grande part des rapports entre les citoyens, sont fondés sur des processus économiques et sur la consommation. Il s’agit donc d’une forme de culture destinée au plus grand nombre, et ayant de puissants soubassements économiques. La série télévisée est largement diffusée pendant le prime time et les journaux télévisés participent également à un ample processus d’acculturation et d’homogénéisation culturelle. Dans le système de l’économie social de marché en Chine, une fois que la culture est mise sur le marché, elle devient une production consommée par la majorité

---

<sup>13</sup> Hannah Arendt, *La crise de la culture*, 1968.

<sup>14</sup> HONG hui lin, *L’analyse la classe sociale chez les téléspectateurs*, Beijing normal university publishing group, Pékin, 2012, P54.

des gens. De plus avec l'encouragement des médias de masse, cette culture se développe tout naturellement. L'utilisation du dialecte, un langage populaire, un langage de citoyen moyen, au sein de média télévisuel est née dans ce contexte, il apparaît dans le journal télévisé, le film, la série télévisée, la musique, etc. Nous pouvons tout à fait classer la diffusion du dialecte au média comme une approche pour analyser la culture de masse.

Nous empruntons l'idée de Michel de Certeau<sup>15</sup> : la culture n'existe pas que chez les élites, mais aussi chez les ouvriers. De nos jours, dans l'environnement médiatique chinois, la culture de masse s'affronte à la culture légitime, « les ouvriers » cherchent les moyens pour épanouir leur culture avec les médias de masse. Le dialecte est considéré comme un langage populaire et s'oppose avec la culture légitime. Selon un sondage sur la bande dessinée « Tom et Jerry » à la version du dialecte qui diffusé dans une chaîne locale, 70% des téléspectateurs l'aiment bien.<sup>16</sup>

### **1.2.3 Le dialecte : une place irremplaçable**

#### **- Vulgarisation mandarin incomplet**

Il y a neuf grands genres de dialectes et plus de 80 dialectes en Chine, qui sont quotidiennement utilisé au niveau de l'espace et de la densité. Dès 1950, le gouvernement chinois a commencé à vulgariser le mandarin, et jusqu'à aujourd'hui, dans les grande villes et les villes moyennes, plus de 80% des chinois parlent le mandarin. Mais dans les campagnes, environ 40% à 50% des chinois ne savent pas le parler. Au Tibet, la situation est inquiétante, 70% de tibétains ne parlent pas le mandarin<sup>17</sup>. Dans les petites compagnes, les journalistes ont des difficultés pour interviewer les gens qui ne parlent pas le mandarin, ils doivent communiquer en

---

<sup>15</sup> Michel de Certeau, *la culture au pluriel*, Editions du Seuil, 1993.

<sup>16</sup> Le site web de l'information de média chinois : <http://info.mediachina.net/info/index.php>

<sup>17</sup> LI Suixian, *L'analyse le langagier du journal télévisé*, Université de communication de la Chine, Pékin, 2007, P 18.

dialecte, et effectuer un sous-titrage pendant la postproduction.

- **Une place irremplaçable**

Dans la société chinoise, le dialecte ne s'affronte jamais avec le mandarin, même si le gouvernement encourage la vulgarisation de celui-ci, le dialecte ne peut pas remplacer par le mandarin, ils coexistent.<sup>18</sup> Leur utilisation est différente : le dialecte est plutôt utilisé dans la vie quotidienne, et le mandarin est utilisé à l'école, dans les entreprises, etc. Dans les médias de masse, les deux langages sont utilisés selon les contenus et rubriques. Dans le journal télévisé, nous pouvons avoir le même effet de communication en utilisant les deux langues, ils ne s'affrontent pas. Selon les situations le dialecte est plus explicite que le mandarin. Le mandarin s'étoffe en puisant de nouveaux mots dans le dialecte, les deux langues ont tendance à fusionner.

**1.2.4 Le pouvoir local**

Nous trouvons que « les journaux télévisés dialectaux » se situent pour la plupart dans le sud-est de la Chine, ce sont les régions les plus développées au niveau de l'économie et de la politique.

L'illustration N°3

*(Les numéros dans la carte sont les nombres des « journaux télévisés dialectaux » dans chaque ville.)*



<sup>18</sup>LI Suixian, *L'analyse le langagier du journal télévisé*, Université de communication de la Chine, Pékin, 2007, P 18. Ibid.



De nos jours, l'économie culturelle fait partie de l'économie, après tout, nous dire que la compétition de l'économie est la compétition de l'économie culturelle. Dans les villes les plus riches, ces dialectes jouent un rôle plus important. Pékin était le capital de la Chine au niveau du politique, économique, et culturel, le mandarin est le langage utilisé à Pékin et ses environ, c'est la raison pour laquelle le mandarin a été choisi comme la langue officielle chinoise à cette l'époque. Mais avec le développement de l'économie des villes dans le sud-est de la Chine, celle-ci veulent développer leurs dialectes pour qu'ils ne se soient pas « soumis » au mandarin et se fasse distancier par les autres dialectes. Nous avons un complexe de supériorité de parler notre dialecte. C'est pour ça, les dialectes se trouvent plutôt dans la région sud-est de la Chine.

Avec la décentralisation du pouvoir locale, le journal télévisé, utilisé comme outil de communication locale, doit s'accorder avec cette décentralisation du pouvoir et se consacrer à transmettre les idéologies de mairies, qui concernent le développement d'économie, culturelle, et politique, etc.

*D'après Jean-Michel Salaün, le journal télévisé local est incontournable parce que, au-delà des réglementations changeantes, la montée des pouvoirs locaux, liée notamment à la décentralisation, exige une évolution de l'espace de communication régional qui englobe l'ensemble de la palette des médias (écrit, radio, télévision, informatique...). Le journal télévisé est la première émission de télévision à être concernée par ce mouvement.<sup>19</sup>*

---

<sup>19</sup> Jean-Michel Salaün, « le journal des Alpes : archaïque ou précurseur », *Le JT mise en scène de l'actualité à la télévision*, La document Française, Paris, 1986, P111.

### **1.2.5 S'accorder au politique principe « trois proche »**

Depuis 2003, le problème du peuple est un sujet tenu en haute estime par le gouvernement chinois, il préconise un principe « trois proche »<sup>20</sup>, c'est-à-dire proche de la réalité, proche de la vie quotidienne, proche du peuple. Pour le journal télévisé, il faut équilibrer le pourcentage du contenu entre les reportages sur les activités politiques et les activités du peuple, et leur donner une chronique importante. Le « journal télévisé dialectal » s'accorde bien avec cette mesure politique, il greffe le dialecte pour les informations populaires. Le journal télévisé aide les peuples à résoudre leurs problèmes quotidiens et informe le peuple pour faire face aux problèmes sociaux.

---

<sup>20</sup> HONG yingzhong, *les medias et les peuples, les théories et les pratiques des journaux télévisés sur fait divers*, Université de communication de la Chine, Pékin, P91.

## **II. Les caractères du « journal télévisé dialectal » :**

Dans le « journal télévisé dialectal », les informations populaires sont diffusées en dialecte et par la parole populaire. Grâce à leurs caractères de proximité et populaire, ce genre du journal télévisé a établi son image successivement et gagne des téléspectateurs.

### **2.1 La parole populaire**

#### **2.1.1 La proximité**

Les journaux télévisés, selon Laurent Jullier, possèdent deux dispositifs différents pour mettre le téléspectateur dans une place virtuelle.<sup>21</sup> La communication d'information se fait par le présentateur mais également par les reportages sur lesquels nous allons appuyer notre étude.

Le journal télévisé considère le téléspectateur comme une clientèle qu'elle doit convaincre d'acheter un programme. Son objectif est de produire une ressemblance pour obtenir une audience favorable. Le « journal télévisé dialectal » donne l'image de proximité en choisissant les informations populaires diffusées par une langue populaire, les informations concernent la vie quotidienne des citoyens ordinaires, les faits divers locaux, de cette façon les citoyens peuvent facilement reconnaître les sujets puisqu'ils correspondent à leurs expériences personnelles.

*Si en disant qu'il y a plusieurs publics, on veut signifier que la réception est différente, on est bien près du truisme : même si les messages reçus sont souvent les mêmes, ils ne sont pas reçus de la même manière ; chacun d'entre nous est*

---

<sup>21</sup> JULLIER Laurent, « Image sans témoin. La place du téléspectateur dans le journal télévisé » in La communication de l'information. L'Harmattan, 1997.

