

Des **tv** qui se cherchent

Le présent ouvrage est publié sous les auspices du secrétaire général du Conseil de l'Europe qui a bien voulu en reconnaître l'intérêt pour la coopération européenne.

Les opinions qui sont exprimées dans ce livre sont propres aux auteurs et n'expriment donc pas forcément les vues ni la politique du Conseil de l'Europe.



**Des TV
qui se cherchent**

Des textes
de :

Claude RICHARDET
Jean-Claude NICOLE
René BERGER
Louis SCHNEITER
Françoise LABÉ
Maurice WENGER

Editeur
SONOR SA-Genève



**Des TV
qui se cherchent**

Des textes
de:

Claude RICHA
Jean-Claude N
René BERGER
Louis SCHNEIT
Françoise LABE
Maurice WENG

Editeur
SONOR SA

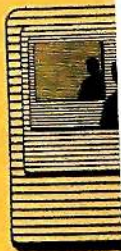
A Jean Otth
qui a su poser les
questions les plus
pertinentes dans

SAVI 74

Des TV qui se cherchent

En témoignage de vive
gratitude.

Henri Sokrasta



**Des TV
qui se ch**

Des textes
de :

Claude RIC
Jean-Claud
René BER
Louis SCH
Françoise
Maurice W

SAVI 74

Des TV qui se cherchent

SONOR S.A.



Des TV qui se ch

Des textes
de :

Claude RI
Jean-Cla
René BER
Louis SCH
Françoise
Maurice W

Editeur
SONOR

COMITÉ D'ORGANISATION

Coordination générale

M. Hervé HUGUELET, chef de service TV au Cycle d'orientation de Genève ;

M. Claude RICHARDET, directeur du Centre d'animation cinématographique (CAC) ;

M. Nicolas TSCHOPP, animateur au CAC, Genève ;

M. Pierre BINGGELI, ingénieur ETS, Genève ;

M. Albert KNECHTLI, technicien, Collège Rousseau, Genève ;

Mlle Kathy KELLEY, sociologue, Genève ;

M. Maurice WENGER, directeur du Service des moyens audiovisuels, Genève.

*
*

SAVI 74 a été organisé avec la collaboration du journal « LA SUISSE ».

Service de presse : MM. Jean-Claude MARTI, Louis SCHNEITER, Mme Françoise LABÉ.

*
*

Responsable du studio : M. Erwin HUPPERT.

Accueil : Mme Annie LEFEVRE et les hôtes LEJEUNE.

Collaboration : Y. CASSANI, D. CEPPI, R. EBERHARD, D. MARTIN, G.D.S. Carouge, E. GAUDIN, M. TSCHOPP, N. WENGER, C. MIGY, A. WIRTHNER, M. BARRAS, B. CRETIAZ, J. OTTH, G. MILLIARD, D. VITTET.



**Des TV
qui se ch**

Des texte
de :

Claude RI
Jean-Cla
René BEF
Louis SCH
Françoise
Maurice V

Edi

DESCRIPTION DE L'OUVRAGE

Comité d'organisation

Liste des personnes ayant œuvré à un titre ou à un autre à l'occasion de ce salon.

Les buts de SAVI 74

Avant-propos de Claude RICHARDET pour le Centre d'animation cinématographique (CAC) de Genève.

La presse face à la vidéo

Avant-propos de Jean-Claude NICOLE, administrateur-délégué et directeur général de SONOR S.A., éditeur du journal « LA SUISSE ».

Préface

Le contre-défi de la vidéo, et après ?, préface de René BERGER, directeur-conservateur du Musée cantonal des beaux-arts de Lausanne, président d'honneur de l'Association internationale des critiques d'art (AICA) et président d'honneur de SAVI 74.

Tables rondes

Introduction aux tables rondes, par Louis SCHNEITER, suivie des tables rondes proprement dites, texte établi d'après l'enregistrement sur bande magnétique.

Conférences

Conférences données par MM. Bernard BÉGUIN, Jean

RATY, Th. H. HAFNER et Henri DIEUZEIDE, textes établis, dans l'ordre de présentation, par Louis SCHNEITER et Françoise LABÉ.

Exposition thématique

Description de l'exposition thématique de SAVI 74 par Claude RICHARDET, pour le groupe VIDÉO COORDONNÉ par TACT du Centre d'animation cinématographique (CAC) de Genève.

Les groupes présents

Liste des différents groupes vidéo présents à SAVI 74

Liste des vidéogrammes présentés

Liste de près de quatre-vingts vidéogrammes présentés en provenance de sept pays : Autriche, Belgique, France, Canada, Italie, Japon et Suisse.

Secteur éducatif

Télévision en circuit fermé et vidéo dans l'enseignement genevois, par Maurice WENGER, président de la commission de coordination en matière d'acquisition d'appareils TV du canton de Genève.

Aperçu historique

La télédistribution et son développement en Amérique du Nord et en Europe, par Louis SCHNEITER.

Bibliographie sommaire

Renseignements généraux, organismes, livres, revue bibliographie sommaire établie par Louis SCHNEITER.

Notes

Notes relatives aux diverses tables rondes. A l'attention du lecteur, et dans la mesure du possible, nous avons essayé de compléter certaines interventions des orateurs, soit par des précisions de vocabulaire, soit par des informations dont le lecteur ne dispose pas nécessairement. Dans la mesure du possible aussi, ces notes font état de travaux et de projets ultérieurs à ce premier Salon de la vidéo.

AVANT-PROPOS

par C. Richardet

Les buts de SAVI 74

L'utilisation de la vidéo à des fins professionnelles, dans de nombreux secteurs de la recherche, de l'industrie, de la surveillance et de l'enseignement, est courante. En revanche, plus de trois personnes sur quatre ignorent encore ce qu'est réellement la vidéo et n'ont avec elle, comme seul contact, que le célèbre panneau des supermarchés : « Souriez ! Vous êtes télévisés ! ».

Il a donc paru important au Centre d'animation cinématographique, dont ses buts sont la promotion de l'art cinématographique et audiovisuel, que le Premier salon vidéo, SAVI 74, qu'il a organisé en collaboration avec le journal « La Suisse », se donne précisément pour but de promouvoir l'information et la réflexion sur la vidéo en permettant au public le plus large possible de dresser lui-même son propre constat sur la situation actuelle de la vidéo dans divers secteurs :

- Présentation de matériel vidéo
- Festival international de vidéogrammes
- Des tables rondes et des exposés
- Un studio TVCF
- Une exposition thématique sur la vidéo

En regroupant sous un même toit des fabricants de matériel et les utilisateurs de la vidéo, dans les domaines les plus variés (artistique, social, éducation...). le public a eu ainsi une vue d'ensemble sur le problème. D'autre

part, en choisissant cette formule ouverte au grand public, les organisateurs désiraient trouver une complémentarité avec d'autres manifestations consacrées à la vidéo, par exemple le VIDCOM de Cannes ou le Symposium de Montreux qui sont strictement réservés aux professionnels.

1. PRÉSENTATION DU MATÉRIEL VIDÉO

Le matériel vidéo disponible dans le commerce pour le public est encore méconnu. On a pu comparer, dans le même secteur de SAVI 74, les équipements des firmes suivantes en Suisse : John LAY, Lucerne ; TVI TELEVISION INDUSTRIELLE, Grand-Lancy ; PHILIPS, Gland ; 3M, Zurich ; AKAI, Bienne ; VIDEO-TRONIC Vésenaz ; DELAY, Yvonand ; MEMO, Zurich ; TRANS HI-FI VIDÉO-SONY, Genève.

L'apparition très remarquée du magnétoscope portatif demi-pouce a fait faire à la vidéo un gigantesque bond en avant. Les petites régies, le passage à la couleur, les cassettes et le vidéodisque donneront définitivement à la vidéo une place prépondérante dans l'audiovisuel.

2. FESTIVAL INTERNATIONAL DE VIDÉOGRAMMES

L'intérêt principal de la vidéo est bien sûr celui de son contenu, c'est-à-dire des programmes que l'on peut réaliser et de ses possibilités de diffusion.

De plus en plus, on assiste à une certaine sclérose du milieu cinématographique : établissement de monopole et concentration de salles de cinéma, hausse vertigineuse de coûts de réalisation des films, baisse d'intérêt de la part des producteurs pour les œuvres d'art et d'essai. Cette situation, déjà difficile sur le plan économique à la création, s'aggrave encore par les pressions qu'exerce l'Etat en Suisse : contingentement précis des films à l'importation, censure cinématographique, droits de douane et taxes sur les recettes. La VIDÉO et le SUPER-8 mm. semblent apparaître comme un langage neuf qui n'est pas (encore ?) soumis à des carcans. On peut encore rêver qu'avec un équipement TVCF, il est possible à chacun de produire ses propres images pour un prix qui ne souffre d'aucune comparaison avec le cinéma professionnel et une technique beaucoup plus simple, donc avec moins de

contraintes de création. La réalité est déjà bien ternie, emprise totale de trois ou quatre grandes firmes sur le matériel vidéo, contrôle politique des municipalités lors d'expériences limitées de TV par câbles et capacité importante de récupération par des firmes commerciales sur l'avenir de la TV communautaire.

Mais sans entrer ici sur cet important débat engageant le futur, il était important, en 1974, de faire en quelque sorte le point sur la création actuelle. On a pu visionner dans une salle spécialement équipée un éventail aussi complet que possible de près de 80 vidéogrammes en provenance de sept pays (Autriche, Belgique, Canada, France, Italie, Japon et Suisse).

3. TABLES RONDES

Ces discussions sur le studio TVCF de SAVI 74 reliées par l'Eidophor, ont permis à de nombreux experts internationaux d'aborder, on le verra dans les pages suivantes, des sujets fondamentaux qui se posent actuellement au développement de la vidéo.

— Situation en Suisse

Synthèse des trois expériences de TV communautaire tentées jusqu'en 1974 en Suisse.

— Les utilisateurs

Alors que d'énormes intérêts économiques sont en jeu, il importe d'analyser qui utilise réellement la vidéo.

— Vidéo-Animation

C'est l'un des secteurs où la vidéo apporte d'énormes espoirs, en particulier dans le cadre de l'enseignement.

— TV communautaire

Déjà opérationnelle dans plusieurs régions du Canada, des USA et de la France, elle jouera un rôle capital face aux télévisions de masse.

4. STUDIO TVCF

Diverses expériences d'animation ont également eu lieu au studio mis à disposition par le Collège de Genève.

Des élèves de diverses classes genevoises ont présenté

des émissions de TV qu'ils ont réalisées seuls ; on a pu suivre trois classes d'âge : 7-12 ans, 12-15 ans et 15-18 ans.

Le studio a également été utilisé pour effectuer des démonstrations d'animation vidéo de danse et d'animation théâtrale reliés par l'Eidophor.

5. EXPOSITIONS

Il s'agissait d'établir un constat et une comparaison avec les diverses utilisations de la vidéo dans les domaines social et de l'enseignement. Dans cette partie de SAVI 74, le spectateur était amené à s'interroger sur la vidéo (=je vois ou je ne vois plus).

Le domaine de la vidéo, bien qu'encore naissant, est déjà trop vaste pour pouvoir être abordé complètement en quatre jours (le cas de SAVI 74), mais ses organisateurs pensent que le spectateur a ainsi trouvé une information vivante et concrète. Les nombreuses discussions et les contacts qui se sont établis à SAVI 74 ont montré que ce but avait été atteint.

Claude RICHARDET
Directeur
du Centre d'animation
cinématographique

AVANT-PROPOS

par J.-C. Nicole

La presse face à la vidéo

Lorsque se perfectionnèrent, au début de ce siècle, les techniques de transmission des informations, le journal en bénéficia de façon prépondérante : grâce à elles, il acquit la faculté presque exclusive de révéler à ses lecteurs ce qui s'était passé dans le monde durant les dernières 24 heures. C'était, au sens propre du terme, le pouvoir d'informer, un pouvoir qui permit au journal de jouer un rôle indispensable.

On comprend dans ces conditions, que l'expansion de la radio, dès 1925, porta à la presse un sérieux coup. Désormais, il existait pour les lecteurs une manière plus rapide encore de s'informer. Et, peu à peu, le journal dut se contenter d'apporter la confirmation des nouvelles que la radio avait déjà annoncées. Il ne s'avoua pourtant pas battu. Car si l'événement était connu, il lui manquait encore de l'être visuellement. A défaut de publier des faits en primeur, le journal entreprit donc d'en fournir la première image. Le succès de « Paris-Soir » — 1 million d'exemplaires diffusés quotidiennement en 1931, 2 millions en 1938 — s'explique, notamment, par la création d'un réseau de téléphotos qui constituait, à l'époque, une profonde innovation technique.

C'est dans les années 1950 qu'à son tour, la visualisation de l'actualité cessa d'être l'apanage de la presse. Avec l'avènement de la télévis'ion, en effet, un nouveau concurrent était né, qui lui enleva un atout dont elle avait usé jusque-là. Une fois de plus, elle eut à prouver sa capacité d'adaptation. Maints journaux n'y ont pas survécu.

Aujourd'hui, parce que la marche du progrès est inexorable, la presse se trouve face à la vidéo et se pose une question précise : que faire ? Ignorer la réalité ? Ce serait une grave erreur. Mais alors, quoi ? La réponse est double.

Tout d'abord, il faut que le journal accepte, pour fixer dorénavant ses objectifs, de prendre en considération ce qui se passe autour de lui et d'intégrer sa prestation à celle des autres moyens d'information. Son analyse, par conséquent, doit être multimédia, et même aller au-delà pour déboucher sur une véritable stratégie de la communication. Il faut, secondement, que la presse raisonne en termes de marketing, c'est-à-dire qu'elle définisse sa vocation comme étant de diffuser de l'information et non pas de l'imprimer avec de l'encre sur du papier. A la limite, peu importe le véhicule. Si donc, pour l'avenir, la vidéo constitue une façon valable de diffuser cette information, la presse doit participer à son développement.

Que faut-il entendre par là ? Cela signifie, d'une part, qu'elle doit se familiariser avec l'utilisation de l'instrument, d'un point de vue technique, et, d'autre part, qu'il lui incombe de se préparer à parler un langage nouveau, s'agissant du message proprement dit qu'elle transmettra.

C'est dans ce sens que de nombreuses expériences ont été menées aux Etats-Unis et au Canada, où beaucoup d'entreprises de presse possèdent simultanément des stations de télévision et des réseaux de télédistribution, réalisant de la sorte une intégration de l'information par l'écrit et par l'image. C'est dans ce but aussi qu'ont agi des groupes en Grande-Bretagne et en Allemagne fédérale, même si les initiatives prises, notamment dans le secteur de la vidéo-cassette, n'ont pas obtenu le succès escompté. A son échelle, modeste, c'est de manière identique qu'œuvre un journal comme « La Suisse ». Ainsi a-t-il contribué à la production de films, collaboré à la création d'un magazine télévisé dans le cadre d'une opération restreinte, pris une participation dans une société spécialisée pour l'installation de circuits de télévision ainsi que dans un studio de création de films pour la télévision et pour le cinéma.

Qu'on ne voie surtout pas, dans une telle démarche, un aveu d'impuissance de la presse. C'est le contraire qui est vrai, preuve qu'elle est soucieuse de susciter des rapports

de complémentarité, et non pas de concurrence, entre divers moyens d'information. Nous avons la conviction que, ce faisant, elle agit dans un esprit constructif. D'ailleurs, il faut bien reconnaître que cet intérêt est particulièrement en éveil dès l'instant où l'on se réfère à la vidéo proprement dite. Celle-ci, en effet, constitue un instrument relativement léger et maniable, susceptible d'être engagé rapidement là où les besoins de l'actualité le requièrent, dans des conditions plus proches de celles que connaît la presse. C'est pourquoi, à notre avis, presse et vidéo sont appelées à collaborer de façon plus étroite. Mais, pour que cela débouche sur des résultats concrets, il s'agira qu'ait été résolu le problème des canaux de diffusion qui s'offrent à une information audiovisuelle de cette nature. En l'état actuel des choses, c'est là que se dresse l'obstacle le plus sérieux.

Jean-Claude NICOLE

PRÉFACE

Le contre-défi de la vidéo, et après ?

Voici ce que j'écrivais en guise de préface à la veille de l'ouverture du premier salon vidéo qui eut lieu à Genève en septembre 1974 : « Près de trois cents millions de téléviseurs, un milliard à un milliard et demi de téléspectateurs (quatre à cinq postes), la moitié de la population du globe. Entre sa deuxième et sa soixante-cinquième année, le téléspectateur américain passe un peu plus de trois mille jours devant son poste (six heures sur vingt-quatre), en gros neuf années de son existence. Désormais l'enfant — ce n'est pas une boutade — a trois parents : le père, la mère et le poste de télévision. A la flamme du foyer s'est substitué l'écran « qu'on allume » (qu'on éteint aussi parfois). De la brousse africaine à la capsule des cosmonautes, l'écran est devenu un lieu de médiation universel.

» Partout se dressent antennes et émetteurs qui règnent sur la planète. Et voici que, à côté de ces organismes tout-puissants, est en train de naître une nouvelle espèce d'organismes, infiniment plus petits, beaucoup plus légers, infiniment plus souples aussi. Tels les marsupiaux d'autrefois, la vidéo est-elle en train de s'en prendre aux dinosaures de la communication ?

» Ou faut-il croire que — pour choisir une autre image — la démocratie éprouve périodiquement la nécessité de se mettre en question en suscitant le Socrate dont elle a besoin. Aujourd'hui que l'agora est devenue électronique, le dialogue est affaire de magnétoscope. Information, éducation, contre-information, culture, art, tout est possible à la technique qui enregistre, efface, interroge, ré-

pond, efface... A la diffusion monolithique et unidirectionnelle s'ajoute la multicomunication infinie.

» La vidéo lance aux autres média, en particulier aux mass media, un contre-défi qui pourrait être salutaire. En changeant de main, la communication peut changer de fin. Déjà naissent des groupes et des communautés vidéo; déjà émerge un art vidéo. Le droit à la parole est affaire de pratique. Vidéo: je vois. A la fascination de l'écran collectif se substitue l'œil critique. La « vertu » que Montesquieu exigeait de la démocratie aurait-elle trouvé son outil ? »

ET APRÈS ?

Que s'est-il passé en un peu plus d'une année, depuis que le Salon a eu lieu et le moment où paraît ce volume qui tente d'en faire l'analyse ? A première vue, peu de choses du point de vue de la vidéo à côté du développement spectaculaire des autres média qui commencent à connaître, il est vrai, plus d'une vicissitude. Si l'on en croit le livre blanc publié récemment par les réalisateurs de feu l'ORTF sous le nom : « La Fin des Saltimbanques » (1), la télévision française a changé de cap. Evolution de l'audiovisuel que vient d'illustrer le XI^e Marché des programmes de télévision organisé à Cannes en avril 1975. La vedette y fut tenue, à ce que rapporte Le Monde, non pas par un réalisateur ou une production de prestige, mais par le représentant du Koweït, qui disposait d'un crédit de quelque 5 000 000 de dollars (le pays compte un million d'habitants et quelque vingt cinq mille postes de télévision !). Non moins significatives les déclarations du président directeur général d'Antenne 2 : « Auparavant, l'ORTF avait honte de faire commerce de ses produits. Aujourd'hui, c'est devenu pour nous une nécessité. » (2)

Ainsi, la macro-télévision s'achemine, en France, mais aussi bien ailleurs, vers un statut de type commercial dont témoignent les mots que j'ai soulignés. Les programmes deviennent des produits que le marché négocie en fonction de la loi de l'offre et de la demande.

Il serait excessif de conclure à la généralisation de cette

(1) Syndicat français des réalisateurs de télévision — « La Fin des Saltimbanques ? Le livre blanc », SFRT, CGT, Paris 1975.
(2) « Le Monde », 31 avril 1975.

orientation, encore que le rapport publié à la demande de l'UNESCO par les professeurs Nordenstreng et Varis confirme dangereusement les craintes qu'on peut avoir. Forts d'une enquête qu'ils ont menée dans quelque cinquante pays, les auteurs concluent à la menace d'un nouveau colonialisme culturel et affirment que les programmes sont de plus en plus un sous-produit de la technologie.

Le quinzième Festival de la Rose d'or, qui a eu lieu à Montreux en mai 1975, confirme ces craintes : « L'émission de variétés, par essence produit de consommation de masse, tend à devenir de plus en plus un produit standardisé, pour être rentable. A la limite, on ne fait plus de la télévision, on fait du commerce, écrit Francis Gradoux dans 24 Heures. » (3)

Le tout récent Symposium technique de télévision, qui s'est tenu en mai à Montreux, donne lieu à des commentaires guère plus rassurants : « Les techniciens pourraient commercialiser ce vidéodisque dans les trois ans. Oui, mais avec quoi dessus ? Quels programmes ? Du cabaret déshabillé ? Des cours de couture ? Un catalogue de vente par correspondance ? Des reproductions d'œuvres d'art ? Des variétés de Guy Lux ? Des reportages au Viêt-nam ? Des matches de football ? Des dramatiques, du ballet, du cinéma, quoi ? On ne sait pas. » (4)

Ainsi se précise une évolution de la macro-télévision dont la vidéocassette et le vidéodisque ne semblent guère protégés ; tout au contraire. Que faut-il attendre de la méga-télévision quand sera généralisée la mise en service du satellite artificiel ? Pour la première fois dans l'histoire de l'humanité, les moyens de communication dépassent, et de loin, la nécessité et les besoins de transmettre. « On peut recevoir quatre-vingts canaux, s'alarmait déjà en 1971 Don Decker, rédacteur en chef de la station locale NBC, mais personne n'a pensé à ce qu'on mettrait dans ces quatre-vingts canaux. » (5)

(3) Francis Gradoux — Aujourd'hui palmarès de la Rose d'or, variétés télévisées internationales : l'argent manque, les idées sont rares... — « 24 Heures de Lausanne », 2 et 3 mai 1975.

(4) Francis Gradoux — Au Symposium de télévision de Montreux, l'entrain du « Hard » contraste avec la morosité du « Soft » — « 24 Heures de Lausanne », 30 et 31 mai 1975.

(5) « Le Monde », 23 octobre 1971.

D'un autre côté se multiplient un peu partout les tentatives de télévision communautaire. Mais l'on n'est guère rassuré sur le sort qui leur est réservé quand on voit la méfiance dont elles font l'objet, pour ne pas parler de résistance. La restructuration de la communication au niveau de la ville, de la région, paraît d'autant plus difficile que l'empire des mass media se fait plus puissant. Est-ce à dire que de telles tentatives sont vouées à l'échec? Conclusion prématurée.

Au risque de passer pour dangereusement optimiste, je persiste à croire à l'avenir de la vidéo qui reprend, à sa manière, la communication au point où nous sommes impliqués, non plus en tant que public-cible, mais en tant que personne. Certes, il s'agit encore d'une intervention indirecte. On pourrait souhaiter révolution plus radicale, mais à quoi bon céder à la nostalgie d'un passé révolu! Nous vivons aujourd'hui dans et avec les média électroniques. Si donc nous voulons tenter de lutter pour l'homme, c'est en tenant compte des conditions effectives dans lesquelles nous vivons que nous avons chance de réussir. Plutôt que de rêver à un état de nature, dans lequel la communication redeviendrait spontanée et harmonieuse, mieux vaut passer par l'intermédiaire de la vidéo pour ouvrir, à travers les réseaux de plus en plus contraignants des mass media, la brèche par laquelle peuvent se reformer des relations interpersonnelles. Tel est, je crois, l'enjeu du Premier Salon vidéo de Genève; tel l'espoir de son avenir.

René BERGER

TABLES RONDES

INTRODUCTION

QUELQUES INDICES...

Les textes qui suivent se présentent d'abord comme une matière brute la plus naturelle possible. C'est un échange de réflexions, d'opinions, de prises de positions et d'informations. L'ordre des termes pourrait d'ailleurs être inversé, ce qui tend à montrer qu'informations d'une part, réflexions et prises de positions d'autre part, s'interfèrent dans un va-et-vient continu. Voilà pour un premier indice. D'autres sont à repérer.

Sur la communication

En raison de ce qui précède, on peut se demander s'il n'aurait pas été souhaitable de séparer, grouper, ré-organiser l'ensemble de ces échanges, de manière à leur donner plus de cohérence, l'effet d'un message homogène, compact... organisé? Outre l'artifice que constitue un tel procédé, nous ne l'avons pas voulu pour deux autres raisons.

