

VARIA

LE TÉLÉSPECTATEUR  
EN GRANDE-BRETAGNE  
ET EN FRANCE :

---

Consommateur ou citoyen ?

Yvette ROCHERON

Toutes les politiques de la communication ont de profondes implications sur la conceptualisation de la société civile au sein d'une démocratie. Il n'est donc pas surprenant qu'en réponse aux nombreuses mutations de l'audiovisuel en France et en Grande-Bretagne, des téléspectateurs se soient organisés en groupes de pression. Ces groupes ont donné naissance à un mouvement culturel né d'une « demande sociale face à la pluralité du marché » (1). A ce jour, la recherche sur les médias leur a accordé peu d'attention. Les professionnels français des médias, et ce davantage que leurs homologues britanniques, ne les aiment guère et choisissent d'écouter la voix « d'amateurs rétrogrades » (2). Les associations sont pourtant porteuses d'exigences d'une ère nouvelle, lorsqu'elles abordent, par exemple, le débat sur la réglementation qui est si crucial à une époque où s'accroît la puissance des groupes multimédias en même temps que décline celle de l'état en tant que fournisseur de l'offre et régulateur du marché.

L'action des associations révèle la fragilité de la régulation, bien que la notion d'une surveillance quasi quotidienne de son application soit plus développée en Grande-Bretagne, son

introduction dans le droit français étant récente (3). Pourtant, en Grande-Bretagne comme en France, les associations n'ont pas encore obtenu un droit de représentation auprès des comités de gestion des chaînes.

Les associations britanniques et françaises fonctionnent à l'intérieur de systèmes de communication différents sur le plan structurel et culturel. Si le système mixte britannique a encouragé, bien que parfois avec réticence, le dialogue avec des groupes qui sont partie prenante de la culture télévisuelle et prétendent représenter l'opinion publique de manière fiable, la réglementation française a coopté une seule et unique association, au sein même de l'appareil régulateur. Cependant, les associations françaises réussissent à remettre peu à peu en question la consternante ritournelle des élites culturelles face aux chaînes populaires. La plupart des groupes de France et de Grande-Bretagne se battent pour et non contre la télévision.

Malgré ses divisions idéologiques, ce nouveau militantisme contribue à un discours radical qui reconnaît que la télévision exerce une influence sur notre conception du pouvoir et de la légitimité de l'ordre social et qu'elle est, par conséquent, l'affaire de tous les citoyens. Les associations articulent une défense du « téléspecteur-consommateur » et une interpellation jacobine du « citoyen-consommateur ». Le premier paradigme est davantage prégnant en Grande-Bretagne qu'en France, où domine le second. Il sera nécessaire d'analyser en détail leurs mérites respectifs avant de débattre du fait que, dans chaque pays, cette double approche constitue le fondement d'un mouvement réformiste qui cherche à ramener la télévision au sein d'une citoyenneté restructurée dans des systèmes imperméables aux critiques. Les citoyens britanniques et français connaissent les mêmes frustrations et justifient la question de Mattelart :

« Le problème du citoyen face à la progression des mécanismes de marché dans le tissu social et à la mise en valeur par le

(1) Pierre FARBIASZ, secrétaire général de l'Association « Les pieds dans le PAF », communication personnelle, juin 1994.

(2) *Le Monde*, 10-11 avril 1994.

(3) MARIANI, 1994, p. 61.

capital de la culture réside en ceci : comment éviter que des dispositifs se mettent en place comme s'ils allaient de soi (4) ? »

Les associations tentent d'exercer un contrôle social sur ces processus. D'où viennent-elles ? Quels arguments étayent-elles ? Quel impact ont-elles ? Étudions d'abord la situation britannique.

### **La BBC : un prestige sur la défensive**

Parmi ses caractéristiques originales, le service public britannique co-existe depuis 1955 avec un secteur privé dynamique. La BBC offre une forte programmation régionale et est financée sans recours à la publicité par une redevance qui alimente 90 % de ses dépenses (5). N'oublions pas non plus la tradition paternaliste de ses dirigeants qu'officialisent de vigoureux protocoles. En 1971, un PDG de la BBC défendit ainsi sa conception de la culture comme objet de diffusion :

« Le cours de la sagesse est de considérer que notre rôle est de jeter des perles devant des gens à qui nous en avons appris la valeur (6). »

Selon Murdock (7), la tradition anglaise de la vocation de service public (VSP) a été de « transmettre la culture du Roi, du Territoire et de l'Église Anglicane ». Ce projet universaliste se greffa toutefois sur un fond profondément différentialiste dû à un protestantisme familial, ce qui explique en partie pourquoi les traditions de la BBC surent s'adapter depuis les années 1960 aux nouvelles idéologies portées par le mouvement féministe et les minorités ethniques et sexuelles. Alors que la BBC façonnait sa VSP selon le principe de la « diversité », la première association britannique – National Viewers and Listeners Association (NVLA) – fut fondée en 1963 pour s'y opposer (voir p. 7). Mais les apports multiculturels se mul-

tiplièrent et deux décennies plus tard, les statuts de la chaîne privée Channel 4 garantirent aux minorités le droit à la vocation de créateurs (en tant qu'artistes et producteurs), en réponse à leurs revendications et à la fragmentation des publics. La BBC et le secteur indépendant (ITV) créèrent ainsi un espace culturel propre aux minorités ethniques dans les structures de production et d'achat de programmes. Certaines émissions ciblées sur des publics minoritaires eurent même du succès auprès du grand public, comme le magazine East/BBC qui atteignit jusqu'à 20 % de téléspectateurs non-asiatiques. Ainsi l'audiovisuel britannique fortifié par les politiques d'ensemble de l'immigration intégrait-il graduellement ses traditions nationales à une dynamique différentialiste :

« Les nouvelles images produites vers la fin des années 80 par des groupes indépendants noirs eurent une influence notable sur les perceptions du public à l'égard de ce que pourraient constituer les formes alternatives d'une culture télévisuelle et cinéphilie noire (8). »

Cette forme de pluralisme est contestée à l'heure actuelle puisque le concept d'une « culture noire » devient problématique s'il exprime l'avant-gardisme au détriment de la banalisation des cultures minoritaires dans les émissions les plus populaires (9). Toujours est-il qu'il fallut attendre des attaques soutenues contre le service public lui-même pour qu'émergent d'autres revendications.

Au cours des années 1980, la transmission par câble et satellite s'implanta davantage qu'en France, si bien que l'engagement des groupes de presse dans l'audiovisuel compromit l'équilibre historique entre le privé et le public. Face à un manque de ressources aiguë par une concentration des groupes multimédias, la BBC devint l'enjeu du néo-libéralisme. Dès 1985, la Commission Peacock envisagea des sources privées de financement ; mais ce fut avec le Broad-

(4) MATTELART, 1990, p. 116.

(5) Ventes de programmes et merchandising assurent les 10 % restant des recettes.

(6) SMITH, 1974, p. 190.

(7) MURDOCH, 1992, p. 29.

(8) PINES, 1992, p. 16.

(9) DANIELS, 1994.

casting Act de 1990 que la BBC se vit confirmer la nécessité d'introduire une logique de marché dans sa gestion en sous-contractant, tout comme le réseau ITV, 25 % de sa programmation aux groupes de production indépendants.

