

MAISON DE LA CULTURE
de GRENOBLE

AVRIL 1978

ATELIER COLLABORATIF

MECANOCARTE RENAISSANCE

MEMORANDUM FOR THE RECORD

PLAN DU DOCUMENT

	pages
I INTRODUCTION	
A) L'importance de la télévision	1
B) Le dialogue téléspectateurs-télévision	1
C) Le groupe télévision de la Maison de la Culture de Grenoble	4
II LE DIVERTISSEMENT	
A) La politique du divertissement	5
B) But et évolution de cette politique	5
C) Les pratiques de <u>ATELIER TELEVISION</u>	7
1) La réduction du programme aux émissions distrayantes	7
2) La séparation des genres	9
3) La concurrence	10
4) Le professionnalisme	12
5) La publicité	13
III LES JEUX TELEVISES	
A) La notion de jeu	15
B) Les caractéristiques des jeux télévisés	15
C) Petite étude comparative de 2 jeux télévisés	18
D) Un jeu éducatif	21
E) Les jeux et l'argent	23
F) Liste de propositions	24
IV LE JEU ET LE DIVERTISSEMENT DANS LES AUTRES GENRES D'EMISSIONS	26
V METHODES, CONCLUSIONS ET PERSPECTIVES DE TRAVAIL	29

MAISON DE LA CULTURE
de GRENOBLE

AVRIL 1978

ATELIER TELEVISION

PLAN DU DOCUMENT

I INTRODUCTION

pages

- A) L'importance de la télévision 1
- B) Le dialogue téléspectateurs-télévision 1
- C) Le groupe télévision de la Maison de la Culture de Grenoble. quelques chiffres suffiraient à démontrer l'importance qu'à prise la télévision dans notre pays. Elle a con-

II LE DIVERTISSEMENT

- A) La politique du divertissement 5
- B) But et évolution de cette politique 5
- C) Les pratiques du divertissement 7
 - 1) La réduction du programme aux émissions distrayantes. 7
 - 2) La séparation des genres 9
 - 3) La concurrence 10
 - 4) Le professionnalisme 12
 - 5) La publicité 13

III LES JEUX TELEVISES

- A) La notion de jeu 15
- B) Les caractéristiques des jeux télévisés 15
- C) Petite étude comparative de 2 jeux télévisés 18
- D) Un jeu éducatif 21
- E) Les jeux et l'argent 23
- F) Liste de propositions 24

IV LE JEU ET LE DIVERTISSEMENT DANS LES AUTRES GENRES D'EMISSIONS

26

V METHODES, CONCLUSIONS ET PERSPECTIVES DE TRAVAIL 29

pages	
	I INTRODUCTION
1	A) L'importance de la télévision
1	B) Le dialogue téléspectateurs-télévision
4	C) Le groupe télévision de la Maison de la Culture de Grenoble
	II LE DIVERTISSEMENT
2	A) La politique du divertissement
2	B) But et évolution de cette politique
7	C) Les pratiques du divertissement
7	1) La réduction du programme aux émissions distantes
9	2) La séparation des genres
10	3) La concurrence
12	4) Le professionnalisme
13	5) La publicité
	III LES JEUX TELEVISÉS
15	A) La notion de jeu
15	B) Les caractéristiques des jeux télévisés
18	C) Petite étude comparative de 2 jeux télévisés
21	D) Un jeu éducatif
23	E) Les jeux et l'argent
24	F) Liste de propositions
	IV LE JEU ET LE DIVERTISSEMENT DANS LES AUTRES GENRES D'ÉMISSIONS
26	
	V METHODES, CONCLUSIONS ET PERSPECTIVES DE TRAVAIL
29	

I - INTRODUCTION

A) L'importance de la télévision

La France compte actuellement 32 Millions de téléspectateurs pour 12 millions de postes de télévision. La moyenne d'écoute quotidienne pour les téléspectateurs de plus de quinze ans est de deux heures quinze minutes. Ces quelques chiffres suffiraient à démontrer l'importance qu'à prise la télévision dans notre pays. Elle a connu un développement important du nombre de ses usagers depuis les années 60 et ne cesse de s'implanter dans de nouveaux foyers. En 1976 la télévision concerne peu ou prou tous les français constituant pour la plupart d'entre eux, la source d'informations la plus importante et le seul mode de loisir "culturel".

Bien que son apparition se soit accompagnée de plusieurs phénomènes négatifs (diminution de la vie sociale, de la vie familiale, incitation à une certaine passivité) nous ne désirons nullement ici remettre en cause la télévision en tant que telle, elle peut être et l'a parfois prouvé, un moyen de communication, d'information et de création aux très grandes possibilités.

La télévision est un phénomène irréversible et nous avons voulu réfléchir sur l'utilisation que l'on fait de ce moyen.

B) Le dialogue téléspectateurs-télévision

La télévision est un service PUBLIC que nous finançons en grande partie par la redevance.

C'est aussi un moyen de communication, de dialogue. Si une partie de ce dialogue s'effectue journalièrement par une programmation de plus en plus intensive, comment s'effectue le "retour", le dialogue téléspectateurs-télévision ?

Par l'intermédiaire des différents organes de presse (critiques quotidiennes pour la plupart, critique hebdomadaire de fond pour le Monde, l'Humanité, La Croix).

Par les hebdomadaires spécialisés : Télé 7 jours, Télé Poche, Télé Journal, Téléràma (présentation des programmes, lettres de lecteurs, enquêtes sur la violence à la télévision, la redevance, etc...) et surtout (sauf Téléràma) de nombreuses anecdotes sur les "monstres sacrés" des différentes chaînes, sur les artistes dont le nom figure au générique de la programmation de la semaine).

Par des associations de téléspectateurs (surtout Télé-Liberté) qui est la seule de quelque importance actuellement : revue mensuelle abordant les problèmes de fond (la création, l'information, les structures de la télévision etc...), actions diverses (pétitions, délégations auprès du Secrétariat d'Etat à l'Information).

Par contre :

Nulle place n'est prévue pour des représentants de groupes de téléspectateurs dans les Conseils d'Administration des nouvelles sociétés de programmation. Ce sont actuellement des parlementaires qui jouent ce rôle (l'opposition a un siège à l'Institut National de l'audio-visuel et un autre siège à la Télédistribution de France, la majorité occupant les autres sièges dont ceux des sociétés de programmation).

La participation du public aux différentes émissions est plus que caricaturale. Ecoutons à ce propos MM Pilar et Gauthier auteurs de "Télévision active, télévision passive".

"... Dans les émissions de jeux, comme dans les reportages sportifs évoqués plus haut, la participation du public à la télévision est à son degré zéro. Le public devient une sorte de justification populaire : incapable d'intervenir véritablement sur le déroulement, la forme et le fond du programme auquel il participe, le public ne peut que se soumettre aux impératifs de l'émission et adopter les deux ou trois types de comportement convenus et seuls autorisés ...".

Dans les années 71-72 une émission destinée à établir un dialogue téléspectateurs-responsables de l'ORTF avait été instaurée. Voici ce que pensent de cette émission (aujourd'hui disparue) quatre téléspectateurs de Besançon qui y avaient été invités.

Le Monde du 27 Février 1972 :

"... Les quatre téléspectateurs de Besançon qui ont participé à la dernière émission "FACE AU PUBLIC" nous font part de leurs réflexions dans une lettre dont nous extrayons les passages suivants :

"Qu'est ce qui se rapproche le plus de la dictature sinon le libéralisme publiquement affiché et réellement nié. L'émission de P. Sabbagh et de J. Locquin "FACE AU PUBLIC" nous inspire cette analyse avec le sentiment d'impuissante révolte qu'engendre la participation des victimes à leur propre conditionnement. Libéralisme ? Gentillesse de l'accueil, conseils paternels : "N'ayez pas peur ! attaquez sans réserves ! je vous soutiendrai ! je mènerai les débats pour empêcher les répondeurs de l'ORTF et les membres du jury de monopoliser le temps de parole!"