*façonné par une histoire personnelle, marqué par un réseau de relation et d'appartenance sociales ; c'est avec ces formation diverses d'appréhension que nous faisons un usage multiforme de messages en partie identiques.*<sup>22</sup>

Le « journal télévisé dialectal » devient un lieu intermédiaire entre les problèmes sociaux et les citoyens. Dans ces reportages, de nombreux témoins anonymes sont invités à témoigner de leurs expériences personnelles ou à donner leurs avis par rapport aux sujets traités. Ils ne sont pas seulement anonymes, ce sont aussi des citoyens représentés, puisqu'ils vivent dans une même ville, parlent une même langue, et ont quelque part une expérience quotidienne commune. Donc, quand les anonymes prennent la parole, le téléspectateur se reconnaît dans les témoignages. Les anonymes sont conscients de la présence de la caméra mais ne semblent éprouver aucune gêne à l'idée que ce dispositif rende public ce qui est apparemment de l'ordre du privé.

Nous constatons que ce genre du journal télévisé se rapproche du citoyen car il lui laisse la parole. La mise en scène du journal se fait par un « dispositif de monstration ».

*On se rapproche du citoyen en le faisant parler. Le but de la scénarisation est d'immerger le téléspectateur dans le réel selon trois méthodes : filmer en direct, reconstituer le fait comme il a eu lieu, ou scénariser l'événement en suivant des personnages notamment.*<sup>23</sup>

Nous pouvons encore trouver une trace de la mise en scène de la parole populaire dans « Six liutou raconte la nouvelle » : les publics votent pendant deux mois, pour choisir un troisième présentateur, « la femme de Six liutou », qui présente les nouvelles avec « Six liutou ».

---

<sup>22</sup> Dossiers de l'audiovisuel n°22, Télévision: la mesure de l'audience, Institution Nationale, La document Français, Paris, Novembre-Décembre 1988. MICHEL Souchon, *La communication à domicile : la télévision.*

<sup>23</sup> SOULAGES Jean-Claude, [http://www.ina.fr/voir\\_revoir/jt/soulage.fr.html](http://www.ina.fr/voir_revoir/jt/soulage.fr.html)

### **2.1.2 Les faits divers : les sources d'énergie**

Le « journal télévisé dialectal » couvre principalement le fait divers, qui manque beaucoup de temps pour être traité. En gros, les journalistes attendent que les faits divers se produisent, et une fois qu'ils sont là, il faut être dessus à temps plein. Ce n'est pas du tout adapté au fonctionnement d'une petite équipe.<sup>24</sup> Dans le « journal télévisé dialectal », les citoyens deviennent les « informateurs » d'un endroit, puisqu'ils sont exactement les héros ou héroïnes dans les sujets par apport aux faits divers. Dans ce cas là, le « journal télévisé dialectal » résout le déficit à propos des sujets du soir et la nuit. Les journalistes surnomment ces « informateurs » comme « les grandes oreilles ».<sup>25</sup>

Le « journal télévisé dialectal » invite les anonymes à participer au processus de production. Ils fournissent les informations par téléphone, email, etc. Nous pouvons constater que le présentateur commence fréquemment une nouvelle par la phrase : « Mme XXX s'est plainte de quelque chose..... », ou « Monsieur XXX a dit quelque chose..... ». Nous pouvons voir aussi des nouvelles qui sont recueillies et fabriquées par les citoyens, il y a constamment quelqu'un qui est chez lui avec une caméra. Ils sont les premiers à participer aux faits divers, c'est une valeur ajoutée importante.

### **2.1.3 Le témoignage crédibilité**

Comme nous l'avons remarqué, aujourd'hui, nous accordons plus de légitimité aux paroles populaires qu'aux experts et aux institutions, et ceci prend naissance avec l'irruption du témoignage privé. Dominique Mehl<sup>26</sup> note pour ces témoignages, trois dispositifs de généralisation. Le témoignage représentatif dans lequel le témoin

---

<sup>24</sup> HONG yingzhong, *les medias et les peuples, les théories et les pratiques des journaux télévisés sur fait divers*, Université de communication de la Chine, Pékin, P188.

<sup>25</sup> Ibid. P201.

<sup>26</sup> MEHL Dominique. *La télévision de l'intimité*. Edition du seuil, Paris, 1996.

ressemble au citoyen ordinaire et peut avoir une fonction de miroir pour les téléspectateurs. Le témoignage relationnel dont l'objectif est de renouer des liens dans l'entourage. Enfin, le témoignage emblématique où le témoin parvient à incarner un problème général à travers une expérience personnelle. Le témoignage de la parole populaire, est mis en valeur dans le « journal télévisé dialectal », puisque le récit reste une vérité.

## **2.2 Répondre aux besoins d'audience**

D'après Denis McQuail<sup>27</sup> considère l'audience comme un individu devant le média. Il suppose que les membres de l'audience ne sont pas passifs, mais ont un rôle actif dans l'interprétation et l'intégration du média dans leurs propres vies. Les spectateurs sont responsables dans le choix des médias qui répondent à leurs besoins et ils utilisent les médias pour accomplir leurs satisfactions spécifiques. Les informations populaires sont mises en scène par une langue familière et populaire, et répondent aux besoins des téléspectateurs qui regardent le « journal télévisé dialectal ».

### **2.2.1 Une référence et une sortie émotionnelle**

Le téléspectateur cherche l'évasion et évite la routine et les problèmes, le « journal télévisé dialectal » devient une sortie émotionnelle. Il construit une relation interpersonnelle virtuelle qui satisfait le besoin psychique des téléspectateurs en matière d'interaction sociale. En plus, le dialecte, l'information populaire, la parole populaire sont familiers par les téléspectateurs qui peuvent construire une relation virtuelle plus « réelle ». Les téléspectateurs font référence aux événements qui se passent autour d'eux et qui sont montrés par le « journal télévisé dialectal », pour

---

<sup>27</sup> Denis McQuail, *mass communication theory*, London ; Beverly Hills : Sage Publications, 1983

s'identifier personnellement : le renforcement de valeur ou assurance, l'auto-compréhension et l'exploration de la réalité. Le « journal télévisé dialectal » joue également un rôle de surveillance chez les téléspectateurs, les informations populaires peuvent les aider à faire ou accomplir quelque chose de la vie quotidienne.

### **2.2.2 Cherche l'« identité »**

Devant le « journal télévisé dialectal », les téléspectateurs cherchent une « identité », ils ont besoins de s'identifier, surtout dans les grandes villes, les habitants sont fiers de leurs villes natales et de leurs dialectes. D'après Thibault Courcelle, la presse quotidienne régionale bretonne a joué un rôle important dans la création d'une « identité bretonne » :

*Elles participent, pleinement à la création (ou recréation) des identités régionales qui occupent, depuis quelques années, une place de plus en plus importante tant dans le champ des sciences sociales que dans les arènes politiques et les médias.* <sup>28</sup>

## **2.3 Des publics à un public**

Il y a une tendance de la segmentation des téléspectateurs au sien du journal télévisé jusqu'aux les médias télévisuels ou médias de masse en Chine, comme la presse régionale. Le média passe de « pour tout le monde » à « récepteur ciblé ». Localiser plus précisément l'audience permet à l'émission de gagner l'espace et l'opportunité de développement.

---

<sup>28</sup> COURCELLE Thibault, « Le rôle de la presse quotidienne régionale bretonne dans la création d'une identité bretonne : étude comparative de Ouest-France et du Télégramme » in *La Découverte / Hérodote*, N°110, 2003.

*Il n'a y pas un public de la télévision, mais des publics, nous répètent à satiétés les critiques véhément d'une politique des programmes, trop centrée selon eux sur les opinions majoritaires, et oublieuse des goûts minoritaires. (...). Une des grandes difficultés des programmeurs est que nous portons tous en nous des demandes spécifiques et minoritaires. Il n'a y pas, d'un côté, des gens qui aiment les films ou les feuilletons, et, de l'autre ; des gens qui aiment les documentaires. (...).* <sup>29</sup>

Le « journal télévisé dialectal » segmente de manière géographique et langagière les téléspectateurs. Les 28 « journaux télévisés dialectaux » présentent les événements qui se passent dans leurs propres villes et les diffusent dans leurs propres dialectes. Comme « Six liutou raconte la nouvelle », il choisit les sujets concernant la vie quotidienne qui se passe dans la ville Hangzhou et les présentateurs racontent les informations en dialecte de Hangzhou. Ici, « Six liutou raconte la nouvelle » n'exclut pas les audiences qui ne parlent pas le dialecte de Hangzhou, parce qu'il y a un sous-titre écrit en mandarin.