La BBC persiste à être au cœur de l'actualité médiatique. Une nouvelle Charte Royale lui sera octroyée en 1996 et le Parlement devra ré-étudier le système de la redevance en 1996-1997. Les commentaires se multiplient, encouragés par le livre blanc de 1994 qui suggéra des réformes draconiennes :

« à long terme on pourrait envisager le transfert de tous ou de quelques services de la BBC vers un système à péage (10). »

La commercialisation ainsi que la privatisation de certains services sont à l'ordre du jour. Les récents accords entre la BBC et Pearson, un puissant groupe multimédias (11), qui visent à exploiter commercialement la télévision par satellite confirment cette analyse. Les rapports consultatifs encouragent les commentaires des associations conscientes de l'enjeu national, tout en provoquant des réactions ambiguës. Vu de France, on est sans doute enclin à oublier le dilemme de l'opposition à chaque fois que la BBC confronte les forces politiques. C'est le cas depuis la publication d'un autre livre blanc, *The Future of the BBC*, qui fut suivi par un rapport consultatif publié par celle-ci en 1992 (12). Ces documents envisagent diverses stratégies commerciales pour renflouer les caisses :

« Que pouvait faire la Gauche ? (...) Vite changer de ton, et défendre les institutions de la BBC qu'elle avait toujours attaquées ? Ou défendre le principe de la mission publique tout en critiquant les institutions qui prétendent incarner et maintenir ce même principe (13) ? »

L'opposition fortifie ce dilemme en accusant la BBC tout comme le secteur privé d'une perte d'objectivité dans certains reportages. (voir infra) Le mythe pourtant si tenace du caractère non-partisan du secteur public s'effrite sous le poids de pressions économiques et politiques. Le pluralisme britannique est sur la défensive.

### La naissance des associations britanniques

En 1992, NVALA disait comprendre 8 200 membres et des groupes qui représenteraient 175 000 personnes (14). C'est indubitablement l'organisation la plus célèbre grâce à son ancienneté et au savoir-faire médiatique de son animatrice Mary Whitehouse. Sa notoriété était telle qu'avant sa mort en 1994, son nom était passé dans l'usage courant comme référence à une moralité réactionnaire et caricaturale. Une autre association d'usagers de la radio et de la télévision, *Voice of the Listener and Viewer/VLV*, est moins connue du public puisqu'elle est moins controversée. Elle fut fondée en 1983 pour préserver Radio 4 en tant que radio généraliste. Dès ce succès, VLV (environ 2 500 abonnés) s'est intégrée fermement au mouvement des consommateurs britanniques. Ces associations spécialisées ne reçoivent aucune subvention et vivent entièrement de donations privées, des cotisations de leurs adhérents et d'honoraires divers. En plus de NVLA et VLV, existent des groupes de consommateurs généralistes qui, depuis les années 1990, publient parfois leurs commentaires sur la politique audiovisuelle. Le groupe le plus large, *Consumers' Association/CA*, compte 850 000 souscripteurs individuels et atteste de la vitalité du mouvement des consommateurs (15).

(10) *Department of National Heritage, The Future of the BBC : Serving the Nation – Competing World-Wide*, CM 2621, HMSO London, 1994.

(11) En 1993, Pearson se classait au 12<sup>e</sup> rang parmi les plus grands 25 groupes européens.

(12) *BBC, Extending Choice : The BBC's Role in the New Broadcasting Age*, BBC, London, 1992.

(13) PETLEY, 1994.

(14) SARGANT, MITCHELL, BLUMLER, 1994, p. 174.

(15) Un autre groupe, *Campaign for Press and Broadcasting Freedom*, se distingue des groupes spécialistes et généralistes par ses affiliations syndicalistes parmi journalistes et producteurs. Une perte de 5 000 personnes à partir de 25 500 employés par la BBC entre 1989 et 1994 envenime les relations entre CPBF et la BBC.

Retournons à la pionnière, NVLA. Soutenue par des associations religieuses qui se mobilisèrent contre le droit à l'avortement et par des conservateurs qui considéraient la BBC comme leur chasse gardée, Mary Whitehouse fit croisade contre le pluralisme naissant. Selon Whitehouse, le responsable de la « faillite morale née des années soixante et soixante-dix... est Sir Hugh Carleton, PDG de la BBC 1960-1969 » (16). La mission de service public exige que l'on régularise les représentations de la société qui « la déstabilise(nt) et mine(nt) les efforts de la police accomplis depuis 150 ans (17). » Rien n'est surprenant dans cette position, exprimée en 1993, que l'on retrouve dans d'autres pays. Plusieurs éléments lui octroient pourtant une spécificité britannique. Tout d'abord, les forces conservatrices réussirent à plusieurs reprises au cours des années 1950 (18) à policer les représentations des manifestations publiques et privées de l'homosexualité masculine et de la sexualité de la femme :

« L'élément unificateur était la croyance que la loi devait cesser d'être la gardienne de la morale privée tout en devenant le protecteur principal de la décence et de l'ordre publicV. »

Mary Whitehouse poursuivit cette logique afin de résister à la démythification de la sexualité par la télévision. La BBC devint le point de mire d'une lutte idéologique où s'affrontèrent anciens et nouveaux codes à propos, par exemple, de l'éducation sexuelle. D'autre part, le langage souvent enflammé de Mary Whitehouse amusa fort tout en sonnant l'alarme, si bien que la « bête noire de la télévision » fut transmuée, au fil des années, en

« ange gardien de la nation » (20). Jusqu'à sa retraite en 1993, son influence directe et indirecte fut substantielle en tant que porte-parole légitime d'un secteur de l'opinion publique troublé par la 'lèpre morale' que constituent l'indécence 'du langage et des excès de violence et de sexe à la télévision' (21). Mary Whitehouse n'hésita pas à faire appel à la loi, ce qui lui valut parfois du succès. Par exemple, en 1978, NVLA accusa de blasphème un journal pour homosexuels dont l'éditeur fut condamné à 9 mois de prison. A long terme, l'effet Mary Whitehouse mène, d'une part, à des professionnels qui s'efforcent d'appliquer les codes déontologiques (voir infra) et, d'autre part, à une opinion publique qui surestime les effets néfastes de la télévision sur les enfants. De nouvelles lois qui renforcent la protection de l'enfance dans l'audiovisuel résultent directement de ce consensus (22). Notons une autre conséquence institutionnelle de son influence dans la mise en place d'une commission (Broadcasting Standard Council/BSC) en charge d'évaluer les images de violence et les comportements sexuels, ainsi que tout ce qui porte atteinte à « la décence en général ».

Avec son nouveau président, NVLA continue à exprimer un militantisme nationaliste d'extrême-droite. L'organisation surveille de près l'application quotidienne des protocoles protecteurs dont le « laxisme » serait responsable de l'augmentation des viols et des crimes à main armée (23). Dans ses commentaires sur le futur de la BBC, l'association propose d'élargir la définition juridique de « l'obscénité ». NVLA s'inquiète aussi des transmissions satellitaires et demande au gouvernement britannique

(16) WHITEHOUSE, 1977, p. 15.

(17) *The Guardian*, Mary Whitehouse stands down, 28 novembre 1993.

(18) Voir le procès d'homosexuels en 1954 ; le rapport du Wolfenden Committee on Homosexual Offences en 1957 qui envisage la décriminalisation de l'homosexualité dans la vie privée en augmentant les amendes pour ses manifestations publiques ; la farce du procès en 1960 contre la première publication en livre de poche d'une édition complète de *Lady Chatterley's Lover* de D.H. Lawrence.

(19) WEEKS, 1981, p. 243.

(20) Remarque d'un présentateur de l'émission religieuse dominicale de la BBC (*Songs of Praise*) à son invitée, Mary Whitehouse, 14 septembre 1992.

(21) TRACEY, 1979, p. 141.

(22) *The Protection of the Children Act, the Indecent Displays Act et the Video Recording Act*. *The Guardian*, 21 mai 1994.

(23) *National Viewers'And Listeners'Association*, A survey of Films on TV between January and June 1994, Novembre 1994.

d'user de son pouvoir pour amender la législation européenne afin que toute régulation se fasse dans les pays récepteurs et non pas transmetteurs. (24)

VLV se révèle être, sans dogmatisme, quant celle, mais sans dogmatisme, le défenseur de la VSP. Ainsi sait-elle jouer de l'art du compromis. En l'espèce et à la différence de ses équivalents français, VLA accepte le parrainage de certaines de ses activités, tout en restant hostile à l'ouverture du secteur public à la publicité. Ce qui est plus significatif peut-être, ce sont les rapports contradictoires que VLV entretient avec la BBC. D'une part, VLV critiqua fermement, bien qu'en vain, la décision en 1993 de remplacer Radio 5 par une chaîne d'actualités et de sports. VLV argua que cette réforme entraînerait une conséquence déplorable pour les émissions pour enfants qui passeraient de 420 heures par an à 75 :

« Cela signifie une abdication outrageante de la part de la BBC face à sa mission de service public » (25).