Et l'émission commence, la dictature sournoise s'installe en souriant. Nous levons la main pour demander la parole, le regard du meneur de jeu se détourne ! un membre du jury renouvelle notre geste en même temps qu'un interpellateur. On la lui donne aussitôt et sans attendre, la caméra s'est déjà fixée sur lui. Ici encore il faut choisir, la politesse ou l'efficacité et comment pour l'interpellant bien élevé sacrifier délibérément la première à la seconde ?

D'ailleurs parmi ce jury, à qui J. Locquin donne régulièrement la préférence, se trouve un membre du Conseil d'Administration de l'ORTF : M. Ragueneau. L'objectivité consisterait-elle à se faire à la fois juge et partie ?

L'émission "FACE AU PUBLIC" nous a révélé ce qu'elle veut vraiment être, une occasion pour l'ORTF de se justifier à peu de frais car tout est mis en oeuvre pour escamoter le vrai débat. Attendez tout à l'heure ! Armes égales ? Surtout pas ! Trop de risques ! Il ne s'agit pas d'obliger les répondeurs à une autocritique mais seulement de leur donner l'occasion d'une justification surtout teintée d'autojustification à peine assombrie d'un soupçon de réserve..."

Quant aux sondages, s'ils peuvent avoir une valeur indicative, ils ne sauraient constituer la forme privilégiée du rapport téléspectateurs-télévision. On ne peut en effet réduire la réflexion critique des téléspectateurs à des phrases lapidaires du style "je regarde un peu, souvent, beaucoup cette émission, j'allume mon poste à 18h, 20h ou 22h, je le ferme à, etc..."

C) Le groupe télévision de la Maison de la Culture de Grenoble

Face à l'importance de la télévision, à la puissance de son impact qui nous touche presque tous les soirs à la suite d'une journée de travail, qu'en est-il des possibilités de réactions des téléspectateurs ? Ceux-ci peuvent-ils prendre en charge leur télévision non pas pour y imposer telle ou telle émission précise mais pour y exercer une réflexion collective que prendraient en compte les responsables des chaînes.

Au moment où les consommateurs, les locataires, les usagers de toutes sortes se groupent, réfléchissent, agissent ensemble pour défendre leurs intérêts, il serait normal que les téléspectateurs se groupent, réfléchissent, agissent ensemble et ce de quelque manière que ce soit (dans des groupes tel Télé-Liberté, au sein d'ateliers de réflexion dans les établissements culturels, les entreprises, les associations, les établissements scolaires et universitaires).

Le groupe télévision de la Maison de la Culture de Grenoble s'est constitué à la suite d'une proposition d'atelier lancé par le stagiaire ATAC (1) de la Maison de la Culture de Grenoble. Cinq personnes venant de trois collectivités adhérentes à la Maison de la Culture ont participé à ce travail (Ugine-Carbone, Th CSF(2); UFCS(3).

Nous avons eu neuf séances hebdomadaires de deux heures pour expérimenter cette forme originale d'atelier de réflexion sur la télévision. Cela représente peu de temps par rapport à l'importance du sujet, mais assez d'heures pour nous avoir permis de recenser quelques uns des grands problèmes actuels de la télévision.

Nous avons voulu d'une part concrétiser notre réflexion sur une partie précise de la programmation (les jeux télévisés) et d'autre part ne pas séparer ces émissions de leur contexte. C'est donc plus une réflexion sur la télévision à travers les jeux télévisés qu'une étude proprement dite de ces jeux télévisés.

(1) Association Technique d'Action Culturelle. Organisme regroupant les directeurs des établissements culturels de la décentralisation (Maison de la Culture, Centre d'Action Culturelle, Centre Dramatique).

(2) Thompson -Compagnie Sans Fil

(3) Union Féminine Civique et Sociale

Ce choix vient en réaction contre les pratiques de certains Télé-Clubs (ne disposant pas, il est vrai, des moyens qui ont été les nôtres) proposant des critiques ponctuelles d'émissions sans jamais relier celles-ci au contexte général dans lequel elles étaient placées.

II - LE DIVERTISSEMENT

Les missions des sociétés de programmation sont définies ainsi : Informer, cultiver, éduquer et distraire. Les jeux au même titre que les variétés, les films, les feuilletons et le sport font partie de cette dernière catégorie d'émissions distrayantes. Il ne s'agit pas pour nous d'opposer schématiquement des émissions intéressantes qui ne seraient que "culturelles" à d'autres émissions inintéressantes qui seraient de détente. La notion de genre, nous le verrons plus loin, est déjà critiquable. Nous nous inquiétons simplement de l'emprise d'un genre d'émissions sur tous les autres. Ceci est la conséquence d'une politique : celle du divertissement.

A) La politique du divertissement

Le mot politique définit entre autres ici, une volonté, un choix délibéré. L'importance prise dans la programmation par les émissions de distraction n'est ni l'effet du hasard, ni le fait de quelques responsables (producteurs, animateurs, etc...) qu'il suffirait de remplacer pour obtenir une télévision différente.

L'histoire des jeux télévisés, de notre télévision se confond avec notre histoire politique, économique et sociale. (Les directeurs de l'ORTF et plus récemment ceux des sociétés de programmation sont nommés par le gouvernement et également destitués par celui-ci comme le fut Mr Arthur Conte).

B) But et évolution de cette politique

1) Pourquoi cette volonté de divertir à tout prix ? Rendre la France et les français plus gais, leur faire oublier leurs problèmes ? Comme le souligne avec humour et justesse J. Thibau (auteur de "LA TELEVISION LE POUVOIR ET L'ARGENT") : "La France serait triste car sa télévision ne serait pas gaie".

Ceci est une explication bien sommaire des problèmes et c'est surtout prendre l'effet pour la cause. La télévision s'éloigne de plus en plus de la réalité et nous entraîne chaque jour un peu plus sur les chemins d'un monde irréel et immuable fait de jeux, de chanteurs (de quelques chanteurs plutôt) et de spectaculaires faits divers.

2) J. Thibau place en 1970 le début du règne du divertissement à la télévision. Il faut peut-être préciser avec plus de force qu'il ne le fait que la télévision d'avant 70 contenait déjà les prémices d'une telle politique. Il est vrai que si elle présentait alors plus de créations, qu'elle était en général plus inventive, elle contenait au niveau des journaux télévisés, par exemple, des similitudes avec la télévision de ces dernières années (plus sur le fond que sur la forme de ces journaux télévisés).

Début 1970 donc, les responsables de la télévision engagent celle-ci dans la politique du divertissement.

Le Directeur de l'office déclare :

" Dans le choix des productions de l'office nous cherchons à trouver des sujets plus souriants que les sujets que nous produisons à l'heure actuelle. Dans la conception de la grille des programmes nous nous efforçons de mettre après l'information et systématiquement un programme distrayant de façon que les gens qui rentrent de leur travail puissent après le côté sérieux que revêt l'information avoir un moment de détente pendant la première partie de la soirée".

P. Sabbagh alors Directeur de la seconde chaîne renchérisait: "Après des heures de bureau, de travail à l'usine, aux champs, de transport en commun, de marche à pied, pensez-vous que le public soit intellectuellement disponible pour recevoir des émissions de réflexion avec un esprit libre et ce en début de soirée".

Il était suivi par R. Dordain, Directeur de la première chaîne. On lui demandait quel était le rôle de la télévision :

"Cela dépend des moments, entre 20h et 22h, c'est de raconter des bonnes histoires, les gens ont besoin qu'on leur change les idées".

En 1972, le ton change devient plus dynamique, Arthur Conte pratique la surenchère et déclare :

"Ma mission pour assurer une information libre et importante, ma mission pour assurer une formation culturelle est importante, je considère comme plus important encore de développer les forces de la joie. Après tout nous devons faire de la télévision pour les téléspectateurs et de toute mon énergie, je pense y veiller".

Lors de l'éclatement de l'ORTF et de la constitution des sept nouvelles sociétés, nulle déclaration aussi tranchée. La télévision est en effet sous le règne du divertissement, nul besoin de promouvoir celui-ci, il est en place, la concurrence, phénomène nouveau, n'arrangera pas les choses, comme nous le verrons par la suite.

Nous faire rire, nous détendre, à quoi cela correspond-il dans les faits? Quelles sont les pratiques du divertissement ? Nous reprenons ici, en essayant de l'actualiser la classification claire et pratique de J. Thibaut.