La première, qui mériterait d'être développée — on s'en apercevra tout au long des discussions — c'est que rien, ou peu de choses pour l'instant, n'est définitivement organisé, compact, homogène, dans toute la problématique de la télévision et ses dérivées: la télédistribution, locale ou communautaire, ou encore dans l'ensemble des expériences dites vidéo. Tout est en train de se faire, d'émerger,

selon des processus plus ou moins accélérés, plus ou moins complexes. Les prises stables n'existent ou ne peuvent exister pour l'instant. Cela étant, il faut tout de suite attirer l'attention sur le caractère en partie exploratoire de notre objet.

La seconde raison est la suivante. De la première à la quatrième table ronde, à chaque instant de la conversation, est apparu le concept de communication : établir la communication, une meilleure communication entre les individus et les groupes, formels ou informels, entre les individus et les autorités, etc. Or, et c'est là une expérience non prévue au programme — une expérience transparente — on s'aperçoit que, chaque fois que la communication — son concept — est enjeu de la conversation, la communication, précisément, cesse de s'établir — pour autant qu'elle ait été établie à l'origine — et s'effrite insensiblement. La communication se dissout au fil de la conversation. La même remarque peut être étendue, certes, à d'autres termes, à d'autres concepts, et sans doute s'applique-t-elle en d'autres circonstances. Il fallait tout de même le relever ici. Ce sont, par exemple, ces propositions qui partent soudainement, bien compactes, apparemment « efficaces », et qui n'aboutissent nullement. Autrement dit, qui ne trouvent nul destinataire. Ainsi en est-il de ces phrases-trajectoires qui restent en suspens, se dissolvent, lors même qu'elles paraissent avoir un destinataire au moins, proche ou éloigné, plus ou moins précis. La communication, à l'occasion d'une table ronde ou de toute autre réunion, c'est aussi cela : cette difficulté de l'établir avec un minimum de distorsions. Pour prendre conscience de cette difficulté, il a paru judicieux de restituer le cours de ces échanges tels qu'ils se sont constitués, c'est-à-dire dans leur déroulement ; c'est ce que nous désignons plus haut par matière la plus « naturelle » possible, compte tenu qu'il faudrait aussi commencer par cerner mieux ce qui est naturel et ce qui ne l'est pas. Mais cela n'est pas notre propos.

Une information, maintenant, doit être donnée pour le bon entendement de ce qui va suivre. Elle

concerne trois définitions qu'on rencontrera tout au long des discussions.

Sur trois définitions

Dans les tables rondes, à plusieurs reprises apparaîtront les expressions : « macro-télévision », « méso-télévision » et « micro-télévision ». MM. Bernard Béguin et Jean Raty, à leur tour, les utiliseront lors de leurs conférences. Quand ces expressions ont-elles vu le jour et que désignent-elles ?

C'est au mois de janvier de l'année 1974 que M. René Berger a établi cette distinction à l'occasion d'une confrontation d'art vidéo, « Open Circuits », à New York. Distinction par laquelle on peut voir en premier lieu que :

1. la macro-télévision, ou télévision de masse, désigne ce qu'on appelle généralement en Europe la télévision officielle ou nationale, aux États-Unis, la télévision libre ou commerciale ;
2. la méso-télévision désigne la télévision locale/régionale, appelée aussi télévision communautaire, dont le support est le câble ;
3. la micro-télévision désigne la télévision individuelle ou de groupe, dont l'appareil vidéo portable est l'instrument par excellence (1).

Classification élémentaire, diront les uns. Oui, si l'on ne voit pas, comme l'explique René Berger, que « macro, méso et micro-télévisions sont moins des espèces ou des catégories que des paliers qui font partie de la même spirale. Si la macro-télévision s'adresse à l'« être statistique » que nous sommes devenus (...), alliant paradoxalement l'abstraction la plus poussée à la pulsion la plus intime, la méso-télévision aspire à restructurer les relations humaines au niveau du lieu commun que sont la région ou la ville (...). La micro-télévision, elle, vise à retrouver en nous le moteur premier qui existe depuis que l'homme s'est mis à penser et à fabriquer des outils, la créativité n'étant pas autre chose que l'imagination à l'œuvre au moyen d'une technique ». Le paradoxe de la technologie moderne,

poursuit René Berger, « est, au moment où nous sommes guettés par l'abstraction aliénante et l'uniformisation qu'on nous impose, de l'autoroute au supermarché, de rétablir les techniques du signe, déviées par l'intérêt privé et le profit, en vue de construire en nous l'homme générique dont parlait Marx ».

Insistons. Si la distinction n'établissait que des différences techniques, par un raisonnement rapide et un peu frivole, on serait amené à conclure que les mass media, en particulier ceux auxquels il a été fait allusion, ne serviraient qu'à prolonger la portée des messages. Or, remarque René Berger, « c'est cette position traditionnelle qui est mise en cause par l'avènement des nouveaux média. A nous donc de changer d'attitude pour contracter l'aptitude communicationnelle engendrée par les nouvelles structures de la méso et de la micro-télévision. La difficulté est d'autant plus grande qu'aucun problème n'en reste au niveau cognitif. Toute situation est conditionnée par des facteurs économiques, culturels et politiques qui exercent leurs contraintes sur la communication ». Vue théorique ? Pour se convaincre que la question se pose en ces termes-là, on prendra connaissance, en particulier dans la deuxième table ronde, des motifs ayant mis aux prises Mme Carole Roussopoulos et M. Joseph Pasteur. Sans être exhaustifs, ces « échanges » montrent pour le moins la difficulté qu'il y a non seulement de créer de nouveaux messages, mais aussi, et surtout, de savoir qui, le cas échéant, va les diffuser.

Sur la notion d'information

Information. Un mot qu'on retrouve à chaque instant. Chacun parle-t-il de la même chose lorsqu'il est question d'information ? M. Bosshard (première table ronde) voudrait savoir en quoi consiste par exemple l'information dite locale : une information ayant trait aux exploits de telle ou telle société locale, ou encore les annonces relatives aux chats perdus ? Est-ce plutôt, se demande M. Chammartin (première table ronde), quelque

chose qui consisterait à « créer l'événement » en réunissant les gens qui ont une opinion à exprimer sur tel ou tel problème ? Est-ce encore, d'une manière plus générale, un type d'information d'intérêt strictement local tendant à enserrer la communauté dans ses seuls problèmes et, ce faisant, tendant à la couper en partie du monde ? Ce n'est en tout cas pas le point de vue de M. Populus (quatrième table ronde). Il a pu se rendre compte que, lorsque le désir d'information est exprimé par la communauté, l'information souhaitée n'est pas limitée aux seules questions touchant la commune ou la région. M. Populus note que ce qui est important pour les habitants d'une commune, c'est de reconnaître quelqu'un sur l'écran : tel député, tel délégué du lieu, etc. Cela change complètement le rapport du débat lorsque s'expriment des personnes qu'on connaît, même si le sujet est éloigné dans l'espace. Voilà pour quelques approches, parmi d'autres, qu'on rencontrera au cours des débats portant sur l'information locale.

Et sur le concept brut d'information, a-t-on dégagé quelque chose de précis, de pertinent ? Il faut dire, en premier lieu, qu'aucune table ronde ne visait précisément à éclaircir ce point. Pourtant, à plusieurs reprises, il y a été fait allusion, plus ou moins obliquement, sans volonté réelle ou continue de la plupart des participants de s'y attarder trop longuement. Mais, lorsque M. Jean Oth, par exemple (deuxième table ronde), dit que « casser » les stéréotypes, c'est s'occuper du langage, manifestement, c'est vouloir engager la discussion sur le concept d'information, au sens technologique : la théorie de l'information. Cela aurait pu donner lieu à d'utiles précisions. Il n'a été que peu suivi sur ce terrain. Peu suivi, mises à part quelques interventions de M. Guy Milliard (troisième table ronde) et de Mme Josette Poinssac (quatrième table ronde). Il est vrai que la question n'est pas simple et qu'elle implique, au départ, des connaissances précises qu'il n'est pas aisé de formuler oralement.

Sans entrer dans le détail, à toutes fins utiles, on peut rappeler que les théoriciens de l'information

(C. Shannon, W. Weaver, etc.) considèrent que tout message (écrit par exemple) peut être caractérisé par un taux d'information allant de la banalité totale — la répétition en offre un exemple parfait — jusqu'à l'originalité totale. Et l'intelligibilité d'un message est liée à sa *redondance* (superfluité des mots). L'intelligibilité est maximum pour un message parfaitement banal, nulle pour un message parfaitement original. La question consiste donc à composer un message entre ces deux pôles. On parlera alors de mesure de l'information, de son taux d'information précisément par rapport à sa redondance. S'agissant du *visuel*, au sens large du terme, nombre de travaux ont déjà été entrepris dans une perspective informationnelle. C'est à quoi M. Otth, en particulier, voulait en venir lorsqu'il a parlé de *stéréotypes* *.

Outre cet aspect technologique de l'information, en partie laissé de côté répétons-le, la question s'est posée de savoir qui avait le pouvoir d'informer. Question de nature, par excellence, politique. Elle a trait aux rapports entre les différents pouvoirs établis et les différents types de communautés. Rapports aussi entre le pouvoir et les différents secteurs de la vie politique et économique. On la rencontrera notamment dans les discussions des troisième et quatrième tables rondes. Ici aussi, compte tenu des conditions particulières d'une table ronde : propos qui ne sont qu'en partie « échangés » (voir plus haut : « Sur la communication »), impossibilité d'envisager chaque cas particulier dans le détail, chaque législation, bref l'ensemble des conditions socio-économiques propres à chaque expérience, il n'a pas été procédé à une véritable analyse politique de l'information. L'approche, toutefois, a valeur d'indice, elle témoigne en premier lieu d'une prise de conscience accrue du rôle de l'information dans la vie publique d'aujourd'hui. Cette prise de conscience a-t-elle été accélérée par les média électroniques ou par l'expansion des média traditionnels ? S'agit-il plutôt de l'expansion

* Voir note 3 de la deuxième table ronde.

conjuguée de l'ensemble des média ? Pour répondre sérieusement à ces questions, c'est une table ronde tout entière consacrée à ce sujet qu'il faudrait. On ne peut donc qu'encourager les études dans ce domaine.

EN GUISE D'OUVERTURE...

Expériences suisses, utilisateurs publics ou privés, vidéo-animation, télévision communautaire... Avec ces quatre thèmes de réflexions avons-nous fait le tour, comme on dit, des questions relatives au télévisuel ? Le premier mérite de ces quatre tables rondes, à nos yeux, est de nous avoir fait entrer dans le maquis des questions ressortissant au télévisuel, directement ou indirectement — son contenu politique par exemple. Même si ce n'est que partiellement. Lorsque, en particulier, des questions ont surgi spontanément... du choc de quelques questions-sondes ou d'idées-sondes. D'autres tables rondes, d'autres colloques ou séminaires auront à établir point par point ce qu'on devine plus ou moins confusément aujourd'hui. L'enjeu de la télévision n'est pas limité, contrairement à ce qu'on a tendance à penser, à la seule télévision, pas plus d'ailleurs qu'aux méso et micro-télévisions ; il a partie liée — c'est le second mérite de ces tables rondes de nous l'avoir fait comprendre — avec un projet de société, comme l'a bien senti une personne dans le public (quatrième table ronde). Il est vrai que cette personne faisait allusion à la télévision communautaire. Mais le concept communautaire *, justement, est une projection de société, à venir. Dès lors, toutes les distinctions établies jusqu'ici ont de fortes chances d'éclater pour venir se fondre dans les questions globales de demain, celles concernant la communauté. C'est alors à l'intérieur de ces questions globales que devront s'inscrire celles relatives aux différentes TV, puisque, on l'a vu, elles sont indissociables des questions de l'information, laquelle à son tour est indissociable du domaine politique.

* Voir note 2 de la première table ronde.

Nous n'avons donc pas fait le « tour » des questions relatives au télévisuel, mais nous sommes entrés dans la « spirale » de questions qu'il provoque, spirale à laquelle faisait allusion René Berger un peu plus haut. C'est ainsi reconnaître que l'ensemble des questions ne sera peut-être jamais maîtrisé, pronostic qui devrait nous inciter à une attention d'autant plus soutenue à l'égard de tout ce qui se produit.

Louis SCHNEITER

PREMIÈRE TABLE RONDE

Les expériences suisses de télévision par câble

LES PARTICIPANTS :

MM. René Berger, Laurent Bosshard, Charles Chammarlin, Paul-Edmond Delay, Charles-Henri Favrod. La discussion est animée et dirigée par MM. Hervé Huguelet et Jean-Claude Marli (1).

LE THÈME :

Sur le thème « Les expériences suisses de télévision par câble », la discussion est engagée à partir des expériences réalisées à Yverdon, l'une dite « sauvage », à la fin de l'année 1972, une autre en 1973, puis de celles faites en 1973, approximativement à la même date (fin septembre, début octobre), à Fribourg et à Renens. A des titres différents, MM. Delay et Favrod ont participé aux expériences d'Yverdon, M. Chammarlin à celle de Fribourg, MM. Bosshard et Favrod à celle de Renens. Le professeur René Berger qui donne un cours expérimental à la Faculté des lettres de l'Université de Lausanne : « Esthétique et mass media : la télévision », témoigne ici de ce qu'il a vu en particulier à Renens. Il étend sa réflexion — aux titres d'information et de comparaison — à d'autres expériences, celles par exemple réalisées dans les pays anglo-saxons.

Deux notions, ou deux partis, d'emblée, sont à dégager : télévision locale et/ou télévision communautaire (2). Bien que le second terme fasse l'objet de la dernière table ronde, à plusieurs reprises il est abordé ici. Cela montre la difficulté de toujours bien les

Nous n'avons donc pas fait le « tour » des questions relatives au télévisuel, mais nous sommes entrés dans la « spirale » de questions qu'il provoque, spirale à laquelle faisait allusion René Berger un peu plus haut. C'est ainsi reconnaître que l'ensemble des questions ne sera peut-être jamais maîtrisé, pronostic qui devrait nous inciter à une attention d'autant plus soutenue à l'égard de tout ce qui se produit.

Louis SCHNEITER

PREMIÈRE TABLE RONDE

Les expériences suisses de télévision par câble

LES PARTICIPANTS :

MM. René Berger, Laurent Bosshard, Charles Chamartin, Paul-Edmond Delay, Charles-Henri Favrod. La discussion est animée et dirigée par MM. Hervé Huguelet et Jean-Claude Marti (1).

LE THÈME :

Sur le thème « Les expériences suisses de télévision par câble », la discussion est engagée à partir des expériences réalisées à Yverdon, l'une dite « sauvage », à la fin de l'année 1972, une autre en 1973, puis de celles faites en 1973, approximativement à la même date (fin septembre, début octobre), à Fribourg et à Renens. A des titres différents, MM. Delay et Favrod ont participé aux expériences d'Yverdon, M. Chamartin à celle de Fribourg, MM. Bosshard et Favrod à celle de Renens. Le professeur René Berger qui donne un cours expérimental à la Faculté des lettres de l'Université de Lausanne : « Esthétique et mass media : la télévision », fera ici de ce qu'il a vu en particulier à Renens, et sa réflexion — aux titres d'information et de comparaison — à d'autres expériences, celles qui ont été réalisées dans les pays anglo-saxons.

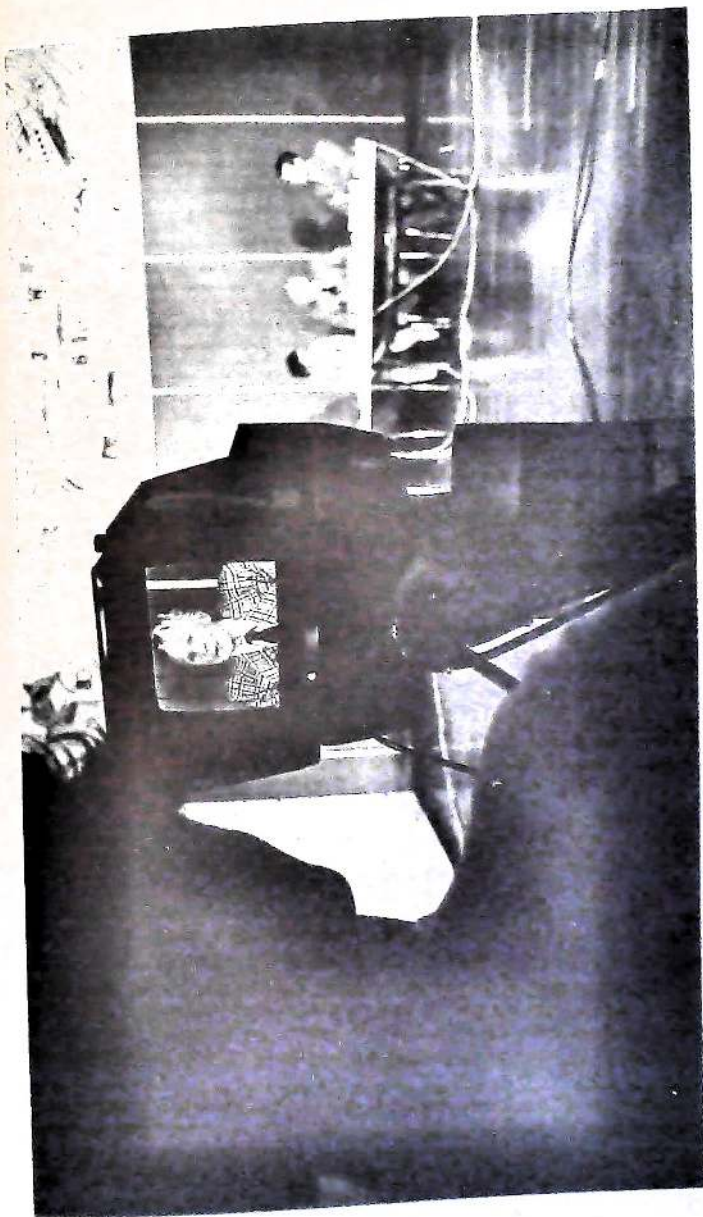
Deux notions, d'ailleurs, d'emblée, sont à dégager : télévision communautaire (2). Bien que ce terme fasse l'objet de la dernière table ronde, plusieurs reprises il est abordé ici. Cela montre la difficulté de toujours bien les

distinguer. On saisit immédiatement, aussi, qu'ils mettent en jeu des intérêts dont le moins qu'on puisse dire est qu'ils sont très différents.

RÉSUMÉ :

Après une rapide évocation des expériences yverdonnoises, expériences qui ont eu au moins le mérite, selon M. Favrod, de poser le problème de la télédiffusion, « par intrusion », même s'il a fallu payer une amende (165 fr.) pour la première, il est observé que celle de Fribourg, elle, était autorisée, la demande ayant été faite au printemps de l'année 1973. Celle de Renens, en revanche, a été réalisée dans des conditions particulières. La demande d'autorisation, au départ, n'aurait pas été faite de manière tout à fait correcte. M. Favrod estime alors que les journaux de Lausanne (« 24 Heures », « Tribune-Le Matin ») et le « Journal de Renens » ont exercé, en quelque sorte, une pression en s'étonnant notamment que M. Bonvin, alors chef du Département fédéral des transports et communications et de l'énergie, n'accorde pas la concession nécessaire. La concession, finalement fut accordée « in extremis ».

M. Huguelet souhaite que la discussion parvienne à établir une synthèse des trois expériences. Et la première question vient tout de suite : quel intérêt ont manifesté les personnes ayant suivi les émissions ? Quel fut le nombre de ces personnes et quels furent les programmes les plus appréciés ? interroge M. Marti. Ces questions se sont-elles posées de la même manière à Yverdon, à Fribourg et à Renens ? Des différences de conception, au départ, ont-elles impliqué des réalisations de tout autres natures, auquel cas la participation du public — dans la mesure où il est vraiment possible de l'apprécier — serait à considérer séparément ? Voilà une première série de questions. Et si c'était à refaire ? A Yverdon, Fribourg et à Renens : quelles leçons tirer des premières expériences ? Quelles seraient les principales modifications ? Comment la presse écrite est-elle, pour qui ? La collaboration dans l'avenir ? Et comme nous sommes dans une perspective locale, que nomme-t-on exactement « information locale » ? Mais reprenons dans l'ordre. Comment les programmes de ces premières expériences ont-ils été appréciés ? A Fribourg par exemple...



SÉANCE D'OUVERTURE
DE SAVI 74

Les discours étaient transmis
au public par l'Eidophor.
De gauche à droite :
Claude Richardet, directeur
du Centre d'animation
cinématographique,
René Berger, président
d'honneur de SAVI 74,
Jean-Claude Nicole,
administrateur de Sonor S.A.
(Photo D. Vittet)

LA DISCUSSION

M. CHAMMARTIN explique qu'après les dix jours d'émission, une enquête a été effectuée auprès des deux mille téléspectateurs à l'époque raccordés au teleréseau de Fribourg. Deux cents réponses sont parvenues aux responsables, soit le 10 % des téléspectateurs. Ce n'est pas mal, estime M. Chammartin. Mais la valeur de l'enquête est fonction de ces 10 % bien entendu. Sur ces 10 %, les téléspectateurs, d'une manière générale, étaient satisfaits de l'expérience. Il y eut certes des remarques très négatives, mais très rares. Le souhait avait été exprimé de faire des enquêtes par téléphone pendant les émissions. Pour une question pratique, cela n'a pas été possible.

« Ce n'était pas tellement notre problème de savoir comment nos émissions seraient acceptées, commente M. Chammartin. Pour nous, la première chose à résoudre, et aussi la plus difficile, c'était l'obtention de la concession : comment ouvrir cette porte qui nous semblait absolument fermée ? Ensuite, il fallait savoir si, sur le plan technique, nous étions à même de réaliser des images parvenant jusqu'aux téléspectateurs. Ce n'était pas tellement évident, même si nos techniciens déclaraient que c'était chose facile.

» Ensuite, ce fut pour nous l'occasion de tester notre capacité de travailler. Si bien que l'impact de nos émissions ne nous a intéressés qu'en second lieu. Il était plus important de voir ce que nous avions fait, de façon à élaborer notre méthode, afin d'arriver, peut-être, à quelque chose de plus valable dans un deuxième essai. »

A Renens, au sujet également des impressions des téléspectateurs, une série de questions intitulée « Enquête auprès des téléspectateurs » fut distribuée dans toutes les boîtes aux lettres de l'agglomération (11 700 exemplaires) le jeudi ou le vendredi précédant l'ouverture de Suburba (3). Cette grille de questions fut publiée par la « Tribune-Le Matin », « 24 Heures » et le « Journal de Renens ». Dans le même temps, de nombreux articles et communiqués présentant l'expérience de télévision locale (TVL) de Suburba furent publiés par ces journaux. Quelques groupes de téléspectateurs avaient été constitués en vue de suivre l'expérience : un groupe de personnes âgées,

deux groupes dans des usines, le « Photo-Club » d'une entreprise, un groupe de jeunes ménages. Le résultat ? On appréciera pour commencer le nombre des réponses reçues :

* *Distribution à tous ménages* : quarante questionnaires sont revenus remplis.

* *Questionnaires remplis à Suburba* : zéro.

* *Questionnaires publiés par les trois journaux cités* : deux réponses (dont l'une d'un lecteur regrettant de n'être pas relié au télé-réseau).

* *Questionnaires remplis par des membres du personnel des usines* : dix-neuf exemplaires.

* *Lettres reçues* : huit (le questionnaire distribué à tous les ménages proposait aux téléspectateurs de répondre sur papier libre si tel était leur désir) (4).

M. BOSSHARD, pasteur, animateur à la réalisation, pense qu'on est loin du chiffre de Fribourg. Mais la qualité des réponses, en revanche, était intéressante. Il mentionne que les responsables ont été aidés dans le dépouillement par deux sociologues de l'Institut des mass media de l'Université de Lausanne.

On se rend compte, commente-t-il, que les gens ont préféré ce qui était local (5), ce qui était en direct, par rapport au préenregistré (« Enfin on comprend le langage, c'est notre langage qui a été utilisé dans ces émissions »).

M. Bosshard fait remarquer ensuite qu'au fur et à mesure où l'expérience se déroulait, le préenregistré a été remplacé par du direct, par des apports personnels de téléspectateurs. Téléspectateurs qui sont venus offrir spontanément leur contribution.

« La caractéristique de l'expérience de Renens a été une participation ouverte à un public qui, dans une agglomération très peu centralisée, où les moyens de communication sont difficiles, a pris progressivement conscience de ce qui se passait. »

Peut-être aurait-il fallu continuer l'expérience, estime M. Bosshard, pour effectivement tester ce qui allait se passer.