#### **2.4 Le porteur de la culture locale**

Le langage est porteur de la culture, les gens qui utilisent un même langage forment naturellement une culture locale. Le mandarin répond à la culture nationale et le dialecte répond à la culture locale, ils ont une influence réciproque. En Chine, nous sommes toujours dans le sujet de la protection de la culture locale dans un grand territoire, qui est composé de 657 villes. Le citoyen a une base psychique de sa culture locale, et le dialecte est le porteur de la culture locale. Dans ce cas là, nous préférons parler avec des gens qui ont le même dialecte que nous, même si nous sommes dans une autre ville qui n'a pas le même dialecte où nous pouvons parler une autre langue.

---

<sup>29</sup> SOUCHON Michel, « *Un public ou des publics ?* » In Dossiers de l'audiovisuel n°22, Télévision: la mesure de l'audience, Institution Nationale, La document, Paris, Novembre-Décembre 1988.



Nous acceptons prioritairement le dialecte et l'utilisons pour bien nous exprimer.

Dans l'enquête que nous avons fait à propos des points de vues sur « Six liutou raconte la nouvelle », le fait que les téléspectateurs admirent plus la culture de Hangzhou est bien démontré et que le dialecte de Hangzhou favorise la communication et la protection de la culture locale de Hangzhou. 28 journaux télévisés dialectaux jouent un rôle important pour éviter l'uniformisation de la culture et encourager l'épanouissement des cultures locales.

### **2.5 Toujours une marchandise**

Nous ne devons pas oublier que, même si la médiatisation de la vie privée aide à trouver des solutions ou à alerter sur des problèmes sociaux, le plus important pour le journal télévisé est de capter et de retenir le plus grand nombre de téléspectateur. La vie privée devient une marchandise qui se vend très bien quand elle est présentée sous des formes provocantes. Et face à la concurrence des journaux télévisés en Chine, comme beaucoup de chercheurs disent, la qualité des reportages du « journal télévisé dialectal » pose problème, comme quand le journaliste interroge un meurtrier, c'est le psychisme anormal de ce dernier qui est exposé devant le public. Il est alors un danger pour l'ordre social et mal influence sur les citoyens et cependant, ce genre d'information est la plus attirante pour les téléspectateurs.

### **III. Analyse comparée du journal dialectal de HTV-2 et du journal national de CCTV :**

Dans cette partie, nous faisons une analyse comparée d'un « journal télévisé dialectal » : « Six liutou raconte la nouvelle », qui est diffusé sur HTV-2, une chaîne de la ville-préfecture : Hangzhou, avec le journal télévisé national de la première chaîne de télévision nationale de la République populaire de Chine (CCTV-1), « Les nouvelles nationales ». Ils construisent leurs propres cadres pour capter leurs téléspectateurs, nous pouvons voir une grande différence entre les deux genres des journaux télévisés, sur le plan du discours, du jeu de langage ou de la mise en scène.

*En effet, une manière de définir le local consiste à l'opposer au national. Pour le cerner, il est tentant de mettre en évidence ce qui oppose les télévisions locales à la télévision nationale, c'est-à-dire celle qui couvre le territoire national, dans sa diffusion et dans sa couverture des événements. Ainsi, l'existence des médias locaux se fonde sur une distinction avec les médias nationaux....<sup>30</sup>*

Ces deux journaux télévisés construisaient leurs propres cadres, pour capter leurs téléspectateurs. Le « journal télévisé dialectal » possède ses propres techniques afin de démontrer les informations populaires en dialecte, mettre en scène la parole populaire, et faire ressemblance avec la vie quotidienne des citoyens. « Six liutou raconte la nouvelle » et « Les nouvelles nationales » fixent leurs propres genres et donnent des promesses différentes pour entretenir un lien durable avec les téléspectateurs, les fidéliser.

Selon Patrick Charaudeau,<sup>31</sup> *L'interface entre les acteurs de la communication*

---

<sup>30</sup> ISABELLE Paillart, « Télévisions locales: l'enjeu des territoires ». In Dossiers de l'audiovisuel n°95, La télévision régionale et locale en France, INA, La document Français, Paris, Janvier-Février 2001.

<sup>31</sup> François JOST, *Introduction à l'analyse de la télévision*, Ellipses Edition Marketing S.A., 1999, P17.

*serait le fait d'un pacte ou d'un contrat. (...) Posant que le but de la communication langagière « ne peut être que de faire entrer l'autre dans sa propre intentionnalité », Il définit le contrat de communication médiatique par une double visée : le contrat de crédibilité et le contrat de captation, (...) « être le plus crédible possible tout en attirant le plus grand nombre possible des récepteurs ».*

La proposition de contrat du journal télévisé se trouve à l'intérieur des images, les sons et les textes, c'est pour cette raison que nous sommes nous intéressés à analyser les contenus des deux journaux télévisés afin de voir leurs différents genres et différentes promesses et aussi pour nous intéresser à l'analyse de leurs téléspectateurs par enquête, afin de voir leurs attitudes et leurs attentes par rapport aux deux journaux télévisés et aussi la relation entre le mandarin et le dialecte au sein du journal télévisé.

### **3.1 La mise en scène**

#### **3.1.1 Le titre et le studio**

Dans deux télévisé journaux, le générique et le studio illustrent leurs genres différents et tiennent leurs promesses aux téléspectateurs, pour les convaincre des avantages symboliques qu'ils auront à regarder le journal télévisé.

*Genre authentifiant par excellence, le journal télévisé prétend évidemment dire ce qui est arrivé vraiment dans le monde. C'est une telle évidence que le présentateur n'a nul besoin de la répéter à chaque émission. D'autant que la mise en scène, le décor et le générique s'en chargent à sa place.<sup>32</sup>*

---

<sup>32</sup> François JOST, *Introduction à l'analyse de la télévision*, Ellipises, 2004, Paris, P76.

Les titres ressemblent d'assez loin à leur « cousins » de la presse écrite et ils varient considérablement dans leur apparence même, d'un journal télévisé à l'autre. Selon les deux titres des journaux télévisés : « Six liutou raconte les nouvelles » et « Les nouvelles nationales », nous allons déjà avoir une image générale. Ils montrent en effet aux téléspectateurs leurs genres et promesses qui sont totalement différents.

- **Le décor chez téléspectateur**

Dans le titre de « Six liutou raconte les nouvelles », « Six liutou » n'est pas seulement le surnom du présentateur, mais aussi, il représente le nom du monsieur tout-le-monde, ou le nom du citoyen ordinaire. « Raconter les nouvelles », le présentateur narre les événements plutôt que les présenter par un ton comme un voisin qui nous raconte une chose. L'image derrière le titre, le paysage de la ville Hangzhou, traduit visuellement une identité culturelle. Déjà les téléspectateurs sont captés par le titre, qui insiste sur sa capacité à faire entrer le monde dans l'émission sans s'en rendre compte. Une image de proximité fait disparaître la hiérarchie entre les distributeurs et les récepteurs et l'image de dominant qui est donné par le présentateur.

L'illustration N°<sup>33</sup> (« Six liutou raconte les nouvelles », HTV-2, 09/10/2011)



---

<sup>33</sup> Le site web de la chaîne HTV-2 : <http://www.hzvtv2.com>

L'illustration N° 34 (« Six liutou raconte les nouvelles », HTV-2, 09/10/2011)



#### - Le bureau technique

Au contraire de « Six liutou raconte les nouvelles », « Les nouvelles nationales » nous montre une image plutôt dominante, il met en scène un globe derrière le titre. Cet accent sur le monde, on le verra, traduit visuellement une méfiance affichée envers le « battage » médiatique. Comme la porte-parole du gouvernement, « Les nouvelles nationales » se veut austère, dans le studio, il met en scène plein de moniteurs derrière les deux présentateurs : ce modèle affirme la primauté de la puissance technologique dans la construction de l'information.

L'illustration N° 35 (« Les nouvelles nationales », CCTV-1, 15/01/2012).



<sup>34</sup> Le site web de la chaîne HTV-2 : <http://www.hzvtv2.com>.

<sup>35</sup> Le site web de CCTV (Télévision centrale de Chine) : <http://cctv.cntv.cn>

L'illustration N°7 <sup>36</sup> (« Les nouvelles nationales », CCTV-1, 15/01/2012).



### **3.1.2 La bande annonce**

La bande annonce fait une double promesse au téléspectateur, quant à l'intérêt et aux émotions que lui procure l'émission annoncée et quant à la garantie de retrouver dans le programme des qualités exemplifiées par l'échantillon. Et du côté de la réception, des actes, regarder ou non, zapper, etc. des sentiments, des émotions. Pour orienter cette « interprétation protéiforme » et capter les téléspectateurs, les bandes annonce du journal télévisé national et « journal télévisé dialectal » doivent correspondre à leurs différents genres.