C) Les pratiques du divertissement :

1) La réduction du programme aux émissions distrayantes : Le danger d'une programmation intensive des jeux télévisés avait déjà été souligné dans le rapport de l'ambassadeur Paye en Juin 70. "Il faut se garder de leur accorder une proportion excessive dans la composition du programme, afin d'éviter que la radio-télévision ne se transforme en une loterie foraine permanente".

Puis dans le rapport du Sénateur Dilligent en Mai 72 : "Pour la première chaîne il n'y a pas une soirée de semaine, pas un après-midi de Dimanche où le téléspectateur puisse éviter de rencontrer ces jeux télévisés. Pour la deuxième chaîne les soirées du Lundi en sont miraculeusement exemptes, la densité des jeux y est les autres jours plus grande que sur la première!"

(1) En 74 FR 52 dramatiques en 75 12 Dramatiques
En 74 A2 60 dramatiques en 75 16 Dramatiques

EVOLUTION DE LA PROGRAMMATION

	68 (1)	73 (1)	76 (1)	76 (2)	76(3)
INFORMATION	22 %	23 %	22,4 %	12,5 %	
DIVERS	4 %	10 %	12,3 %		
CULTURE	19 %	13 %	6,8 %	12,5 %	
DRAMATIQUES	6 %	3 %	2,3 %		
SPORT	4 %	6 %	4,3 %	4,2 %	
VARIETES	15 %	13 %	10,3 %	18,5 %	

JEUX	3 %	4 %	7,9 %	7,2 %	10 %
------	-----	-----	-------	-------	------

FILMS	9 %	10 %	10,2 %	32,3 %	
FEUILLETONS	8 %	11 %	13,3 %	14,3 %	
EM. RELIGIEUSES	3 %	2 %	2,3 %		
EM. POUR JEUNES	7 %	4 %	4 %		

INFORMATION	22 %	23 %	22,4 %	12,5 %	25 %
DIVERTISSEMENT	39 %	44 %	46 %	75 %	52 %
CULTURE					
DRAMATIQUE	25 %	16 %	9,11 %	12,5 %	12 %

- (1) : tout le programme
- (2) : Emissions tête de liste de la soirée à 20h 30.
- (3) : Emissions de 19h à 22h : période horaire bénéficiant de la plus forte écoute.

Les chiffres de 68 et 73 ont été pris dans Presse Actualité (n° 100) et concernent les semaines suivantes : 25 au 31/3/68 - 25/3 au 1/4/73.

Les chiffres de 76 ont été relevés par le groupe télévision dans un hebdomadaire spécialisé et concerne les semaines du 24 Janvier au 6 Février.

Nous pouvons constater d'après ce tableau que la situation ne s'est guère améliorée depuis les rapports précédemment cités. Les émissions de divertissement occupent de plus en plus le programme et surtout aux cases horaires de grande écoute.

Les émissions culturelles, les dramatiques se réduisent chaque année. (1). En huit ans les jeux ont doublé le volume de leur programmation. Deux autres augmentations notables celle des feuilletons, qui est due au foisonnement actuel de séries ; de Télé-Films américains et celle de la catégorie divers véritable fourre-tout de notre nouvelle télévision. Emissions de l'après-midi de TF1 et d'A2, matinées d'A2 (émissions de bricolage, sur les animaux, interviews express de vedettes de la chanson, etc...). L'information est stable, mais la forme des émissions a changé, plus de longs magazines d'analyse : "CINQ COLONNES A LA UNE", "PANORAMA", "ZOOM", mais une série de petites émissions s'insérant plus facilement entre les écrans publicitaires et les émissions de divertissement.

2) La séparation des genres :

En Décembre 1971 une ordonnance du Conseil d'Administration de l'ORTF précisait :

"Les émissions politiques ont leur place dans la partie des programmes réservée à l'information. En revanche, les autres parties du programme qu'il s'agisse d'enquêtes, de documentaires voire de fictions ou de dramatiques historiques ou humoristiques ne doivent en aucun cas être le prétexte de polémique ou de propagande politique".

Onze jours plus tard Mr Chaban-Delmas déclarait :

" A partir du moment où la culture est transformée en instrument d'action politique on entre dans l'ignoble, je dis bien dans l'ignoble".

Les émissions ne bénéficiant pas du label "information" se devaient donc d'être distractives. Cela laissait entendre dans les faits que la censure pouvait saisir ce prétexte pour intervenir. Jean Ferrat interdit lors d'une émission de variétés en est un des derniers exemples. Il n'est donc plus question de parler de chanson politique ou plus simplement de théâtre ou de cinéma traitant de problèmes actuels de notre pays (preuve significative au dernier festival de télévision de Monaco, presque aucun des pays en lice dans la catégorie reportage, enquête, n'a présenté de documents sur ses propres problèmes.

(1) En 74 FR3 52 dramatiques en 75 12 Dramatiques

En 74 A2 60 dramatiques en 75 16 Dramatiques

(1) Tous les sondages ne sont pas rendus publics il est donc difficile de donner d'autres exemples de ce genre.

Beaucoup d'émissions ont ainsi été éliminées :

Post-scriptum, Vivre Aujourd'hui, Théâtre d'Aujourd'hui...

Le dernier effet de cette politique a été la suppression du "MASQUE ET LA PLUME". LE BLIC (Bureau de Liaison de l'Industrie du Cinéma) déclare que les émissions sur le cinéma se doivent d'être promotionnelles et s'inscrire contre le ton de l'émission citée plus haut. Tractations et FR3 supprime l'émission pour la remplacer par un film, (nouveau ciné club pour super cinéphiles). Le producteur du "MASQUE ET LA PLUME" n'aurait pas du confondre émission sur le cinéma et émission au service de certains intérêts du cinéma. Comme le dit avec humour un critique du Monde : "FR3 la chaîne du cinéma et de la libre parole (suivant le cahier des charges) est le seul endroit où l'on ne peut parler librement du cinéma".

Dans son livre J. Thibau nous dit que les émissions qui se tiennent à côté des émissions distrayantes sont soit éliminées, soit subsistent sous une forme ennuyeuse. Il nous semble que la tactique actuelle est différente et que les émissions non distrayantes, information par exemple, sont influencées par les émissions de détente. En effet comment un journal télévisé comprimé entre une émission de jeu et une série américaine pourrait échapper aux caractéristiques des émissions qui l'entourent (spectaculaire, suspens, notion de compétition, etc...)?

Nous essayerons plus loin de recenser quelques exemples de ce phénomène.

3) La concurrence

La télévision peut s'organiser (en simplifiant) suivant deux systèmes : la concurrence ou la complémentarité. Ce dernier système peut donner de bons résultats s'il n'aboutit pas à l'écartellement des programmes entre des émissions trop faciles et d'autres trop difficiles. La complémentarité doit s'organiser en fonction de la reconnaissance de plusieurs publics, ce que la concurrence rejette ; pour elle il n'y a qu'un public, masse informe sans caractéristique, qu'il s'agit de séduire par tous les moyens.

Dès 1969, le système de la concurrence était annoncé par le directeur de l'office qui déclarait :

"La compétition doit s'instaurer entre les deux programmes de la télévision, les programmes doivent cesser d'être complémentaires pour devenir homologues et par là même compétitifs".

Mais la politique de la concurrence va prendre sa véritable dimension lors de l'éclatement de l'ORTF en 74, elle sera d'autant plus "violente" que le financement des chaînes sera d'avoir le maximum de téléspectateurs et comme le dit J. Thibaut de ne plus chercher à plaire mais à ne pas déplaire. Le moyen de mesure sur lequel est placée la concurrence est le sondage, sondages écoute et de satisfaction réalisés auprès de 1200 téléspectateurs qui changent par moitié toutes les semaines (selon les informations que nous avons pu avoir). On pourrait croire que la politique des sondages est après tout juste et démocratique, on ne ferait que tenir compte des désirs des téléspectateurs.

A cela trois remarques :

- Comme tout autre public, les téléspectateurs ne peuvent demander que ce qu'ils connaissent déjà. Se baser uniquement sur les désirs du public en viendrait à supprimer toute nouveauté, toute création. Personne n'aurait plébiscité Picasso, Brecht, Molière, Fellini, avant qu'ils n'imposent leurs oeuvres.