« Il y a sept à huit mille abonnés au télé-réseau, cela fait 20 000 téléspectateurs potentiels. Je pense que peu de gens ont été conscients de ce qui se passait. C'est probablement que les choses se sont montrées « ouvertes », avec des possibilités de participation. »

M. MARTI : « Il semble donc que sur un temps très court, à Renens, les gens aient été sensibles à une certaine simplicité, peut-être aussi à une certaine spontanéité. Avant de poser la question à M. Delay, je vais la poser à M. Favrod qui fut également associé à l'expérience de Renens. Votre point de vue est-il semblable à celui de M. Bosshard ? »

M. FAVROD : « Nous n'avons pas fait d'enquête. Je vous rappelle que je n'étais à Renens que mandataire des deux ou trois journaux, dans la mesure où le « Journal de Renens » se trouvait associé à « 24 Heures » pour ces séquences d'information. Il avait été convenu qu'on ne devait pas dépasser 20 minutes ; c'est ce que M. Bosshard appelle les émissions préenregistrées. Nous n'avions, nous, pas droit au direct : donc nous ne pouvions pas faire autre chose. Nous étions dans une situation désagréable dans la mesure où nous n'étions pas du tout associés à cette expérience. »

« Dès l'expérience engagée, les journaux ont été considérés comme des intrus. C'est une situation extrêmement désagréable. Dès lors, nous n'avons pu participer qu'en apportant une sorte de « module » qui était effectivement une émission préenregistrée. C'était tout de même une émission locale. Et je crois qu'il faudrait préciser qu'il s'agissait là de ce qu'on appelle la télévision locale, étant entendu que ce que M. Bosshard et les animateurs autour de lui voulaient faire, c'était la fameuse télévision communautaire*. Il s'agissait donc d'émissions locales ; il fallait trouver, dans la journée, de quoi faire, le soir, une sorte de petit bilan. »

M. Favrod fait ensuite allusion aux reproches adressés par les animateurs à lui-même et à son équipe, au sujet d'une émission montrant un ballet antillais de passage,

* Voir à ce sujet la note 2 de ce chapitre.

présenté dans les décors HLM de la région. Ici pourrait s'engager une longue discussion non seulement sur la distinction qu'il y a lieu de faire entre télévision locale et télévision communautaire, mais encore sur l'opportunité ou l'adéquation de tel sujet ou de tel autre, dans tel type de télévision. Il faut y renoncer pour l'instant, compte tenu de ce que les images en question, partant l'émission en cause ici, **serait à voir d'abord**, ce qui ne saurait être le cas pour la majorité des personnes qui lisent ces lignes. Il faut remarquer toutefois, que du point de vue de M. Favrod, l'émission critiquée, ressortissait, précisément, au concept de télévision communautaire. Impossible de trancher. Au reste, quelle instance pourrait aujourd'hui le faire ?

Il faut encore mentionner un certain climat dont se plaint M. Favrod. Climat qui ne rend compte, bien sûr, que de l'expérience de Renens.

« Nous étions en permanence, explique M. Favrod, l'objet d'une critique dure. Ce que nous savons, c'est que ces émissions (N.d.l.r. : **celles préenregistrées**) ont été vues avec les autres. Et qu'il y avait beaucoup d'émissions en continuité à Renens. On en a beaucoup parlé : il y a certainement eu, pour nombre de personnes la possibilité de se défouler. Dans la mesure où la télévision communautaire, c'est cette possibilité* de défoulement, il reste à savoir si tout le monde voulait participer au défoulement de quelques-uns. »

M. Favrod dit encore que lui et son équipe ont été très satisfaits de participer à l'expérience lors même qu'ils y étaient extérieurs, du premier jour au dernier.

Une expérience singulière

En ce qui concerne Yverdon, M. Delay attire tout de suite l'attention sur la deuxième expérience. Elle est très différente des expériences de Fribourg et de Renens. Centrée exclusivement sur les élections locales de la fin de l'année, elle ne peut être comparée aux premières.

* Il faut remarquer que c'en pourrait être une, sans pour autant qu'elle soit réductible à cette acception.

M. DELAY dit que la situation était telle, à Yverdon, que chacun s'attendait à un changement de majorité. Il a semblé intéressant aux initiateurs de l'expérience de voir dans quelle mesure une télévision locale pouvait contribuer à conduire les citoyens aux urnes. Déception, avoue M. Delay, puisque le pourcentage de participation a continué à baisser. On ne saura jamais, ajoute-t-il, si ce pourcentage aurait continué à baisser, un peu plus, ou un peu moins, avec ou sans télévision locale.

« Nous avons fait un vague sondage par l'intermédiaire du « Journal d'Yverdon » qui distribue (sauf erreur) environ 8000 exemplaires dans la région, dont 4000 à 5000 pour la ville d'Yverdon. Nous avons reçu quatre-vingts réponses. Mieux vaut ne pas en parler. Je ne voudrais pas utiliser ces chiffres pour en tirer des conclusions. Ce qui est important, c'est que les émissions ont été vues. Le test le plus simple, ce sont les discussions qui ont suivi l'expérience. Tout le monde a dit : **C'était bien, c'était ceci ou cela, on a vu...** etc. Nous avons l'impression que beaucoup de personnes ont suivi les émissions. Les restaurants dans lesquels un téléviseur avait été mis à la disposition du public étaient pratiquement pleins tous les soirs. »

Ce qui a le plus intéressé les téléspectateurs à Yverdon ? Ce sont les annonces des résultats, d'autant que la majorité a basculé ; une autre séquence, également, faite **sur le vif**. On avait appris que dans un village voisin, il y avait un problème entre paysans : une histoire de sangliers. L'équipe partit alors interviewer les paysans. Là, raconte M. Delay, nous avons eu « un très bon morceau », de la « télévision-vérité » ; et cela a passé le soir. Il y eut aussi des séquences dans la rue, lorsque les gens ne savaient pas très bien ce qui se passait. C'est, en gros, selon les premières estimations, ce qui semble avoir plu au public concerné. M. Delay souligne encore que, compte tenu de la situation politique, il n'a pas paru souhaitable — dans une première phase et surtout dans la phase exploratoire de télévision locale — de « politiser » le débat avant les élections. « Nous avons fait de la télévision très neutre, très froide, avant les élections, parce que nous voulions être à l'abri d'accusations venant de tel ou tel parti. Nous ne voulions pas être accusés **d'avoir fait le basculement ou de l'avoir empêché.** »

M. MARTI remarque alors que dans les trois villes, les journaux, avec plus ou moins de succès, ont été intéressés par l'expérience. Se fondant sur les propos de M. Favrod, il pense que c'est à Renens que les problèmes cruciaux ont été posés. M. Bosshard pourrait-il répondre sur ce point à M. Favrod : cet antagonisme entre journaux et une télévision plus régionalisée, plus **amateur** en quelque sorte ?

M. BOSSHARD : « Je pense qu'il faut d'abord dire comment s'est déroulée l'expérience de Renens. Au départ, cela devait se passer en circuit fermé, dans le cadre d'une exposition régionale (Suburba) qui a lieu tous les deux ans. Le thème du stand du « Service intercommunal d'électricité » (SIE) se proposait de montrer ce que pourrait être une télévision locale. Le premier objectif étant de rendre le public sensible aux possibilités de participation à la vie de la cité. Est venue se greffer la question de la concession qui a mis en piste un nouveau partenaire, PRO-DELOC (6), qui n'était pas prévu au départ puisque, précisément, cela devait se passer en circuit fermé. »

La presse, oui mais laquelle ?

Il est vrai que la presse, reconnaît M. Bosshard, s'est imposée comme partenaire pour demander la concession. Encore faudrait-il se demander quelle presse selon lui. Il s'agit, ajoute-t-il, de « 24 Heures », de « Tribune-Le Matin », et du « Journal de Renens ».

« On pourrait se demander s'il n'y a pas d'autres journaux lus, sur une place d'environ 30 000 habitants. Je pense que « Construire », « La Suisse », auraient pu débiter, « Coopération »... Je pense qu'il faut se poser la question : qu'est-ce que la presse locale ? Est-ce le journal qui a le plus gros tirage. Ou est-ce, comme à Fribourg, l'ensemble des journaux lus sur la place ? A Fribourg, ils sont aussi édités sur place, ce qui change un tout petit peu la question. Mais, indépendamment de cette question fondamentale (lors d'une prochaine concession on pourrait se demander si tel journal suisse-allemand n'aurait pas droit à être partenaire dans la demande de concession ?), je pense qu'on est en droit de se demander : qu'est-ce que l'information locale ?

» Si je lis le journal local, qu'il soit de Pully ou de n'importe quel bled du canton de Vaud, j'y lis des informations en majeure partie déjà lues ailleurs ; les exploits de la société locale, qu'elle soit de philatélie ou de football, les annonces des chats perdus et des portemonnaie retrouvés. Je pense qu'il y a toute une réflexion à conduire sur le problème de l'information locale. Et je ne suis pas du tout d'accord avec M. Favrod au sujet des ballets parce que je crois que là, précisément, il s'agissait de copie de la « grande télévision » : c'était une information qui nous venait de l'extérieur. Il existe une série de problèmes qui sont sous-jacents à la communauté et que seule la communauté peut exprimer. Je ne suis d'ailleurs pas sûr que les journaux typiquement locaux en fassent écho. »

M. MARTI : « Je vais redonner la parole à M. Favrod pour répondre à M. Bosshard sur ce dernier point. »

M. FAVROD : « Il ne s'agit pas d'épiloguer là-dessus. La question de M. Bosshard est très bonne. Ces journaux sont ceux auxquels on a fait appel parce qu'il s'agissait d'obtenir la concession. C'est tout. Si ces journaux n'étaient pas intervenus, il n'y aurait pas eu de concession. C'est à vous (M. Bosshard) de dire pourquoi vous n'avez pas appelé « Construire » ou « Coopération » à votre secours. Tout aurait été simple. Et pourquoi pas « La Gazette de Lausanne » aussi ; pourquoi pas des journaux suisses allemands, et pourquoi pas des journaux espagnols ou italiens étant donné la présence italienne et espagnole ?

» La collaboration technique avec les journaux était passionnante : nous avions tout à coup des journalistes qui commentaient la TV et qui devaient apprendre à faire des images, à se comporter autrement que des journalistes de presse écrite ; cela fut une expérience épatante avec les journalistes qu'on nous a confiés deux jours avant. On n'a même pas utilisé ces deux jours pour les préparer, il a fallu faire des émissions, il a fallu que tout à coup quelque chose fût sur bande. A ce titre, je crois qu'un journaliste est quelqu'un de nécessaire au développement d'une TV locale et régionale vu que son

rôle est d'être un informateur. Il reste à savoir s'il doit être un informateur dans le cadre strict de son journal ou, au contraire, dans le cadre d'une réunion d'intérêts que représente la TVL. Mais il est clair que, finalement, ils font leur métier fort bien. »

M. MARTI : « Je vais demander à M. Berger, qui est neutre puisqu'il n'a participé à aucune des trois émissions et qu'il n'a été lié en aucune façon à un journal, si l'on va, selon lui, continuer à associer la presse à des expériences de télévision locale ? »

M. BERGER fait préalablement remarquer que les expériences de télévision dite par câble, en se fondant sur le critère technique, changent fondamentalement selon le contexte social, politique et culturel. Essayons d'aller un peu au-delà des frontières !

« Une télévision par câble(s) est impensable en Chine, parce que la nature des relations dans les communes est telle que l'intervention du câble n'est pas concevable. Les relations dans les différents Etats africains — prenons l'exemple du Zaïre — entre les habitants et la TV sont telles, que cette dernière est créée essentiellement pour faire naître une unité nationale ; je ne dis pas qu'il s'agit d'arriération, je dis simplement que, dans ce contexte socio-culturel et politique, la TV par câble n'est pas pensable. Dans le cadre des USA et du Canada, où la communication se développe très fortement par la presse en particulier, la radio et la TV, il existe une télévision commerciale qui est exactement comme la presse associée aux commanditaires, aux publicitaires, dans des proportions qui varient bien entendu. Vous avez des télévisions dites éducatives, la télévision payante — pour laquelle on s'abonne — plus toute une série (et c'est là où je rejoins la situation des trois expériences dont il a été question) de télévisions qui essaient d'animer une vie communautaire ou locale, avec ou sans collaboration de la presse, le plus souvent en collaboration avec un réseau commercial qui exploite le câble.

» Donc il n'y a pas une réponse sous la forme d'une alternative. D'autres termes méritent d'être signalés. Dans le cas des expériences évoquées jusqu'ici (même si je

n'y ai pas été mêlé directement, je me suis tout de même rendu à Renens), je crois qu'on ne peut pas juger simplement en comparant les produits TV et les produits TV locale ou de méso-télévision. Un exemple ?

» J'ai été très frappé par une émission qui s'appelait « Colonie de vacances ». J'étais dans un salon où j'ai vu que les gens qui regardaient l'écran étaient en état de connaissance, si ce n'était de complicité affective avec les enfants, avec le directeur de la colonie de vacances. Et brusquement, j'ai compris que moi, à 15 kilomètres, j'étais un étranger. Autrement dit, que celui qui était à l'extérieur a tendance à regarder ce qui se passe sur l'écran en fonction du conditionnement spectaculaire qu'implique la macro-télévision, ou « grande télévision », tandis que, pour l'habitant de Renens, il y a, il y avait comme une affectivité déclenchée par l'écran. »

M. BERGER reprend ensuite le terme de « défolement » qu'avait émis M. Favrod au sujet de la télévision communautaire pour estimer :

« Quant au terme de défolement, je le reprendrais dans un sens positif. Il y a une vertu cathartique de l'écran. On peut l'utiliser en voyant des romans policiers, en tuant par procuration, etc., mais aussi, effectivement, une vertu d'épuration, à l'occasion de la vision de certains problèmes ou manifestations d'humour — raillerie à l'égard des autorités, par exemple, que donne l'écran TV de type local. Je n'ai peut-être pas bien répondu à la question car je ne voulais pas être pris dans l'alternative : presse, pas presse. Il existe d'autres caractères et d'autres modalités de collaboration. »

En ce qui concerne la presse écrite et son éventuelle participation à d'autres expériences, celles à venir, M. Marti pose les mêmes questions à MM. Chammartin, Delay et Bosshard. Au préalable, il demande à M. Berger de vouloir bien préciser les termes : « macro-télévision », « méso-télévision » et « micro-télévision ». Comme il a déjà été fait allusion à cette distinction dans l'introduction, il n'a pas paru nécessaire de répéter ici ce qui, dans le vocabulaire de l'audiovisuel — ou son « langage » ? — est presque devenu « classique », à preuve les

articles dans les revues spécialisées où ces termes sont repris fréquemment.

M. MARTI pose alors la question à **M. Chammartin** : « Si l'expérience de Fribourg devait être renouvelée, se ferait-elle en collaboration avec la presse ou choisirait-on une autre voie ? »

M. CHAMMARTIN évoque d'abord les craintes, voire l'opposition de la presse en général* à l'égard de la télévision locale. C'est l'argument connu : crainte de la concurrence, notamment en ce qui concerne les revenus provenant de la publicité. S'agissant plus particulièrement de la presse fribourgeoise, il dit ne pas connaître exactement les motifs ayant incité cette dernière à participer à l'expérience.

« Je crois que la presse voulait faire l'expérience plutôt que de s'y opposer, au risque d'avoir à supporter et subir les effets de la télévision locale. Elle a donc très bien joué le jeu et fut extrêmement utile. »

M. Chammartin met ensuite l'accent sur la participation positive de la presse écrite : les journalistes, avec un peu d'entraînement, selon lui, peuvent passer de la presse écrite à celle dite audiovisuelle. Les gens de presse, toutefois — le reproche a été formulé — ont essayé d'imiter ce qui se fait à la macro-télévision. L'expérience a cependant été intéressante et le résultat obtenu n'aurait pu l'être sans le concours de la dite presse. Nous avons des projets, ajoute **M. Chammartin**, où la collaboration de la presse sera utile ; dans d'autres, elle le sera moins, par exemple dans le domaine de l'école en vue d'une télévision scolaire. Là, « nous n'aurons probablement pas besoin de journalistes ». Au sujet de l'information au niveau communal, les journalistes pourront jouer un rôle. « Dans les séances de la Communauté de travail pour la télévision locale (TVLF), nous essayons de définir dans quelle mesure la TVL peut être un prolongement du journal et

* Mais peut-on parler de la presse comme s'il s'agissait d'une entité ? A la pluralité des organes de presse, comme à leur diversité, ne correspond-il pas une pluralité d'attitudes nécessitant, elles aussi, une pluralité d'analyses ? Ou alors, lorsqu'on parle de la presse en général, ne faudrait-il pas se limiter, dans cette acception, à la nature de son support, c'est-à-dire à son caractère d'imprimé ?

dans quelle mesure les éditeurs ou les journalistes peuvent faire avec la TVL quelque chose qu'ils ne pourraient pas faire à l'intérieur du journal. »

M. Chammartin estime par exemple que les journalistes pourraient en quelque sorte « créer l'événement ». On le peut, dit-il, par la TVL. Cela consiste à réunir dans une salle, des personnes qui ont une opinion à exprimer sur tel problème. « Nous travaillons très sérieusement à la définition de champs d'activités différents ; et certains d'entre eux se feront avec la presse. »

M. DELAY, lui, voit le problème différemment. Il pense que nous sommes dans une période d'expérimentation. Il faut attendre que l'article constitutionnel sur la radio et la télévision (7) soit adopté, et, du même coup, celui de la télévision par câble. Il s'agira de définir l'organisation et la forme d'exploitation des sociétés de TV locale. « Il paraît, a priori, tout aussi inéquitable que s'établisse un monopole communal, un monopole politique ou encore un monopole privé. Il s'agira donc de faire une TV sous la forme d'une association dans laquelle la presse devra avoir sa place comme tous les autres groupes d'expression. »

Afin de savoir si oui ou non la TV locale est préjudiciable à la presse écrite, **M. Delay** envisage l'expérience suivante. Sur une période d'une année et demie, par exemple, on exclurait durant six mois la presse écrite de l'expérience. Après quoi, selon lui, on pourrait se rendre compte si la TV locale est bénéfique ou non à la presse écrite. « C'est seulement à ces conditions-là que nous pourrions reposer la question. » **M. Delay** fait aussi allusion aux recettes publicitaires dont il a déjà été question et pense qu'en définitive la presse écrite est à la fois opposée et intéressée par la télévision locale. Il espère que les expériences continueront, qu'elles seront nombreuses, non seulement en Suisse romande mais dans tout le pays.

M. MARTI repose enfin la même question à **M. Bossard** pour lequel, on s'en souvient, l'expérience de Renens n'a pas répondu complètement aux espoirs mis en elle.

M. BOSSHARD dit que son groupe s'oriente vers une « vidéo-animation ». « Je pense que les expériences de

Fribourg, de Renens et d'Yverdon ont péché par jeunesse. Personne ne savait ce qu'était la TV locale. Il fallait se lancer à l'eau. Il y eut des hauts et des bas.

» Personnellement, et en relation avec ce qui se passe en Belgique, je suis persuadé que la TV locale n'aura de sens que dans la mesure où il y aura des groupes de personnes divers qui pourront participer à des émissions, même sans concession au départ. Cela dit, j'appuie la remarque de M. Chammartin selon laquelle l'association devra être très large. Les structures politiques ne donnent précisément pas la voix à tout le monde. Je pense notamment aux étrangers qui, par le biais des institutions politiques, n'ont pas le droit à la parole. Il serait souhaitable qu'ils fassent partie, par leur présence — si faible soit-elle — comme la presse, comme d'autres, de cette exploitation du câble. »

Question dans la salle d'un assistant, collaborateur d'un journal : « Evidemment que « Construire » (comme « Coopération » et d'autres) aurait participé si on lui avait posé la question. Mais je crois que M. Bosshard a mal posé la question et que M. Favrod a très bien répondu en disant qu'on avait appelé les deux journaux dont on avait besoin pour obtenir la concession (à Renens). Ce n'est pas de journalistes dont vous aviez besoin mais probablement des éditeurs, comme vous aviez besoin des sociétés de câble dans les trois cas, parce qu'il était posé. Que se passe-t-il en Valais ? Que va-t-on faire dans les vallées écartées, celles qui auraient besoin de la TV communautaire et qui ne l'auront pas, parce que ça ne paie pas et que cela fait trop de kilomètres. Il ne faut pas éviter le débat de fond : nous sommes dans un système de capitalisme plus ou moins libéral, donc il faut des capitaux pour fabriquer un « truc ». Et la TV, c'est le domaine des gros capitaux. »

M. HUGUELET demande à M. Delay quelles sont les villes ou les régions câblées qui pourraient justement faire une émission ou une expérience de TV locale.

M. DELAY : « Je me contenterai d'énumérer quelques villes de Suisse romande : La Chaux-de-Fonds, Le Locle, Fribourg, la région de Renens, Yverdon, Vallorbe, Sion,

Sierre, Châtel-Saint-Denis, Delémont, Tramelan ; j'en oublie certainement, mais ce sont de petits réseaux. Si je vous ai bien compris (répondant ici à l'interlocuteur précédent), vous avez dit que c'était seulement dans les régions riches qu'un réseau avait des chances de s'implanter. Nous constatons que c'est le contraire : quand nous arrivons dans une ville, que nous commençons à câbler les quartiers, c'est surtout dans les quartiers à revenus moyens, voire modestes, que nous avons le plus grand succès, et non dans les quartiers à revenus élevés. »

Le même assistant : « Je me suis mal exprimé, je voulais dire les régions où la densité assure un rendement. »

M. MARTI souhaite connaître quelles sont les demandes déposées au département fédéral compétent depuis cette date, et quelles sont les suites qu'on donne aujourd'hui à ces demandes.

M. DELAY : « Je n'ai pas les chiffres complets. Mais je peux vous dire qu'à la fin de ces trois expériences, il y avait environ une quinzaine de demandes pour de courtes durées. Le département en question nous a demandé si nous souhaitions encore voir octroyer des concessions. Connaissant les frais qu'engagent de telles expériences, je me suis opposé à ce que l'on continue d'octroyer de petites concessions, demandant plutôt qu'on octroie une fois des concessions d'une durée minimale de six mois. A l'heure actuelle, quelques demandes de concession (j'en connais deux ou trois) sont déposées pour une expérience devant durer six mois ou une année et demie. Quelques-unes, semble-t-il, aboutiront en 1975, et cela pour des durées allant jusqu'à dix-huit mois. »

M. BERGER : « Quels sont les projets d'Yverdon ? »

M. DELAY : « Les projets d'Yverdon (puisque c'est de là qu'émanait l'une de ces trois demandes) sont d'essayer d'obtenir une concession pour une durée d'une année et demie. Cette concession serait établie en étroite collaboration avec le service du Département des transports et communications et de l'énergie qui désire obtenir le plus

grand nombre de renseignements sur une expérience de longue durée. Parce qu'il faut le souligner, l'enthousiasme dure, mais pas 18 mois. On souhaite aussi connaître comment on peut régler les problèmes financiers d'une TV locale. On a ainsi défini les buts de cette future TV locale : **elle doit renforcer la communication et la participation**. On s'aperçoit qu'une démocratie telle que la nôtre ne peut subsister que si le citoyen participe activement à la vie politique et publique de sa commune. C'est une des premières démarches que le département en question entend entreprendre ou réaliser par l'octroi de nouvelles concessions. Dans une expérience d'une année et demie — il ne faut pas se leurrer ! — on ne pourra pas faire des expériences tous les soirs dans une ville comme Yverdon, mais, **d'une heure à une heure et demie au maximum par semaine***, avec peut-être la possibilité d'intervenir avec des émissions spéciales, suivant les besoins. Nous envisageons également de former une association d'intérêts groupant la communauté publique, les communautés privées, les syndicats, les groupements patronaux, etc., pour représenter une pluralité d'opinions.

* Le même département nous a demandé de prévoir un type d'information, notamment, où **M. Tout-le-monde** viendrait seul devant la caméra dire ce qu'il pense de l'autorité, de sa concierge, etc. Nous en avons parlé lorsque j'étais à Berne en compagnie du syndic de ma ville et du municipal à la culture ; tous deux ont alors dit qu'il n'était pas question que le simple citoyen vienne critiquer devant tout le monde « ce que nous faisons à la sueur de notre front... ». Cela démontre en fait que l'autorité elle-même n'est pas mûre pour une TV qui ne serait plus locale, mais pratiquement communautaire. Cela montre aussi, qu'à ce niveau-là, on doit être très prudent. »

M. HUGUELET : « Je souhaiterais revenir rapidement, et pour terminer, sur le sentiment de M. Berger, face au programme qu'il a vu à Renens et au sujet des **Colonies de vacances** : il se sentait étranger à quinze kilomètres de sa commune. A votre avis, est-ce une bonne chose ou, au contraire, une régionalisation trop poussée ? »

* C'est nous qui soulignons.