#### **- Jeter une curiosité**

La bande annonce de « Six liutou raconte les nouvelles » n'est pas d'emblée un sommaire, elle s'intéresse d'abord à « jeter de la curiosité »<sup>37</sup> aux téléspectateurs en

---

<sup>36</sup> Le site web de CCTV (Télévision centrale de Chine): <http://cctv.cntv.cn>

<sup>37</sup> CHEN zhengrong, *The third television tide, le cas de phénomène Nanjing*, Université de communication de la Chine, Pékin, 2006, P 79.

utilisant deux façons pour capter la curiosité des téléspectateurs : la phrase exclamative ou de l'interrogative, dans les paroles d'interviewés ou des présentateurs, qui souligne les attitudes sur les événements, les images qui portent plus de sens comme curiosité. La mise en scène des extraits d'anonymes interrogés et de l'image de la ville Hangzhou, donne aux téléspectateurs la promesse de proximité. Ainsi donc, les téléspectateurs restent devant la télévision pour découvrir les événements qui sont déjà cadrés. La stratégie d'accroche du téléspectateur est inverse à celle de la bande annonce : il s'agit de le capter, de le prendre la main sans lui dire où on l'emmène ; le déroulement du journal télévisé n'est pas annoncé et il se révélera en avançant.<sup>38</sup>

- **Un « chapeau » de drapeau chinois**

Nous prenons une bande annonce de « Les nouvelles nationales » :

*« La soirée de nouvel an 2012 a lieu à The Great Hall of the people, le président et les autres hommes politiques ont participé à cette soirée, et ils célèbrent le nouvel an avec les Pékinois.*

*Le premier ministre Wen Jiabao a une entrevue au président du Népal.*

*Le premier ministre Wen Jiabao arrive au Riyad et commence la visite officielle d'Arabie saoudite.*

*Certain chaînes de la télévision nationale de la République populaire de Chine rendent service en publier des informations qui concernent le météo, la situation du transport et l'affaire du billet du transport pendant le nouvel an, un période de pointe, afin de faciliter la sortie des téléspectateurs et les touristes.*

*Les 22 touristes Hong kongers sont sauvés dans l'échouage d'un paquebot, le capitaine du paquebot italien, Francesco Verusio, est arrêté et il est accusé d'homicide multiple, naufrage et abandon du navire. » (« Les nouvelles nationales », CCTV-1, 15/01/2012, 19h).<sup>39</sup>*

<sup>38</sup> François JOST, *Introduction à l'analyse de la télévision*, Ellipises, 2004, Paris, P79.

<sup>39</sup> Le site web de la première chaîne de télévision nationale de la République populaire de Chine (CCTV-1), <http://cctv.cntv.cn/cctv1/>

Dans cette bande annonce, les nouvelles concernent les activités chez les hommes politiques, les événements majeurs qui se passent au niveau national ou international, « Les nouvelles nationales » met de la lumière sur la politique. Avant de tout voir, leurs téléspectateurs peuvent voir l'orientation de ce journal télévisé, qui sert à l'état, comme organe du gouvernement. Chaque titre de sommaire emprunte le style à l'écrit, il serait plutôt lapidaire de s'inscrire sur l'image chargée d'illustrer l'événement. Quand nous entrons dans le contenu de « Les nouvelles nationales », au 15 janvier 2012, nous trouvons que le présentateur reprend encore une fois de la titre : « *La soirée de nouvel an 2012 a lieu à The Great Hall of the people, le président et les autres hommes politiques ont participés à cette soirée, et ils célèbrent le nouvel an avec les Pékinois.* », qui est seulement ajouté un distique et le reste est exactement le même que dans la bande annonce. Cette redondance et le style des titres sont au service de la clarté, pour mieux transmettre l'idéologie gouvernementale aux citoyens.

### **3.1.3 Le présentateur**

Pour expliquer l'attachement des responsables de la télévision à une formule vieillie et voir comment rendre compte de la patience des spectateurs qui restent fidèle à « leur » JT. Pierre SORLIN a dit :

*Les chaînes ont besoin de se distinguer les unes des autres en exposant des signes de reconnaissance visibles. Les JT sont sans doute très proches les uns des autres dans leur conception mais le présentateur permet une très forte individualisation. Alors que les responsables d'émissions de variété sont renvoyés au moindre accroc, les présentateurs du journal jouissent d'une grande stabilité.<sup>40</sup>*

Avant d'entrer en détails avec les présentateurs, nous devons tenir compte de

---

<sup>40</sup> Pierre SORLIN, *Les journaux télévisés européens face à leurs publics, La télévision et ses téléspectateurs*, sous la direction de Jean-Pierre Esquenazi, L'Harmattan, 1995, P120.



leurs formations des présentateurs. Les présentateurs de « Les nouvelles nationales » sont diplômés de la spécialité journaliste dans les universités nommées, leurs formations font parties de la construction de l'image dominante de ce journal télévisé. Par contre, la formation des présentateurs de « Six liutou raconte la nouvelle » est un peu moins riche, comme celle des citoyens ordinaires.

- **Une « personne complète »**

D'après l'enquête, nous pouvons trouver des jugements favorables sur les présentateurs de « Six liutou raconte les nouvelles » chez les téléspectateurs. Dans « Six liutou raconte la nouvelle », un homme debout qui fait un geste de bienvenue au début d'émission, il s'agit d'abord d'entrer en relation avec les téléspectateurs et d'établir avec lui un contact sur le mode de la conversation. Pour se distinguer avec des présentateurs de « Les nouvelles nationales », les présentateurs de « Six liutou raconte les nouvelles » sont des êtres du monde, qui se définissent par le simple fait de parler, une « personne complète » qui peut revenir sur son propre discours en raison de ce que nous savons de lui et ses mots prennent une résonance particulière. Leurs attitudes et comportements empathiques jouent dans notre perception des informations. Nous voyons plus d'humanité chez les présentateurs de « Six liutou raconte les nouvelles » par rapport à ceux de « Les nouvelles nationales ».

- **Porte-voix représentatif et autorisé**

Selon l'enquête, à propos du point de vue sur les présentateurs de « Les nouvelles nationales », parmi 84 interrogés, 73 personnes donnent leurs opinions, 65 parmi eux pensent que les présentateurs sont représentatifs et autorisés. Nous empruntons la description du présentateur donnée par Lochard-Soulage,<sup>41</sup> *les deux présentateurs de « Les nouvelles nationales » sont « Deux homme-tronc assis derrière un bureau »*. Un

---

<sup>41</sup> François JOST, *Introduction à l'analyse de la télévision*, Ellipises, 2004, Paris, P80.

homme et une femme, ils profèrent l'énoncé en faisant le tour sans communiquer entre eux pendant 30 minutes. Nous ne voyons en aucun cas leur épanouissement personnel, ils jouent seulement le rôle de distributeurs et non pas de participant. C'est la raison pour laquelle les téléspectateurs ne se rattachent pas aux présentateurs de « Les nouvelles nationales » aux sources des informations, ils ne jouent que du rôle d'un porte-voix. Et dans le même temps, les présentateurs sont le code, ils sont l'intermédiaire qui représente l'image gouvernementale. Son apparence est un des repères utiles afin de hiérarchiser les informations, autrement dit, les informations avec leurs apparences sont plus importantes sans leurs apparences.<sup>42</sup> Leurs signes non linguistiques comme vêtement, physionomie, silhouette, expression du visage incluent dedans. Les présentateurs de « Les nouvelles nationales » n'ont pas le droit de participer à des activités commerciales ailleurs, car elles pourraient risquer d'influencer les signes non linguistiques des présentateurs qui déjà sont cadrés par « Les nouvelles nationales » et grâce auxquels les téléspectateurs peuvent facilement les reconnaître.

Le présentateur de « Les nouvelles nationales » s'annonce comme un guide, les téléspectateurs n'ont qu'à le suivre, il les entraînera autour du monde. En revanche, « Six liutou raconte les nouvelles », n'est pas une source, puisque le contenu concerne la vie quotidienne, ce sont les événements que nous connaissons déjà ou qui nous sont familiers. « Six liutou raconte les nouvelles » accomplit simplement à notre place ce que nous n'avons pas le temps de faire, il va chercher l'information chez ceux qui la détiennent.

---

<sup>42</sup> Ai honghong, *L'analyse du « Les nouvelles nationales »*. China radio et television publishing house, Pékin, 2008, P100.

## **3.2 Le discours et le contenu**

### **3.2.1 Le contenu**

#### **- Cherche le conflit et l'intimité**

La moitié du contenu de « Six liutou raconte la nouvelle » représente les informations concernant le démêlé d'affaire civile, il cherche le conflit sociale et il devient le porte parole des citoyens qui rencontrent les difficultés chaque jour et la réflexion de la vie quotidienne.