- Cet impérialisme des sondages conduit en outre à supprimer des émissions n'ayant qu'un faible indice d'écoute, un pour cent par exemple, mais ce un pour cent représente 320 000 téléspectateurs, public que n'ont pas maintes pièces de théâtre ainsi que de nombreux films.

- Enfin il ne faudrait pas croire comme certains le déclarent que les téléspectateurs ne réclament que des jeux ou des pièces, style "au théâtre ce soir". L'Espagnol de Bernard Clavel et d'autres dramatiques ont obtenu un indice d'écoute et de satisfaction plus élevé que de nombreuses représentations d'au théâtre ce soir. Pourtant cette dernière émission est devenue hebdomadaire et les dramatiques se réduisent chaque année (1).

La concurrence conduit à l'uniformité des programmes et ce n'est pas le voeu du public qui commence d'ailleurs à le faire savoir à partir d'exemples aussi frappants que la diffusion d'un match de rugby simultanément sur les 3 chaînes. Bien des soirées télévisées se déroulent avec sur une chaîne une série américaine et sur une autre un Western.

(1) Tous les sondages ne sont pas rendus publics! il est donc difficile de donner d'autres exemples de ce genre.

En observant la programmation aux Etats-Unis nous pouvons découvrir à quoi conduit le système de la concurrence qui est en place outre atlantique depuis plusieurs années : prenons pour exemple une soirée de programmation en semaine. En 1956 sur les trois chaînes principales : une émission historique, une dramatique, un retransmission sportive. En 1970, toujours sur ces trois chaînes : deux séries policières et une série d'espionnage.

Les jeux ont une place importante dans la concurrence, ils en sont les fers de lance. "Y A UN TRUC", émission placée juste avant le journal télévisé fait monter l'audience de ce dernier. TF1 répond à Antenne 2 avec "ALORS RACONTE" toujours à la même heure 19h 45. Pour contrer le "petit rapporteur", émission régulière la plus écoutée actuellement, A2 lance successivement "Le Défi" puis le "Schmilbric à Brac". Cette dernière émission renvoyée dans ses boîtes lors d'un sondage express réalisé auprès des téléspectateurs, on nous propose de la remplacer par un autre jeu (le choix est ici plus que limité on se demande à quoi sert le sondage !). La "Tête et les jambes" est ressortie après plusieurs années pour concurrencer les deux films du Lundi soir de TF1 et de FR3.

Que nous réserve l'avenir dans ce domaine ? Marcel Jullian, Directeur d'A2, excédé par l'importance des sondages (qui ont été en sa défaveur) déclare que si "cela ne change pas" A2 programmera un jeu toutes les heures, boutade certes, mais il paraîtrait que A2 pense sérieusement à remplacer "Y a un Truc" par un jeu dont les réponses seraient données après le journal à 20h 30, les informations finiront ainsi par être une aimable transition entre les émissions de divertissement.

4) Le professionnalisme :

Qui sont les vedettes de la télévision en 76 :

Guy Lux, Armand Jammot et à un degré moindre Léon Zitrone, Danielle Gilbert, P. Tchernia et P. Bellemare. Producteurs et présentateurs d'émissions de divertissement, de jeux.

Guy Lux produit actuellement le Samedi après-midi de TF1, le Dimanche après-midi d'A2 ainsi que l'émission la plus importante du Dimanche soir, toujours sur la même chaîne. Armand Jammot quant à lui produit près du tiers des programmes d'A2.

III LES JEUX TELEVISES

Comment Télé 7 Jours dans un article de Janvier 76 (n° 816) justifie-t-il cette emprise de M. Jammot sur les programmes ?

"Pour prendre en charge plus du tiers du volume des programmes d'A2 Jammot se contente d'à peine deux milliards d'anciens francs, ce que coûte à elle seule l'émission "La Tête et les Jambes".

"Y a un truc" revient à 5000 nouveaux francs par jour, le feuilleton quotidien qui occupait la même tranche horaire coûtait sept millions anciens par épisode ! Faites le compte. M. Jullian a économisé en un an près de deux milliards (qui serviront à quoi ? note du groupe télé MCG) presque l'équivalent de l'enveloppe de Jammot".

Certes, là n'est pas la seule cause du succès d'Armand Jammot, mais il est significatif que l'on fasse état de ses dons d'économiste, de débrouillard. Mais les émissions qui coûtent le moins cher (certains jeux, série américaine) sont-elles les plus intéressantes ? Le budget détermine-t-il la qualité ? Ce n'est pas parce qu'une émission est coûteuse qu'elle sera de qualité, mais le contraire est également faux. Ne verra-t-on pas bientôt disparaître la création de la télévision sous prétexte de son prix.

Les hommes cités plus haut sont caractéristiques de la télévision (certains tels Bellemare, Drucker, Majax, Collaro travaillent également à la radio, ce qui était interdit avant 1968) du divertissement, ils en sont les piliers mis en place pour assurer une politique d'uniformité des programmes.

5) La publicité

De quelques minutes de publicité au départ, nous en sommes arrivés aujourd'hui à plus d'une demi-heure possible chaque jour. Mais ce qui est encore plus grave c'est la multiplication des écrans publicitaires (horaire de passage des spots). Les types d'émissions qui conviennent le mieux à ces tranches horaires sont les émissions courtes (jeux, magazines de toutes sortes) ou standardisées (série américaine 25 ou 50 minutes). Ce qui conduit donc encore à l'uniformité des programmes. On s'est longtemps moqué en France de la publicité à la télévision américaine qui interrompt un film en plein milieu du suspens pour vanter les mérites d'une pâte dentifrice. Mais nous arrivons en France, à cause de la publicité, à interrompre telle fin d'émission, telle chanson ou à amputer tel début de match.

Influence invisible sur la programmation, le pouvoir des annonceurs ne cesse de s'étendre. Les sociétés de programme ont besoin des fonds de ces derniers, les annonceurs vont accepter de payer cher une publicité passant avant une émission de grande écoute, les sociétés ne seront-elles pas alors tentées de limiter leurs programmes du soir, à deux ou trois types d'émissions toujours les mêmes qui à défaut de ne pas soulever l'enthousiasme se laisseront regarder sans trop de problèmes. Les écrans publicitaires ne vont-ils pas se multiplier ?

Ce sont les questions (très inquiétantes) que l'on peut se poser au regard de l'évolution des rapports entre la télévision et la publicité !

2) La publicité

De quelques minutes de publicité au départ, nous en sommes arrivés aujourd'hui à plus d'une demi-heure possible chaque jour. Mais ce qui est encore plus grave c'est la multiplication des écrans publicitaires (notamment les spots). Les types d'émissions qui contiennent le mieux à ces tranches horaires sont les émissions courtes (jeux, magazines de toutes sortes) ou standardisées (série américaine, 25 ou 30 minutes). Ce qui conduit donc encore à l'augmentation des programmes. Un seul long programme mode en France de la publicité à la télévision américaine qui interrompait un film en plein milieu du suspense pour vanter les mérites d'une pâte dentifrice. Mais nous arrivons en France, à cause de la publicité à interrompre telle fin d'émission, telle chanson ou à amputer tel début de match.

III LES JEUX TELEVISES

A) La notion de jeu :

Le jeu n'est évidemment pas critiquable en lui-même. Il nous est nécessaire et peut se définir comme un moyen d'éducation et surtout de communication. Mais lorsqu'il tient une place par trop importante dans notre vie (il faudrait citer outre la télévision, les radios, les journaux, les ventes promotionnelles de certains produits, la loterie, le tiercé, etc...), le jeu peut devenir un échappatoire, une fuite devant la réalité, un détournement des conflits (sociaux et autres).

Le jeu fut longtemps un lien communautaire (il reste encore des villages dans le sud-ouest se réunissant pour un "loto" à l'occasion d'une fête), il semble devenu dans la plupart des cas un loisir individuel (mots croisés, flipper, machine à sous, etc...).

A la télévision dans la majorité des émissions nous déléguons notre besoin de jouer, nous jouons par procuration, nous voyons jouer plus que nous ne jouons (à l'exception de jeux tel "les chiffres et les lettres").