M. BERGER : « Je pense que la destination du message est différente. Et c'est probablement un point qui mériterait d'être développé. Si l'on a affaire à une TV qui a une aire de diffusion très considérable, il est évident qu'on ne peut avoir qu'un certain type de message télévisuel. »

DEUXIÈME TABLE RONDE

Les utilisateurs privés et publics

LES PARTICIPANTS :

MM. Robert Harl, Jean Othé, Joseph Pasteur et Mme Carole Roussopoulos. La discussion est animée et dirigée par MM. Jean-Claude Marli et Claude Richardet (1).

LE THÈME :

Sous le titre « Les utilisateurs privés et publics », cette table ronde a donné lieu à des échanges assez vifs. A-t-il été exclusivement traité du thème proposé ? En partie oui ! En partie non ! Le lecteur jugera. A chaque instant, les termes « public » et « privé » engagent, de la même manière qu'en ce qui concerne la TV locale et la TV communautaire, des intérêts tellement différents, pour ne pas dire divergents, qu'ils finissent pas cacher en partie la question de la vidéo quant à sa nature même d'abord, avec toutes les composantes qu'elle contient ensuite : production, coût, diffusion, impact, etc. La question pourrait dans un premier temps se résumer ainsi : produire des bandes vidéo ? Oui ! Mais destinées à qui ? Questions corollaires : comment les diffuser, et qui les diffusera ? En d'autres termes encore, les dites bandes auront-elles plus de chances d'être diffusées — « reprises » — par une chaîne nationale par exemple, si les « contenus » ne sont pas de nature politique ? Si, disons-le, ces contenus sont relativement aimables, divertissants... compte tenu de tout ce qu'il est possible de « faire entrer » sous cet adjectif ? Au contraire, une bande produite par un groupe politique constitué et se présentant comme tel, ou d'inspiration politique, n'aura-t-elle aucune chance de passer à l'antenne de la

« grande TV » ou macro-télévision ! Et, hors antenne nationale (ne sont pris ici en considération que des exemples européens : impossible donc de parler de télévision dite commerciale ou privée telle qu'elle existe aux Etats-Unis), quelles sont les chances de ces bandes d'accéder à un marché ? En France par exemple ! Et cette notion de « contenu » est-elle assimilable à ce qu'on définit dans l'écriture le contenu par rapport au contenant ? Et n'existe-t-il pas déjà, dans les expériences de macro-télévision, une confusion qui se serait introduite par abus ou par extrapolation, confondant ainsi « contenu » et « programme », « contenu » et « thème », voire « contenu » et « sujet », oubliant peut-être que « contenu », ici, est d'abord affaire de support et que le support télévisuel n'est réductible à aucun autre et vraisemblablement pas au support textuel ? Serait-ce alors qu'il existe un « langage télévisuel » propre ? Dans tous les cas, il en sera souvent question. D'ores et déjà, on prend acte que des groupes existent, que des individus produisent des vidéos, en dépit des difficultés de langage, encore une fois, auxquelles nous sommes confrontés dès lors que nous passons du parler au voir. Plus encore lorsque nous avons à rendre compte, par la parole, par l'écrit, de ce nouveau voir qui est en train de s'instaurer.

RÉSUMÉ :

La discussion « illustre » d'emblée ce flou, hâtivement résumé ci-dessus, quand il s'agit de parler de la vidéo. C'est d'abord l'usage des mots qui est en partie mis en échec. Ce sont les tentatives de classement des groupes ou des individus qui se montrent, elles aussi, en partie arbitraires. L'identité des groupes comme leurs intentions ne sont pas toujours définies de manière stable, stratifiée : tout peut changer. Il y a les intentions qu'on prête aux groupes et aux individus dans un dessein légitime de les ranger par catégories, d'exploration, donc inclassables. En cela, rien qui ne puisse se dégager avec la certitude de cerner correctement les questions. La vidéo, dès lors qu'on en parle, introduit les mêmes doutes qu'elle instaure volontairement dans certains cas sur le réel, sur la notion de temps très souvent, quelquefois aussi sur notre perception de l'espace.

Ainsi, M. Joseph Pasteur, ex-collaborateur de l'ORTF, travaillant maintenant pour le groupe Ha-

chette, ne veut pas représenter les puissances d'argent, catégorie dans laquelle M. Marti voulait le situer au point de départ de la discussion ; Mme Rousopoulos, mettant en doute l'opportunité de cataloguer les groupes et les individus, ainsi que cela vient d'être résumé ci-dessus, veut bien assumer toutefois la fonction de « gauchiste de service » ; M. Jean Oth, qui en principe représente la « vidéo artistique », dit tout de suite qu'on ne peut parler d'« art vidéo » comme de l'existence de la peinture à l'huile, de l'aquarelle, plus, tout à coup, l'« art vidéo » ; le problème est réellement différent : de fait, pour lui, la vidéo est une mise en question de l'art et du langage ; M. Hari, à son tour, déclare en préambule qu'il n'est pas le porte-parole de l'Instruction publique ; de plus, pour lui, le terme vidéo, dans le domaine qui l'intéresse, est restrictif vu qu'au Cycle d'orientation de Genève, on fait également du film et que, dans ce cas, la production s'adresse à un public plus précis : des élèves de 12 à 15 ans effectuant les trois dernières années de scolarité obligatoire. M. Hari fait remarquer aussi qu'il n'existe pas de télévision éducative en Suisse, en Suisse romande en particulier. La télévision scolaire, après quelques balbutiements est morte de sa belle mort il y a sept ans. « On ne paraît pas se hâter de la restituer », ajoute M. Hari.

Enfin, tout au long de cette table ronde, on a senti comme composante sous-jacente la notion de pureté, avec ses exigences et aussi ses conséquences. Ce n'est sans doute pas exagéré de le dire, cette discussion s'est engagée par moment dans la sphère de la métaphysique, si ce n'est une mégaphysique, à l'intérieur de laquelle le phénomène télévisuel, pris globalement, aurait été un agent actif, sinon l'objet premier à partir duquel il convenait de fonder une réflexion prospective. Ainsi, en particulier, de la problématique ouverte que pose la télévision à l'ensemble du système éducatif.

LA DISCUSSION :

M. HARI explique pourquoi il a paru nécessaire de créer une instrumentation télévisuelle. D'abord :

« Parce que vous avez là une technique nouvelle qui porte en elle un certain nombre de caractères précieux contribuant à dispenser un message pédagogique par des moyens plus efficaces, plus efficaces parce que plus directs, et aussi parce que mieux reçus. Il ne faut pas

oublier que nos élèves sont nés avec la télévision (2), que c'est un instrument qui leur est familier. Les enquêtes ont prouvé que près de 95 % des élèves avaient la TV à domicile et qu'ils la regardaient souvent durant un nombre d'heures plus grand que celui qu'ils passaient à l'école. Je pense qu'il serait dangereux de ne pas utiliser cette potentialité, cette connaissance d'un outil producteur de message.

» Il faut distinguer les trois emplois que nous faisons de cette télévision. Nous avons un centre de diffusion qui, lui, est extrêmement traditionnel. Il n'entend pas « casser » les stéréotypes (3), il entend les utiliser. Les élèves sont formés à ces stéréotypes, je ne vois pas pourquoi nous changerions cet état de choses. Ils ne comprendraient pas. Notre production est donc relativement traditionnelle. Elle essaie de ne pas faire ce que le cinéma a pas singer le cinéma. Il s'agit d'une production lourde, professionnelle, puisqu'une partie de cette production passe sur antenne, reprise ou préparée en coproduction avec la SSR. »

M. OTTH, lui, pense que « casser » les stéréotypes, c'est s'occuper du langage. Finalement, « je crois que la vidéo, avant tout, c'est partager un pouvoir. Or, que se passe-t-il dans la « grande TV » ? On est nous-mêmes, on en donne une image, et cette image est manipulée. Ce qui me gêne beaucoup ici, c'est que nous sommes dans des conditions de macro-télévision et que je ne vois pas mon image : je ne sais pas ce qu'on fait de ma tête. Je crois que la vidéo, au contraire, est une occasion donnée à chacun, y compris aux enfants, d'intervenir sur l'image, de se l'approprier, et surtout de ne pas singer ce qui se voit continuellement. Bien sûr, pour une communication efficace, plus efficace, on est obligé d'utiliser des stéréotypes ; mais je crois qu'il faut se méfier, qu'il faut mettre ces stéréotypes en question. C'est la raison de ma présence. Je représente — quelle lourde charge ! — les « artistes ». Je représente des gens qui « cassent » des images dans la mesure où, justement, on se rend compte que la plupart du temps ces images sont un leurre, qu'elles véhiculent, contiennent, exposent une réalité de manière décorative. Il y a par conséquent duperie. En se

préoccupant du langage, en revanche, on cherche à connaître les rapports entre un code et ce qu'il recouvre ».

M. HARI : « Nous ne sommes pas loin de nous entendre. Je disais que nous avons trois secteurs. Je disais qu'effectivement nous hésitons à créer une sorte de révolution dans le langage de l'image et sa compréhension par l'élève parce qu'il est habitué — mal habitué je veux bien — à recevoir un certain code de l'image. Il s'agit progressivement d'habituer l'élève à voir l'image autrement. Et peut-être que, par effet de **feed-back** (4), notre production est plus conforme à ce qu'elle devrait être par rapport à un langage idéal de l'image.

» Deux autres domaines sont encore à mentionner. D'abord, la formation de l'enseignant par le système de l'autoscopie. Ce dernier se voit enseigner ; là, par conséquent, il peut corriger ce que sa démarche pédagogique a peut-être de faux, d'inexact et d'incomplet. Il y a ensuite la pratique de la vidéo au niveau de la classe, avec des installations portables, au même titre qu'on donne un bloc de papier et un crayon à un élève. L'élève a ainsi la possibilité de pratiquer lui-même le langage vidéo, la vidéo comme instrument et de créer à partir de cela des choses qui ne sont plus un produit fini, mais une fabrication à l'usage exclusif d'un petit groupe. »

M. MARTI s'adressant à M. Hari : « Si, effectivement, les élèves du Cycle d'orientation sont nés avec la vidéo et l'utilisent, l'impression ne naît-elle pas dans le public et plus particulièrement parmi les parents et certains maîtres que la vidéo va remplacer le maître et peut-être même un jour le livre ? » (5)

M. HARI : « Je rappellerai simplement que Socrate condamnait l'écriture, et qu'à l'époque de Gutenberg, les maîtres ont dû le traiter de dangereux révolutionnaire puisqu'il inventait un instrument dont on n'avait pas besoin vu qu'on s'en était passé pendant deux millénaires. Cette réaction est instinctive. Elle est celle de maîtres — parfois de parents — qui pourraient croire qu'ils vont être remplacés par la machine, par un gadget, par la technologie. En fait, la TV n'est qu'un des instruments utiles (ou utilisables) pour l'enseignement. J'ai été frappé

tout à l'heure d'entendre parler du document écrit, de la parole, des différents codes qui couvrent la TV. C'est vraiment le cas : la TV s'insère dans un ensemble de multi-média ; elle est un instrument parfois privilégié. Elle n'est pas un instrument en soi.»

M. MARTI : « Dans un groupe tel que Hachette, que représente la vidéo, quel est son marché ? »

M. PASTEUR : « C'est d'être le prolongement des moyens d'expression déjà utilisés. Nous avons le livre et le film puisque « Télé-Hachette » existe déjà depuis dix ans. Quel est son marché actuellement en France ? Très limité. Le marché « grand public »* est pratiquement inexistant pour la raison, et les professionnels qui sont ici le savent, que le coût des appareils de lecture et des cassettes est tellement élevé qu'il n'est pas raisonnable d'envisager une large diffusion dans le public... »

Mme ROUSSOPOULOS : « Cela ne serait-il pas un peu lié au monopole de l'ORTF sur l'information ? Est-ce vraiment, uniquement lié au coût des appareils ? »

M. PASTEUR : « Si vous voulez bien passer en revue le catalogue des appareils mis en vente, vous constaterez que le moins cher, à ma connaissance, coûte environ 5500 francs français, qu'une cassette de ce type d'appareil est vendue 350 fr. f., que si vous voulez avoir une vision très correcte (et en couleurs) de la cassette que vous passez, il faut ajouter un récepteur couleurs qui, en France, vaut au moins 3000 fr. f. Vous arrivez à une somme pas très éloignée de 10 000 fr. f. »

Mme ROUSSOPOULOS : « Pourquoi au Canada des expériences vidéo se multiplient-elles alors que les appareils coûtent le même prix ? »

M. PASTEUR : « Vous voulez parler des expériences du « Vidéographe » de Montréal ? » (6)

* C'est nous qui mettons cette expression entre guillemets, vu qu'il n'a pas été donné de définition précise de ce qu'elle pourrait éventuellement recouvrir.

Mme ROUSSOPOULOS : « Pour chaque localité de 20 000 habitants, il y a une télédistribution par câble. »

M. PASTEUR : « Nous ne parlons pas de la même chose. M. Marti m'a parlé du marché de la cassette « grand public »... »

Mme ROUSSOPOULOS : « La cassette est une des possibilités, mais la télédistribution en est une autre pour toucher le « grand public ». »

M. PASTEUR : « Nous sommes tout à fait d'accord. Mais pour l'instant nous parlons de la cassette « grand public ». Et ma conclusion est qu'en France, actuellement, il n'y a pas de marché de la cassette « grand public » (en attendant le vidéodisque qui sortira peut-être un jour) parce que le coût du matériel est beaucoup trop élevé pour permettre aux particuliers de s'offrir un ensemble composé d'un lecteur et de cassettes. »

Question du public : M. Pasteur pourrait-il répondre à la question de Mme Roussopoulos concernant le monopole de l'ORTF ? Cela semble en fait le fond du problème.

M. PASTEUR : « Vous voulez dire que si le marché de la vidéo-cassette « grand public » n'est pas plus étendu en France, cela tiendrait au monopole de l'ORTF ? Je vais vous répondre... »

Mme ROUSSOPOULOS : « Je veux dire que la manière dont l'ORTF a cédé tous ses droits à Hachette a quand même posé un problème. Renseignez-nous ! »

M. PASTEUR : « C'est une plaisanterie... L'ORTF n'a jamais cédé à Hachette les moindres droits. Il a été constitué il y a quelques années, par l'ORTF et la librairie Hachette, une société appelée « Vidéogrammes de France », chacun des partenaires ayant 35 % des actions de ladite société, donc chacun la minorité de blocage. Pourquoi ? Afin de diffuser, via les cassettes, la téléthèque de l'Office. Très vite il est apparu que la téléthèque de l'Office était utilisable à 3 % seulement, ce

qui n'est déjà pas si mal. Mais on ne pouvait pas utiliser ces 3 % pour une raison très simple : c'est que l'ORTF n'a jamais passé le moindre accord avec les ayants droit pour l'exploitation de ce matériel, sur le plan des droits d'auteur. Voilà ce qui bloque le système. Devant cette situation, la société en question n'eut aucune activité en rapport avec l'objectif précis pour lequel elle avait été fondée. L'année dernière, au mois de juillet, de façon à mettre un terme aux critiques formulées sur la collaboration d'Hachette et de l'ORTF, le directeur général d'Hachette a proposé à l'ORTF — qui a accepté — de réduire la participation d'Hachette à 20 ou 22 %, de façon aussi à permettre l'ouverture de la société à d'autres partenaires. Ce qui a été fait. Cela dit, je crois que « Vidéogrammes de France » mourra de sa belle mort à la fin de l'année pour la raison très simple qu'il n'y aura plus d'ORTF à la fin de l'année (7). A ce moment, la société continuera, ou ne continuera pas, avec d'autres partenaires. Je crois que cela se terminera comme cela, sans qu'il y ait eu le moindre vidéogramme fabriqué. »

M. MARTI fait alors remarquer à M. Pasteur que l'ORTF avait des archives assez importantes et qu'au départ Hachette y avait accès, « disons le groupe « Vidéogrammes » y avait accès ».

M. PASTEUR : « Théoriquement accès. »

M. MARTI : « Théoriquement, soit ! Mais je sais que d'autres personnes — par exemple M. Harris qui a fait « Le Chagrin et la Pitié » et un second film qui n'a pas été vu en Suisse : « Français, si vous saviez » — se sont heurtées à un mur de la part de l'ORTF. Dans le cas de M. Harris, l'ORTF lui a interdit l'accès aux archives. Là, tout de même, il semble donc qu'il y ait eu abus. « Vidéogrammes » n'avait pas plus de raisons qu'un autre Français d'avoir accès aux archives. On a fait une sorte de discrimination. »

M. PASTEUR : « C'est un peu normal dans la mesure où l'ORTF est le principal partenaire de « Vidéogrammes » ; c'est l'ORTF qui est le meneur de jeu de « Vidéogrammes », ce n'est pas Hachette. Je vous confirme que

« Vidéogrammes de France » n'a pas produit la moindre cassette tirée des archives de l'Office. Les deux seuls films produits par « Vidéogrammes » sont des films d'animation portant, l'un sur la communication dans l'entreprise, l'autre sur la formation continue. Ce sont des créations originales qui n'ont fait appel en rien aux archives de l'ORTF. »

La question des contenus

M. OTTH intervient ici pour faire remarquer que s'instaure un faux débat. Il faut, dit-il, se placer au niveau du contenu des messages. « Une société comme Hachette va « vendre » (8) des produits consommables. C'est alors le même problème finalement que pour une macro-télévision. Ce qui m'intéresse, ce sont des messages « autres », différents, même s'ils ont des difficultés à passer sur le marché. C'est à ce moment-là qu'il se passera quelque chose. C'est à ce moment-là qu'il y aura des chances de s'en sortir et de voir une forme de communication autre que celle qui nous est imposée et qu'on absorbe passivement, ainsi qu'on le fait actuellement. »

Question du public : L'animation vidéo n'est-elle pas le moyen de redonner la parole aux gens ? La bande est un support qui peut déclencher le dialogue entre les personnes qui la voient. Finalement, le principal, c'est le dialogue, ensuite vient la bande.

M. MARTI : « Le principal, c'est le dialogue. Je suis d'accord. Une question toutefois gêne beaucoup de personnes : actuellement parmi les vidéogrammes proposés, la qualité générale est-elle suffisante pour être transmise au public ? »

M. HARI : « Il a déjà été dit qu'au niveau de la micro-télévision la qualité n'était pas le critère principal. C'est surtout le contenu qui importe, la qualité peut venir avec le temps et le nombre des expériences, mais elle n'est pas fondamentale. Si l'on veut que les réalisateurs soient aussi des téléspectateurs, et vice versa, il faut que les deux parties soient là et n'en fassent plus qu'une. »

Mme ROUSSOPOULOS : « Dans la mesure surtout où les gens qui ont réalisé les bandes (souvent des groupes) n'ont jamais droit à l'information. Ils n'ont jamais la possibilité de parler. J'ai été heurtée cet après-midi par la forme de diffusion des bandes*. Nos bandes ne se promènent jamais seules. Chaque fois qu'on a fait une bande, avant même de commencer le tournage, la diffusion de la bande est prise en charge par le groupe qui fait la bande. »

M. HARI ajoute à propos de ce qui vient d'être dit que, selon lui, la vidéo n'a pas le monopole du dialogue. « Dans le domaine scolaire, même un film est parfaitement capable de susciter un dialogue entre le maître et les élèves. Et je crois que c'est la condition essentielle. C'est la raison pour laquelle les productions — films, vidéo ou télévision — sont toujours brèves, de façon à pouvoir être utilisées pendant une bonne partie de la leçon tout en créant le dialogue entre les élèves et le maître. Au niveau du message pédagogique, de la transmission d'informations, transmission de connaissances, etc., je ne suis pas du tout d'accord que le message soit de mauvaise qualité. Au contraire, imaginez ces élèves qui voient tous ces flashes de publicité (les choses les mieux réalisées en macro-télévision), qui voient cela surtout, habitués à cela, à qui l'on donnerait des productions de mauvaise qualité. »

Mme ROUSSOPOULOS : « C'est peut-être créer une rupture dans leurs têtes devant une image mal filmée... »

M. HARI : « Est-ce qu'on fait la révolution avec des enfants de 12 ans ? Je crois que c'est un autre problème. »

Mme ROUSSOPOULOS : « On ne parle pas de révolution pour l'instant, on parle de créer une rupture dans la tête des enfants. »

* Mme Roussopoulos souhaitait discuter préalablement avec les groupes ayant réalisé une bande, savoir comment ils sont organisés dans leur pays, comment ils « s'en sortent » économiquement, comment ils existent, etc.

M. HARI fait encore remarquer que si la qualité lui paraît indispensable, le message pédagogique lui-même peut être modifié par l'image. Il faut donc qu'elle soit de haute qualité. Sans cela, la question de la bande vidéo simple ne paraît pas suffisante.

Mme ROUSSOPOULOS : « De toute façon, on ne peut pas techniquement rivaliser avec « Pepsodent » ou avec « Omo ». C'est impossible pour un groupe comme le nôtre. »

M. OTTH : « Je m'étonne qu'on puisse encore dissocier le fond et la forme aujourd'hui. Cela m'effare. Je crois que ce qui est très important, c'est, justement, non pas la qualité mais la manière dont on dit quelque chose. Je crois que c'est là qu'il faut intervenir. C'est là que des travaux doivent être entrepris, et là que l'effort doit être porté. »

Dans la salle, une personne répondant à ce que **M. Hari** a dit au sujet de la qualité des spots publicitaires et faisant état de son expérience d'animateur-vidéo, estime que la première référence est toujours celle de la macro-télévision. On l'a constaté à plusieurs reprises : à Renens, à Yverdon et à Fribourg. On l'a même constaté hier soir à l'occasion de la première table ronde. Et, s'interroge-t-il alors, ne faut-il pas saisir cette chance qui s'offre avec la vidéo pour donner la parole à des catégories sociales qui ne l'ont pas. Leur permettre de découvrir leur propre langage, langage qu'ils pourraient diffuser ?

M. HARI rappelle qu'il a distingué soigneusement ce qui est la production d'un message pédagogique sophistiqué, qui atteint des objectifs précis, et une autre démarche qui s'interpénètre avec la première, par une sorte de jeu de miroirs.

Diverses interventions se succèdent encore au sujet de la « qualité ». Une personne, notamment, pense que l'ambiguïté consiste à croire que la « qualité » c'est d'arriver à produire un message structuré selon toute la rhétorique, « toute la mélasse » de la macro-télévision.

M. HARI lui répond que les pédagogues vérifient, évaluent la portée de leurs messages. « Je n'y peux rien si cette qualité de la macro-télévision est infiniment plus efficace du point de vue pédagogique — que les expériences isolées au sein de la classe. Qu'est-ce que ce système auquel faisait allusion Mme Roussopoulos, selon lequel les bandes ne peuvent passer qu'en présence du groupe qui les a produites, pour les expliquer ? Si chaque fois qu'un message pédagogique passant sur une antenne devait être accompagné des réalisateurs... »

Mme ROUSSOPOULOS : « Mais on ne passe pas à l'antenne. Et c'est bien le problème... »

M. HARI : « Même en vidéo, quel impact pouvez-vous avoir si vos bandes ne peuvent être présentées qu'à 25 personnes et quand vous êtes là ? »

Une personne intervient dans la salle pour dire que la télévision n'est pas et n'a jamais été un médium de dialogue. La TV, pour cette personne, est un médium qui vole l'image des gens et la manipule. Elle serait alors un médium de pouvoir et non de dialogue. On parle de vidéo comme si elle était une extension de la télévision. Cela n'est pas vrai, parce que la vidéo est un bouleversement de la TV : elle vous permet de revoir votre image, de la contrôler, d'intervenir, d'y apporter des changements, etc. Avant d'être envoyée par voie aérienne ou par le câble, la vidéo, c'est d'abord le message que vous voulez envoyer, estime en substance cette personne*.