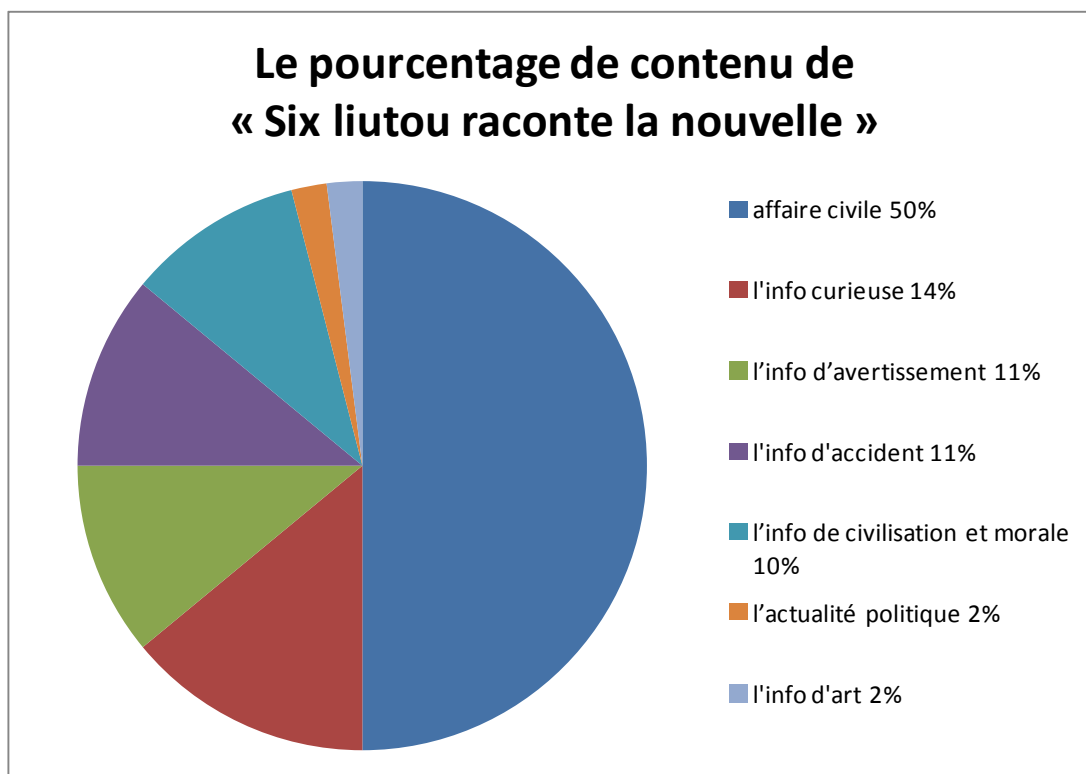
*Le quotidien est parsemé de failles, de transgressions, d'inventivité, et ne se réduit pas à une vision schématique, uniforme, des comportements.*<sup>43</sup>

Le mois de janvier 2012, on compte 197 nouvelles diffusées par « Six liutou raconte la nouvelle », parmi elles, la nouvelle curieuse, 14% ; l'information de l'avertissement, 11% ; l'accident, 11% ; l'information de la civilisation et morale, 10% ; l'actualité politique, 2% ; l'art, 2%. Parmi le démêlé d'affaire civile, 73% est le différend familial. Ici, nous pouvons voir que l'émission cherche le conflit non seulement dans la vie quotidienne et aussi à propos d'intimité.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> Michel De Certeau, *La culture au pluriel*, Christian Bourgois éditeur, 1980.

<sup>44</sup> Le site web de HTV-2, <http://www.hzvtv2.com/>



Dans notre société, nous connaissons la controverse à propos de la médiatisation de la vie privée du citoyen dans le journal télévisé au niveau de la légitimité, puisqu'il reste difficile de définir la notion la vie privée, ses contours sont mouvants. En effet, son respect est variable selon les lieux et les époques. « Six liutou raconte la nouvelle » ne peut pas toucher 73% du différend famille si la participation de l'individu à ce dévoilement de l'intimité ne se fait pas par une démarche volontaire. Parce que la famille est un lieu de refuge où nous échappons aux regards des autres, elle assure une fonction de « privacy », c'est difficile de le dévoiler de l'extérieur. Et les participants qui décident de vivre la médiatisation de leurs secrets sont totalement consentants. Selon Dominique Mehl<sup>45</sup>, la définition de la vie privée est aujourd'hui faite par l'individu lui-même qui décide. Ainsi, il peut être très attaché à la protection de son intimité et peut décider de n'en dévoiler qu'une partie.

<sup>45</sup> MEHL Dominique, « télévision de l'intimité es espace public » in La vie privée à l'heure des médias, PUG, Pessac, 2002.

- **Une image positive**

« Les nouvelles nationales » est considérée comme le porte-parole de l'état dont la première fonction est de transmettre l'esprit du parti communiste, les sujets traités doivent être choisis avec précision afin de donner une bonne image du pays et ne pas diffuser trop de mauvaises nouvelles.

*La télévision est la radio d'Etat ainsi que les journaux ont un but en commun. Ils forment la bouche du Parti et du peuple. Ils doivent donc être guidés par le Parti et propager de manière inconditionnelle la politique, les objets et la ligne fixés par le gouvernement et le Parti.<sup>46</sup>*

Les reportages de « Les nouvelles nationales » qui diffusés quotidiennement durant 30 minutes et concernant largement les activités politiques et gouvernementales : les visites officielles à d'autre pays, la participation des conférences internationales, les entrevues aux des personnalités, etc. Entre le mois de février et le mois de mai, au total, les informations nationales sont au nombre de 193,<sup>47</sup> parmi elles, 43 informations concernent les activités de l'homme politique et 12 informations concernent les conférences politiques, les deux parties jouent un rôle prépondérant et occupe 28.3% dans la rubrique d'information national. Le deuxième grand sujet est le développement et le succès de l'économie et de la science, qui occupe 21.5% de la rubrique d'information nationale. Dans cette partie, les informations ont le caractère d'une diminution de la qualité de temps limité puisque la plupart des informations ne sont pas sur l'actualité du jour, comme la structure des produits exports a changé fondamentalement en Chine, quelle région a reçu un succès à propos de l'exploitation synthétiquement d'agriculteur, etc.

---

<sup>46</sup> Citation extraite de Xuanchuan zhishi shouce (Manuel de connaissance sur la propagande), Edition de Sichuangsheng shehui kexueyuan , 1988, P 16-17.

<sup>47</sup> AI honghong, *L'analyse du « les nouvelles nationales »*. China radio et television publishing house, Pékin, 2008, P100.

« Les nouvelles nationales » est un outil de transmettre l'idéologie du gouvernement chinois, il le transforme en « nouvelle » et le diffuse aux citoyens. La majorité écrasante des contenus sont des nouvelles positives, cela évite le conflit social. Entre le mois de janvier et le mois de juin, il n'y a que 8 information négatives et qui occupe 4.1% dans la rubrique nationale. Et à la dernière partie d'émission, ce sont les informations internationales, qui occupent 20% d'émission, plus de 70% sont des informations politiques et les informations économiques n'occupent que 10%.<sup>48</sup> Le distributeur préfère choisir sous l'angle de négatif et chercher donc les conflits qui se passent ailleurs, afin de renforcer la cohésion sociale et l'union des citoyens. C'est une des raisons pour laquelle la moitié de interrogés ont des doutes pour l'authenticité des informations diffusées dans « Les nouvelles nationales » d'après l'enquête que nous avons fait. Dans l'image de « Les nouvelles nationales », il existe une formule stéréotypée, nous pouvons couper « Les nouvelles nationales » par trois parties selon le temps, le premier 10 minutes : les hommes politiques sont s'affairent ; les 10 minutes suivantes: les chinoises sont heureux ; les derniers 10 minutes : les autres pays vivent dans une misère noire.

### **3.2.2 La narration**

#### **- Suivre parcours d'activité idéologie**

La façon de narrer de « Six liutou raconte la nouvelle », on doit suivre le parcours d'activité idéologique des téléspectateurs et on voit aussi qu'y sont racontés les événements en commençant par la même idée que dans la bande annonce : « jeter une curiosité ».

---

<sup>48</sup> Ai honghong, *L'analyse du « les nouvelles nationales »*. China radio et television publishing house, Pékin, 2008, P100.