B) Les caractéristiques des jeux télévisés

Ils se définissent grâce à plusieurs notions dosées différemment suivant les émissions : suspens - compétition (surtout duel) spectaculaire (mise en scène d'un spectacle) - récompense (gain d'argent dans la quasi totalité des émissions) - mérite - chance - bonne humeur.

1976

Pour la semaine du 31 Janvier au 6 Février nous avons dénombré 16 jeux différents, (sans compter deux jeux de très courte durée et le jeu régional de la station de Marseille). Les jeux télévisés représentent 8% du programme total et 10% du programme de 19h à 22h. Nous en avons dressé la liste en essayant de caractériser chaque jeu par plusieurs critères.

LES JEUX TELEVISES

Nous avons noté pour ces émissions :

- 1) leur chaîne
- 2) leur durée
- 3) leur heure de programmation
- 4) leur fréquence
- 5) les qualités auxquelles ils font appel
- 6) leur forme
- 7) leurs récompenses
- 8) leurs producteurs
- 9) leurs animateurs.

JEUDI MIDI PREMIERE : TF1 - 5' - 12h 40 - 2 ou 3 fois par semaine - jeu de vocabulaire - participation directe du public, plusieurs candidats - produits régionaux - Danielle Gilbert.

TELE-FIDELITE : TF1 - 20' - Samedi après-midi - hebdomadaire - Avoir vu une émission de la chaîne les jours précédents - candidats par téléphone - de 100 à 300 nouveaux francs - Guy Lux - Bernard Golay.

REPONSE A TOUT : TF1 - 15' - 12h 15 - 5 fois par semaine - culture générale mémoire - 2 candidats - variable 1000 à 2000 francs - H. Kubnick - P. Guillermo et Dorothee.

L'HOMME QUI N'EN SAVAIT RIEN : TF1 - 30' - Dimanche 12h 30 - hebdomadaire - connaissance générale sur sa ville - caméra invisible - de 1 à 10 000 francs - G. Franck - J.C. Massoulier.

LES CHIFFRES ET LES LETTRES : A2 - 25' - 18h 55 - 6 fois par semaine - vocabulaire, calcul mental - 2 candidats - Argent? - A. Jammot - P. Lafont.

Y A UN TRUC : A2 - 15' - 19h 45 - 6 fois par semaine - astuce - 6 candidats - argent variable 600 francs par émission - A. Jammot - G. Majax.

LE SCHMILBRIC A BRAC : A2 - 25' - dimanche après-midi - hebdomadaire - astuce - participation directe du public plusieurs candidats - variable pouvant aller jusqu'à plusieurs milliers de francs - Guy Lux - L. Zitrone.

INTERNEIGE : A2 - 90' - Dimanche après-midi - mensuel - qualités physiques - villes contre villes - pas de gain - G. Lux - G. Lux.

Mr CINEMA : A2 - 35' - 17h 30 - Hebdomadaire le dimanche - connaissance du cinéma (au niveau des noms des films, des metteurs en scène, des acteurs, etc...) - 2 candidats - argent, montant ? - P. Tchernia. P. Tchernia.

LA TETE ET LES JAMBES : A2 - 75' - 20h 30 - hebdomadaire - connaissance précise sur un sujet - un seul candidat - 50 000 Frs en cas de victoire - P. Bellemare - P. Bellemare.

JEUX CROISES : A2 - 20' - 16h - 4 jours par semaine - vocabulaire - 2 candidats - gain ? - A. Jammot - variable.

UN NOM POUR UN AUTRE : A2 - 15' - après-midi - 4 jours par semaine - vocabulaire - 2 candidats - gain ? - A. Jammot - variable.

ALTITUDE 1000 : FR3 - 30' - 20h - hebdomadaire - deux candidats - argent montant ? - A. Jerome et P. Vignal - C. Morin.

TROIS CONTRE X : FR3 - 20' - 19h - hebdomadaire - émission pour la jeunesse - trois candidats - pas de gain - Denis Fleurot.

L'INSPECTEUR MENE L'ENQUETE : TF1 - 100' - 20h 30 - mensuel - perspicacité - un candidat - gain, montant ? - B. Golay - B. Golay.

Il faut également souligner un jeu de charade "CHARADONS" dans les après-midi de TF1, ainsi qu'une partie jeu dans la nouvelle émission de TF1 "ALORS RACONTE".

D'autre part, les régions ont aussi leur jeu : "PROVENCE EN TETE", jeu régional hebdomadaire.

Que pouvons-nous constater ?

- A2 est la chaîne des jeux, seul FR3 n'en produit qu'un nombre limité.
 - Plusieurs jeux sont placés à une heure de grande écoute.
 - Les producteurs, les animateurs des émissions de jeux sont des spécialistes solidement accrochés à leur poste (Lux, Jammot, Bellemare, Tchernia, Kubnick). Un homme nouveau a cependant fait son apparition B. Golay.
 - On ressort de vieilles émissions ("La tête et les jambes", inter-neige), d'autres sont là depuis plusieurs années (Mr Cinéma, les jeux de vocabulaire). Peu de créativité donc. On peut signaler l'originalité de l'émission de jeu littéraire de P. Sabbagh "Quoi de Qui", mais qui n'est pas restée longtemps sur nos antennes (rythme très lent, jeu qui excluait la participation de la majorité des téléspectateurs, telles en sont peut-être les causes).
 - Deux grands groupes se dégagent :
 - 1) Les jeux à un ou deux candidats faisant appel à la mémoire, les connaissances générales (La tête et les Jambes, Réponse à tout, M. Cinéma).
 - 2) Les jeux à plusieurs candidats, tout public (Y a un truc, Le Schmilbric a brac, jeu midi première).
- Nous avons essayé d'explorer cette différence entre les jeux à spécialistes et les jeux tout public en prenant deux émissions à fort taux d'écoute : La tête et les Jambes et Y a un truc.

C) Petite étude comparative de deux jeux télévisés :

1 question : à quelles qualités ces jeux font-ils appel ?

La tête et les jambes : mémoire, connaissance précise sur un sujet (l'histoire de l'automobile, les grands écrivains du XIX^e siècle)

Y a un truc : astuce, débrouillardise, esprit "pratique".

2 question : dans quelles conditions s'exprime le candidat ?

La tête et les jambes : Le candidat a un temps assez long pour répondre, il peut sortir du sujet, ne pas se contenter de répondre à la question et ainsi montrer son savoir. Phrase type :

"je pense que Balzac a dédié ce livre à Victor Hugo, il éprouvait d'ailleurs une grande admiration pour l'auteur des Misérables, etc...".

Y a un truc : le candidat doit répondre vite, l'émission est courte, les candidats nombreux, il ne peut que s'exprimer sur le jeu, ce dernier ne prêtant pas à la moindre extrapolation. Phrase type : "Est-ce qu'on doit frapper sur le cul de la bouteille ?".

3^e question : Comment se présente le candidat ?

La tête et les jambes : il donne son nom, le lieu d'où il vient, son métier, l'émission durant plusieurs semaines nous faisons connaissance avec lui.

Y a un truc : la candidat donne son nom ainsi que le nom de la ville d'où il vient.

4^e question: Quel est le rapport candidat-présentateur ?

La tête et les jambes : bien que l'animateur (Bellemare) soit souvent en premier plan, on a l'impression qu'il est avec le candidat sur un plan d'égalité, assis à la même place, debout derrière la même table.

Y a un truc : l'animateur assis derrière une table, devant lui les 6 candidats sur des chaises. Si l'un des candidats veut intervenir, il demande à l'animateur, si celui-ci accepte (l'idée du candidat lui semblant intéressante, le temps imparti à l'émission n'étant pas terminé, etc...) le candidat se lève et va s'asseoir près de lui ou reste debout près de la table. Un plan de "Y a un truc" (que nous avons enregistré au magnétoscope) nous a semblé intéressant : 1^{er} plan Majax assis expliquant au candidat ce qui avait été découvert jusque là, 2^e plan les six candidats assis l'écoutant. Le rapport professeur-élève est là évidemment. On pourrait citer dans le même ordre d'idée le montage du Schmilbric à Brac : un plan de Zitrone, au studio, sur un bureau surélevé, impression de contre-plongée, valorisant l'animateur, un plan du public légèrement en plongée aggravant le rapport de pouvoir entre celui qui sait et ceux qui ne savent pas.