La même personne fait remarquer que dans un pays riche — le Canada par exemple — il est possible d'avoir du câble dans toutes les cités du pays. Mais la diffusion par voie aérienne est beaucoup plus économique. La raison qui fait qu'il n'y a jamais de problèmes de diffusion par voie aérienne, ajoute-t-il, est surtout de nature politique : la voie aérienne est le **canal numéro un** du pouvoir. Ce pouvoir veut contrôler tout ce qui se transmet. Il n'y aurait pas grande difficulté pour transmettre par voie aérienne ce qui pourrait être de la télévision

* On remarquera que c'est en substance, aussi, ce qu'avait exprimé Jean Otth peu de temps avant.

locale, de la télévision régionale ou encore nationale. Et dès lors telle ou telle production devrait réfléchir des intérêts communautaires. On arriverait ainsi au cœur du problème : qui peut transmettre ? Pour combien de temps ? Quand ? Jusqu'au moment où un monopole déciderait ce qui va être transmis par voie aérienne. Et pour ce monopole — moitié public, moitié privé — il y aurait toujours un bon alibi pour mettre en mains de quelques personnes au pouvoir l'usage et la possibilité de transmettre, de produire ce que bon leur semble.

M. MARTI : « Je voudrais simplement dire à ce monsieur que le problème du câble a été posé hier et que MM. Delay et Chammartin ont confirmé que le câble s'était malgré tout développé dans des régions et des quartiers à forte densité de population. Même si, comme vous le prétendez, le câble coûte cher, je pense que cela ne freine pas son développement ; en tout cas pas dans les régions dont nous avons parlé. »

M. PASTEUR : « Je voudrais vous dire que nous sommes en train de forger un malentendu là où il ne devrait pas y en avoir. Il est vrai que le matériel vidéo portable est un outil merveilleux, le meilleur outil possible pour un échange entre individus. Mais cet outil ne peut avoir sa pleine efficacité que s'il est correctement utilisé du point de vue technique. Je crois que si l'image est floue et tremblée, l'intérêt de l'émission est moindre et que finalement les gens s'en lassent. »

M. RICHARDET fait remarquer maintenant que Mme Roussopoulos se plaint de difficultés relatives à la diffusion : les circuits de diffusion n'existent pas. La maison Hachette serait-elle à même de diffuser les cassettes de Mme Roussopoulos si cette dernière les proposait ?

M. PASTEUR : « Je ne connais pas les productions de Mme Roussopoulos et je m'en excuse auprès d'elle. Mais si, après avoir vu son travail, je constatais qu'il pouvait présenter un intérêt pour une diffusion la plus large possible, et même dans des groupes socio-professionnels, il n'y a pas de raison pour qu'on ne la diffuse pas. »

Question dans le public : « Même si l'idéologie sous-jacente des vidéogrammes ne coïncide pas parfaitement avec l'idéologie d'Hachette ? »

M. PASTEUR : « Pourquoi ? Croyez-vous qu'Hachette a une idéologie ? Je crois (et j'en parle d'autant plus librement que je suis salarié chez Hachette, nullement administrateur ou actionnaire) qu'Hachette est une entreprise commerciale comme il en existe beaucoup d'autres. Si vous lui présentez un produit vendable, elle le prend. Nous sommes en train de sortir quatre-vingts diapositives avec des fiches d'accompagnement, pour éducateurs, sur le thème de l'amour et de la contraception. Croyez-vous que cela plaise à tout le monde au sein de la librairie ? Mais ce produit va être commercialisé sous peu. »

Mme ROUSSOPOULOS : « Personne n'a jamais voulu produire un film qu'un groupe de femmes a fait sur l'avortement. Je pense que ce n'est pas par hasard... »

La fin et les moyens

M. MARTI fait remarquer que la discussion a passé de la qualité (les questions relatives au langage éventuel, la référence constante à la macro-télévision) des bandes vidéo, à leur coût et aux moyens de les financer. Compte tenu de ces questions d'argent, Mme Roussopoulos accepterait-elle alors un compromis ? Autrement dit, quelle serait son attitude si on lui proposait une part publicitaire dans l'un ou l'autre de ses vidéogrammes ? Serait-elle d'accord de travailler dans cette perspective ?

Mme ROUSSOPOULOS : « Le problème ne s'est jamais posé. Je pense qu'il ne se posera pas pour l'instant. C'est un réel problème. Mais nous, par rapport à la publicité, nous avons décidé de faire pour le moment nos bandes payées à la commande. Je pense qu'on continuera de travailler comme cela. Nous faisons par exemple un montage sur le problème des villes nouvelles. C'est très bien payé. »

Quelqu'un demande si cela veut dire que la fin justifie les moyens ?

Mme ROUSSOPOULOS : « Comment voulez-vous que l'on vive ? On est complètement bloqué. »

Si la fin justifie les moyens, comme l'expose Mme Roussopoulos, cela est scandaleux, estime une personne dans la salle, scandaleux parce que cela conduit aux concessions les plus « épouvantables ». A quoi Mme Roussopoulos rétorque qu'il est juste de s'énervier à ce propos parce que cela constitue un gros problème. Et il est intéressant d'en discuter. Ce qui a fait la force du groupe auquel elle appartient, précise-t-elle, c'est que personne n'a jamais touché de salaire. Les six ou sept personnes de ce groupe sont obligées d'avoir des sources de revenus en dehors de la vidéo. Le temps disponible pour faire de la vidéo est donc très limité. Le groupe continue de fonctionner comme cela, c'est-à-dire que personne ne touche de salaire par la pratique de la vidéo. De fait, le groupe a besoin de deux à trois mille francs par mois.

Pour appuyer un peu la perspective de Mme Roussopoulos, M. Hari tient à faire savoir que dans des entreprises aussi institutionnalisées que les universités, il existe une recherche « alimentaire », sur des choses « qui ne nous intéressent pas du tout mais qu'on effectue pour pouvoir faire des choses intéressantes ».

On parle beaucoup d'idéologie, fait remarquer M. Otth, en oubliant complètement qu'une idéologie passe d'abord par des signes, quels qu'ils soient. Et il faut bien voir selon lui que, dans le cadre de la télévision, on a affaire à une image composée de signes très complexes. C'est alors justement le rôle des universités d'étudier ces signes et de voir comment on peut faire passer un message avant même de savoir si le contenu de ce message est de telle ou telle nature. Il faut bien voir ceci : « Si je fais passer un message marxiste, un message artistique, et que j'utilise exactement les mêmes conventions, les mêmes routines et les mêmes habitudes que la télévision, finalement on arrive à la confusion la plus totale et aucun message ne sera efficace ».

« A mon avis, poursuit Jean Otth, pour avoir un message efficace, il faut d'abord une mise en question du langage, une interrogation qui permette de partir sur des bases plus saines. Si l'on continue comme cela, c'est en

vain. Tout cela conduit à un méli-mélo de la même saveur, de la même force. Si un message politique doit passer, il doit aussi passer par un langage autonome, spécifique.»

M. HARI : « J'ai dû mal m'exprimer. J'ai voulu dire que dans les universités, pour pouvoir financer les recherches, les centres sont acculés à faire de la « recherche alimentaire » qui leur apporte des fonds permettant de financer d'autres recherches. Je ne suis pas du tout scandalisé par la proposition de Mme Roussopoulos. »

La discussion rebondit encore au sujet de la déclaration de Mme Roussopoulos : « Accepter de faire des merdes au risque de compromettre le langage qu'elle essaie de développer ». M. Marti fait remarquer que Mme Roussopoulos n'a pas accepté de faire des merdes mais qu'elle a accepté un compromis. M. Otth regrette qu'il n'y ait pas un représentant du groupe CREPAC ou du groupe UNI-CI-TE pour aborder les questions de financement (à noter qu'un représentant de chacun de ces groupes assistera le lendemain à la troisième table ronde). Mais au sujet de ces groupes, Mme Roussopoulos fait remarquer qu'ils appartiennent à des organisations politiques. Faut-il appartenir à une organisation politique pour pouvoir vivre, s'interroge alors Mme Roussopoulos ? Les difficultés de financement font l'objet de quelques interventions encore de Mme Roussopoulos et de M. Otth. Ce dernier, pensant qu'il ne faut pas chercher des revenus dans la publicité ou ailleurs, recommande à Mme Roussopoulos de conserver son autonomie, « votre démonstration sera beaucoup plus forte ». Il suggère aussi d'être son propre éditeur, son propre producteur et son propre réalisateur.

A ce chapitre toujours, M. Marti demande à M. Hari comment se passe le financement des productions au Cycle d'orientation et, puisqu'il y a un certain matériel à disposition, si ce matériel peut, d'une manière ou d'une autre, rentabiliser un peu les installations.

Nous avons cet avantage, répond M. Hari, de bénéficier de l'appui financier de la collectivité, mais nous sommes chargés, en échange, d'inculquer un message pédagogique précis. C'est une servitude un peu analogue à celle à laquelle on faisait allusion tout à l'heure, celle



STUDIO TVCF

Les élèves des écoles
genevoises présentaient sur
le studio leurs propres
productions. (Photo D. Villet)

de ceux qui financent ou qui permettent d'acquérir le matériel, par rapport aux utilisateurs.

« Cela dit, ces investissements sont inférieurs à ce que l'on pense communément. Il est clair que les autorités, voire les contribuables, ne sont pas disposés à accentuer l'effort dans ce domaine. Si nos difficultés sont moins considérables que celles des groupes dont on a entendu parler, il n'en reste pas moins que nous ne disposons pas des moyens nécessaires pour aller aussi loin et aussi bien qu'on le voudrait. »

Dans ce débat, ajoute M. Hari, « je suis frappé par ceci : j'ai eu l'impression, à un certain moment, que la vidéo était un moyen d'expression privilégié pour des groupes privilégiés, que c'était un moyen individuel pour de petits groupes qui avaient (ou non) une pensée politique à faire passer, une esthétique à défendre et à développer. Or je crois qu'on se trouve devant un moyen d'expression. C'est tout. Je pense que tout le monde est d'accord. Peu importe la manière dont il est utilisé ; il le sera très différemment selon les groupes, selon les institutions. Il n'en va pas autrement du livre : il a pu être le support d'un message traditionaliste, réactionnaire, marxiste, politique, etc. Il restait quand même compréhensible en utilisant un certain vocabulaire, il s'agit du même problème et que des utilisateurs aussi différents que ceux qui sont autour de cette table ont tous parfaitement raison ».

M. Otth demande ensuite à M. Pasteur quels sont les objectifs d'Hachette en ce qui concerne les vidéogrammes.

M. PASTEUR : « Je crois qu'il faudrait d'abord s'entendre sur le terme **vidéogramme** (9). Cela peut aussi bien concerner la vidéocassette que le vidéodisque. Actuellement il n'existe pas, en France, de marché « grand public » tant en ce qui concerne le vidéogramme que le vidéodisque. De sorte que l'objectif d'Hachette est d'implanter la vidéo dans les grandes entreprises et dans les collectivités. C'est ce qui a commencé au 1er janvier de cette année (1974) en abordant le marché des grandes entreprises. Je ne vous dissimulerai pas que c'est extrêmement difficile. Les patrons et les responsables de la formation des grandes entreprises émettent deux réticences :

D'abord, l'argument ayant trait au coût du matériel. Une grande entreprise — je prends au hasard les « Charbonnages de France » — qui a de multiples succursales, doit envisager d'acheter un nombre assez élevé de lecteurs et de cassettes. Cela constitue une première hésitation, encore que cette dépense puisse être prise sur le 1 % légal de la formation.

La seconde objection me paraît beaucoup plus sérieuse. On la rencontre un peu partout. Nombre de patrons se rendent compte que s'ils mettent en place un outil comme la vidéo pour faire passer les messages de la direction, il va de soi que les syndicats vont demander à pouvoir l'utiliser aussi. Cela me paraît logique. Il faut noter toutefois qu'il y a encore en France des patrons qui ne voient les choses que sous un angle. Ils admettent fort bien qu'ils puissent, eux, utiliser l'appareil pour faire connaître leur point de vue sur telle affaire mais qui supportent difficilement, et même pas du tout, que les ouvriers, les employés, les syndicats, puissent utiliser ce même moyen pour faire connaître leur point de vue sur d'autres problèmes ou pour leur répondre. »

M. HARI : « Je me permets d'enchaîner sur ce que dit M. Pasteur parce que je n'ai pas répondu à la seconde question posée tout à l'heure, relative à la mise à disposition d'autres utilisateurs que le corps enseignant et des élèves, des installations techniques des écoles. Il est clair que, dans une optique d'éducation permanente, les écoles devraient être plus largement à la disposition de tous les utilisateurs. Mais vous devez vous rendre compte qu'il s'agit là d'un phénomène nouveau, d'une attitude nouvelle à composantes politiques. Il n'appartient pas à l'école, en tant que telle, de décider. C'est du domaine des autorités et, en dernière analyse, dans une démocratie, du domaine du peuple. Or, jusqu'à preuve du contraire, ce peuple souverain n'a pas beaucoup manifesté son intention d'appuyer l'éducation permanente ou de faire passer des équipements collectifs publics dans le public précisément. »

M. MARTI : « Je vois que cette table ronde a été surtout orientée sur une question d'argent, et, qu'au fond, le développement de la vidéo dépend beaucoup de ce

facteur. Je demande alors à tous les participants : quel sera le développement de la vidéo et comment pourrions-nous trouver l'argent nécessaire à la production de vidéos ? »

M. PASTEUR : « Je ne sais que répondre. Trouver de l'argent, on en trouve toujours, mais pour combien de temps ? »

Mme ROUSSOPOULOS : « Surtout avec les problèmes actuels de l'ORTF ! »

M. PASTEUR : « Qu'est-ce que l'ORTF a à voir avec cela ? Ce n'est pas le sujet. D'ailleurs l'ORTF est moribonde. J'ai très bien compris les problèmes de ma voisine concernant le fonctionnement de son entreprise. Mais, dans un autre domaine, dans une grande boîte comme Hachette par exemple, il y a aussi un problème de financement. Il va de soi que si, à la fin de l'année 1975, l'activité que nous menons en matière vidéo n'est pas rentable, on mettra la clé sous la porte, on fermera. Voilà, la réalité. Ne croyez pas qu'Hachette va développer indéfiniment une recherche si elle est improductive. C'est aussi simple que cela. »

A M. Marti constatant une fois encore que le développement de la vidéo dépend essentiellement de l'économie, mais qu'il dépend aussi des personnes qui investissent et se « jettent à l'eau », il est répondu qu'il faut poser la question à M. Roger Louis, de CREPAC, pour savoir comment on peut faire « tourner son affaire ». Ce sera l'objet, parmi beaucoup d'autres, de la table ronde du lendemain.

TROISIÈME TABLE RONDE

La vidéo-animation

LES PARTICIPANTS :

MM. Jacques Bidou, Roger Louls, Guy Milliard, Mme Colette Garrigues. La discussion est animée et dirigée par MM. Claude-Blaise Piguet et Nicolas Tschopp (1).

LE THÈME :

D'abord qu'est-ce que la « vidéo-animation » ? A quoi ressortit-elle : à la macro-télévision ? A la télévision locale ? A la télévision communautaire ? A la production de bandes vidéo ? A tout en même temps ? Gardons-nous pour commencer de classer arbitrairement. La deuxième table ronde nous a montré qu'il était difficile de nommer des genres, des classes, des catégories, voire des sous-catégories, bref, d'établir toute une nomenclature de termes auxquels, généralement, les choses du réel, de la pratique quotidienne, ne collent pas parfaitement.

A défaut d'être précis, et si nous reprenons la question « qu'est-ce que la vidéo-animation ! », on peut cependant considérer que cette dernière, exception faite de la macro-télévision, ressortit aussi bien à la télévision locale, à la télévision communautaire et à la production de bandes vidéo. Autrement dit l'expression à deux composantes : vidéo et animation, met l'accent plus particulièrement sur le second terme, l'animation. Lorsqu'on parle par conséquent de vidéo-animation, il faut interroger ceux qui sont engagés dans une expérience, quelle que soit l'orientation de ladite expérience, son « appartenance à... », sans se référer exclusivement aux catégories posées plus haut, et moins encore à une quelconque échelle de valeurs.

En d'autres termes encore, il faut savoir que la vidéo-animation, c'est un partenaire, à part entière, de la TV locale et de la TV communautaire car, comme le fait remarquer Jean-Pierre Dubois-Dumée (2), « il n'y a pas de télédistribution véritable, active, sans vidéo-animation, c'est-à-dire sans un environnement, sans une formation, sans une attention prioritaire à ces grands oubliés de la télédistribution que sont déjà les usagers... » Dès lors, on peut entendre cette expression comme étant une animation sociale et culturelle (il faut prendre ici le mot culture dans l'acception « fraîche » que lui donne le Conseil de l'Europe : un concept opérationnel où sont repérés les besoins des individus, ou encore : la chose vécue, la chose de tous les jours * qui utilise les moyens électroniques de la télévision en circuit fermé. Vidéo-animation est donc une expression générale, « ouverte », disponible, sur laquelle de nombreux termes peuvent encore venir se greffer (3).

RÉSUMÉ :

M. Piguet demande en premier lieu aux participants de se présenter et de donner les premières informations relatives à leurs activités.

M. ROGER LOUIS définit pour commencer le CREPAC. C'est un Centre de recherche pour l'éducation permanente et l'action culturelle, titre choisi lors de la création de cette association en 1968. Titre compliqué et dépassé ? Qu'est-ce que le CREPAC aujourd'hui ? Une association sans but lucratif qui regroupe les grandes centrales ouvrières syndicales françaises, les principaux mouvements d'éducation populaire et divers aspects du mouvement coopératif et mutualiste en France. Objectif : une information en profondeur à l'aide des différents moyens audiovisuels, tels le film 16 mm., le super-8, la diapositive et la vidéo. La vidéo n'étant qu'un secteur parmi d'autres. Le CREPAC a diverses activités. Il diffuse un magazine, « Certifié exact », en 16 mm., dans les comités d'entreprises, dans les associations culturelles, dans des groupes constitués, etc., cela, en vue d'animation et de débats. L'activité en matière de vidéo proprement dite a commencé il y a trois ans approximativement. Des expériences tendant à mettre le matériel léger à la disposition d'autres groupes et d'autres individus ont

* Voir à ce propos la conférence de M. Jean Raty, du Conseil de l'Europe précisément.

été réalisées afin que ces groupes et ces individus fassent ce qu'ils avaient envie de faire à la manière du Vidéographe de Montréal *.

Mme COLETTE GARRIGUES, sociologue de formation, travaille depuis plusieurs années au Centre national de la recherche scientifique (CNRS). Son travail porte sur les problèmes de communication de masse. Très vite, dit-elle, j'ai été intéressée par ces nouveaux moyens parce qu'ils permettent la communication de groupe(s). Mme Garrigues a eu l'avantage de pouvoir faire des expériences — cela lui paraît capital dans ce domaine, plus encore que la réflexion théorique — à l'intérieur du Service de la recherche de l'ORTF, service dirigé par M. Pierre Schaeffer. Recherches sur les sciences humaines, sur la communication, recherches musicales aussi. Les expériences consistaient, par exemple, soit à simuler une expérience de télédistribution locale, soit à effectuer des expériences dans lesquelles il était possible de comparer deux formes d'expression télévisuelle : celle qui émanait d'une émission d'une chaîne officielle, qu'on faisait suivre à des habitants d'un lieu déterminé, soit des expériences tout à fait libres dans lesquelles les moyens étaient mis progressivement à la disposition des acteurs sociaux.

M. JACQUES BIDOU parle d'UNI-CI-TE. Ce sigle signifie : « Unité, Cinéma, Télévision, Audiovisuel » et désigne un organisme né en 1971. Son but est politique. Il veut mettre l'ensemble des supports d'information et de propagande au service des organisations démocratiques. Les choix sont précis. UNI-CI-TE travaille essentiellement pour le Parti communiste français, les municipalités d'union démocratique, les organisations syndicales — principalement la CGT — les comités d'entreprises et d'autres organisations démocratiques.

« Le travail se situe selon quatre directions : 1. Produire — sans exclure aucun support — des journaux, des affiches, des tracts, des journaux muraux, des bandes vidéo, des disques, des films super-8, etc. 2. Diffuser. C'est inséparable de la production. Faire un énorme effort afin d'avoir les moyens de diffuser des idées avec l'ensemble de ces supports : cela va de la distribution commerciale jusqu'au non-commercial, en passant par toutes les organisations démocratiques. 3. Former. C'est indispensable de former toute une série de relais, de gens capables de saisir ce que sont

* Lire à ce propos la note 6 de la deuxième table ronde.

ces techniques et de les utiliser. 4. Procéder à une recherche technique de manière à rendre le plus efficace possible ces nouveaux supports en fonction des besoins. Parmi tous ces supports, la vidéo a sa place. On l'utilise particulièrement pour l'agitation politique.

M. GUY MILLIARD dit que son champ d'application est beaucoup plus modeste. « Je suis venu de France où je travaillais, il y a quatre ans. Je travaille maintenant comme sociologue à l'Université de Lausanne. En Suisse romande, j'ai surtout travaillé dans le sens où Vidéo Contact le fait maintenant, c'est-à-dire à la création de centres où des médias légers comme le super-8, la vidéo légère et la diapositive peuvent être employés soit dans l'enseignement, soit pour des activités d'animation. C'est ce qui me rapproche de ce que fait Vidéo Contact à Genève. »

La discussion s'articule principalement à partir des expériences réalisées par MM. Roger Louis et Jacques Bidou. On s'en apercevra, nombre de thèmes se recoupent avec ceux qui ont été débattus précédemment, soit à propos des expériences suisses, soit à propos des utilisateurs publics et privés. Au sens large du terme, toutefois, on peut considérer que la discussion s'insère dans une réflexion portant sur le communautaire* ; de manière plus restrictive, elle engage le débat sur la nature politique du phénomène télévisuel en tant qu'agent d'information, débat inévitable auquel on ne peut se soustraire.

LA DISCUSSION :

M. LOUIS relate la dernière réalisation de son groupe. Il s'agit d'un stage expérimental effectué en compagnie d'une douzaine de journalistes et de rédacteurs en chef de journaux français, à la demande du Centre de formation des journalistes. Les journalistes de la presse écrite, ont été conduits dans un quartier de la ville d'Orléans, où existe une cité coopérative disposant d'une installation de câble. C'est important, souligne M. Louis, étant donné que cité coopérative signifie qu'il y a propriété collective, à la fois des sols, des maisons et de la voirie. M. Louis rappelle qu'en France il y a le monopole de l'ORTF et des

* Lire à ce propos la note 2 de la deuxième table ronde.

PTT interdisant de faire des expériences de télédiffusions par câble* sauf lorsqu'il s'agit d'un domaine privé. Or, là, il s'agissait d'un système coopératif, domaine effectivement privé qui groupe à peu près une centaine de logements.

« Nous avons apporté les moyens vidéo légers, d'autres un peu plus lourds : une régie notamment permettant de faire des montages et de se brancher sur le câble. Nous avons dit aux journalistes que pendant huit jours nous allions créer une « quatrième chaîne », une chaîne « que vous allez alimenter au travers de votre propre production et en liaison avec les habitants ». Ils ont pris contact avec la quincaillerie (gadgets, caméras), puis se sont mis à imaginer ce que pourraient être des contenus différents de ceux de l'ORTF. Ce n'est pas simple. Le modèle auquel on se réfère, dans la forme en tout cas, c'est toujours celui de la TV. Même avec des contenus différents, il est difficile d'imaginer une autre forme. Les journalistes sont tombés dans le piège.

» Ils ont essayé de créer une liaison avec les habitants. Et ils ont découvert que ces derniers travaillent, et qu'ils ne sont pas tellement disponibles dans la journée pour préparer quoi que ce soit, parce qu'ils s'en vont le matin à 6 heures et ne rentrent qu'à 7 heures le soir. Sauf les femmes qui ne travaillent pas, ce qui est rare dans cette région puisque la plupart d'entre elles travaillent au Centre de chèques postaux voisin. Je crois que cela a été, pour eux, une expérience assez traumatisante d'une part et utile de l'autre. Ils se sont rendu compte qu'il n'était pas si facile d'inventer des contenus, de créer une véritable communication entre les habitants et ceux qui étaient responsables, pendant huit jours, d'une télévision câblée, que les problèmes techniques jouaient un rôle relativement important, et, enfin, que la concurrence que faisaient les trois chaînes nationales par rapport à leurs propres émissions, était quelque chose qui existait... Cette expérience était à la fois de formation, d'expérimentation et de réflexion, en particulier sur ce que pourrait être une télévision câblée ou communautaire. »

M. PIGUET : « Mme Garrigues, vous avez dit que vous

* A noter qu'on parle aussi de « câbiovision », de « câblodiffusion ».

aviez fait une expérience dans une commune sur le thème de l'aménagement de son environnement... »

Mme GARRIGUES : « C'est une collectivité d'une cité HLM de 2500 habitants dans la banlieue de Toulon. Cette expérience, je la souhaitais, je souhaitais une intervention la plus libre possible dans laquelle les gens auraient le plus d'initiative, compte tenu du fait que nous aurions été des médiateurs relatifs. Cette expérience a eu l'avantage d'être un petit peu sollicitée par la Municipalité. Elle avait envie que les habitants s'expriment sur l'aménagement des lieux collectifs, des lieux de développement socioculturel, pour les jeunes, pour les enfants, pour les femmes, les vieillards, etc.