L'introduction d'une information au 15 septembre 2011 de « Six liutou raconte la nouvelle »<sup>49</sup>: *Le dernier soir, il avait un orage assez fort, pendant la nuit, Mme Sun s'est réveillé soudain par le bruit. Au début, elle pensait que c'était le bruit du vent et du tonnerre, mais elle écoutait attentivement, c'était les pierres qui ont roulé et sont tombés par terre. Mme Sun et quelques voisins sont sortis et ils voulaient voir ce qui c'était passé dehors.*

Le contenu de cette nouvelle: *A cause du bureau du bâtiment administratif qui était débordée par ses responsabilités et qui était à la traîne dans son travail, la pente qui se situe à côté de l'appartement de Mme Sun s'est effondré, ce qui a influencé la vie quotidienne des habitants dans cet appartement et qui a posé le danger latent de cet appartement.*

Après le reportage, le présentateur fait un commentaire : *L'origine d'un problème est toujours qu'on ne pense pas c'était un problème au début, on s'aperçoit quand le problème devient une conséquence grave.* Ici, le présentateur vise à accroître l'adhésion de l'auditeur aux thèses que l'on présente, normalement dans le journal télévisé, le distributeur se pénètrent des idées imperceptiblement par du non verbal comme la postproduction pour que les informations soient « neutres ». Mais dans « Six liutou raconte la nouvelle », le présentateur expose ses propres points de vue devant le public. Avant, nous définissons « Six liutou » comme citoyen moyen ou parole populaire, alors que maintenant, les téléspectateurs acceptent ses opinions naturellement. Le présentateur joue deux rôles en même temps : le distributeur est aussi le récepteur, c'est-à-dire qu'il montre ses critiques sur lesquels les téléspectateurs font après la réception des informations.

L'idéologie de micro à macro est essentielle dans « Six liutou raconte la nouvelle ». Il traite les informations économiques, politiques, devient le fait divers, c'est-à-dire, les journalistes du « journal télévisé dialectal » choisissent ceux qui ont

---

<sup>49</sup> Le site web de vidéo : <http://www.ku6.com/>

l'air des petites choses, mais qui reflètent cependant toujours les sujets sociaux importants. Le journaliste et le présentateur changent la façon de présenter par le dialecte, le ton ironique, ou la structure de l'information, comme histoire, récit, etc. Dispositif sociale, la captation, transmettre les attentions aux petites choses, « Six liutou raconte la nouvelle » suscite la curiosité, le souci de distinction, l'amour ou la tentation, la fidélité de l'audience. Il utilise la fabulation, la mythification des opérations de charme, le registre de l'émotion. C'est pour mieux séduire l'audience : l'attraction, la sélection, la fidélisation.

- **Parcours macro à micro**

S'accorder avec la mission politique, « Les nouvelles nationales » se règle strictement et se possède sa propre manière de narration. L'idée de son reportage est de la macro au micro, ce qui est totalement à l'opposé du « journal télévisé dialectal », comme le sujet de cuisine, « Les nouvelles nationales » va choisir l'angle d'économiser de l'eau et de l'électricité. L'adverbe et l'adjectif nuancés sont fréquemment utilisés dans le reportage, comme les mots « profondément », « parfait », « remarquable », etc. Alors là, nous trouvons que « Les nouvelles nationales » persuade les téléspectateurs en utilisant une expression plus douce que celle dans « Six liutou raconte la nouvelle », et les téléspectateurs sont influencés imperceptiblement.

**3.2.3 L'image**

L'image du journal télévisé n'est pas transparente, qui expose plusieurs miroirs en même temps, et nous montre comment nous voulons nous voir à un moment. Elle n'est pas la démocratie elle-même, elle en est le spectacle.



## - **De l'image témoignages à l'image symbole**

En choisissant l'image, « Six liutou raconte la nouvelle » utilise plutôt les images témoignages, qui gardent la trace de ce qui a eu lieu une fois, véritables indices au sens peircien : les images d'un train qui a déraillé. Elles sont présentées par les journalistes comme des preuves du réel. Et cependant, les images –symboles sont plus utilisées dans « Les nouvelles nationales », dont la raison d'être réside dans la capacité à faire métaphore. C'est en général le commentaire qui détache l'image du réel pour lui donner sa valeur symbolique. Nous prenons encore l'exemple du train qui a déraillé, les journalistes vont plutôt choisir les images du service du transport et les techniciens. « Les nouvelles nationales » a aussi un but de contourner les images violences et négatives. De l'image-témoignage à l'image-symbole on passe progressivement du singulier au général, puis du général à l'abstraction d'une relation figurale entre image et mot.<sup>50</sup> Quand nous généralisons les images, quant à un événement, elles ont une portée beaucoup plus large. Et l'image de « The Great Hall of the people » est le premier choix quand l'élément s'agit de l'activité politique nationale dans « Les nouvelles nationales ».

## - **De complémentaire à redondance**

Dans « Les nouvelles nationales », l'image devient moins importante que la parole de présentateur, elle n'apporte pas le sens supplémentaire, sa parole est indépendante, c'est-à-dire, comme une radio, même si les téléspectateurs ne regardent pas l'écran, et n'écoutent que le son, ils peuvent tout comprendre. La redondance de l'image et la parole permet de souligner l'idéologie du gouvernement. Selon les chiffres officiels, il diffuse 10 sujets pendant 30 minutes, et il n'y a qu'un sujet « en live » en moyenne. Mais ce « en live » ne change que la mode de narration, l'article reste le même que ce qui est préparé préalablement. Et « Les nouvelles nationales »

---

<sup>50</sup> François JOST, *Introduction à l'analyse de la télévision*, Ellipises, 2004, Paris, P87.

évite tous les plans cachés, bougé ou non prévus, et qui sont utilisés fréquemment dans le « journal télévisé dialectal ».

### **3.2.4 Jeu de langage**

*Selon Goffman, les cadres sont des « modes distincts de structuration de l'expérience » : notre expérience est structurée en fonction des situations sociales dans lesquelles nous interagissons. Les cadres impliquent l'usage de langues et jeux de langages qui leur sont propres : d'où l'importance de l'approche linguistique pour étudier les cadres médiatiques.*

#### **- De langages écrits à langage parlé**

Parler est indissociable d'une situation sociale : les jeux de langage sont la face discursive des cadres qui s'enchevêtrent. Le présentateur du journal télévisé doit passer d'un registre à l'autre au fur et à mesure que s'égrènent ses divers sujets. Le contenu de « Les nouvelles nationales » qui concerne la propagande et l'information impérative et vient du gouvernement, décide son importance du langage standard à écrire : le mandarin. Le langage n'est pas seulement l'outil politique, et aussi le politique en soi. Le média joue du jeu de langage pour établir l'ordre sociale, l'usage d'un jeu de langage donné implique une forme distincte de crédit ou d'autorité. C'est irrationnel de présenter une nouvelle d'ordre politique en dialecte. Cependant « Six liutou raconte la nouvelle » utilise le dialecte, un langage parlé et populaire, qui correspond aux sujets locaux, il évite également d'utiliser les phrases compliquées et longues.

### **3.2.5 Le témoignage**

#### **- De parole populaire à parole prestigieuse**

L'avis d'un expert ou les journalistes ayant assez de crédit sont utilisés beaucoup dans « Les nouvelles nationales », une parole prestigieuse est un outil efficace pour jouer un rôle comme le porte parole de gouvernement. Dans « Six liutou raconte la nouvelle », la présence des citoyens anonymes ou de la parole populaire donne aux téléspectateurs une image de proximité.

## **3.3 Autour du journal télévisé**

### **3.3.1 La publicité**

Pendant le temps de publicité, l'audience préfère le zapping, « Six liutou raconte la nouvelle » fait une évolution pragmatique pour tenter de changer cette habitude, il emprunte l'idée d'automate bancaire, dû à une idéologie technique, l'apparition d'icônes, les gouttes pour l'attente, chaque instant que l'audience passe devant l'écran est pensé. Sans publicité, correspond l'image d'austère « Les nouvelles nationales », chercher le profil, n'est pas son but.

### **3.3.2 Point commun et cohérence**

#### **- La valorisation de forme**

Après avoir analysé tous les dispositifs et les contenus de « Les nouvelles nationales » et « Six liutou raconte la nouvelle », nous trouvons qu'avant d'entrer dans leurs contenus, nous pouvons déjà avoir une image globale et terminer leurs

genres, par leurs différentes formes : les titres, langages, studios, bandes-annonces, présentateurs ou témoignages, qui sont caractérisés et transmettent comme les symboles, les symboles qui sont familiers pour les téléspectateurs. Nous trouvons donc que quelque part, la forme du journal télévisé est plus importante que le contenu.