5^e question : les questions ?

La tête et les jambes : le candidat est prévenu du sujet que l'on va traiter. C'en est même un spécialiste.

Y a un truc : les candidats ne viennent pas forcément pour le "truc" qu'ils ont trouvé, sur le plateau, ils n'ont pas le temps de réfléchir cela suppose que ceux qui font acte de candidature sont obligés de regarder l'émission tous les soirs.

6è question : qui sont les candidats ?

La tête et les jambes : polytechnicien, capitaine au long cours, journaliste.

Y a un truc : dans la vie quotidienne on présente certaines personnes par leur profession (avocats, docteurs, présidents de toutes sortes), d'autres par leur nom de famille (employés, ouvriers, paysans, cadres, etc...). Il en est de même pour cette émission, les candidats ne se présentent pas par leur métier. Il est donc difficile de les "situer". L'origine sociale cependant semble différente de celle des candidats de la Tête et les Jambes: le vocabulaire employé, la manière de se comporter. Il semble évident d'autre part que la formule de l'émission La Tête et les Jambes exclue une grande partie de la population comme celle de Y a un Truc exclue la participation à l'émission d'une autre catégorie de la population (intellectuels, professions placées en haut de la hiérarchie sociale).

Il semblerait d'après ces réponses qu'on confine dans des jeux non valorisants certains groupes de la population et dans des jeux valorisants d'autres groupes de la population. Cette différence se retrouve-t-elle dans d'autres rapports télévision-public ? Les interviews par exemple : ceux de Mr Tout le Monde, on arrête quelqu'un dans la rue, on le surprend en lui posant une question à laquelle il doit répondre tout de suite et en essayant d'être bref. On fait là appel à un esprit d'analyse et de synthèse que n'ont pu développer beaucoup de gens. Certains refusent de parler, d'autres se réfugient derrière des généralités ou avouent leur ignorance, difficile de faire autrement pour les interviewés ! d'autres interviews sont réservés à des spécialistes, ils sont préparés à l'avance, sont plus longs, de plus on s'adresse là à des personnes ayant l'habitude du discours.

Cette présence du public lors des émissions de jeux semble n'être qu'une justification. Son rôle est plus que limité et toujours plus ou moins dévalorisant. L'image que les jeux télévisés, les interviews nous renvoient de nous-mêmes est-elle vraie ? ou vient elle d'une mise en scène propre à certaines émissions.

Comme exemple positif de rapport avec le public, nous pourrions citer l'émission littéraire de Pierre Dumayet.

P. Dumayet, parle pendant une heure de Madame Bovary avec quelques paysans d'un petit village, ceux-ci jettent un regard original et très intéressant sur l'oeuvre de Flaubert, le rapport entre le "présentateur" et le public n'est presque plus un rapport de domination, mais ce résultat est obtenu par la préparation de l'émission; qu'auraient dit ces mêmes gens surpris dans leur village par une question du style "Pour vous Madame Bovary, c'est quoi ?".

Outre ce rapport public-télévision nous nous sommes intéressés à l'émission La Tête et les Jambes pour deux autres raisons :

- 1) son titre
- 2) son aspect "éducatif" (Télé 7 Jours n° 817). Bien des jeux se cachent derrière une apparente neutralité idéologique, d'autres comme Réponse à Tout s'affirme éducatif. A partir d'une émission sur Balzac programmée le Lundi 19/1, nous avons tenté de recenser ce que nous avons appris ce soir là.

D) Jeu éducatif ?

1) Avant d'analyser l'émission proprement dite, arrêtons-nous sur le titre. D'un côté la tête, de l'autre les jambes. Cette séparation nous pouvons l'exprimer d'autres manières : esprit/corps, intellectuel/manuel, étude/sport. Et cette différence est d'autant plus accentuée que l'intellectuel est un spécialiste du sujet et le sportif un champion. Nous voilà renvoyés aux deux extrêmes de deux vies différentes, l'une consacrée à la connaissance, l'autre au sport. N'est-ce pas là rétablir une barrière dangereuse, proclamer une séparation qui ne devrait pas être, reproduire certains schémas tendant à dissocier les activités physiques des activités intellectuelles. Le même candidat ne pourrait-il pas participer aux deux disciplines même s'il n'atteint les sommets ni dans l'une ni dans l'autre ?

2) Voyons maintenant les qualités qui sont demandées au candidat : tout se base sur la mémoire (comme Mr Cinéma ou réponse à tout). On confond, ou plutôt on continue à faire confondre culture et mémoire et ce au détriment de l'analyse et de la réflexion. Certes les candidats ne sont pas des robots ayant appris mécaniquement tel ou tel sujet mais on ne leur donne pas souvent l'occasion de prouver le contraire. Connaître Balzac n'est pas seulement savoir la date de sa mort ou le nombre de livres qu'il a écrit.

Quelles questions sont posées sur Balzac et par là-même qu'apprenons-nous ? :

Balzac et les femmes, trois questions : le surnom qu'il avait donné à certaines d'entre-elles, celles qu'il a aimées, celles qu'il n'a pas aimées, rapport femmes réelles et personnages féminins de ses romans.

Balzac et ses personnages, trois questions : quels métiers faisaient certains d'entre eux ? dans quel roman interviennent-ils ? le candidat peut-il les reconnaître d'après les figurines prêtées par le musée Balzac ?

Balzac et l'argent : quels sont les logements successifs où a habité Balzac pour fuir ses créanciers ?

A qui a-t-il dédié ces quatre oeuvres ?

Quelles sont les villes où se passent ces quatre romans ?

D'après ces résumés de romans (deux lignes) pouvez-vous en retrouver le titre ?

Outre les questions, de petites scènes nous sont présentées :

- un extrait de film

- deux scènettes tournées pour la télévision, dans la première, la famille de Balzac se lamente car celui-ci a une liaison avec une femme mariée dont l'époux est un haut fonctionnaire, dans la 2^e Mr Hanska et Mme Hanska (maîtresse de Balzac) se disputent au sujet d'une lettre d'amour de l'écrivain.

- Enfin un reportage dans un château où a vécu Balzac (style, ces rideaux qui ont vu, voilà plus d'un siècle maintenant, le grand Balzac peiner sur sa petite table de travail).

L'émission finie, il semble difficile d'en tirer quelques profits. Les notions dégagées sont schématiques. Une suite de clichés : l'artiste est un homme différent des autres, Balzac est un génie

criblé de dettes et bien sûr aimé des femmes. Cela pourrait s'appliquer à des dizaines d'autres artistes. C'est le cerveau électronique à l'usage du XIX^e siècle nous dit-on ! mais pourquoi ne nous apprend-on rien sur son époque, sur son environnement politique, social et économique, sur les rapports de son oeuvre avec la réalité historique. La dernière question, celle des résumés réduit l'oeuvre de Balzac à de vagues intrigues sentimentales. Plusieurs questions, les deux scénettes citées plus haut, insistent plus qu'il ne faudrait sur ses rapports avec les femmes, nous pensons qu'il est difficile de tirer quelque profit de ce foisonnement de détails (qui n'ont qu'une importance relative et ce toujours dans une étude plus globale sur l'oeuvre et l'époque de Balzac).

Il est sans doute difficile de poser des questions précises ne demandant qu'une réponse et qui pourraient nous faire pénétrer dans l'oeuvre et l'époque. Mais cela ne pourrait-il être fait avant l'émission ou lors de ces intermèdes qui ne justifient en rien le qualificatif "d'éducatif" donné à l'émission.

La télévision n'a sans doute pas à remplacer l'école, mais du moins pourrait-elle éviter comme le font certains livres scolaires, de tomber dans l'anecdote savoureuse, le détail croustillant, le lieu commun et ce aux dépens de la réflexion, de la compréhension.