» Nous avons donc installé une régie dans cette cité HLM, dans un petit local. Au début, nous étions présents avec nos appareils, nous avons interviewé les gens. Le soir, nous diffusions ce que nous avions fait. Cette première saisie de leur propre milieu, de leurs voisins qui s'exprimaient, a fait qu'insensiblement les habitants sont venus et se sont constitués en groupes. Lorsqu'une femme s'exprimait, le groupe des femmes venait à son tour, essayant d'exprimer les problèmes propres aux femmes. Il en fut de même pour les jeunes, pour les travailleurs algériens de la cité qui n'étaient pas intégrés. Ce qui m'intéressait le plus dans cette expérience, c'était de suivre l'évolution d'une communication favorisée par des instruments, de voir dans quelle mesure les moyens légers pouvaient provoquer chez les habitants une information, une prise de conscience de leur propre situation. Et puis aussi une interférence, celle entre responsables locaux et habitants amenés à formuler leurs exigences et leurs demandes. Pendant les premiers jours, l'expérience fut plus ou moins conduite par nous. Mais peu à peu des relais se sont constitués, certains habitants ont pris sur eux l'initiative de se servir des appareils, de mener leurs propres enquêtes. Dans un premier temps, la manière dont ils s'exprimaient ne se démarquait pas beaucoup de la manière qui est adoptée à la TV : les mots, les expressions n'étaient pas tout à fait leur langage. Ils refusaient de s'exprimer parce qu'ils disaient que cela ne les concernait pas, ou « je ne sais pas parler ». Mais peu à peu, l'expression est devenue plus authentique. Un vérita-

ble dialogue s'est instauré parmi les habitants. Ils se sont constitués en groupe et ont souhaité voir leurs revendications portées auprès des responsables par le moyen de l'image. Nous sommes alors allés montrer les films enregistrés dans la cité à un conseiller municipal et à un responsable de l'entreprise HLM. Ils ont répondu. Leurs réponses ont été rapportées aux habitants et un face à face sur le terrain a été réclamé. Cela s'est achevé par une grande fête parce que les gens avaient appris à parler, à communiquer entre eux. Cela a duré trois semaines, ce qui n'est pas négligeable. Cela nous a permis de voir — même dans un temps assez bref — comment une parole peut surgir, peut circuler, comment un dialogue, une information peuvent se réaliser. »

Question du public : Y a-t-il eu des suites à cette expérience ?

Mme GARRIGUES : « Il y a eu des suites. L'information réalisée dans un milieu relativement clos a permis des décisions immédiates : issues des revendications des gens. Il s'était constitué d'abord une association de locataires (il faut dire que les habitants de cette HLM ne se connaissaient pas du tout avant, alors qu'ils occupaient les lieux depuis dix-huit mois) ; ils ont obtenu immédiatement un local pour les jeunes, pour les travailleurs immigrés dont la situation était précaire (ils devaient être éjectés de la cité une fois les travaux finis) ; ils ont obtenu le maintien dans leur habitation, en tout cas, leur « relogement » si l'on ne pouvait les garder. De nombreuses choses se sont constituées. Dans le futur, il y a le centre de formation à ces moyens. Il est resté un certain nombre d'animateurs que la situation a révélé et qui ont continué à être ces relais entre la base, les habitants et les responsables. A la suite de ces expériences, je m'intéresse de moins en moins à ce que sera la télédistribution (elle m'apparaît devoir être, dans le futur, une sorte de communication de masse) mais beaucoup à la vidéo qui favorise cette communication de groupe(s), dans la mesure où plus les grands moyens de diffusion et les grandes institutions se renforcent et s'étendent, plus on rencontre un besoin de participation et d'expression de la part du public. Ce n'est pas faire de la prophétie de dire que dans les dix ou quinze ans à venir, il y aura un

développement accru de ces associations, de ces micro-communautés qui auront des choses à exprimer, selon les moyens qui se trouvent à leur disposition. La vidéo est là, elle favorise cette forme d'expression et de création.»

M. LOUIS donne ensuite des compléments d'information concernant « Certifié exact ».

« Il s'agit d'un magazine filmé. Il a été et est encore confronté à des problèmes financiers. Le propre de l'expérience tentée au travers de « Certifié exact », c'était de penser que les maisons des jeunes, les commissions d'entreprises, les associations, tout ce qui était l'émanation de groupements que nous réunissions à l'échelon national, que tout cet ensemble était capable de financer une production suivie. Le propre du CREPAC est de ne pas recevoir de subventions, nous n'en voulons pas. Dans notre pays, cela nous semble être le critère de la liberté. Nous devons donc résoudre les problèmes financiers par nous-mêmes. « Certifié exact » a sorti vingt numéros et s'est retrouvé en face d'un problème financier énorme : il n'y avait pas assez d'utilisateurs capables de payer l'ensemble de la production et de la distribution. « Certifié exact » n'a donc pas continué son rythme de production qui était de huit numéros par an. Il n'a pas disparu. On l'a mis au « frigo » pour essayer de résoudre les problèmes financiers. On a sorti quelques numéros supplémentaires au fur et à mesure de nos possibilités. Nous nous sommes battus depuis trois ans pour obtenir, finalement, que l'ensemble des mouvements que constitue CREPAC national finance « Certifié exact » tout en solutions sont en train d'intervenir et « Certifié exact » va redémarrer dès le mois prochain, avec cette fois dix numéros par an financés par l'ensemble des mouvements au niveau de la production ; la distribution permettra de payer les copies. »

M. BIDOU : « En ce qui concerne UNI-CI-TE, il faut dire qu'on ne fait pas de la vidéo pour nous. On le fait pour essayer de faire avancer des idées, mettre une technique au service d'idées. En faisant avancer les idées, en faisant de la propagande, on donne une impulsion aux luttes. Ce que nous en retirons ? D'abord, nous mesurons le résultat, l'efficacité de notre intervention, on en tire

des enseignements, on essaie de saisir le plus subtilement possible la spécificité du moyen qu'on utilise, on essaie d'apprendre quand la vidéo est efficace, quand il faut la faire intervenir. Un autre élément est le contact étroit avec les militants. Essayer de ne pas tomber dans le défaut professionnaliste : on est des professionnels, on intervient, on passe, ensuite on disparaît, et on ne laisse pas de traces... Il s'agit d'utiliser les forces militantes, leur créativité, leurs possibilités, leurs capacités ; d'essayer de créer des rapports harmonieux entre ceux qui luttent quotidiennement et nous qui possédons des techniques, en leur apprenant ces techniques, leur donnant les moyens de les maîtriser.

» En ce qui concerne le présent de la vidéo, la question pour nous se pose en ces termes : il y a des besoins politiques. Notre but est de saisir ces besoins et de voir quels sont les supports — le ou les supports — qui peuvent aider à faire avancer les idées qui sont proposées. Nous utilisons la vidéo dans deux axes.

» Le circuit fermé — c'est la possibilité de prendre et de reproduire immédiatement quelque chose sur un téléviseur — ou par l'intermédiaire d'appareils plus complexes, sur écrans. Ce circuit fermé peut être utilisé d'une manière fonctionnelle. Par exemple, ce soir, il y a 200 ou 300 personnes, la TV est purement fonctionnelle, elle est utilisée simplement comme haut-parleur de l'image au-delà de la salle, au-delà du lieu où se passe l'événement. C'est une forme d'utilisation. Elle peut rendre des services, dans la vie politique par exemple. Dans le circuit fermé, on va plus loin. Nous avons utilisé, à la Fête de « L'Humanité », le circuit fermé pour essayer d'améliorer (c'était un besoin !) le contact entre les débatteurs, les responsables, les dirigeants politiques, les militants et le public qui était dans la salle. La question était simple : comment faire pour qu'il y ait un véritable débat, une véritable discussion ? On n'est pas en position de force quand on est au 22e rang, ce n'est pas facile de s'exprimer. Ceux qui sont « là » ont forcément beaucoup plus la parole et la monopolisent. On a essayé, en mettant un écran géant de mettre les gens de la salle au même niveau que ceux qui répondent, de manière à ce que les dirigeants politiques ne répondent pas à côté des questions. A cet effet donc, il y avait la possibilité de mettre en

insert* la personne qui écoute. Si cette personne manifeste son insatisfaction, tout le public est témoin. C'est là un autre type d'utilisation.

» En ce qui concerne le magnéscope, le domaine d'intervention où on l'utilise le plus souvent, c'est le domaine de l'agitation politique ou syndicale. On a fait par exemple une campagne sur les problèmes d'emploi dans la région du Rhône pour la CGT. La question posée par le syndicat était : comment faire pour que ce débat sorte de l'entreprise, pour que toute la population en parle ? Dans l'entreprise, les militants étaient là et avaient bien un contact avec les travailleurs, mais les agriculteurs, les commerçants, la population entière est concernée par ce problème. Comment faire ? Nous avons donc pris un magnéscope portable et, dans chaque village nous avons essayé de recueillir tous les points de vue possibles sur cette question. On faisait une bande de 35 à 40 minutes et le soir même, on organisait une réunion où était reproduite intégralement la matière brute. Au lieu de faire une réunion à partir d'un discours — d'abord les gens ne seraient pas venus — nous sommes venus avec du matériel, et le fait d'avoir discuté avec les gens a créé une agitation dans le lieu, de sorte que les gens sont venus, ne serait-ce que par simple besoin de se reconnaître. On a fait dans des villages de 1000 à 1200 habitants des réunions de 100 à 200 personnes. Les gens viennent et on leur diffuse au départ un ensemble de questions concernant leur village. C'est à partir de cela que nous discutons. Cela veut dire que le premier stade (l'intervention du magnéscope portable) consiste à créer une agitation dans la ville. Le second stade étant, à partir de cette bande et des questions, d'engager la discussion et de donner des informations.»

Question du public : « M. Bidou a transposé le débat sur un plan politique. Je ne le suivrai pas. J'ai l'impression qu'on est à un mini-débat ORTF. C'est exactement la même atmosphère, les mêmes défauts. Je pense que la vidéo est entrée dans les mœurs, que nous sommes

* Plan assez gros destiné à attirer l'attention du spectateur, au cinéma, ou du téléspectateur dans le cas de la télévision, sur un détail descriptif qui l'aide à comprendre la scène. C'est un mot d'origine anglaise (to insert, insérer).

constamment espionnés par la vidéo. Cela s'utilise dans les usines et un peu partout. Au niveau éthique, quelle sera l'importance de la vidéo dans l'avenir ? »

Amateurs et professionnels : une fausse question ?

M. LOUIS : « Pourquoi la vidéo ? Je crois qu'il faut quand même se rappeler que c'est un problème technologique. Ensuite, c'est une bataille commerciale entre un certain nombre d'entreprises. Au niveau de la vidéo, on en est au moment où tout le monde cafouille un peu, comme on a cafouillé lorsque les premiers ordinateurs sont sortis. Là aussi, c'était un progrès technologique et là aussi, c'était, au niveau des industries électroniques, le moyen d'essayer d'utiliser les ordinateurs. Jusqu'au moment où l'on a trouvé qu'ils pouvaient être utilisés pour la gestion. On s'est alors mis à vendre des ordinateurs. La vidéo est connue depuis un certain temps. L'utilisation de supports magnétiques pour la retransmission des images est entrée à l'ORTF il y a dix ou quinze ans. La vidéo, aujourd'hui, c'est d'abord un matériel beaucoup moins lourd, moins onéreux, qui est une réduction des mêmes moyens d'enregistrement magnétique. Qu'est-ce qu'on en fait ? Je crois qu'il y a une lutte d'imagination. Et qu'est-ce que l'imagination dans ce domaine ? D'où provient-elle ? On constate deux courants. Le premier s'est manifesté à travers l'expérience du Vidéographe. Et ce courant continue à être prôné comme le seul moyen d'utiliser la vidéo. On est en train de tenir le même langage avec le super-8 depuis peu de temps. Pourquoi ? Parce que là encore, il y a des bagarres entre les grandes industries à support chimique et les industries électroniques. Je dirai que nous-mêmes avons tenté une expérience avec toute une série de groupes. Nous avons donné des caméras aux gens en leur disant : Allez-y ! Donnons la parole au peuple et vous verrez que nous n'avons plus besoin de rien d'autre. Il va s'exprimer tout seul ? Il est génial ? Il ne semble pas que dans la pratique cela se traduise comme cela.

» Et il y a la deuxième question en matière de vidéo. Je crois qu'il n'y a personne au monde qui puisse dire que la vidéo va bouleverser le monde. C'est un outil ! Qu'est-ce qu'on en fait ? Qui va être capable, au travers de toutes

les expériences, d'apporter ce qui pourrait peut-être permettre de changer le style, la façon dont s'exprime la majorité en matière d'audiovisuel, en matière cinématographique ? Je pense qu'il est absurde d'éliminer les professionnels de ce problème. Des gens qui au travers des hasards de la vie (de la chance) ont eu la possibilité à la fois de s'exprimer par le 16 mm., la TV, la photo, et qui en ont fait leur métier, qui ont réfléchi à l'ensemble des problèmes que cela posait, qui sont dans une certaine mesure les ouvriers de l'audiovisuel, qui accumulent des connaissances et des réflexions me semblent être indispensables à tout groupe qui voudrait utiliser ces moyens.

» Je pense que lorsqu'on n'a rien à dire, on peut s'exprimer par écrit, par l'audiovisuel, etc. On n'a rien à dire. Et c'est tout ! Qui a quelque chose à dire aujourd'hui dans notre politique ? Au CREPAC, nous avons pensé que c'était les groupes. Que les individus, lorsqu'ils ont quelques choses à dire étaient prédisposés à devenir des artistes, des militants à titre personnel, des créateurs ou des professionnels de n'importe quel art (théâtre, poésie, etc.) visuel ou autre. Mais la grande rénovation peut venir des groupes constitués qui ont, ensemble, quelque chose à dire, sur quoi ils peuvent réfléchir en commun. Comment favoriser par la vidéo l'expression qu'on souhaite ? Pour l'instant je crois qu'on ne peut aller plus loin. Il n'y a pas d'autre réponse. Les ordinateurs peuvent être autre chose que ce qu'ils sont et aussi les agents de notre perte, tout comme la vidéo peut être le meilleur moyen de surveillance dans les entreprises ou de piéger les individus. Est-ce que ces groupes sont à même d'imaginer, et aussi de prendre en charge le devenir de la vidéo de manière qu'elle aille dans un sens et non pas dans l'autre ? Cela dépend à la fois de leur aptitude à imaginer les choses et de les expérimenter. C'est ce que nous sommes en train de faire, tous ensemble. »

Vidéo et presse écrite : encore une fausse question ?

Question du public : Une personne demande quels seront les rapports possibles entre la vidéo et la presse écrite. L'image va-t-elle supplanter l'écrit ?

* Voir aussi à ce sujet la question posée par M. Marti quant à l'avenir du livre, de la fonction enseignante : deuxième table ronde et note 5 de cette dernière.

M. PIGUET : « Voici une réponse un peu schématique, parce que ça n'est pas du tout le débat. Il est évident que la presse écrite a observé un peu en chien de faïence d'autres moyens de communication. Une évidence toutefois : il y a complémentarité. Il n'y a pas substitution de moyen de communication. La lecture demeure une nécessité pour prendre connaissance d'une information de manière rapide peut-être mais moins fugace que par l'image. Demeure toujours le besoin de références, de retours, d'arrêts, besoin auquel on n'échappe pas. Je crois qu'on peut extrapoler et parler non seulement de la presse mais des livres d'une manière générale qui restent un moyen essentiel dans les domaines de la connaissance, de la culture, du délassément. Ce serait une erreur de nier les choses qui existent, d'ignorer ce qui se passe et quelles sont les évolutions. Je pense que les entreprises de presse demeurent un moyen d'information indispensable et qu'elles ont un avenir beaucoup plus solide qu'on ne le croit quelquefois. Mais cela ne diminue en rien la valeur d'autres supports d'information, notamment la vidéo. »

M. LOUIS (répondant à la même personne) : « Je voudrais dire que votre question me paraît marquer une certaine confusion. La question que vous posez ne doit pas l'être par rapport à la vidéo, mais par rapport aux moyens audiovisuels d'information. La liaison du langage de l'image à travers la TV ou le cinéma est une chose. La vidéo est une évolution d'un des moyens utilisés par la TV, elle offre la possibilité d'être à la disposition de groupes restreints pour l'expression des idées. Le problème des relations entre la presse — qui est aussi l'un des moyens de communication de masse — et la radio et la TV, c'est une chose dont on débat depuis vingt ans. Je crois que la réponse est donnée : il y a coexistence, non seulement possible et souhaitable, mais obligatoire. Le problème de la vidéo c'est la mise à disposition possible de moyens technologiques avancés à des groupes restreints, pour promouvoir une information s'adressant à des groupes précis, touchant un minimum de personnes. On pourrait parler de démocratisation des moyens audiovisuels, par rapport à la TV. C'est ça le problème vidéo ; c'est que par des moyens relativement peu onéreux et offrant malgré tout des facilités équivalentes à celles des

professionnels de la TV, il est possible de dispenser une information autre que celle des mass media. La vidéo, dans ses relations avec la presse écrite, ne pose pas de problème nouveau. Elle a posé des problèmes différents aux journaux locaux pour lesquels vient s'ajouter un moyen offrant la possibilité de réaliser localement un travail d'information ou de communication. C'est peut-être une concurrence accrue. Là est le problème de la vidéo aujourd'hui, avec, en plus, la perspective de la télédistribution ou ce qu'on appelle les vidéocassettes.

M. MILLIARD insiste sur le fait que « les outils vidéo permettent aux gens qui consomment et produisent des images d'avoir entre eux un rapport fondamentalement différent, notamment moins spécialisé, et que, par exemple, on peut recevoir une communication vidéo faite par d'autres tout comme on peut en produire une. Avec les autres moyens de communication c'était impossible. Autre rapport de production que la vidéo instaure, le fait qu'on puisse revoir immédiatement ce qu'on fait dans un travail de groupe. C'est fantastique parce qu'on peut réfléchir non seulement à ce qu'on dit, mais comment on organise les images et les sons qu'on est en train de produire. Ce côté-là n'est pas un hasard. Jean-Luc Godard, par exemple, qui s'intéresse à la vidéo, est certainement le seul cinéaste qui ait réfléchi aussi loin à cette question. »

Question du public s'adressant à Mme Garrigues : Dans trois mois Cergy-Pontoise (4) va fonctionner. « J'aimerais demander ce que vous envisagez de mettre dans ces programmes, si tant est qu'on a fait appel à vous. D'autre part, je m'étonne que vous ne vous intéressiez pas à la télédistribution alors que vous faites partie du Service de la recherche de l'ORTF. »

Mme GARRIGUES : « Je m'intéresse effectivement beaucoup plus à l'utilisation de la vidéo à l'intérieur d'un groupe qu'à la télédistribution. C'est mon goût, mon choix. C'est l'expérience que j'en ai. Bien sûr, je fais partie du Service de la recherche et à ce titre j'ai participé à la formation de futurs responsables de l'animation locale à Cergy-Pontoise. J'ai pu voir qu'il y avait tout un service mis en place, qu'une partie des animateurs n'avait rien

à voir avec les habitants. Ils venaient déjà d'une institution. Je doute fort qu'en France, en particulier, la télédistribution soit libre et que chacun puisse venir dire ce qu'il aurait à dire. En tout cas dans un premier temps. Ce que je veux exprimer, c'est que les stages que nous devions faire, stages auxquels aspiraient pas mal d'habitants, étaient plus ou moins tronqués. Ils ont été réservés dans un premier temps à des gens qui étaient nommés. Par conséquent, je ne sais pas du tout quelle télédistribution émanera de ces gens-là. Au départ elle n'émanera pas des habitants. Les premières expériences qui ont été faites sur le réseau l'ont été avec des animateurs du Service de la recherche de l'ORTF ; elles étaient un peu préfabriquées. C'est une des raisons qui font que je m'intéresse beaucoup plus à la vidéo de groupe qu'à la télédistribution. »

M. BIDOU : « Le débat sur la télédistribution n'est pas simple. On a dit ce soir **table ronde sur la vidéoanimation**. On a essayé de cerner ce que cela voulait dire. Il faut alors retourner aux sources. Il faut savoir ce que c'est, comment cela va se développer. Cergy-Pontoise ne peut être pris comme un cas isolé. Ce qu'il faut remarquer c'est que la télédistribution en France, ce sont « sept villes pilotes »*, pratiquement toutes de droite, à part Grenoble qui est un cas particulier. La télédistribution en France est régie par des lois extrêmement précises. Actuellement, personne ne peut faire de la distribution sans avoir l'autorisation de la SFT (5), c'est-à-dire une société qui groupe l'ORTF et les PTT. Un haut conseil de l'audiovisuel dépendant directement du gouvernement peut accorder un certain nombre de dérogations. Ce qui est intéressant, c'est de voir à qui il a donné ces dérogations. Deuxième élément, personne ne peut, dans ces villes, faire de la télédistribution sans créer une société d'économie mixte à trois composantes : la SFT pour un tiers c'est-à-dire l'Etat, les sociétés privées pour un autre tiers et la collectivité pour le troisième tiers. Cela signifie que la ville pouvant faire de la télédistribution est minoritaire dans ladite société mixte qui détiendra les pouvoirs en ce qui concerne l'usage du réseau. Dans toutes les villes c'est pareil. Pourquoi les « sept villes-pilotes » ? Pour

* Voir note 4.

faire des expériences. Pour voir un peu quels sont les critères de rentabilité, comment les sociétés privées vont pouvoir tirer un maximum de la télédistribution. Comment le pouvoir en place va effectivement se servir de ces moyens pour accentuer sa pression idéologique. Il ne faut pas rêver de TV communautaire. Elle n'est qu'une petite partie qu'on donnera à la ville alors qu'on livrera ces canaux effectivement à la majorité, au privé particulièrement. Il faut se battre pour un statut démocratique de la société d'économie mixte, il faut que la collectivité soit majoritaire. Le dossier est en fait plus complexe que cela. Mais pour répondre à la question que vous posez — elle est très justifiée — il faut se dire que c'est un moyen (la télédistribution) de plus lorsque auront été testées les données de rentabilité, de pression idéologique. Le reste, ce qui nous revient, c'est la petite partie. C'est notre presse par rapport à la presse de droite. D'autre part, il faut faire très attention (c'est notre point de vue) à l'idée selon laquelle la vidéo serait l'arme absolue, qui va balayer tout le reste, faire la grande révolution. Chaque fois que des techniques nouvelles sont apparues et qu'elles ont permis d'améliorer la communication entre les gens, certains ont eu tendance à faire de ces moyens l'arme absolue : l'image va tout bouleverser, le livre c'est terminé, la presse écrite, c'est terminé... Il faut être très prudent. La télévision et la vidéo sont des moyens, en plus, qui viennent s'insérer. Et on ne doit pas les penser en termes de concurrence mais en termes de complémentarité.

» Encore un mot au sujet de l'éthique. Je dois malheureusement dire que c'est une thèse erronée. Aucun instrument n'est en soi idéologique, aucune technique ne produit de l'éthique. L'instrument sera toujours fonction de ceux qui l'utilisent. L'instrument est à la disposition des hommes, c'est à partir de ceux qui l'utilisent qu'il faut réfléchir sans isoler l'instrument lui-même. »

Question du public : Peut-on connaître l'attitude des professionnels de la radio et de la télévision face à la vidéo ? Actuellement, s'il est interdit de diffuser des vidéogrammes via le câble, il serait possible de diffuser un vidéogramme réalisé par des amateurs ou par un groupe politique dans le cadre de la programmation nationale de la télévision.