D'autre part, VLV développe des contacts fréquents avec la BBC alors que cette dernière aurait banni de ses studios Mary Whitehouse pendant onze ans ! Son bulletin mensuel ressemble à un bottin mondain des stations principales. Visites et conférences permettent aux membres de VLV de se distraire, sans aucun doute, mais aussi d'être remarquablement renseignés sur les politiques en tractation.

### **La naissance de la télé-pogon (25) et des associations françaises de téléspectateurs**

La première des associations françaises d'usagers, L'Association Nationale des Télé-

spectateurs et Auditeurs, fut fondée dans les années 1960 dans le but d'informer un public soi-disant avide d'en savoir plus sur sa télévision lors de la lutte pour le contrôle de l'ORTF entre les forces de gauche et de droite (27). ANTEA connut ensuite une période de déclin mais fut ressuscitée en 1985 afin de sauver le projet du secteur public :

« informer, cultiver, distraire », aucune de ces trois missions ne devant se développer au détriment des autres (28). »

Cette mise en garde de ANTEA masque deux aspects spécifiques de la conception française de la VSP : un attachement sentimental à la séparation du privé et du public et une certaine méfiance à l'égard d'entraves au lien social que les chaînes généralistes disent fortifier :

« les télévisions constituent... un des facteurs d'identité nationale essentiel... la télévision est à la fois un médium généraliste et national (29). »

Ce modèle rousseauiste des liens entre le divertissement, la citoyenneté et la nation s'oppose à la fragmentation du grand public qui suivit maintes réformes du PAF depuis 1982. A la suite du succès d'audience de Dorothée sur TF1, les émissions pour enfants vinrent à signifier tout ce qui n'allait pas dans une télévision 'déchaînée' encadrée de protocoles laxistes (30). D'autres inquiétudes émanèrent de motivations politiques plutôt que culturelles. Par exemple, la décision du gouvernement socialiste d'attribuer à ARTE la place de la chaîne défaillante, la Cinq, renouvela la controverse :

« sur le rôle de la télévision à l'égard à la fois des identités nationales et de la communication au sein de la culture européenne (31). »

(24) *National Viewers « And Listeners » Association*, The Viewer and Listener, bulletin d'information.

(25) Jocelyn Hay, présidente de VLA, citée par The Guardian, « Radio 5 gives way to rolling news channel », 12 octobre 1993.

(26) Expression de PAILLET, 1988, p. 21.

(27) Missika (Jean-Louis) et Wolton (Dominique), *La Folle du logis – La Télévision dans les sociétés démocratiques*, Gallimard, Paris, 1983.

(28) ANTEA, bulletin d'information, 1985.

(29) Wolton (Dominique), 1983, *op. cit.*, p. 152.

(30) Rocheron (Yvette), « Goldorothée » – A moral panic over children and images of violence on French television', Gunter (Renata) et Windebank (Jan) (eds), *Violence and Conflict in Modern French Culture*, Sheffield Academic Press, Sheffield, 1994

(31) EMANUEL, 1993, 131-147, p. 131.

Pour l'observateur britannique, cette décision rappelle la centralisation des pouvoirs décisionnels qui reste si marquée, même après tant de réformes dites « dérégulatrices ». Aucun document ne fut publié préalablement à cette attribution et le gouvernement ne consulta même pas le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel.

Ces dernières années n'ont guère calmé un malaise des usagers que ravivent les faux-pas relevés dans les bulletins d'information (32) et l'accélération de l'offre de programmations très ciblées. Les enquêtes de Missika démontrent une « désacralisation de la télévision » parmi un public devenu sceptique à l'égard de l'indépendance des journalistes de télévision face aux intérêts politiques et financiers, ceci en dépit d'une légère amélioration récente. (33) Les associations françaises véhiculent cette perplexité.

Malgré des préoccupations communes à l'égard des jeunes téléspectateurs, ANTEA se dissocie nettement d'une petite secte de catholiques intégristes, l'Avenir de la Culture, qui fit campagne en 1990 contre « l'école du vice/la télévision ». AC objecta contre « L'Amour en France »/FR3, une série d'émissions sur l'éducation sexuelle et, en avril 1994, la soirée consacrée au SIDA. Cette organisation ne connaît aucun succès bien que beaucoup de parents, comme en Grande-Bretagne, s'inquiètent des représentations de la sexualité et de la violence sur le petit écran (34). Peut-être lui manque-t-elle un porte-parole charismatique. La crainte de retourner à la propagande intégriste du Régime de Vichy ajoute sans doute à son isolement.

Les autres groupes d'usagers ont des racines différentes. Ils émergèrent de l'impopularité que causa la privatisation de TF1 dont on considérait le passé comme « un

bien national au même titre que le Louvre, le Château de Versailles ou la Tour Eiffel » (35). Une association, La Télé est à Nous, fut mise sur pied en 1986 par des spécialistes des médias qui s'opposaient à la perte de ce patrimoine national. TLN incorpore aujourd'hui des syndicats, des associations d'enseignants laïques et des groupuscules de gauche. D'autres associations suivirent telles que Les Pieds dans le PAF (PAF, 1989) que formèrent des lycéens parisiens et des étudiants des médias ; L'Association Nationale de Défense de la Télévision (ANADET, 1990) ; et Média, Télévision et Téléspectateurs (MTT, 1990). Le ministre de la Communication et de la Culture, Catherine Tasca, encouragea ces nouvelles venues car elle cherchait des interlocuteurs qui auraient des bases décalées par rapport aux normes dominantes du PAF. Ces associations montrèrent du doigt les lacunes des émissions pour l'enfance et celles de la télévision scolaire, « lanterne rouge de l'Europe » (36). Ce type de programmes devint avec justesse le symbole de la détérioration du secteur public (37) et motiva des réflexions sur le besoin de créer une chaîne nationale et éducative.

Quelle est la taille de ces groupes ? Environ 4 000 membres pour PAF et ANTEA en 1992 ; de 5 000 à 6 000 pour TLN ; plusieurs millions pour MTT si on inclut tous les membres de ses associations fondatrices : l'Union Nationale des Associations Familiales (950 000 familles) et la Ligue de l'Enseignement (3 millions de membres). En fait, aucune des six associations principales n'a acquis une grande notoriété et, comme en Grande-Bretagne, elles représentent des « mouvements d'opinion » plutôt que des « mouvements sociaux » et expriment les attentes des milieux professionnels autant que celles de parents. Certaines ont

(32) Le Point, « Culture », 30 mars 1992 ; Le Monde, « Faut-il se méfier des journalistes ? », 19 mars 1992 ; L'Événement du Jeudi, « Les casseroles de TF1 », 24-30 mars 1994.

(33) MISSIKA, 1991, p. 97-114, 1994, p. 8-13 ; Le LEURCH, 1995, 4-8.

(34) ROCHERON, 1994, op. cit. ; la violence à la télévision qui constitue un des thèmes de MTT et ANTEA fut remise à l'ordre du jour lors de la campagne présidentielle. La Lettre de Média, Télévision et Téléspectateurs, N° 51, mars 1995.

(35) LASSIAZ, 1987.

(36) POMONTI, 1989.

(37) ROYAL, 1989, ch. 3.



su établir des liens étroits avec leurs membres grâce à des bulletins mensuels, des conférences ou des questionnaires. Si quelques-unes ont reçu de modestes subventions du ministère de la Culture, la plupart vivent principalement des cotisations de leurs adhérents.