Il fut une époque (est-elle disparue ?) où retenir la date d'une bataille était plus important que d'avoir compris pourquoi elle avait eu lieu, que d'avoir saisi quels étaient les intérêts en présence ? serait-il maintenant devenu indispensable à la télévision de savoir que Balzac était un joyeux luron (et de ne savoir que cela) ou que telle actrice a tourné dans tel film avec tel metteur en scène, telle année. Voilà toute une théorie de l'éducation et de la connaissance qui ne peut mener bien loin.

e) Les jeux et l'argent :

Les gains alloués aux candidats sont sans commune mesure avec l'effort demandé. Y a un truc : 1 500 000 anciens francs distribués par mois. La Tête et les Jambes 5 millions anciens, en cas de succès du candidat, toutes les cinq semaines (chiffres qu'il est difficile de ne pas mettre en rapport avec le million de chômeurs actuel, même si la suppression des gains dans les émissions de jeux ne résoudrait en rien la crise de l'emploi).

Le fait que la quasi totalité des jeux soient récompensés par des sommes d'argent laisse à penser que c'est le moyen d'attirer des candidats. D'autres motivations (communiquer, s'exprimer dans de bonnes conditions; imaginer) ne pourraient-elles pas sous tendre les émissions.

D'autre part, nous aimerions savoir à qui revient l'argent de la vente des produits présentés tous les soirs lors de certaines émissions (les chiffres et les lettres : boîtes de jeux, Y a un Truc : livre de Mr Majax).

F) Liste de propositions

Nous pensons que nous n'avons pas à proposer d'émissions précises, ceci est le travail de créateurs, de producteurs de télévision et certains le font très bien. Notre rôle consiste simplement à définir quelques grandes lignes de propositions.

- Réduire la quantité des jeux télévisés et ce au profit d'émissions de création qui font cruellement défaut à la télévision de 1976.
- Insuffler un esprit créatif aux jeux télévisés, ne pas se contenter de dépoussiérer de vieilles émissions, faire appel plus largement à de nouveaux créateurs.
- Supprimer la notion de gain ou tout au moins la rendre symbolique.
- Faire appel à d'autres qualités que la mémoire (l'imagination, la réflexion, etc...). Exemple de jeux intéressants à ce point de vue:
 - 1) Tac au Tac mettant aux prises plusieurs dessinateurs professionnels.
 - 2) Une autre émission qui passait voilà fort longtemps dans le cadre de RTS promotion : on présente un dessin géométrique à un participant celui-ci doit le décrire à un deuxième participant qui le dessine. Le second dessin est souvent très différent du premier. Ce jeu cherche d'une part à favoriser le choix et la précision du vocabulaire pour le premier candidat et d'autre part à augmenter la qualité de l'écoute du second candidat.
- Varier le thème des jeux, faire porter les questions sur des métiers manuels ou toute autre activité qui peut avoir un rapport avec notre vie quotidienne.

- Etablir un rapport différent avec le public (supprimer les émissions où les candidats défilent à la chaîne devant la caméra).

FR3, au moment où ce document est rédigé, vient à son tour d'insérer dans sa programmation des émissions de jeux télévisés. 5 fois par semaine de 20h à 20h 30 nous aurons dorénavant "les jeux de 20 heures", émission de J. Antoine et J. Solness. Ce jeu sera tourné en duplex avec Paris chaque semaine dans une station régionale différente (FR3 étant la chaîne des régions, c'est bien le moins qu'on puisse faire).

Les magazines régionaux qui occupaient la place de cette émission de jeu sont amputés d'un 1/4 d'heure mais sont semble-t-il placés à une meilleure heure d'écoute (les magazines régionaux étaient en concurrence avec les journaux télévisés, ils le seront dorénavant avec une émission de jeu "les chiffres et les lettres" et une émission pour la jeunesse "L'île aux enfants").

Les émissions d'information :

Cette émission d'information hebdomadaire d'AS - C'est-à-dire, magazine d'information hebdomadaire d'AS - On demande à l'invité (en général un homme politique) de deviner ce que les Français pensent de lui. On a effectué auparavant un petit sondage style : "A quoi Mr X vous fait penser ; à une tor- tade, à un renard ou à un ours". Pendant l'émission un dessinateur croque les participants à la discussion, dramatisant la situation et réduit les problèmes à une lutte entre deux personnes.

Si le divertissement n'accepte pas la "politique", l'information par contre accueille à bras ouverts les divertissements et spectacles. D'autres émissions font penser à des compétitions sportives. Il reste dix minutes à Saint-Ftienne pour regarder un but et se qualifier. Il y a "six minutes pour répondre" en trois "soixante minutes pour répondre". Dans cette dernière émission on part d'un chiffre de sondage (par exemple, 50 contre 50) de l'émission l'invité doit renverser la vapeur, convaincre les autres. La aussi il serait intéressant de connaître le mode de fabrication du sondage.

IV NOTION DE JEU ET DE DIVERTISSEMENT DANS LES AUTRES EMISSIONS

Les émissions de divertissement et de jeu déteignent de plus en plus sur les autres genres d'émission :

Prolifération des concours :

- concours Concorde pour TF1
- concours pour l'anniversaire d'une émission ("à la bonne heure")
- concours pour le bicentenaire des Etats-Unis.

Classements, compétitions dans le domaine artistique :

- système 2
- concours de l'Eurovision
- ciné-hit
- radio-crochet

Sondages de toutes sortes, rapides, d'une valeur scientifique plus que douteuse qui nous donne l'impression d'assister à un éternel match entre les pour et les contre sur les sujets les plus divers.

Les émissions d'information :

- C'est-à-dire, magazine d'information hebdomadaire d'A2. On demande à l'invité (en général un homme politique) de deviner ce que les français pensent de lui. On a effectué auparavant un petit sondage style : "A quoi Mr X vous fait penser ; à une tortue, à un renard ou à un ours". Pendant l'émission un dessinateur croque les participants à la discussion, dédramatise la situation et réduit les problèmes à une lutte entre deux personnes.

Si le divertissement n'accepte pas la "politique", l'information par contre accueille à bras ouverts le divertissement et ses caractéristiques (spectaculaire, duel, suspens).

- D'autres émissions font penser à des compétitions sportives, il reste dix minutes à Saint-Etienne pour marquer un but et se qualifier, là on a "six minutes pour répondre" ou "soixante minutes pour convaincre". Dans cette dernière émission on part d'un chiffre de sondage. 60% contre par exemple, au cours de l'émission l'invité doit renverser la vapeur, convaincre les contre. Là aussi il serait intéressant de connaître le mode de fabrication du sondage.

- D'autres émissions sont intéressantes tel ce débat lors des mercredi après-midi d'A2. Quatre jeunes représentants de quatre mouvements politiques avaient été invités. De temps en temps apparaissait un chronomètre au bas de l'écran, puis (d'après ce que nous avons compris) quand l'un des invités parlait trop le mot STOP scintillait en grosses lettres sur l'écran. Il s'agirait donc ici non pas de défendre ses idées mais de faire preuve d'exactitude et de rapidité, la forme prenant le pas sur le fond.

- Il en est également ainsi dans les Face-à-Face. Lors du Journal d'A2, Guy Thomas présente le débat, derrière lui un dessin représentant un homme en noir tenant deux pistolets dans une boîte destinés sans doute aux adversaires allant s'affronter en duel. Un peu plus tard le directeur de l'information de l'A2, G. Leroy, a cru bon de nous préciser qu'il n'allait pas s'agir d'un combat de boxe. La présentation de certains Face à Face auraient pu en effet nous le faire penser. En vedettisant les hommes politiques, on détourne le débat, on le transforme en un conflit de personnes, personnes qui ne sont après tout que les représentants délégués de certaines catégories de la population.

- Cette idée de sport de compétition a été reprise lors d'une autre soirée par le présentateur du journal de l'A2 et la speakrine de la même chaîne. Présentant une émission littéraire consacrée aux rapports entre socialistes et communistes, ils ont déclaré "qu'il allait y avoir du sport". C'est d'abord préjuger du ton du débat et prendre ainsi position, c'est encore comparer abusivement, une compétition sportive et un débat politique.