Mme GARRIGUES : « En ce qui nous concerne, les expériences étaient faites dans un dessein d'initiation du grand public, elles devaient être montrées à l'antenne sous une certaine forme. Aucune ne l'a été. »

M. LOUIS parle encore de la notion de professionnalisme. « Les professionnels cela ne veut pas dire grand-chose. Il y a des professionnels qui ont une vision corporatiste de forcenés, ils développent leurs propres privilèges sans avoir analysé quels étaient les problèmes d'information. Ce que je peux dire, en tant que professionnel, et en tant qu'individu professionnel, c'est que pour la majorité des professionnels de l'ORTF — tels que je les connais — ce n'est pas leur faute si rien n'est diffusé sur les antennes. Je ne peux plus parler en leur nom puisque depuis 1968, pour ne pas subir l'écrasement par les structures de l'ORTF, je n'y participe plus qu'en tant que pigiste. Mais comme professionnel quand même, je suis convaincu que ces derniers peuvent jouer un rôle important en liaison avec les amateurs. C'est également en liaison avec des groupes que peut se développer une autre forme d'expression. C'est ce que j'essaie depuis dix ans de promouvoir ou de développer. »

Question du public : Comment vous débrouillez-vous les uns et les autres face au pouvoir en place, du point de vue des structures juridiques, économiques et financières, et compte tenu de l'ensemble des contraintes dans lesquelles vous êtes ? Deuxièmement, face à la demande qui vient d'en bas, de la base, comment établissez-vous vos choix et avec quelles personnes travaillez-vous ? Et, troisième élément, comment vous définissez-vous les uns par rapport aux autres ?

M. LOUIS : « Encore une fois, je crois qu'il y a confusion. Ou nous parlons du moyen spécifique qu'est la vidéo et nous essayons de déterminer ce que l'on peut en faire, en tant que moyen, ou nous parlons de la vidéo comme d'un moyen d'action parmi d'autres. Quand je parle de « Certifié exact », il s'agit de film. Cela pose des problèmes tout à fait différents. Le CREPAC poursuit également les mêmes recherches en super-8, en matière de diapositives. La vidéo n'est jamais qu'un des aspects, un

des outils qu'on utilise dans le cadre d'une position générale. Dans ce cas-là, on parle du rôle de l'audiovisuel et des problèmes de l'information, de la nécessité de définir des structures différentes, des rapports entre l'audiovisuel et l'écrit, de la complémentarité entre les uns et les autres.

» Si l'on parle de la vidéo, en tant qu'outil vidéo, et qu'on essaie de savoir ce qu'on peut en faire, c'est bien la question qui est posée aujourd'hui : qu'est-ce qu'on en a fait jusqu'à maintenant ? La réponse (on l'a déjà dit) est : c'est léger, c'est relativement pas cher, cela permet de retransmettre immédiatement. Plus toute une série de questions : comment diffuser ces produits et à qui ? C'est le problème de la distribution et de la diffusion. Cela reste-t-il réservé aux groupes ? Si l'on veut toucher davantage de gens, il faut qu'ils disposent de magnétoscopes de lecture et encore faut-il que les appareils soient de même standard. Alors on dit le câble. Mais le câble c'est encore autre chose. Un certain nombre de propositions sont arrivées. La vidéo c'est pour tout le monde : artistes, et créateurs. On va donner ce moyen aux gens. Problème à résoudre : qui paie ? Aujourd'hui, on en est toujours au stade des expériences en circuit fermé. » M. Louis constate encore qu'on en est là et qu'il est bien incapable de donner des recettes.

Question du public : Il y a dans la salle des groupes de militants ayant d'autres pratiques que celles qui viennent d'être décrites. « Nous n'avons pas envie de faire les gauchistes de service, comme hier, mais on vous demande de venir en bas, dans la salle des vidéogrammes, on vous montrera ce qu'on a fait et on pourra en discuter... »

M. BIDOU : « Ce que j'ai dit de notre utilisation de la vidéo ne constitue pas la seule possibilité. Cela ne réduit pas l'usage de la vidéo à ce que nous en faisons nous. Il existe quantité d'autres utilisations, à d'autres niveaux d'intervention. On peut utiliser la vidéo, par exemple, dans les maisons de jeunes en vue de l'animation culturelle. En outre, quelques points discutables mis à part, je ne suis pas en désaccord avec M. Louis. Il n'y a pas de divergences entre nous, seulement des niveaux d'intervention différents. S'il existe une divergence, c'est avec notre

sociologue*. Je ne crois pas que la vidéo puisse être un instrument capable de changer fondamentalement les rapports sociaux. Ce n'est pas avec des techniques qu'on changera les rapports sociaux. Les techniques nous aident et contribuent à faire avancer les idées ; mais pour changer les rapports sociaux il faut changer de société.

M. FIGUET : « J'aimerais relever une chose qui me paraît essentielle, c'est, je crois, qu'il n'y a pas eu d'ambiguïté ce soir à cette table ronde. Les participants se sont clairement désignés comme ce qu'ils sont ; ils ont eu toute possibilité de se décrire et de prendre position de la manière qui leur convenait. »

* M. Guy Milliard.

QUATRIÈME TABLE RONDE

La télévision communautaire

LES PARTICIPANTS :

MM. René Aeberhard, Henri Dieuzeide, Jacques Monnier; Mme Joseffe Polinssac; M. Daniel Populus. La discussion est animée et dirigée par MM. Albert Knechli et Louis Schneller (1).

LE THÈME :

Le thème de cette table ronde, « La télévision communautaire », ne semble pas devoir être défini ici. A l'évidence, c'est la question numéro un dont il a été débattu lors des tables rondes précédentes quand bien même leurs thèmes étaient différents. Autrement dit, à chaque instant de la discussion surgit la question du communautaire : une télévision faite par qui ? Faite pour qui ? Les besoins réels — si tant est qu'on puisse définir ce terme — de la communauté. On l'a vu lors de la première table ronde déjà, à l'occasion des interventions de MM. Favrod et Bosshard notamment ; la question a été évoquée lors de la deuxième table ronde également lorsqu'on a parlé de la production de bandes vidéo et de la difficulté qu'il y avait de les mettre dans un circuit, qu'il soit de nature commerciale ou autre, en France par exemple, et où se sont affrontés Mme Roussopoulos et M. Pasteur en particulier. C'était toujours, en partie sous-tendue, une certaine idée du communautaire qui était en jeu. Enfin, il n'est pas nécessaire d'insister, la relation des expériences réalisées par Mme Garrigues, MM. Bledou et Louis, lors de la troisième table ronde, engageait la discussion non seulement sur la télévision communautaire, mais sur le sens précis du communautaire.

faire dans une perspective militante. Avons-nous ainsi « réuni » toutes les acceptions possibles de ce terme ? L'éventail des possibles a-t-il été mis au jour ? Reste-t-il place pour d'autres types d'expériences réclamant du communautaire ? Oui à la dernière question. Autant, pour le moins, qu'il existe d'individus ayant une certaine idée du communautaire, de projets de société, en dépit de l'apparent paradoxe des mots : communautaire et individu(s).

RÉSUMÉ :

Cette dernière table ronde a été « construite » presque « spontanément » — autre paradoxe — à partir de l'exposé de M. Daniel Populus. Comme MM. Bidou et Louis, M. Populus est engagé dans une action depuis plusieurs années. Comme eux, c'est d'une expérience vécue qu'il rend compte. Le nom de M. Populus, on le sait, est étroitement associé à l'une des premières expériences françaises, celle du « Vidéo Gazette », dans la banlieue sud de Grenoble, dans la nouvelle cité de la Villeneuve pour être plus précis. L'expérience a commencé en 1972 sous la forme d'un atelier de production vidéo, de formation et de prêt de matériel. « L'accent est surtout mis sur des objectifs d'intégration de cet atelier dans la vie collective du quartier (2). »

« L'expérience de la Villeneuve de Grenoble aura été la plus longue et la plus complète des expériences tentées en France. Elle aura d'abord favorisé une prise de conscience, notamment au niveau de l'ORTF amené à préciser sa position sur la télévision par câble et à créer la Société française de télédistribution (3). »

Sur quelques définitions

Dans son préambule, M. Populus propose de se mettre d'accord au sujet des termes : que signifie télévision communautaire ? Pour lui, il y a télévision comme on a déjà pu s'en rendre compte. La télévision, c'est la technologie, ce qui est relativement facile d'accès, qui ne coûte pas très cher, qui fonctionne plus ou moins bien, etc. Ce n'est pas nécessairement de la télévision par câble, mais ça peut l'être... Et puis il y a le communautaire... avec la coloration qu'on lui donne aujourd'hui en France par exemple. Il faudrait dès lors savoir ce que Canadiens et Suisses, eux, mettent

dans ce terme. En bref, en France, on met là-dedans ce qui n'est pas strictement politique ou syndical, on met les problèmes à résoudre de la collectivité, avec des idéologies diverses, des stratégies et des techniques différentes. Voilà pour une première série de distinctions. Et puis, c'est capital, il y a la question des publics spécifiques, la question des minorités. Tout cela, on le voit, n'est pas tellement simple, du moins aussi simple qu'on pouvait l'imaginer dans la première séparation : télévision et communautaire.

Viennent encore les questions d'écriture, des nouvelles formes d'écriture de l'audiovisuel, celles qui remettent à la rigueur en cause les autres : celles (déjà !) traditionnelles de la macro-télévision. Cette dernière remarque est intéressante si l'on veut bien se souvenir que MM. Bidou et Louis, le premier en particulier, ne voyaient pas dans l'outil vidéo notamment, un outil en soi capable de transformer les rapports sociaux.

Jusqu'ici, estime M. Dieuzeide, le problème est bien posé. Subsidièrement, ajoute-t-il, on peut encore se demander, lorsqu'on parle de communauté, s'il s'agit d'une communauté qui a déjà une existence différenciée en soi, ou si cette communauté se crée justement à la faveur et autour du phénomène télévisuel ? La question se pose vu que la télévision communautaire est d'origine canadienne et que le modèle est le Vidéographe* qui a été une espèce d'abcès de fixation dans un quartier populaire de Montréal. Mais, remarque M. Dieuzeide, le concept de Vidéographe lui-même évolue puisque, maintenant, les gens du Vidéographe se tournent plutôt vers la communauté déjà existante. D'où il faut bien en déduire que l'émetteur qu'on met dans un village, c'est tout à fait différent de ce qui existe dans un quartier de Montréal.

M. Aeberhard, lui, aimerait bien savoir ce qui peut motiver le mouvement communautaire : le message émis par la communauté par le canal TV a-t-il un sens analogue à celui émis par une radio communautaire, doit-il être stimulé de l'extérieur ? Est-il spontané ? Et le caractère d'une TV communautaire n'est-il pas, justement, cette spontanéité née à l'intérieur de la communauté ?

Ici, M. Populus observe encore que le terme « communautaire » est gênant parce qu'il est d'exportation, par conséquent non pertinent lorsqu'il s'applique à

* Voir note 6 de la deuxième table ronde.

l'expérience française. La télévision communautaire au Canada, s'est bâtie sur une vie collective où des médias locaux existaient déjà (presse, radio locale), ce qui n'est pas le cas en France.

Trois niveaux d'approche

M. Monnier, lui aussi, souhaite qu'on soit encore plus explicite au sujet de ce terme. Grosso modo, il voit trois niveaux d'approche. Dans les expériences suisses, à Renens par exemple, on s'est constamment référé à la notion de village : il s'agissait d'un retour au village. Et qu'est-ce qu'un village au sens traditionnel du terme ? C'est une communauté homogène, par sa vie économique, politique et sa structure permanente, généralement fondée sur l'agriculture. Il peut y avoir dans le village un certain nombre de sous-communautés ; elles sont cependant homogènes : on peut être paysan et président de la Société de laiterie, paysan et syndic, etc. On peut cumuler ces fonctions. Elles ne remettent pas en cause le statut de la communauté dans son ensemble ni les rapports internes à cette communauté. Il est intéressant, note M. Monnier, de voir qu'un certain nombre de TV communautaires tendent à se référer à ce modèle historique.

Deuxième type de communauté, pour M. Monnier, celles qu'on pourrait appeler les communautés fluides. On peut vivre dans une agglomération d'une certaine importance à l'intérieur de laquelle une série de sous-communautés se recoupent. On peut être Genevois ou Lausannois, membre du Club alpin et membre du parti radical, par exemple. On peut être radical et membre de la Société de gymnastique. On peut être à la fois membre du Club alpin et de l'Automobile-Club suisse. On appartient temporairement ou durablement à un certain nombre de communautés extrêmement spécifiques qui se définissent par une activité donnée, par une technique donnée, par l'emploi d'un véhicule, par exemple.

On pourrait distinguer aussi un troisième type de communauté comportant deux sous-groupes. D'une part des communautés qui se constituent — particulièrement dans les jeunes générations — par réaction au caractère excessif de certaines manifestations des grandes agglomérations. C'est l'aspect mythique du retour à la terre : on quitte les grandes agglomérations et on tente de survivre par groupes, de manière plus ou moins durable. D'autres communautés de jeunes, par ailleurs, se constituent autour... d'un appareil. Il

est en effet frappant de voir qu'il s'est constitué aux Etats-Unis, au Canada d'abord, un certain nombre de communautés par affinités électives, par intérêt pour une technologie donnée. La communauté s'est constituée autour de l'appareil permettant de produire des messages ; puis on a assuré les fusions de ces messages avec d'autres communautés. Il paraît donc nécessaire, pour M. Monnier, d'arrêter provisoirement un certain nombre de définitions, même si le phénomène vidéo et de la télévision communautaire continue d'être en état d'émergence. Il ne faudrait pas, bien entendu, que ces définitions tendent à scléroser notre réflexion, mais il est nécessaire de distinguer provisoirement les niveaux d'approche qui précèdent.

Facteur de créativité ?

Mme Poinssac voudrait savoir si cette télévision communautaire engendre véritablement la créativité à l'intérieur des groupes, s'il y a création de nouveaux modèles de communication, si, enfin, on a « quelque chose » rompant avec le modèle de la télévision de monopole. Pour répondre à ces questions, suggère Mme Poinssac, il y a peut-être une clé : ce serait de savoir quelles sont les personnes qui se trouvent près des appareils parmi les diverses populations qui les utilisent. Autrement dit, encore une fois, y a-t-il naissance d'une nouvelle profession ?

Le schéma de discussion est ainsi clairement posé. Il reste à le confronter à l'expérience. Et c'est souvent le cas : on semble disposer d'une dialectique adéquate comme instrument d'approche, et puis soudain les choses — l'expérience, ou la description de l'expérience — n'entrent pas dans les alvéoles pourtant bien ciselées. C'est alors qu'apparaît la fragilité du discours confronté au quotidien ; c'est alors qu'émerge aussi un certain « vécu quotidien », infiniment complexe.

LA DISCUSSION :

Dans la discussion qui s'établit tout de suite après ces quelques mises au point, une personne dans la salle demande s'il ne faut pas entendre que le « concept communautaire » est indissociable d'un « projet de société ». Ce projet pouvant être soit un retour au passé, soit une nouvelle forme de société.

M. POPULUS : « Dans cette remise en cause de la télévision et du communautaire, les projets de société qui

s'affirment le plus, en France actuellement, sont de gauche. Mais il est peut-être trop tôt pour se lancer dans ce débat. Ce qui est intéressant, maintenant, c'est de redescendre au ras du sol. Je suis content qu'il y ait eu cette précision sur les trois niveaux communautaires, on verra comment chacune des expériences que nous avons faites se rapprochent. Il faut voir telle ou telle expérience, il n'est pas facile d'« envoyer » un discours idéologique là-dessus, de voir à quel projet telle expérience se raccro-

M. SCHNEITER : « M. Dieuzeide pourrait-il donner quelques précisions relatives au Vidéographe, dans la perspective qui vient d'être décrite ? »

M. DIEUZEIDE : « En préface à ce que va dire M. Populus, il faut mentionner que le Vidéographe c'est le modèle. Est-ce qu'on peut donner la parole aux gens. Aux citoyens ? C'est ça le principe du Vidéographe. Est-ce que l'image est libre ? Est-ce qu'elle est accessible à tout le monde ? Est-ce un matériau réservé ? Un monopole ? Ou au contraire, n'importe qui peut-il se présenter et dire ce qu'il a à dire ? Les processus de diffusion étant eux-mêmes à prendre en considération par la suite. Je crois que c'est ça l'essentiel du Vidéographe... le modèle. »

M. POPULUS : « Je retiens de l'intervention de M. Dieuzeide et de la question que posait Mme Poinsac, une distinction qu'il me semble important de faire, entre la mise à disposition d'outils d'expression à des personnes qui ont envie de s'exprimer, et la remise en cause d'un certain nombre de circuits de communication et d'information dans nos sociétés. Il me semble qu'il faut distinguer ces deux niveaux-là, en référence au Vidéographe. C'est important. Autrement on mélange tout. »

A Grenoble, au départ, il y a le fait que l'opération se situe dans un ensemble urbain nouveau qu'on appelle une **Ville nouvelle** dans l'urbanisme français. Ce sont de grands immeubles qui montent au milieu de terrains vagues. Il s'agit d'une expérience d'urbanisme axée sur la mise à disposition de la population d'équipements collectifs d'un type traditionnel : écoles, lycées, centres sociaux. Expérience aussi, fondée sur l'hypothèse que dans un

ensemble nouveau, une population aura des besoins de communication plus forts que dans les anciens quartiers. Hypothèse qu'il faudrait peut-être vérifier. Seconde hypothèse importante : le fait que l'ensemble des actions éducatives, socio-culturelles, syndicales, politiques, étaient défavorisées dans leurs entreprises par rapport aux mass media.

» A partir de ces deux hypothèses et à l'initiative de la collectivité, il a été décidé d'implanter un Centre de production audiovisuel financé par des fonds de la collectivité et de l'Etat. On a essayé de mettre ce Centre de production à la disposition du maximum de groupes et d'individus. Ce centre fonctionne maintenant depuis deux ans. Il intervient dans des secteurs tels que l'école maternelle et l'action militante, en passant par la formation d'adultes. L'outil est la vidéo, principalement, sans oublier les diapositives, le son, le super-8, l'affiche, le tract, le pamphlet, etc. Une espèce d'opération multi-media. Voilà l'origine du projet.

» Autre élément du projet, le fait que lorsque des immeubles poussent ensemble, il est très facile d'y poser une antenne collective. Et plutôt que d'y poser simplement une antenne collective, c'est-à-dire un morceau de câble qui permet de recevoir les émissions nationales, on peut poser un câble un peu plus gros, de manière à recevoir plus de chaînes. Le prix de revient, par logement, pour la pose de ce câble est relativement peu élevé. Et les sociétés d'investissements à l'origine de ces ensembles urbains ont posé un câble avec système de télédistribution, permettant de recevoir non seulement les chaînes nationales mais d'autres chaînes également. Pendant un an, nous avons travaillé dans différents secteurs en tant qu'« animateurs ».

» Nous avons eu l'occasion de tester l'efficacité de circuits de diffusion d'images électroniques. Des gens trimbalaient sur une petite charrette leurs magnétoscopes et leurs récepteurs ; ils allaient de salle en salle, transportant « leur bonne parole ». Au mois de décembre dernier, pour nous, la tentation a été grande de raccorder ce centre au câble existant, pour tester un autre moyen de diffusion. Et je crois que nous sommes un peu dans cette phase-là. Alors nous diffusons par le câble de l'image et du son. Parfois du son seul, dans ce que

j'appelle une « illégalité clandestine ». C'est-à-dire que, vu le statut de la radio-télévision en France, vu l'inertie des pouvoirs publics, vu les problèmes immenses de l'ORTF à se trouver lui-même*, nous avons été depuis trois ans à la recherche d'un interlocuteur. Ne trouvant pas d'interlocuteur (le pouvoir politique et culturocrate), nous avons décidé, d'abord à titre de test technique avec contenu, puis à titre de test technique avec contenu régulier, de diffuser des messages. Diffusion qui en France est illégale puisque le monopole de la diffusion appartient à des organismes d'Etat**.

» Depuis décembre dernier, nous diffusons sur la base d'un certain nombre de productions, dues à différents producteurs. Notre politique a été d'être le moins possible — je crois que nous n'avons jamais été, à quelques exceptions près — producteurs d'émissions. Nous sommes des techniciens à l'écoute des groupes. Ce qui a favorisé un éventail de productions : depuis les chiens écrasés locaux, la propreté du quartier, jusqu'à des émissions sur le Chili, la moto, ou encore sur l'inflation. Un éventail large qui prouve premièrement que la production locale existe, que des groupes formels ou informels ont des idées sur la nature des productions, et que ce n'est pas toujours des débats sur les chiens écrasés locaux. Une émission sur le Chili, par exemple, qui dure presque deux heures et qui met en relation le problème international du Chili avec une situation locale, c'est extrêmement important. Aucune chaîne nationale, en France, ne l'a fait et ne le fera jamais.

Le processus de production

» L'importance des **processus de production** est fondamentale. Parfois on est obligé de mettre le produit au deuxième plan par rapport au processus de production, par rapport au cheminement que les gens font pour avoir accès à l'information. Certains d'entre nous rêvent de réinventer la télévision communautaire. Mais on est parfois très déçu, parce qu'un comité de soutien au Chili n'a pas le temps de passer des nuits à faire du montage. Alors on s'enferme dans les clichés et les modèles. Mais

* Nous sommes en 1974.

** Voir à ce propos la troisième table ronde et les notes 4 et 5 relatives au monopole de l'Etat.



EXPOSITION THÉMATIQUE

Le synthétiseur du studio de
musique contemporaine.
(Photo D. Vittet)

finalement on se rend compte que ce n'est pas cela qui est important dans la relation au public ; ce qui intéresse le plus les gens dans la télévision communautaire, à Grenoble, c'est d'avoir un droit, un pouvoir sur la programmation. Il y a là aussi un fond de projet de société : le pouvoir sur la programmation.

» Quelques indications chiffrées maintenant. On diffuse en gros une quinzaine d'heures tous les quinze jours en plus des « rediffusions » où l'on mélange de la radio et de la TV. La radio (c'est extrêmement important !) ça ne coûte pas cher, les gens n'ont pas peur d'un micro. Et il est facile de faire un tas de choses en radio. A partir du 3 octobre, on passera à un rythme hebdomadaire. Il s'agira d'une émission d'information radio sur le quartier : on apporte soi-même une information. Les gens font l'émission avec ce qui se fait et ce qui est apporté. Il y a d'autre part un ciné-club sur le câble, à l'initiative d'un groupe. On diffuse dans cette « illégalité clandestine » des films du circuit commercial. Et je pense qu'on a pour la première fois, en France, une démarche pragmatique, « à l'anglo-saxonne ». On ne se pose pas le problème des droits d'auteurs avant, on se les posera quand ils se poseront. Ces problèmes sont insolubles, donc ce n'est pas la peine de se les poser avant. Voilà pour le volume horaire. Dans l'équipe, nous sommes actuellement huit personnes, dont deux passent leur temps complet à travailler avec des enfants dans les écoles primaires ou secondaires, sans avoir pour l'instant de production au niveau du câble. En ce qui concerne le coût d'une émission, nous avons essayé de faire des comptes unitaires. C'est intéressant de savoir combien coûte une émission d'une heure sur le câble. Cela coûte, en moyenne, 1000 nouveaux francs français ; une heure de radio, 300 fr. Par rapport au coût unitaire des émissions nationales, cela n'a rien à voir. Ce qui permet d'affirmer qu'en France, une TV communautaire de ce type-là peut fonctionner dans une agglomération comme Grenoble (supposons résolus les problèmes juridiques de câble, de droits d'auteurs) avec un budget de 500 000 francs nouveaux par an. Voilà pour la fiche technique. »

Question du public : Si le gouvernement décidait de retirer sa subvention, « Vidéo Gazette » pourrait-il continuer à fonctionner ?