Pourquoi tant d'associations ? Parce qu'elles sont divisées sur des questions de fond, par exemple sur la publicité. ANA-DET la dénonce fermement comme un 'péril écologique et culturel, une ennemie de la liberté' (38) tandis que d'autres prennent en compte ses apports dans le financement des chaînes. Elles se distinguent aussi les unes des autres par leur stratégie. Ainsi une petite association, Télévision Carton Jaune, fondée par des hommes de loi en 1992, s'achemine sur la voie judiciaire. Le groupe se mobilise pour qu'émerge une déontologie plus rigoureuse, et n'hésite pas à tenter des procès contre les chaînes qui failliraient à son application. Cette stratégie n'est pas rejetée par les autres groupes, mais ils préfèrent exercer leur influence d'autres façons. En l'espèce, l'organisation des jeunes, PAF, fut la première à tenter un procès contre l'achat de la Cinq par Hachette en 1990. Pourtant, elle préfère aux recours en justice des initiatives qui fortifient « une culture téléphile » chez les jeunes. C'est une association que soutiennent des organisations diverses : des groupes promoteurs de la formation continue, SOS Racisme, etc. PAF ne craint pas les gestes médiatiques tels que « le prix Nobel de la Bêtise » décerné à TF1 en octobre 1992. Mais PAF encourage aussi un travail d'éducation à l'image à travers des clubs vidéo. En tant que catalyste, il aide des jeunes à produire leurs propres vidéos et à forger des liens locaux et internationaux pour développer « des formes libératrices » de l'expression audiovisuelle. Il part du principe que les jeunes aiment les émis-

sions que déplorent les élites culturelles, telles que les séries américaines ou les feuillets de AB Productions. Son président note que peu d'adultes s'intéressent à l'éducation des jeunes comme téléspectateurs actifs, et « certainement pas Télérama » (39). Afin de laisser les jeunes s'exprimer sur leurs goûts en la matière, PAF produit une revue, Animéland, qui discutent les différents mérites des dessins animés. Pour sa part, MTT est moins encline que PAF et Télévision Carton Jaune à entreprendre des activités qui visent à attirer l'attention médiatique. Le groupe est davantage orienté vers l'écoute familiale puisque ses associations-mères expriment à la fois des traditions catholiques et un socialisme laïc. Cette alliance reflète ainsi la France consensuelle des années 1980. La force de MTT dépend aussi de sa présence dans presque tous les départements au sein de groupes qui participent à ses enquêtes sur les opinions des téléspectateurs (40).

Il existe d'autres différences institutionnelles. A travers l'UNAF, MTT obtient une position privilégiée dans l'appareil de l'État puisque l'UNAF constitue, depuis Vichy, l'organe officiel qui défend les intérêts des familles. C'est à ce titre que l'UNAF est maintenant le seul représentant des usagers de l'audiovisuel auprès du Parlement et au Centre National du Cinéma. Cela n'est pas négligeable et MTT craint les initiatives à sensation qui mettraient en péril cette précieuse légitimité jacobine.

Ces divergences idéologiques, stratégiques et organisationnelles affaiblissent l'impact des associations françaises (voir infra). Toutefois, à part AC, il arrive que les associations se mobilisent pour des actions communes. Cela leur est possible puisque les plus progressistes partagent, tout comme leurs homologues britanniques, une critique des systèmes audiovisuels qui découle de deux paradigmes : l'un consumériste et l'autre moderniste.

(38) *Le Publiphobe*, No 3, 1<sup>er</sup> octobre 1990 : quoted by Lacouture (Sylvie), « A quoi servent les associations de téléspectateurs ? », *Médias-Pouvoirs*, N° 29, janvier-mars 1993, p. 93-99, p. 96.

(39) Voir note 1.

(40) Voir, par exemple, *Médias, Télévision et Téléspectateurs*, « Comment les médias nous informent » – Résultats nationaux de l'observatoire – critique n° 4, octobre 1993.

## **Le modèle britannique du téléspectateur : un consommateur-citoyen**

Les associations britanniques se situent au sein du mouvement de consommateurs – le mot « consommateur » possédant en anglais bien davantage qu'en français, des connotations positives – qui applique la notion de « service public » à la fois au privé et au public. Ce mouvement né dans les années 1950 s'est renforcé grâce au néo-libéralisme thatchérien. Commercialisation des services publics et privatisations ont vu naître des chartes diverses : la « Charte des Citoyens » proposée par John Major en 1991 passe sous silence l'audiovisuel alors qu'elle est applicable à la plupart des services publics (41) ; la « Charte des Consommateurs » pour les personnes ayant droit aux allocations familiales, la « Charte des Chercheurs d'Emploi » pour ne citer que quelques-unes des 33 chartes promues par les conservateurs. De telles initiatives visent à restreindre les revendications sociales à l'arbitraire de l'expérience individuelle. Mais une telle gestion des liens entre la citoyenneté et la consommation n'en est pas moins populaire puisqu'elle offre, entre autres gains, des procédures concrètes pour interpeller les administrations. Les groupes qui commentent les réformes de l'audiovisuel doivent prendre en compte cette conception des relations publiques, souvent modelée sur le « mode publicitaire » pour reprendre l'analyse de Mattelart. Les questions de savoir si ce modèle englobe tous les citoyens d'une façon efficace et démocratique ou s'il est parasitaire du tissu social ne peuvent être pleinement examinées ici. Toujours est-il qu'il coexiste, chez les téléspectateurs militants, avec une conception moderniste qui accorde aux consommateurs le droit d'agir collectivement afin de protéger le lien social. La force des groupes britanniques découle précisément de leur habileté à

négoier ces deux tendances mais la dépolitisation de l'audiovisuel, si elle est orchestrée avec peu de doigté, peut mener à des simplifications réductrices, comme en témoigne ce commentaire sur la diversité de l'offre :

« le défi de la télévision est d'offrir assez de choix pour satisfaire les intérêts des "minorités" – soit ceux des adeptes de sports, de musiques ou d'arts particuliers soit ceux de communautés culturelles ou ethniques – tout en maintenant et développant des critères de qualité (42). »

Une telle liste mélange différentes catégories de goûts (esthétiques, ludiques...) et ne hiérarchise pas leurs usages sociaux et idéologiques. Elle ignore ainsi les rapports fluides, parfois antagonistes, entre la culture dominante et les « sous-cultures » qui structurent les intérêts de tous les usagers. Une telle confusion dissimule ces rapports de force et risque de les détacher, bon gré mal gré, des groupes sociaux dont ils émanent en les réduisant à des questions de marketing et non de citoyenneté. VLV prend en compte ce danger avec des arguments étayés par une recherche sur la communication, les échanges entre associations et chercheurs constituant une forte caractéristique du consumérisme britannique en général.

VLV se déclare « apolitique ». Ses « bonnes manières » la démarquent nettement de NVLA. Bien que VLV souhaite davantage d'autonomie pour la BBC face aux intérêts politiques et économiques, elle ne milite pas contre la censure gouvernementale exercée à propos des reportages sur l'Armée Républicaine de l'Irlande du Nord. VLV collabore, cependant, avec la faction de la BBC opposée aux réformes néo-libérales. Par exemple, une émission conçue par VLV démontrait que la VSP risquait le naufrage à la suite de l'acte parlementaire de 1990 qui remettait en question l'imperméabilité de la BBC à la publicité. La logique opérationnelle du secteur public deviendrait

(41) *The Citizen's Charter : Raising the Standard*, Cm 1599, HMSO, 1991 ; *The National Consumer Council, A Consumer Checklist for Citizen's Charter Documents*, London, juillet 1993.

(42) SARGANT, 1994, *op. cit.*, p. 201.

avant tout commerciale. Ainsi une prise de distance par rapport aux partis politiques fortifie-t-elle, paradoxalement, la défense du service public sous un couvert non-partisan. VLV réclame l'assurance que la nouvelle Charte soit prolongée pour dix ans avec interdiction d'utiliser redevance et fonds publics à des fins commerciales (43).