Pierre SORLIN a dit : *Comme le notait Durkhheim, chaque groupe, fût-il un groupe national, organise ses relations internes à l'aide de symboles qui n'expriment rien par eux-mêmes, mais attestent constituent le sentiment d'appartenance au groupe. Les J.T., en tant que rituels éprouvés, représentent un de ces symboles, ils ravivent, jour après jour, le lien entre l'individu, son mode de vie (ou le mode de vie qu'il tient pour caractéristique de son groupe) et le reste de l'univers.* <sup>51</sup>

#### - **Une cohérence**

Nous pouvons entendre quelques controverses à propos de cohérence de l'utilisation entre le dialecte et le mandarin dans le journal télévisé. Après cette recherche, nous démontrons que l'utilisation des deux langages reste cohérente au sein du journal télévisé. D'après l'enquête que nous avons fait, parmi 84 personnes interrogées, 67 personnes regardent « Six liutou raconte la nouvelle », et parmi eux, 59 personnes regardent également « Les nouvelles nationales ». Le dialecte et le mandarin se servent des différents genres de journal télévisé, « Six liutou raconte la nouvelle » et « Les nouvelles nationales » jouent ses propres jeux de langages pour capter leurs téléspectateurs. Dans le média télévisuel, le mandarin tient une place absolue et irremplaçable, le dialecte est coincé dans un territoire limité, le « journal télévisé dialectal » est un complément au journal télévisé traditionnel, qui est toujours l'émission dominante, et qui n'exclut aucun citoyen et tient une autorité. Ce sont des

---

<sup>51</sup> Pierre SORLIN, *Les journaux télévisés européens face à leurs publics, La télévision et ses téléspectateurs*, sous la direction de Jean-Pierre Esquenazi, L'Harmattan, 1995, P129.

qualités que le « journal télévisé dialectal » ne peut pas réaliser. Ces sont les raisons pour lesquelles le dialecte ne représente pas une menace au mandarin au sein du journal télévisé.

« Les nouvelles nationales » ont apparues il y a une trentaine années, le « journal télévisé dialectal » est plus court : il a une dizaine années, il établit rapidement une image de marque et tient une place importante dans la chaîne locale et au sein du journal télévisé. Cette décentralisation est importante pour le journal télévisé stabilisé par sa fonction multiple dans la société. Les deux genres de journal télévisé représentent typiquement le journal télévisé national et le journal télévisé local, comme Isabelle Pailliarit dit : *le local n'est pas restreint à une relation de domination avec l'Etat, mais il est ancré dans les évolutions de la vie quotidienne.*<sup>52</sup> Le journal télévisé national cherche de la cohérente nationale et cependant le journal télévisé local chercher le conflit dans la vie quotidienne. Il est nécessaire pour eux d'exister parallèlement. Et plus, le journal télévisé local est un poinçon pour casser la vitre qui était installée par le journal télévisé national, et le dialecte encourage les citoyens ordinaires à accéder et à participer.

---

<sup>52</sup> Isabelle Pailliarit, *Les territoires de la communication*, Presses universitaires de Grenoble, 1993, P 54.

## **Conclusion**

L'émergence du dialecte au sein du journal télévisé chinois se fait sous une mutation du contexte médiatique et social. Notre travail de recherche a essayé d'expliquer dans quel contexte le « journal télévisé dialectal » se développe et gagne l'audience, et aussi fait sortir ses caractères particuliers. Il nous a semblé intéressant de diriger notre étude vers une méthode d'analyse comparée d'un « journal télévisé dialectal » et un journal télévisé national, les deux différents genres des journaux télévisés, pour comprendre leurs différences techniques dans le traitement de l'information.

Dans le paysage audiovisuel concurrentiel, l'essor d'information populaire au sein du journal télévisé chinois, le gouvernement estime le problème du peuple, les téléspectateurs déplacent leur attention sur le divertissement devant de la télévision et cherchent la culture de masse. Le journal télévisé local s'intègre donc le dialecte, un langage populaire et de proximité, le « journal télévisé dialectal » met en lumière à la vie quotidienne des citoyens ordinaires.

Le « journal télévisé dialectal » met en scène par la parole populaire, qui prend une place considérable, les témoignages d'anonymes comme un discours plus accessible au public, pour établir un monde ressemblant à la vie quotidienne des téléspectateurs. La mise en scène du dialecte répond à l'identité des citoyens dans une ville et la protection de la culture locale variée. Le « journal télévisé dialectal » segmente les téléspectateurs selon le géographie et langage. Mais nous ne pouvons pas oublier que le « journal télévisé dialectale » est une production marchande, la qualité des reportages pose les problèmes.

Nous avons vu que les différents dispositifs représentent deux types de journaux télévisés, entre « Six liutou raconte la nouvelle » et « Les nouvelles nationales », à

propos du contenu, le discours, la mise en scène. Les dispositifs du « journal télévisé dialectal » ont amené à considérer les téléspectateurs comme son élément central, et établissent une image de proximité. Par contre, « Les nouvelles nationales » est considéré comme une institution étatique, transfère l'idéologie gouvernementale dans le sens unique, en construisant une image austère. De plus, nous avons vu qu'une valorisation des formes des deux journaux télévisés, leurs dispositifs deviennent les symboles visuelles et linguistiques, qui jouent un rôle plus important que les contenus. Nous trouvons également que les deux langues se servent aux différents genres des journaux télévisés, l'utilisation du dialecte et du mandarin au sein du journal télévisé restent une relation cohérente.

L'enquête d'audience sur « Six liutou raconte la nouvelle » et « Les nouvelles nationales », à propos des leurs points de vues et des comportements de regarder les deux journaux télévisés, nous aide à argumenter nos hypothèses. Et à travers cette enquête, nous trouvons aussi que la façon de regarder le journal télévisé apporte un sens lui-même, regarder le « journal télévisé dialectal » devient une façon de réunir la famille dans quelque cas.

Autour du « journal télévisé dialecte », nous pourrions poser quelques questions par rapport à l'unité culturelle et politique au niveau national. Ce genre du journal télévisé encourage l'épanouissement de l'identité locale, nous pourrions le traiter sous l'angle de la communication publique et politique.

## **Bibliographie**

### **Ouvrages français**

ESQUENAZI Jean-Pierre, *La télévision et ses téléspectateurs*, L'Harmattan, 1995.

JOST François, *Introduction à l'analyse de la télévision*, Ellipses Edition Marketing S.A., 2004.

JOST François, *La télévision du quotidien, Entre réalité et fiction*, INA, 2001.

JULLIER Laurent, « Image sans témoin. La place du téléspectateur dans le journal télévisé » in *La communication de l'information*. L'Harmattan, 1997.

MEHL Dominique. *La télévision de l'intimité*. Edition du seuil, Paris, 1996.

PAILLIART Isabelle, *Les territoires de la communication*, Presses universitaires de Grenoble, 1993.

SALAÜN Jean-Michel, *Le JT mise en scène de l'actualité à la télévision*, La document Française, Paris, 1986.

### **Ouvrage chinois**

AI honghong, *L'analyse du « Les nouvelles nationales »*. China radio et television publishing house, Pékin, 2008.

CHEN zhengrong, *Le rapport du développement des chaînes de la télévision locales en Chine*, Université de communication de la Chine, Pékin, 2007.

CHEN zhengrong, *The third television tide, le cas de phénomène Nanjing*, Université de communication de la Chine, Pékin, 200f.

HONG hui lin, Yu hong, *L'analyse la classe sociale chez les téléspectateurs*, Beijing normal university publishing group, Pékin, 2012.

HONG yingzhong, *Les medias et les peuples, les théories et les pratiques des journaux télévisés sur fait divers*, Université de communication de la Chine, Pékin, 2008.

LI Suixian, *L'analyse le langagier du journal télévisé*, Université de communication de la Chine, Pékin, 2007.



## **Articles**

COURCELLE Thibault, « Le rôle de la presse quotidienne régionale bretonne dans la création d'une identité bretonne : étude comparative de *Ouest-France* et du *Télégramme* » in *La Découverte / Hérodote*, N°110, 2003.

MICHEL Souchon, « La communication à domicile : la télévision » in *Dossiers de l'audiovisuel Télévision: la mesure de l'audience*, INA, n°22, Paris, Novembre-Décembre 1988.

PAILLIART Isabelle, « Télévisions locales: l'enjeu des territoires » in *Dossiers de l'audiovisuel, La télévision régionale et locale en France*, INA, n°95, Paris, Janvier -Février 2001.

SOUCHON Michel, « Un public ou des publics ? » in *Dossiers de l'audiovisuel, Télévision: la mesure de l'audience*, INA, n°22, Paris, Novembre-Décembre 1988.

## **Travaux d'étudiants**

BUSATO Luiz, « l'information locale au XXIème siècle : l'exemple de TLM et télé Grenoble », Mémoire de master 2 journalisme, Janvier 2009, Grenoble 3.