Pour terminer, les journaux télévisés ; leur forme actuelle est caractéristique de la télévision du divertissement, de l'anecdote. Le spectaculaire prend le pas sur l'analyse, le détail sur le fond, l'effet immédiat sur la réflexion. On retrouve dans les journaux actuels les notions de duel (qui va gagner de Mr Mitterand ou de Mr Fourcade), de suspens (les bandits vont-ils être arrêtés ? en direct de ... notre reporter fait le point) de spectaculaire : un reportage exclusif d'A2, une grande première, un direct du Groenland, les espions russes en RFA ou le veau à cinq pattes. Enfin par l'anecdote, le scandale, le journal télévisé quant il accorde cinq minutes en première partie à la séparation de Margaret et Tony devient l'équivalent d'Ici Paris ou France Dimanche.

Le sacre du roi d'Espagne, l'interview d'un prince suédois qui venait de se fiancer, une émission entière consacrée au prince Raigner, et maintenant la séparation de Margaret et de Tony, on ne pourra pas reprocher à certains présentateurs de nous laisser dans l'ignorance des affaires de ce monde.

Plus que la présentation et l'analyse des informations nous assistons chaque soir à la mise en scène d'un spectacle où le journaliste devient animateur (au sens strictement télévisuel : animateurs d'émissions de jeux de variétés), les hommes politiques vedettes, les anecdotes, les faits divers événements capitaux, les hold-up séries américaines.

Cette idée de sport de compétition a été reprise lors d'une autre soirée par le présentateur du journal de l'AS et la speakerine de la même chaîne. Présentant une émission littéraire consacrée aux rapports entre socialistes et communistes, ils ont déclaré "qu'il allait y avoir du sport". C'est d'abord présumer du ton du débat et prendre ainsi position, c'est encore comparer abusivement une compétition sportive et un débat politique.

Le spectacle prend le pas sur l'analyse, le détail sur le fond, l'effet immédiat sur la réflexion. On retrouve dans les journaux actuels les notions de quel (qui) va gagner de Mr Mitterand ou de Mr Forssberg, de saupens (les bandits vont-ils être arrêtés ? en direct de "notre reporter fait le point) de spectaculaire : un reportage exclusif d'AS, une grande première, un direct du Grönland, les saupens russes en RFA ou le vedu à cinq pattes. Enfin par anecdote, le scandale, le journal télévisé quant il accorde cinq minutes en première partie à la séparation de Margaret et Tony devient l'équivalent d'Ici Paris ou France Dimanche.

V METHODES, CONCLUSION ET PERSPECTIVES DE TRAVAIL

A) Méthode de travail

Nous nous sommes consacrés dans un premier temps à la vision individuelle de plusieurs jeux afin de partir sur une base commune et concrète de travail. Nous avons ensuite étudié ces jeux ainsi que les problèmes plus généraux (concurrence, rapport au public, passivité, etc...) rencontrés lors de cette étude. La deuxième partie du travail a consisté en la mise en ordre de toutes les notions répertoriées. L'animateur a ensuite établi un premier texte d'après le travail effectué par le groupe, ce texte a été modifié, critiqué par tous les membres du groupe puis rédigé dans sa forme définitive.

Nous avons également consacré une séance à la vidéo avec l'aide de Max Amalric, technicien son à la Maison de la Culture de Grenoble, et nous avons accueilli lors d'une autre séance, Monsieur Claude Lecazedieu, permanent de Télé-Liberté.

Nous avons utilisé pour ce travail les ouvrages suivants :

- Télévision active-Télévision passive de Pilar et Gauthier (éditions Tema communication)
- La Télévision - le pouvoir et l'argent de J. Thibau (éd. Calman-Lévy)
- La Télévision malade du pouvoir de J. Rocchi (Ed. Sociales)
- Vive la télévision Messieurs ! de Frémontier (Ed. du Rocher)
- Presse actualité (Revue de l'information écrite, parlée, télévisée) n° 80-81-82-95-100.
- Télé Liberté Information (n° 68-69-70-71)
- Télé 7 Jours
- Télérama
- Critiques du Monde, de l'Humanité.

Nous voulions par ce document :

- donner des informations, faire le point sur la politique de la programmation à travers les jeux télévisés, exercer une réflexion sur la télévision en général.

- Souligner qu'il était utile de réfléchir collectivement (par rapport aux critiques individuelles que l'on peut faire devant son poste) et qu'il fallait pour cela se donner plusieurs moyens (réunions régulières, lectures diverses, vision collective d'émissions).

- Expérimenter une forme originale d'atelier qui aurait pour but non seulement de nous former individuellement mais de déboucher sur des activités liées à la télévision dans les entreprises et les associations.

Plusieurs essais vont donc être tentés par les membres du groupe télévision dans leurs collectivités:

- UGINE-CARBONE : formation d'un groupe télévision articles écrits par les travailleurs de l'entreprise dans le journal lancé par la Commission Culturelle du Comité d'Entreprise.
- UFCS création d'un groupe télévision. Thème : la représentation de la femme dans les spots publicitaires.
- CSF : information, critiques d'émissions sur les panneaux d'affichage dans un premier temps.

D'autres formes d'actions liées à la télévision sont évidemment possibles, elles dépendent surtout des moyens et des buts des collectivités (projections de films sur l'information, invitation de télé-liberté, séances collectives de visionnement, rapport avec la vidéo-gazette, collaboration avec les caméra-clubs ou les photo-clubs de l'entreprise, etc...).

Le 29 Avril, le groupe télévision se réunira à nouveau à la Maison de la Culture de Grenoble avec l'animateur cinéma J.P. Bailly. Il fera le point sur les actions menées et envisagera de nouvelles formes, de nouveaux sujets de travail collectif. Si vous voulez participer à ce travail ou émettre des critiques par rapport à ce document vous pourrez contacter :

Mr Jean-Pierre BAILLY : Maison de la Culture de Grenoble
4, rue Paul Claudel - tél : 25.05.45

Mr Paul Grégoire : UGINE-CARBONE : Centre de Tri BP23 - 38120
GRENOBLE CEDEX

Melle Vincent : UGINE-CARBONE

Mr Henry : THOMSON-CSF : 38120 SAINT-EGREVE

Mme Morel : UFCS : 5 rue Palanka - 38000 - GRENOBLE

Mme Delphin : UFCS

Mr Philippe Youchenko : ATAC, 19 rue du Renard - 75004 PARIS
Tél : 277.33.22.

Mr Henry THOMSON-CSF : 38120 SAINT-EGREVE
 Mme Morel : UFCS : 2 rue Palanka - 38000 - GRENOBLE
 Mr Philippe Youhenko : ATAC, 19 rue du Renard - 75004 PARIS
 Expérimentation de la télévision dans les entreprises
 - UGINE-CARBONE : Centre de Tri BP23 - 38120
 GRENOBLE CEDEX

Plusieurs essais vont être tentés par les membres du groupe
 télévision dans leurs entreprises.
 - UGINE-CARBONE : Centre de Tri BP23 - 38120
 GRENOBLE CEDEX
 - UFCS création d'un groupe télévision. Thème : la représentation
 de la femme dans les spots publicitaires.
 - CSF : Information, critiques d'émissions sur les panneaux
 d'affichage dans un premier temps.

D'autres formes d'actions liées à la télévision sont évidemment
 possibles, elles dépendent surtout des moyens et des buts des
 entreprises (projections de films sur l'information, invitation
 de télé-liberté, séances collectives de visionnement, rapport avec
 la vidéo-gazette, collaboration avec les caméra-clubs ou les photo-
 clubs de l'entreprise, etc...).

Le 29 Avril, le groupe télévision se réunira à nouveau à la Maison
 de la Culture de Grenoble avec l'animateur cinéma J.P. Bailly. Il
 fera le point sur les actions menées et envisagera de nouvelles
 formes de nouveaux sujets de travail collectif. Si vous voulez
 participer à ce travail ou émettre des critiques par rapport à ce
 document vous pourrez contacter :

M. Jean-Pierre BAILLY : Maison de la Culture de Grenoble
 4, rue Paul Claudel - tél : 25.05.45

M. Paul Gressier : UGINE-CARBONE : Centre de Tri BP23 - 38120
 GRENOBLE CEDEX

Mlle Vincent : UGINE-CARBONE

CANOGA RITE PENANCE — MEGALOCARTE — MEG