Le paradigme consumériste conduit à d'autres réflexions sur les liens entre le droit et la déontologie. A l'encontre d'autres situations européennes, les associations britanniques ne possèdent aucun droit juridique de représentation dans les douze instances régulatrices en place. Elles se font fort de critiquer cette lacune tout en contestant un trop-plein de régulation. Dans le seul domaine de la publicité, sept protocoles régissent la BBC et ITV. Le groupe généraliste CA déplore ironiquement « un embarras de richesse » devant les 60 comités de liaison régionaux de la BBC (44). La dérégulation fragmente les champs de responsabilité et les consommateurs ne s'y retrouvent plus. A qui se plaindre d'une émission diffusée par la BBC à Bristol mais qui fut produite par une compagnie du réseau ITV du Yorkshire ? Cela dépend, entre autres, de la source de diffusion et du type de requête. Selon Sargant (45), les téléspectateurs confondent, par exemple, le service des réclamations de la BBC (Programme Complaints Unit), avec l'adjudicateur officiel de la moralité des programmes (BSC) et le Broadcasting Complaint Council (BCC) qui veille aux atteintes à la vie privée et aux « représentations discriminatoires ».

Comme en France, la protection des individus face aux abus des médias s'élabore lentement. Elle découle, d'une part, de règles juridiques précises en matière d'audiovisuel et de droits généraux. Mais d'autre part, bien des plaintes ne requièrent aucun recours à la loi mais exigent

une prise en charge de la part des diffuseurs. Sargant note que peu de plaintes aboutissent quels que soient les types de différends. Dugdale explique des taux d'échec élevés pour la BBC par sa tradition paternaliste :

« La BBC considérait le dialogue avec le public comme superflu puisque ses « Gouverneurs » étaient les représentants de l'intérêt public. Ainsi sont-ils devenus le dispositif grâce auquel la BBC évite une transparence complète. (46) »

Pourtant, BBC Programme Complaints Unit reconnu sa part de responsabilité dans 102 cas sur 590 plaintes exprimées en dix mois. Environ un quart concernait un « manque d'objectivité » ; 20 % reflétaient un « mauvais goût » et 11 % « un langage indécent ». Le reste couvrait des erreurs factuelles et autres (47). Avec de tels résultats peut-on dire que la BBC fait la sourde oreille aux usagers ou qu'elle écoute les remontrances de NVLA ?

Il est vrai que, généralement, la transparence se heurte à la culture auto-régulatrice des professionnels couplée à des jurisprudences complexes et mal connues. C'est pourquoi les associations proposent la création d'une commission unique – un Broadcasting Consumer Council (BCC) – où siègeraient des représentants des consommateurs nommés par les pouvoirs publics en consultation avec les associations. Ses compétences iraient au-delà d'une simple fusion des pouvoirs réglementaires du BSC et BCC comme le suggère le gouvernement. Son but serait de miner le déséquilibre des pouvoirs entre industriels et utilisateurs en ne représentant que ces derniers. Ses compétences comprendraient non seulement la possibilité de donner un avis dans toutes les instances régulatrices, mais aussi le droit de participer aux commissions nationales et internationales chargées de l'évolution des

(43) VLV, *The Future of the BBC - A Response by the Voice of the Listener and Viewer to the Government's proposals*, octobre 1994.

(44) *The Consumers' Association*, *Broadcasting policy : listening to the consumer*, 1992, p. 33.

(45) SARGANT, 1994, *op. cit.*, p. 173.

(46) DUGDALE., 1994, p. 166.

(47) VLV, *Winter Letter*, No 40, 1994/95, p. 4.

statuts et de la régulation. Des ressources budgétaires appropriées devraient assurer des programmes d'évaluation des politiques en cours, indépendants des pouvoirs politiques et industriels (48). Les associations réclament en plus une Charte des citoyens pour tout l'audiovisuel. Mais VLV conteste cette dernière proposition. Selon elle, une Charte inspirée par les modèles précédents ne pourrait que fortifier les mécanismes quantifiables de l'audiovisuel au détriment des principes qualitatifs du service public.

Les divergences existant parmi les associations britanniques vont donc bien au-delà de questions stratégiques. Des conflits d'analyse existent dans plusieurs domaines (redévance, moralité, etc.). Ces divisions sont toutefois atténuées par la conjoncture néo-libérale puisque les associations visent, dans l'ensemble, à entraver la vente du capital culturel que constitue la télévision. Ceci explique leur opposition ardente aux groupes multimédias, malgré leur apolitisme :

« Le propriétaire de Sky Télévision possède 36 % de la presse nationale et pourrait, s'il le souhaite, aider à changer le cours des prochaines élections parlementaires... C'est à cause d'un tel pouvoir que VLV résiste à tout affaiblissement de la législation qui contrôle les groupes multimédias » (49).

Le pluralisme politique fait partie du capital culturel à protéger. C'est pourquoi VLV commissionna une étude qui examina la présentation des actualités depuis l'arrivée de Sky News. Les résultats n'indiquent aucune perte de qualité dans les informations de la BBC mais révèlent une accélération du rythme de la présentation et un traitement plus superficiel des actualités sur ITV. D'autres études abondent

dans ce sens. Par exemple, l'évolution de la programmation depuis 1990 entraîne une perte de longs documentaires aux heures de grande écoute et :

« une marginalisation accrue des émissions destinées à fournir des débats publics et informés sur les issues politiques et la politique en général (50). »

Une autre étude démontre que les actualités des chaînes publiques et privées qui couvraient la campagne électorale de 1992 n'ont examiné que « peu de thèmes de façon substantielle » (51) et suggère que la compétition accrue avec l'arrivée de la chaîne satellitaire Sky News est entrée en jeu (52). Ce sont là des tendances inquiétantes selon VLV qui reste alertée par la promulgation de nouvelles règles de contrôle des groupes multimédias vers la fin de l'année. Pour l'instant, les observateurs s'accordent à considérer les propositions gouvernementales comme un succès du lobbying anti-Murdoch dont font partie NVLA et VLV (53).

Quelles que soient leurs divergences idéologiques, les associations britanniques souhaitent une régulation qui allie le volontarisme à une réglementation rigoureuse du pluralisme externe et interne. Leur influence a été remarquable sur des questions d'actualité et de fond. Un système, jusque-là peu habitué à la transparence, ouvre ses portes aux processus consultatifs et aux usagers. La course à l'audimat favorise certainement ce mouvement dont la faiblesse, sur le plan démocratique, serait de faire implicitement le jeu d'un modèle de régulation néo-libérale qui préfère rendre ses comptes à des comités élitaires et à des individus charismatiques plutôt qu'aux citoyens.

(48) *Consumers' Association, Broadcasting Policy : Listening to the Consumer*, London, 1992, p 49 – Les rapports de recherche, intégraux et gratuits, devraient être publiés régulièrement.

(49) VLV, bulletin de l'été 1994, N° 38, p. 1.

(50) GOLDING, 1994, 461-484, p. 474.

(51) BUTLER et KAVANAGH, *The British General Election of 1992*, 1992, p 165 ; GRANVILLE, *op. cit.*, 1994.

(52) Il serait erroné d'en déduire un déterminisme absolu entre les voix des chaînes et leur financement. Ceci reviendrait à négliger le pluralisme interne des chaînes, les normes culturelles des téléspectateurs à l'égard des pouvoirs politiques dont l'évolution même affecte, à son tour, la présentation des actualités.

(53) Les groupes de presse avec plus de 20 % du marché de la presse ne pourraient acheter plus de 15 % du marché de la télévision (défini en taux d'auditoires). *The National Heritage, Media Ownership : The Government's proposals*, HMSO, London, Mai 1995.

## **Le modèle français du téléspectateur : un citoyen-consommateur**

En France, la conception de la VSP s'inscrit dans un discours résolument républicain, comme lors du bicentenaire de la Révolution. En Août 1989, ANTEA, PAF et TLN signèrent la « Déclaration des Droits du Téléspectateur » :

« La liberté de choix, l'égalité des droits devant la communication audiovisuelle et le droit à l'expression et à la participation des téléspectateurs sont les principes qui fondent ces droits. »

Les citoyens choisiront leurs élus pour les représenter dans le système audiovisuel à travers des élections spéciales. Les associations françaises optent ainsi pour une régulation du PAF à travers le droit plutôt qu'à travers l'auto-régulation. Cette approche pose ouvertement le problème de la légitimité constitutionnelle des représentants des usagers. En l'espèce, le Parlement octroya en 1993 à l'UNAF, l'affiliée de MTT, le droit de demander des actions spécifiques au CSA. Les autres associations ne purent obtenir le même droit à cause « d'un problème d'appréciation de la représentativité de celles-ci » (54). Cette position facilite, par implication, l'accès aux instances régulatrices des représentants des « familles » et non des autres usagers. Bien que le CSA consulte les autres associations, on peut se demander si ce gain juridique favorisera, à long terme, la régulation en faveur de l'homogénéité culturelle et l'orthodoxie morale, étant données les composantes dominantes de l'UNAF (voir supra).