ROSSETTI Fanny, « La parole profane à la télévision : un facteur de redéfinition de l'espace public », Mémoire de master 1 Sciences de l'Information et de la Communication, Juin 2005, Grenoble 3.

## **Sites Internet**

Le site web de l'information de média chinois : <http://info.mediachina.net>

Le site web de la chaîne HTV-2 : <http://www.hztv2.com>

Le site web de CCTV (Télévision centrale de Chine): <http://cctv.cntv.cn>

## Annexe

### L'enquête d'audience :

« Six liutou raconte la nouvelle » et « Les nouvelles nationales »

Age :

Sexe :

Niveau d'étude :

1. Vous êtes d'origine de Hangzhou ?
2. Vous parlez le dialecte de Hangzhou ?
3. Regardez-vous « Six liutou raconte la nouvelle » ? (si non, répondez à Q11)
4. Avec qui vous regardez « Six liutou raconte la nouvelle » ?  
A. Seul B. Famille C. Autre
5. Faites-vous quelques choses quand vous regardez « Six liutou raconte la nouvelle » ?
6. Dans quelle fréquence regardez-vous « Six liutou raconte la nouvelle » ?
7. Les raisons que regardez-vous « Six liutou raconte la nouvelle » ? (question à choix multiples)  
A. Obtenir les informations sociales et les critiques  
B. Satisfaire la curiosité  
C. Réunir et s'amuser avec la famille  
D. Détendre  
E. Divertissement
8. Quel votre opinion sur « Six liutou raconte la nouvelle » ? (question à choix multiples)  
A. Je ne le comprends pas, et les informations n'apportent pas de valeur.  
B. La forme non régulière et raconte les choses insignifiantes.  
C. Une forme originale  
D. Pourvoir obtenir les informations, de plus, divertissement  
E. Je l'amie, le style de présentateur est origine  
F. ressentir la culture locale.  
G. Je le n'aime pas
9. Pensez-vous l'authenticité d'information de « Six liutou raconte la nouvelle » ?  
A. Je le crois beaucoup  
B. Je le crois en général  
C. Je ne le crois pas
10. Comment pensez-vous les présentateurs de « Six liutou raconte la nouvelle » ? (question à choix multiples)  
A. Amusant  
B. Proximité  
C. Vulgaire

11. **Regardez-vous « Les nouvelles nationales » ?**
12. **Avec qui vous regardez « Les nouvelles nationales » ?**  
A. Seul B. Famille C. Autre
13. **Faites-vous quelques choses quand vous regardez « Les nouvelles nationales » ?**
14. **Dans quelle fréquence regardez-vous « Les nouvelles nationales » ?**
15. **Les raisons que regardez-vous « Les nouvelles nationales » ? (question à choix multiples)**  
A. Obtenir les informations nationales et internationales  
B. L'habitude  
C. Réunir et s'amuser avec la famille  
D. Détendre
16. **Comment pensez-vous « Les nouvelles nationales » ? (question à choix multiples)**  
A. Les informations riches et importantes.  
B. La porte-parole du gouvernement, c'est la peine de le regarder.  
C. La forme démodé et austère  
D. Les informations ne sont pas subjectives et ne concernent que les informations positives.
17. **Comment pensez-vous les présentateurs de « Les nouvelles nationales » ?**  
A. Représentatif  
B. Rigide, il a besoin de les changer.
18. **Pensez-vous l'authenticité d'information de « Les nouvelles nationales » ?**  
A. Je le crois beaucoup  
B. Je le crois en général  
C. Je ne le crois pas
19. **Quelles informations voulez-vous obtenir de « Les nouvelles nationales » ? (question à choix multiples)**  
A. L'ordre du gouvernement  
B. L'explication des politiques  
C. Les faits divers  
D. Reportage typique  
E. L'information internationale
20. **Quelles journaux télévisés aimez-vous regarder ? (question à choix multiples)**  
A. Le journal télévisé synthétique  
B. Les « in-depth reports »  
C. Le fait divers  
D. L'économie  
E. Le sport  
F. La culture et le divertissement  
G. L'information internationale

**Les résultats d'enquête d'audiences à propos de  
« Six liutou raconte la nouvelle » et « Les nouvelles nationales »**

**Age**

11-20 ans	3
21-30 ans	55
31-40 ans	11
41-50 ans	8
51 -60 ans	4
61-70 ans	3

**Sexe**

Féminin	48
Masculin	36

**Niveau d'étude**

Ecole primaire	3
Collège	3
Lycée	9
BAC+2	20
BAC+3	41
Master	8

**Q1 Né à hangzhou**

Oui	64
Non	20

**Q2 Parler le dialecte de Hangzhou**

Oui	64
Non	20

### Q3 Regarder « Six liutou raconte la nouvelle »

Oui	67
Non	17

### Q4 Avec qui vous regardez « Six liutou raconte la nouvelle » ?

Seul	12
Famille	48
Autre	7

### Q5 Faites-vous d'autres choses quand vous regardez « Six liutou raconte la nouvelle » ?

Non	29
Faire le ménage	6
Jouer au ordinateur ou téléphone	11
Bavarder	7
Lire le journal	2
Manger	8
Autre	4

### Q6 Dans quelle fréquence regardez-vous « Six liutou raconte la nouvelle » ?

Chaque jour	11
Plus de trois fois par semaine	25
Une à trois fois par semaine	23
Moins d'une fois par semaine	8

### Q7 Les raisons que regardez-vous « Six liutou raconte la nouvelle » ?

Obtenir les informations sociales et les critiques	38
Satisfaire la curiosité	12
Réunir et s'amuser avec la famille	26
Détendre	17
Divertissement	23

**Q8 Quel votre opinion sur « Six liutou raconte la nouvelle » ?**

Je ne le comprends pas, et les informations n'apportent pas de valeur	0
La forme non régulière et raconte les choses insignifiantes	6
Une forme originale	24
Pouvoir obtenir les informations, de plus, divertissement	24
Je l'amie, le style de présentateur est origine	12
Ressentir la culture locale	22
Je le n'aime pas	2

**Q9 Pensez-vous l'authenticité d'information de « Six liutou raconte la nouvelle » ?**

Je le crois beaucoup	24
Je le crois en général	42
Je ne le crois pas	1

**Q10 Comment pensez-vous les présentateurs de « Six liutou raconte la nouvelle » ?**

Amusant	33
Proximité	36
Vulgaire	9

**Q11 Regardez-vous « Les nouvelles nationales » ?**

Oui	73
Non	11

**Q12 Avec qui vous regardez « Les nouvelles nationales » ?**

Seul	22
Famille	39
Autre	11

**Q13 Faites-vous quelques choses quand vous regardez « Les nouvelles nationales » ?**

Seul	34
Faire le ménage	1
Manger	29
Jouer au ordinateur ou téléphone	5
Autre	4

**Q14 Dans quelle fréquence regardez-vous « Les nouvelles nationales » ?**

Chaque jour	21
Plus de trois fois par semaine	21
Une à trois fois par semaine	24
Moins d'une fois par semaine	7

**Q15 Les raisons que regardez-vous « Les nouvelles nationales » ?**

Obtenir les informations nationales et internationales	61
L'habitude	29
Réunir et s'amuser avec la famille	7
Détendre	2

**Q16 Comment pensez-vous « Les nouvelles nationales » ?**

Les informations riches et importantes	36
La porte-parole du gouvernement, c'est la peine de le regarder	29
La forme démodé et austère	21
Les informations ne sont pas subjectives et ne concernent que les informations positives	23

**Q17 Comment pensez-vous les présentateurs de « Les nouvelles nationales » ?**

Représentatif	65
Rigide, il a besoin de les changer	58

**Q18 Pensez-vous l'authenticité d'information de « Les nouvelles nationales » ?**

Je le crois beaucoup	41
Je le crois en général	26
Je ne le crois pas	8

**Q19 Quelles informations voulez-vous obtenir de « Les nouvelles nationales » ?**

L'ordre du gouvernement	32
L'explication des politiques	41
Les faits divers	13
Reportage typique	21
L'information internationale	45

**Q20 Quelles journaux télévisés aimez-vous regarder ?**

Le journal télévisé synthétique	15
Les « <b>in-depth reports</b> »	45
Le fait divers	32
L'économie	17
Le sport	25
La culture et le divertissement	45
L'information internationale	31



La bande-annonce de « Six liutou raconte la nouvelle »<sup>53</sup> (« Six liutou raconte la nouvelle », HTV-2, 09/15/2011.)



L'épilogue de « Six liutou raconte la nouvelle »<sup>54</sup> (« Six liutou raconte la nouvelle », HTV-2, 09/15/2011.)



<sup>53</sup> Le site web de vidéo : <http://www.ku6.com/>

<sup>54</sup> Ibid.