Selon Lacouture (55), les associations françaises n'ont aucun impact sur la politique de l'audiovisuel car elles échouent sur trois plans : leur manque de représentativité ; leur hostilité à l'égard des programmes populaires et enfin, leurs querelles internes. Bien que la critique de

Lacouture ait le mérite de reconnaître l'obstacle majeur à la transparence que constitue la centralisation des pouvoirs de l'audiovisuel, son analyse exprime néanmoins une méconnaissance profonde de l'action des associations.

Lacouture argue que « consulter leur point de vue ne signifie nullement en tenir compte » (56). Cela est manifestement juste, encore davantage en France qu'en Grande-Bretagne, puisque ce sont les technologies et les pouvoirs publics, et non le mouvement associatif et les usagers, qui ont conduit aux grandes transformations de la communication. Par exemple, la loi de 1994 qui fixe le seuil d'actionnaire maximal des chaînes privées à 49 % fut votée au risque de consolider la montée du groupe Bouygues (34 % de TF1) sans susciter un grand débat national.

L'impuissance des associations françaises devant les victoires répétées des forces du marché n'implique pas un manque total d'influence de leur part. Leur rôle est de fixer un « agenda » radical qui vise à promouvoir une transparence systématique dans les structures décisionnelles et régulatrices. Ainsi leur influence commence-t-elle à s'exercer lentement sur des points précis. Par exemple, les téléspectateurs sont représentés à la Conférence jeunesse de France Télévision qui veille aux besoins particuliers des enfants. MTT apporte aussi ses réflexions à une initiative plus récente. Le CSA mit en place, à la demande de MTT, l'Observatoire de la Télévision pour la Jeunesse en janvier 1994 qui est chargé d'approfondir les évaluations de la qualité des programmes accessibles aux enfants et aux jeunes. De plus, les rapports détaillés du CSA sur la protection de l'enfance (57) reflètent les revendications de MTT et ANTEA sur cette question qui reste, à tort et à raison, si préoccupante pour l'opinion publique. Mais, comme le note Miriani, les ambitions innovatrices du CSA sont restées, dans l'ensemble, lettre morte dans ce

(54) Extraits du Journal Officiel des Débats Parlementaires, décembre 1993, La Lettre de Média, Télévision et Téléspectateurs, janvier 1994.

(55) LACOUTURE, 1992, op. cit..

(56) LACOUTURE, 1992, p. 97.

(57) Voir, par exemple, La Lettre du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, N° 42, mars 1993.

domaine juridique comme dans d'autres (58). En outre, les observatoires n'ont aucun pouvoir sur les pratiques professionnelles à l'encontre des instances britanniques. Malgré tout, ces initiatives ne sont pas tout à fait négligeables car elles révèlent un embryon de pouvoirs régulateurs qui se situent hors de la puissance parlementaire et qui incorporent les demandes de téléspectateurs. Des questions surgiront avec le développement de la surveillance du contenu des programmes. Se modèlera-t-elle sur celle des pays anglo-saxons avec des formulations plus normatives que les textes officiels ? Suivra-t-elle les pas de NVLA à propos des images de violence ? Entraînera-t-elle des mesures en faveur d'images positives de l'immigration ? Quels que soient le chemin choisi et leurs faiblesses actuelles, les associations formeront un des nouveaux éléments de l'évolution de la régulation française.

Il est nécessaire de réfléchir à la représentativité d'associations qui restent méconnues de l'opinion publique bien que, si on inclut les groupes qu'elles représentent, il y ait là un mouvement de masse en puissance : environ 6 % des « 50 millions de téléspectateurs » (59) ! En tout cas, une question demeure de savoir comment organiser des usagers mécontents qui peuvent éteindre le poste ou zapper. Le boycott privé entrave le militantisme tout comme les émissions en direct et les sondages par Minitel. Ces liens entre diffuseurs et usagers forment, sans nul doute, des moyens utiles pour évaluer la qualité de l'expérience individuelle devant le petit écran. Mais à l'encontre de l'action collective, ils manquent de profondeur quand il s'agit d'élaborer les principes de base du pluralisme. Dans son article V, la Déclaration de 1989 annonce :

« Tout téléspectateur a droit au respect de son identité culturelle, les minorités

françaises ou étrangères résidant en France ont droit à des émissions régulières concernant leurs cultures d'origine et leurs réalités. »

Qu'en est-il de ces aspirations égalitaires qui interpellent une culture télévisuelle monoculturelle ? Considérons brièvement deux aspects fondamentaux de cette question à propos des populations d'origine étrangère : le contenu des émissions et leur accès aux processus régulateurs.

La visibilité des cultures minoritaires reste très faible en termes quantitatifs (60). Ceci n'est guère surprenant, les chaînes françaises n'ayant pas ou peu d'obligations à l'égard des minorités conformément à l'assimilationisme républicain. De plus, la médiatisation « par à-coups » de l'immigration (61) autour d'affaires telles que la crise algérienne témoignent de sentiments paranoïaques que modulent les actualités. Ces images confirment les énormes lacunes du pluralisme français bien que le Fond d'Action Sociale (FAS) poursuive auprès des opérateurs leur sensibilisation à l'égard des travailleurs immigrés et leurs familles (62). Récemment, le FAS initia Premier Service et Spécial Banlieue qui s'adressaient aux populations en voie d'exclusion. Mais, selon Hargreaves, ces programmes et le sit-com, La Famille Ramdam/M6, manquaient de cibles précises quant à leur public. Une autre série, Fruits et Légumes/F3 diffusée en juillet-août 1994, semble bien être aussi problématique. En dépit de l'intention initiale que « chaque épisode mette en évidence des problèmes de société illustrant le vécu des immigrés et de leurs relations avec les Français de souche », le projet intégrationniste de la série évolua aux cours des discussions du FAS avec les producteurs et aboutit à un quasi « effacement de l'altérité ethnique (...) au profit de la gaîté » (63). Que des fictions du type Famille Ramdam et Fruits et

(58) MARIANI, 1994, p. 61.

(59) BOULLIER, 1994, p. 105.

(60) HARGREAVES, 1993, p. 7-21 ; DHOUKAR, 1992, p. 38-42.

(61) BATTEGAY, 1992-mars 1993.

(62) Le FAS fut créé en 1953 pour mettre en œuvre la politique de l'intégration dans le logement, la formation, l'action sociale et l'action culturelle. Dossier de l'Information sur le FAS, novembre 1994.

(63) HARGREAVES et HELCKE, 1994, p. 51-57, citation p. 55-57.

Légumes continuent à exprimer de bons sentiments au détriment d'une prise en compte sérieuse du multiculturalisme souligne une programmation à moindre risque par les producteurs/diffuseurs privés et publics.

L'article V de 1989 demeure une fleur de rhétorique. On peut aussi se demander si les minorités culturelles bénéficient pleinement de l'évolution de la régulation. L'UNAF/MTT étant le porte-parole officiel des familles françaises et le FAS représentant les familles d'origine étrangère, risque-t-on de marginaliser les droits culturels de ces dernières au sein de la réglementation ? Aucune concertation directe et régulière n'existe jusqu'à ce jour entre l'UNAF/MTT et le FAS. Pourtant, l'expansion des radios associatives exprime des potentiels entrepreneuriaux et artistiques à soutenir conjointement. Notons par ailleurs que l'offre de programmes télévisuels diffusés par satellite s'est accélérée depuis deux ans avec dix chaînes arabophones et huit turcophones. Cette évolution reflète une demande plus forte qu'en Grande-Bretagne parmi des populations comparables. Elle pose manifestement un problème à la mission républicaine : comment intégrer systématiquement les intérêts culturels des publics d'origine étrangère aux structures du PAF ? Malgré leurs failles, l'exemple britannique et les très modestes accomplissements français suggèrent qu'il est souhaitable que les associations et les instances régularisatrices se mobilisent sur cette question. Pourrait-on envisager, entre autres, des groupes consultatifs dans les processus décisionnels qui représenteraient des intérêts collectifs et des groupes sociaux (enseignants, partis, religions, minorités étrangères ou non) ? C'est une formule flexible, déjà établie en Suède et aux Pays-Bas qui reflètent une véritable prise en charge de publics diversifiés (64).

Lacouture critique l'élitisme culturel des associations. L'orientation pédagogique de certaines, leur rejet d'« une pente glissante et

dangereuse où la médiocrité le dispute au voyeurisme, la bêtise à l'indécence » (65) peuvent se confondre avec une conception nostalgique de la télévision qui la replacerait sous l'égide de la Culture. Mais ce type de remarque illustre une ambiguïté plus contemporaine qui touche aux auditoires que l'on retrouve quand les associations déplorent des taux d'audience élevés pour certaines émissions (séries américaines, jeux, émissions-vérité) sans toutefois vouloir condamner leurs publics. Selon le paradigme du citoyen, les téléspectateurs sont des êtres rationnels, capables de faire la part de la bêtise et de la manipulation. Et pourtant, la bêtise et le voyeurisme paient certains soirs. Si leur popularité laisse perplexe, rappelons l'analyse de Souchon à propos de TF1 qui demeure la plaie du PAF selon certains groupes. La popularité de TF1, avant comme après sa privatisation, reflète la fidélité aux valeurs de la normalité, du patriotisme, de la discipline et de la propriété privée. Valeurs au cœur de la culture nationale qui lient l'électorat de TF1 aux autres chaînes dans la mesure où le clivage entre les publics semble être moins une question de différences dans le choix des programmes que de temps d'écoute très variés (66). Ceci dit, la résistance des associations à l'homogénéisation du contenu ne signifie nullement qu'elles sont anti-ludiques et anti-télé. Indépendantes des mesures d'audience, leurs réflexions sur les langages télévisuels et les attentes variées des citoyens (voir supra), donnent à la culture télévisuelle un grain de dignité.

La troisième critique de Lacouture insiste sur la désunion des associations. Il va sans dire que leur nombre affaiblit leur cause. Mais leurs divergences n'en sont pas moins inévitables puisqu'elles reflètent « l'esprit du temps » : le déclin d'une culture autarcique et universaliste. Comme en Grande-Bretagne, le champ audiovisuel français est strié de consensus et de conflits et les associations doivent chacune y gagner leur pain tout en sachant le partager de temps en temps.

(64) *Le Monde*, 10 mars 1992 ; Mitchell (Jeremy) et al, *op. cit.*, 1994.

(65) BONNAFOUX, 1992.

(66) SOUCHON, 1989 et 1992.

## Vers l'ouverture

Avec le « marketing » de la BBC (67) et la diversification du PAF, les associations françaises et britanniques expriment des revendications qui exigent non seulement de nouvelles lois mais aussi de profondes mutations à l'intérieur et à l'extérieur des médias. Bien qu'ils fonctionnent dans des contextes nationaux très différents, les groupes résistent aux mêmes convergences entre les secteurs privé et public : la culture professionnelle, l'agressivité accrue dans la recherche de l'audience et le financement mixte (68).

La Grande-Bretagne a toujours conçu la télévision comme un des poulx de la morale publique. En France, « la télévision a remplacé les grands débats sur l'école ou sur la religion qui revenaient régulièrement depuis la fin du XIX<sup>e</sup> siècle » (69). Ces observations, sans doute hyperboliques, témoignent d'un paradoxe applicable aux deux pays. Malgré sa banalisation, la culture télévisuelle représente encore un forum vital où chaque nation invente son imaginaire social et culturel dans toutes ses contradictions. Cela étant, les préoccupations des associations reproduisent le malaise et les attentes de leurs concitoyens, même en France où elles sont mal connues des usagers. Leur rôle est pourtant clair, voire complexe. Il s'agit de ravaler les deux principes fondamentaux d'une démocratie multiculturelle. Premièrement, toute gestion de la communication est d'une nature profondément politique et non pas économique. Il faut répéter ce principe d'autant plus qu'il résiste aux agences intergouvernementales qui définissent la communication du « village global » comme essentiellement une activité commerciale (70). Deuxièmement, les utilisateurs d'un système national sont d'abord des citoyens qui participent à l'élaboration de nouveaux droits, – des droits audiovisuels – à côté de droits civiques, politiques et socio-économiques. Ici, on

touche à la signification symbolique des associations qu'ignorent les professionnels. En se situant au-delà d'un paradigme strictement consumériste, les associations progressistes énoncent les politiques de la communication comme fondamentales à l'exercice d'une forme délibérative de la démocratie. Et elles y réussissent tout en véhiculant l'héritage national. Ainsi revigorent-elles un modèle de la communication comme autonome des pouvoirs économiques.

L'histoire des deux systèmes audiovisuels, et plus généralement, des traditions de la réglementation de la fonction publique, lie les associations, l'industrie et les régulateurs de façon différente en France et Grande-Bretagne. Il s'ensuit que les associations conçoivent des priorités diverses au sein d'une même orientation générale hostile au déclin du secteur public et à la concentration des groupes multimédias. En Grande-Bretagne, le paradigme consumériste s'articule sur une conception différentialiste, souvent moralisatrice, de la mission publique et contribue à la naissance d'une jurisprudence au sein d'une régulation décentralisée. En France, le paradigme républicain domine. Il favorise la voie législative comme champ d'action mais des processus consultatifs sont aussi mis en place. Pourtant son fond universaliste n'aide guère à résoudre les questions liées aux attentes des minorités culturelles. Toutefois, les associations françaises contribuent discrètement à une mutation historique dans la culture française qui s'efforce de valoriser la culture télévisuelle. La plupart estiment véritablement que cette culture est commune, tout en critiquant ses débordements.

Mitchell et Blumler (71) démontrent qu'en France et en Grande-Bretagne, comme dans onze autres pays européens, l'exercice du droit de défense et de recours est mal développé. Ils en déduisent qu'à l'avenir, on verra de plus en plus d'actions

(67) MURDOCK, 1994.

(68) BLUMLER, 1993, p. 403-425, p. 417.

(69) RAMONET, 1991, p. 39-40, p. 40.

(70) VENTURELLI, 1993, p. 494.

(71) MITCHELL et BLUMLER, 1994, ch. 14-15.



judiciaires bien qu'elles se révèlent onéreuses et insuffisantes pour remédier au manque de participation aux politiques audiovisuelles par l'ensemble des citoyens. Ainsi, les dispositifs régulateurs « ne vont-ils pas de soi » et doivent-ils s'ouvrir à davantage de réflexion.

Le consumérisme négocie avec le jacobinisme des deux côtés de la Manche. Aucun de ces discours n'est tout à fait cohérent, d'où oscillations et divisions. Ainsi, à l'opposé de NVLA qui prescrit des solutions précises aux soubresauts de la société britannique, le jacobinisme de VLA s'intéresse davantage aux processus de participation qu'à des panacées. Néanmoins, précusérisme et jacobinisme se greffent l'un à l'autre, cette double approche propose une interprétation post-moderniste de la culture télévisuelle. Elle s'efforce de créer une culture émancipée à la fois de la tyrannie des normes du passé et du potentiel aliénant d'innovations populaires. Son radicalisme implique, d'une part, l'octroi de droits audiovisuels à tous, étrangers inclus, qui garantissent l'accès, grâce avec une redevance minimale, à une programmation généraliste de qualité aux heures de grande écoute. Ce faisant, la tendance jacobine cherche à restaurer, dans l'audiovisuel, les valeurs traditionnelles de la modernité (militantisme, égalité, nationalisme culturel, famille, contrôle). D'autre part, le discours consumériste contribue à une valorisation post-moderniste de la communication comme étant la base même de la société avec ses valeurs corrolaires (émotion, innovation, sens, individu, dérégulation). Une réflexion de Jacques Delors en tant que candidat potentiel à la Présidence illustre cette quête vers une régénération du civisme à travers la télévision :

« Nous qui vivons une démocratie plus vivante, plus participative, sommes à la recherche des grands thèmes sur lesquels les citoyens auraient leur mot à dire, voire seraient prêts à prendre des responsabilités

parce qu'ils s'y intéressent. Alain Touraine en cite trois : l'éducation, la santé, la télévision » (72).

Le chemin à frayer à l'ombre de 'l'Europe sans frontières' est long avant même que ne se mobilisent décideurs et téléspectateurs en un mouvement culturel cohérent. Une conférence internationale organisée par VLA en juin 1994 fit un petit pas dans cette direction. On a sans doute raison de prédire la création de fédérations internationales de téléspectateurs dont le but serait de surveiller les médias européens. De là à les intégrer dans les structures de gestion internationale, le saut est immense ! Au préalable, les associations devraient se mettre d'accord sur une définition des droits audiovisuels et sur les priorités à promouvoir. A l'avenir, leurs fédérations soutiendront-elles une régularisation pointilleuse de la moralité des images et des services ou se mobiliseront-elles contre les technologies payantes ? Rappelons, dans ce débat, les dépenses inégales des ménages, même lorsqu'il s'agit de vieilles technologies. Par exemple, en Grande-Bretagne, 12 % des foyers étaient sans téléphone en 1992 alors que 19 % possédaient un ordinateur. En 1993, seuls 6,4 % des foyers français avec téléviseurs étaient câblés, à peu près 19 % étaient abonnés à Canal Plus (73). Quelle que soit leur évolution, la plupart des associations garderont l'œil fixé sur la bourse des ménages et souligneront aux pouvoirs politiques que ceux « qui achètent des billets pour la société de l'information obtiennent des avantages culturels cumulatifs (74) » alors que l'évolution de la pauvreté (qui engouffre un ménage sur 10 dans la France de 1994 (75)) accentue cette exclusion.

Au risque de sous-estimer les forces démocratiques dans l'avenir de la communication, la tâche des associations françaises et britanniques est colossale. Ceci dit, la qualité de leurs débats est impressionnante. Malgré la diversité de leurs prises de position, elles réussissent à faire

(72) Ouest-France, Un entretien avec Jacques Delors, il faut mobiliser tous les Français, 27 août 1994, p. 3.

(73) INSEE PREMIÈRE, N° 355, janvier 1995, p. 2.

(74) GOLDING, 1994, p. 471.

(75) INSEE PREMIÈRE, N° 363, février 1995, p. 1.

apparaître une vision de notre culture commune qui conjuguerait choix avec qualité, diversité avec intégration sociale, compétences avec transparence. Tant que les intersections entre état, téléspectateurs et

industries peuvent se concevoir en ces termes sans tomber dans l'utopie, la télévision demeurera une cible de l'enjeu démocratique en France et en Grande-Bretagne.

---

## RÉFÉRENCES

---

BATTEGAY A. : « La médiatisation de l'immigration dans les années 80 », Les Annales de la Recherche Urbaine n° 57/58. Déc. 1992, mars 1993.

BLUMER J. : « Meshing money with mission : purity versus pragmatism in public broadcasting », European Journal of Communication, vol. 8, n° 4, Déc. 1993.

BONNAFOUX J. : La lettre de Média, Télévision et téléspectateurs n° 22, Fév.-mars 1992.

BOULLIER D. : « France » in Mitchell, Jeremy et Blumer, Jay, John Libbey, London, 1994.

BUTLER et KAVANAGH : The British general election of 1992, 1992.

DANIELS Th. : « Programmes for Black Audiences for Hood, Stuart (ed), Behind the screens. The structure of British Television in the Nineties, Laurence and Winshart, London, 1994.

DHOVKAR H. : « Les Télévisions européennes et l'immigration », Hommes et Migrations, n° 1157, Sept. 1992.

DUDGALE J. : The Guardian, 6/01, 1992.

EMANUEL S. : « Cultural Television : Western Europe and the United States » in

European Journal of Communication, vol. 8 (3), 1993.

GOLDING P. : « Telling stories : sociology, journalism and the informed citizen », European Journal of Communication, vol. 9, 1994.

GRANVILLE W. : Britains media. How they are related media ownership and democracy London : compaign for Press Broadcasting Freedom, UNISON and the Rountree Trust, 1994.

HARGREAVES A. : « Television et integration », Migrations-société, vol. 5, n° 30, Nov./Déc. 1993.

HARGREAVES A. et HELCKE J. : « Fruits et légumes : une recette télévisuelle mixte », Hommes et Migrations, n° 1182, Déc. 1994.

LACOUTURE S. : « A quoi servent les associations de téléspectateurs ? », Médias-Pouvoirs n° 29, 01/03/1993.

LE LEURCH V., les 15-19 ans, Télérama, n° 2351, 1/02/1992.

MARIANI I. : « La régulation des médias en France », Les Médias, Cahiers français, la Documentation Française, n° 266, Mai-Juin 1994.

MATTELART A., La Publicité, La Découverte, Paris, 1990.

MISSIKA J.-L. : « Les Français et leurs médias : le désenchantement », Médias-Pouvoirs, n° 21, Janv-mars 1991.

« Les Français et les médias : le contrat de défiance », Télérama n° 2296, 12/01/1994.

MISSIKA J.-L. et WOLTON D. : *La Folle du logis. La Télévision dans les sociétés démocratiques*, Gallimard, Paris, 1983.

MITCHELL J. et BLUMER J. : *Television and the newer interest*, John Libbey, London, 1994.

MURDOCH G. : « Money Talks : Broadcasting Finance and Public Culture in Hood Stuart, 1994.

MURDOCH G. : « Citizens Consumers and Public Culture », in Schroder Michael et al (eds.) (Média Cultures), Montledge, London, 1992.

MURDOCH G. : *Behind the Screens The structure of British Television in the Nireties*, Hood, Stuart (Ed), London : Laurence and Wishart, 1994.

PAILLET M. : *Télé-gâchis*, Denoël, Paris, 1988.

PETLEY J. : « Broadcast News », New Times, 17/09/1994.

PINES J. : *Black and White in Colour-black People in British Television since 1936*, British Film Institute, 1992.

POMONTI J. : *Éducation et Télévision*, La Documentation Française, Paris, 1989.

RAMONET I. : « Mais qui osera enfin critiquer la télévision ? » *Télévision et Déontologie*, Institut National de l'Audio-visuel et la Documentation Française, n° 38, mars/avril 1991.

ROCHERON Y. : « Goldorothee – A moral panic over children and images of violence on French television », in Gunter, Renata et Windebauk, Jan (Eds), *Violence and Conflict in Modern French Culture*, Sheffield Academic Press, Sheffield, 1994.

ROYAL S. : *Le Ras-le-bol des bébés zappeurs*, Laffond, Paris, 1989.

SARGANT N. : « United Kingdom », in Mitchell and Blumer, *Television and the viewer interest-explorations in the responsiveness of European Broadcasters*, John Libbey, London, 1994.

SMITH A. : *British Broadcasting*, London, 1974.

SOUCHON M. : « Qu'attend le public de la télévision et du service public ? », Médias-Pouvoirs, Télévisions en mutations, n° 14, Avril-Juin 1984.

« La Télévision dans l'espace des loisirs », Projets, n° 229, printemps 1992.

TRACEY M., *Mary Whitehouse*, London, MacMillan, 1979.

VENTURELLI S. : « The imagined transnational public sphere in the European Community's Broadcast Philosophy : Implications for Democracy' », *European Journal of Communication*, vol. 8, n° 4, Déc. 1993.

WEEKS J. : *Sex, Politics and Society. The regulation of sexuality since 1800*, Largman, London, 1981.

WHITEHOUSE M., *Whatever happened to sex*, Hodder and Stoughton, London, 1977.