M. POPULUS : « Là, on est obligé de parler politique. Je ne peux l'éviter. Notre expérience est une expérience avec toute l'insécurité que cela comporte. Elle se situe dans un contexte technologique, culturel et politique très différent de l'expérience canadienne notamment, qui avait l'avantage de bénéficier d'un réseau câblé pré-existant, d'une politique fédérale et provinciale ayant accordé, dans ses textes, l'accès du citoyen au câble. En France, cela n'existe pas ! Pour l'instant, nous fonctionnons sur une échelle de 2200 logements câblés, alors que l'ensemble du réseau du câble est en gros de 20 000 logements. La question qui se pose actuellement, en terme de « coût-efficacité », est de savoir si une opération de ce type-là doit se faire sur un petit ensemble. On ne peut vraiment la tester, l'évaluer, que si elle se retrouve aux différents niveaux communautaires auxquels il a été fait allusion. A Grenoble, le câble n'existe pas dans les autres quartiers. Par conséquent la question est : qui va poser le câble ? Comment ? Qui paie et pourquoi ? Le flou le plus grand règne en France actuellement à ce sujet. * Notre attitude a été utopique dans la manière et dans la démarche en vue de créer éventuellement un besoin. Notre mode de financement actuel s'appuie sur une espèce d'hypothèse, à cheval entre des initiatives locales (trouvant des subventions nationales) et une politique nationale qui n'est pas définie. Une question se pose dès lors : si l'Etat décidait de retirer ses subventions — comme cela a d'ailleurs été fait par le Ministère des affaires culturelles cette année, pour des raisons que je ne dirai pas ici — que se passerait-il ? Est-ce qu'on arrêterait ? Peut-on soutenir devant les électeurs, qu'il y a là un service public important pouvant être pris en charge par la collectivité, comme les égouts et les transports en commun ? Je crois qu'on se trouve dans une situation psychologique (au niveau des moyens de communication) qui est un vide absolu. Vide, vu que l'analyse politique n'existe pas. Et que nous sommes dans une insécurité qui, je crois, n'est pas mauvaise. J'avoue que cette situation (ne pas savoir comment continuer) me plaît. Quand je rencontre mes collègues québécois qui vivent dans un contexte de subventions (par le secteur privé), ils me disent avoir les mêmes problèmes. Si tel

* Voir note 4 de la troisième table ronde.

organisme décide de ne plus donner un « bonus » aux auditeurs-télespectateurs du réseau communautaire, que vont-ils faire ? Existe-t-il une force politique ou une force sociale suffisante dans la collectivité, décidée à se battre pour cela ? Les réponses que j'ai jusqu'à présent montrent que c'est non. »

Retour aux processus de production

M. MARTI : « Question s'adressant à M. Aeberhard, par rapport à l'expérience de Grenoble : quelles sont les relations, à Yverdon, entre le groupe qui animait les émissions et la ville d'Yverdon ? Et quelles sont les relations qui auraient pu être élaborées pour l'avenir ? »

M. AEBERHARD : « Je reviens d'abord sur les définitions données tout à l'heure. M. Monnier parlait de groupes formels et de groupes informels, groupes formés par une communauté d'intérêts momentanés selon les circonstances. Les expériences — à ma connaissance — en Suisse, ont toujours été créées par des groupements constitués, c'est-à-dire appartenant à des groupes formels. Nous devons admettre que cette situation engendre la TV communautaire. Maintenant, peut-on admettre que la TV communautaire soit animée uniquement par des groupes informels, c'est-à-dire des groupes n'ayant pas accès à d'autres médias ? Pourra-t-on trouver, à l'intérieur de ces groupes, la motivation pour faire quelque chose ? Dans le cas d'Yverdon, l'expérience a été entreprise à l'initiative de journaux locaux — donc d'un corps constitué — et d'une entreprise de la place. L'expérience d'Yverdon devrait normalement se poursuivre sous une autre forme. Elle devrait être patronnée en quelque sorte par l'autorité communale. Toutefois, il est prévu de créer un « Comité local d'animation de TV communautaire » dans lequel on trouverait la pluralité des opinions au sein de la commune, c'est-à-dire la représentation des corps constitués, les sociétés locales, les autorités locales, et, également, la possibilité d'accès pour des groupes n'existant pas actuellement. Quelles seront les modalités d'accès de ces groupes-là ? Je pense que c'est très difficile à définir. J'allais demander à M. Populus quels sont les gens et quels sont les groupements à Grenoble ? Et

encore quels seraient ceux qui perdraient l'accès à ce média, le jour où le gouvernement déciderait de couper les subsides ? »

M. DIEUZEIDE, lui aussi, souhaite « mieux connaître l'identité du groupe dans le cas, en particulier, du « Vidéo Gazette ». Et, question secondaire (mais j'hésite à la poser), dans quelle mesure une opération « Vidéo Gazette », à un moment donné, ne tombe-t-elle pas dans l'orbite d'un contrôle du pouvoir municipal, local, communal ? Et dans ce sens, cela est-il préférable à un contrôle national ? »

M. POPULUS : « Je vais répondre en me référant à l'état de notre opération aujourd'hui. Si l'on fait une analyse rapide des gens qui ont utilisé des outils, on voit que cela va du groupe (informel) de mères de familles qui se polarise un moment donné sur un problème précis du type : la crèche que je dois avoir, moi, mère de famille, jusqu'à la CGT, organisation syndicale, avec, entre ces deux pôles, des associations de consommateurs, le comité de soutien de telle lutte dans une usine, etc. Donc, tous les groupes formels ou informels, sans oublier les individus. Je dirai que notre critère est l'absence de critères et que ce qui est intéressant, c'est que cette absence de critères s'est formalisée. Pour la première fois en France, il y a une association de consommateurs-producteurs d'images et de sons. Ce qui est intéressant encore, c'est qu'eux-mêmes ont tenu à ne pas devenir une association de groupements ou d'organisations mais une association de personnes. Il est intéressant de noter enfin que ce que nous faisons peut être rangé sous l'étiquette communément appelée le « gauchisme » en France. C'est intéressant lorsqu'on voit que des organisations politiques importantes et structurées jouent aussi cette carte. Dans notre propre démarche, cela a été fondamental. Cette association est actuellement l'association programmatrice, est aussi une association productrice. Dans son règlement intérieur et ses statuts, il est dit qu'il faut stimuler la production. Elle a tenu à garder une petite arme dans sa poche pour équilibrer les programmes. Si une semaine, par exemple, cinq individus se présentent ayant chacun

leur programme sur la pêche, d'après les statuts on doit les laisser entrer ; et si en fonction d'un conflit local important, la même semaine, une centrale syndicale veut avoir accès à la même heure : qui va arbitrer ? Qui va choisir ? L'association programmatrice a donné aux organisations reconnues un droit d'interpellation des membres de l'association par le câble, consistant à consulter les usagers sur la politique de programmation. Elle a essayé d'inventer une « Assemblée générale électronique », c'est-à-dire la possibilité d'utiliser le médium au sujet de la programmation. »

Processus de production et produit

Mme POINSSAC : « Est-ce que ce ne sont pas un peu les élèves de la classe traditionnelle qui ont pris en main la direction des événements ? Comment le monde entretient-il dans cette télévision communautaire ? Ne risque-t-elle pas de s'enfermer sur elle-même et de vouloir limiter le monde aux murs de la ville ? Le processus de production montre-t-il qu'il y a véritablement une création ? Ou bien qu'on allait là, tout comme dans le cas de l'écriture, vers des modèles acquis, donnés certes à des gens qui ne pouvaient pas les utiliser avant ? Et ces processus de production ne peuvent-ils pas devenir une limitation à long terme, limitation qui scléroserait l'affaire ? »

M. SCHNEITER : « Je crois que l'observation est très importante. M. Populus a dit que momentanément on n'avait pas éliminé un certain nombre de clichés et de stéréotypes. Nous avons donc à parler de la création des images, de la création de l'image. »

M. POPULUS : « Cette question d'écriture est importante. Mais si l'on se préoccupe du processus d'accès aux moyens de communication et d'information, on y passe beaucoup de temps. Et ce temps on ne le passe pas à faire de la recherche. Il me paraît important pour l'instant de mettre l'accent sur le processus d'accès aux moyens d'information plus que sur le produit. Je crois que c'est de ce côté-là que le produit prouvera quelque chose. Est-ce qu'on l'a prouvé maintenant ? »

» Je crois qu'en terme de produits, ce qui sort sur le câble est très moyen. Souvent on y trouve des clichés télévisuels. On ne devrait pas présenter ces produits-là ailleurs que là où ils sont faits ; ils ne sont bons que pour l'information locale. Et c'est souvent long. Mais lorsque ce sont des problèmes que les gens vivent, ce n'est pas long pour eux. C'est leur vie ! Au niveau de l'écriture, il n'y a peut-être pas grand-chose qui sorte, parce que nous jugeons cette écriture, encore une fois, avec les critères traditionnels. Il faudrait donc remettre en cause nos propres critères de jugement. En revanche, j'avoue que des groupes (informels) qui ont parfois plus de temps et qui sont orientés dans la recherche de l'écriture peuvent nous apprendre beaucoup parce qu'ils ont des moyens techniques. Il faudrait pouvoir les aider. Voilà pour ce qui est de l'écriture.

Le monde et le village

» Pour ce qui est du problème du monde, j'avoue que c'est une inquiétude que j'avais il y a un an. Mais lorsque je vois ce qui a été diffusé depuis décembre dernier, je ne l'ai plus. Le support couvre des thèmes comme l'inflation, l'avortement, le Chili, la réforme scolaire ou la réforme Fontanet. Ce ne sont pas des problèmes spécifiquement de quartier. Pourtant ce sont des problèmes traités par le câble. Il n'y a donc aucune inquiétude : la production locale, cela existe. »

M. SCHNEITER : « Le monde, le village... Dans cette perspective, on peut encore se demander si, lorsqu'il s'agit du quartier, de ce qui nous est proche, il est éventuellement possible d'inventer et de mettre en œuvre des processus de créativité, tandis qu'au contraire, lorsqu'il est question de rendre compte du lointain, on ne se contenterait pas de représentations *stéréotypées*.* N'existe-t-il pas une espèce de coupure au moment de la conception ? »

M. POPULUS : « Je ne le crois pas. Je ne la trouve pas dans les produits parce qu'encore une fois, le processus de fabrication d'un document sur le Chili, par exemple,

* Voir à ce propos la note 3 de la deuxième table ronde.

apparaît dans le document lorsqu'il est suscité par la communauté. Le fait de reconnaître dans celui qui parle dans une table ronde (ce cliché télévisuel traditionnel) le délégué de tel parti politique ou le délégué syndical, cela change complètement le rapport du débat. Le rapport entre ceux qui parlent et ceux qui reçoivent, est changé. Là, encore une fois, le processus de production apparaît dans le produit, même s'il a une facture extrêmement traditionnelle.

Le pouvoir politique local

» Il y a encore une question importante (celle posée par M. Dieuzeide) au sujet du pouvoir politique local. Je crois qu'on ne fait pas exception à la règle générale française où l'on voit émerger, dans ces zones, une espèce de « bourgeoisie de gauche », intellectuelle, qui prend un pouvoir à l'intérieur des dites zones. Pas plus que d'autres nous ne faisons exception à cela. C'est vrai que dans le conseil d'administration en question (à Grenoble), on retrouve nos braves intellectuels de gauche, avec toute leur bonne volonté. C'est donc vrai qu'on retrouve cette typologie socioculturelle française, ou socio-politique. Ce qui est important toutefois, c'est de savoir quelle stratégie on adopte vis-à-vis de ces gens qui apparaissent, et quelle stratégie de pouvoir ils ont eux-mêmes. Vont-ils monopoliser l'information, ou vont-ils jouer avec le contrôle du pouvoir ? En fonction de cette classe sociale qu'on voit apparaître, comment va-t-on jouer avec elle ? Personnellement, je suis un apôtre de la « municipalisation ». Les projets doivent être une initiative du pouvoir politique local. Je ne dis pas qu'ils doivent être contrôlés, mais c'est lui, le pouvoir politique local, qui est le plus près dans la liaison traditionnelle avec l'électorat. »

M. SCHNEITER : « Par rapport à ce que vient de dire M. Populus, M. Aeberhard pourrait-il esquisser le problème tel qu'il se présente à Yverdon ? »

M. AEBERHARD : « Dans les grandes lignes, l'identité des groupes qui pourraient participer à une activité communautaire de télévision est avant tout définie par la concession que l'autorité fédérale voudra, ou ne voudra

pas, nous accorder*. Les termes de la concession demandent que nous respections la pluralité des opinions de la commune. On peut donc citer pour mémoire : les partis politiques, les représentants de l'enseignement, les représentants de l'Eglise, des sociétés locales, de l'autorité : c'est ainsi un éventail très large. Un point est cependant acquis : *a priori*, c'est que les seules limites au contenu seront celles définies par la loi. Il n'y aura pas de censure, pas d'organisme de contrôle.

» En ce qui concerne la conception, on attache beaucoup plus d'importance à la forme d'expression qu'au contenu, dans le sens exprimé tout à l'heure par M. Populus, c'est-à-dire qu'une émission sur le Chili, pour reprendre cet exemple, aura un impact plus grand si elle est réalisée et produite par des gens que l'on connaît. Le pouvoir municipal devrait être alors le moteur de l'opération : l'entreprise serait faite, non pas sous son contrôle, mais à sa demande et sous sa responsabilité. Du point de vue de l'animation, le pouvoir communal mettrait ainsi en place une structure chargée de constituer ces groupes, formels ou informels. »

Fatalité de la télévision dans la communication ?

M. MONNIER : « Je me pose maintenant la question de savoir si la télévision est vraiment nécessaire ? Je m'explique : existe-t-il véritablement une fatalité de la télévision dans la communication ? Existe-t-il, d'une manière encore plus générale, une fatalité technologique ? »

M. BERGER : « J'aurais aimé donner raison immédiatement à M. Monnier en lui suggérant d'abord de supprimer le micro et en m'enjoignant aussi l'ordre de supprimer le micro que j'utilise maintenant. Métaphoriquement, nous reproduisons au cours de cette table ronde le caractère légèrement absurde de la société dans laquelle nous vivons. Car, de fait, il aurait suffi de rapprocher les tables et les chaises et de supprimer l'appareil-lage pour que nous recevions immédiatement cette communication dont, apparemment, nous commençons à avoir la nostalgie. Il serait extrêmement heureux de pou-

* Voir à ce propos la première table ronde et les notes 6, 7 et 8.

voir répondre à ce vœu. Mais, ce que j'ai constaté, c'est qu'au fur et à mesure que les hommes ont réussi à « ampouler » les locataires, il est devenu difficile pour l'habitant du 60^e étage d'avoir une communication immédiate avec la belle fille du rez-de-chaussée. Il devrait y avoir là comme intermédiaire à la place du micro, au moins un ascenseur. Cela montre bien qu'il ne peut plus y avoir, malgré nos vœux, malgré nos nostalgies, cette communication hors certaines occasions particulièrement favorables ; je pense à ce côté folklorique que représente encore la famille, qui est un support provisoire pour quelques décennies encore... Avec la télévision, on a l'illusion, dans un trois pièces, d'avoir la possibilité de communiquer non pas avec son voisin, mais avec ceux qui sont éloignés. Et là, j'aimerais faire une observation au sujet de ce qui s'est dit de la télévision communautaire. Le problème n'est pas tant de s'interroger sur la part de la commune, que de savoir qui décide de ce qui est commun. Il est évident que pour toute société établie, les télévisions officielles peuvent dire : « Mais c'est nous les télévisions communautaires, c'est nous qui avons le plus d'écrans, c'est nous qui avons les programmes les plus suivis. » En fait, une télévision communautaire comporte une équivoque absolument fondamentale. Qui décide ? Qui peut s'emparer du droit d'émettre ? C'est là où la télévision communautaire me paraît bien davantage être une télévision de rupture, une télévision conflictuelle, une télévision de lutte. Je ne dis pas d'emblée qu'il faut mettre de la dynamite et qu'il s'agit de faire sauter ce studio. Non. Mais il faut voir qu'on ne peut pas se consoler avec des concepts communautaires. Il s'agit d'une vie, dans sa contestation même. Et là, il s'agit de ménager l'accès aux moyens techniques. »

M. DIEUZEIDE : « Je voudrais faire part d'une impression à M. Populus au sujet du « Vidéo Gazette » de Grenoble. Comme vous l'avez dit, il y a eu une espèce d'hypothèse *a priori*, de la part de la Municipalité. On a mis un ensemble de moyens à la disposition d'une population qui n'était pas encore là. Par conséquent, elle n'a pu exprimer son attente, son besoin. Je voudrais demander à M. Populus s'il trouve la formule heureuse ? S'il pense que c'est une procédure à encourager ? Person-

nellement, je crois qu'il y a du bon lorsque des communautés doivent se battre pour disposer de certains moyens d'expression ; cela encourage leur enthousiasme, cela indique une voie à suivre. Je crois que demander les outils qu'on veut utiliser, cela participe du processus général de production. »

M. POPULUS : « Effectivement, certains ont décidé, avant, pour d'autres. De toute manière, je dirai que dans un quartier ancien, d'autres ont aussi décidé de la forme de l'école... »

Question du public : Quelle est l'aire de diffusion d'une télévision locale ?

M. POPULUS : « C'est de l'ordre de 20 000 logements... »

Question du public : Etant entendu que pour 20 000 logements, il y a un problème de hauteur et un problème d'étendue... « Je crois que les expériences canadiennes... »

M. POPULUS : « Il faut rappeler que le système au Canada est un système communautaire, dont les motivations premières sont de vendre du câble. Le produit offert est essentiellement la retransmission des chaînes américaines. De sorte que les gens achètent du câble d'abord parce que le message est meilleur. Recevoir une meilleure image et recevoir plus d'émissions. Le communautaire n'est jamais qu'un marketing. »

* *

L'utilisation de la télévision à l'université pour la recherche et l'enseignement

Table ronde organisée par l'Ecole de psychologie et des sciences de l'éducation, et le Centre de télévision universitaire.

Cette table ronde, organisée par les institutions ci-dessus nommées a eu lieu le 28 septembre 1974. Nous publions ici le compte rendu paru dans le journal « La Suisse » du 29 septembre.

A l'université, tous ceux qui sont concernés directement par le développement de la communication ont été d'emblée intéressés par la vidéo. Au cours d'une table ronde (...), différents universitaires confrontés à l'utilisation de la vidéo ont fait part de leur expérience.

A l'EPSE, la vidéo est utilisée dans les recherches en psychologie. Elle permet l'enregistrement d'expériences, leur contrôle, l'observation différenciée, la décomposition des moments de l'expérience et certaines synchronisations. Il en est de même pour la physique.

M. Nicholson, de l'Open University of Oxford, a exposé certaines utilisations de la vidéo dans son université, notamment l'élaboration de courtes séquences sur les arts et l'architecture réalisées par des enfants à partir de 3 ans.

M. Philippe Deschamps, professeur à l'Université de Louvain (Belgique), a expliqué le grand projet de son université : il comprendra quatre aires de diffusion : l'université, la ville, la région, l'extérieur. Et différentes fonctions : pédagogiques, d'animation culturelle, de gestion des entreprises, de formation permanente.

Ce n'est qu'en fin de débat, hélas ! que les problèmes fondamentaux ont pu être abordés : à Genève, par exemple, des volées d'élèves habitués au maniement de la caméra vont arriver à l'Uni. Auront-ils accès à des instruments qui, actuellement, sont réservés aux enseignants et chercheurs ? D'autre part auront-ils une formation assez souple et complète pour être aptes à un travail d'animation et pas seulement à produire des images analogues à celles des cameramen de télévision ?

M. Föllmi, directeur administratif de l'Université de Genève, exposa les projets au niveau des étudiants, pour l'information (orientation), l'immatriculation, la participation au cinéma et à la télévision ; du personnel technique, pour l'accueil, la gestion et la formation ; du public, au niveau de l'information qui passe mal, actuellement, entre l'université et lui (méconnaissance des activités et des services). Enfin, il a souligné la difficulté, à Genève, de créer un centre universitaire de vidéo, par décret. Certains secteurs ont pris conscience des possibilités offertes par ce moyen et l'utilisent. D'autres ont un retard à combler, pas uniquement dans la vidéo, mais aussi dans les laboratoires de langues par exemple. C'est donc poser

le problème des priorités. La vidéo sera-t-elle considérée dans l'avenir comme instrument de travail privilégié ? C'est de ce jugement que découleront les options qui seront prises dans le futur. (FL)

CONFÉRENCES

Conférence de M. Bernard Béguin

La macro-télévision

Le jeudi 26 septembre 1974, M. Bernard Béguin, adjoint du directeur de la Radio-Télévision suisse romande, a donné une conférence sur le thème de la macro-télévision ou grande télévision. Il a également parlé de la télévision communautaire par rapport à la SSR (Société suisse de radiodiffusion). Ces deux thèmes ont fait l'objet d'une interview publiée dans le journal « La Suisse » des 24 et 27 septembre. C'est la réunion de ces deux textes que nous publions ci-dessous.

Se fondant sur l'expérience américaine en particulier, nombre de défauts (lacunes) apparaissent en ce qui concerne la grande télévision ou macro-télévision. Comment, s'agissant des pays européens en général, de la Suisse principalement — différence entre TV libre ou commerciale (USA) et TV officielle ou nationale — risquerons-nous (ou non), à terme, de tomber ou reproduire les mêmes défauts ?

Bernard BÉGUIN — Votre question est valable sur le plan mondial. Il n'est pas douteux que les Etats-Unis ont ouvert la voie de la télévision en tant que moyen de communication de masse. Ce n'est pas un hasard si le mot de mass media est anglo-saxon ; et il n'est pas douteux que les Etats-Unis ont donné à la télévision une dimension de phénomène massif qui justifie pleinement le terme employé par certains spécialistes de « macro-télévision ».

» En revanche — et sans plaider (comme on le fait parfois trop facilement) « le cas spécial de la Suisse » — la connaissance de ce que nous faisons à la Société suisse de radiodiffusion, m'oblige à préciser qu'il y a un faux dilemme à nous enfermer dans un choix entre télévision libre ou commerciale d'un côté, officielle ou nationale de l'autre. Sans jouer sur les mots, je pense que nous avons pour mission de faire — et je croise les termes de votre dilemme — une télévision et une radio, libres et nationales.

» C'est-à-dire que depuis le début de l'existence de la SSR, celle-ci a été autre chose, par nature et par mission, que ce qui s'est fait aux Etats-Unis. »

— Mais que penser de son mode de financement, de l'appoint de la publicité ?

B.B. — Ce n'est qu'en tout dernier développement, qu'on a introduit la publicité comme financement complémentaire, destiné à faire face à des charges d'équipement que notre pays ne paraissait pas pouvoir supporter à partir d'une taxe de concession, que nous avons recouru à la publicité et pris ainsi une image que certains ont pu comparer à la TV américaine du fait que notre publicité était associée à ce qu'on appelait la société de consommation.

— Des servitudes toutefois ?

B.B. — Dès le début, l'autorité de concession a pris garde de ne pas soumettre nos programmes à la recherche de la plus grande écoute et de l'effet de masse le plus fort. Nos programmes cadres (l'heure dans laquelle se diffuse la publicité) sont délibérément séparés du reste du programme, la publicité est délibérément séparée du programme cadre. Pas de formule de patronage (les sponsors aux Etats-Unis) où le programme est interrompu pour annoncer qu'il est offert par telle marque de cigarettes ou de détergent. En plus, il y a une certaine rigueur dans le choix des annonceurs, puisqu'on a écarté précisément l'alcool et le tabac.

» Dans les commissions de programmes, nous sommes constamment sous une certaine vigilance de représentants de différents milieux culturels et spirituels qui

protestent contre l'exploitation des enfants à des fins publicitaires, contre le fait qu'on s'adresse à eux ou qu'on les utilise comme mannequins.

» Nous ne pouvons pas rejeter complètement l'assimilation avec l'Amérique, puisque la télévision est un phénomène d'origine plus ou moins américaine, mais il n'est pas défendu, une fois défini ce point de départ, de remarquer à quel point la vocation est différente. Une télévision commerciale est un investissement par un groupe privé qui choisit de se situer dans la vie publique à titre de divertissement et de rentabiliser son investissement.

» Or, vous ne retrouvez aucun de ces paramètres dans la définition de la Société suisse de radiodiffusion. Elle n'est pas là pour faire un profit, elle n'est pas là pour divertir seulement ; elle est là, avec une concession qui lui fixe des tâches civiques et culturelles, précises, et qui la met par conséquent à l'abri des reproches qu'on peut faire valablement à la télévision américaine. Ce qui ne veut pas dire qu'elle n'a pas de défauts. Mais je pense qu'il faut les chercher ailleurs. »

— Cet ailleurs, ne faut-il pas le chercher dans l'application. Aux Etats-Unis la réglementation est somme toute assez bien faite pour ne pas dire sévère, je pense notamment aux recommandations relatives à la présentation de la violence, au spectacle du meurtre, etc., mais la réalité est tout autre... On sait que nombre de sénateurs ont des intérêts dans telle chaîne ou telle autre. Alors la question se pose...

B.B. — Non. Poussez plus loin votre analyse. La question se poserait en Suisse si l'équivalent (cas des sénateurs) existait. Mais le même péril n'existe pas en Suisse : aucun homme politique n'a des intérêts dans la TV régionale ou nationale, et, en revanche, le moteur commercial qui est la base de l'investissement américain à la TV américaine n'existe pas en Suisse.

» Vous dites que les règlements américains sont mal suivis. S'ils sont mal suivis — je vous laisse la responsabilité de le dire — c'est, je crois, que la FCC (Commission fédérale des communications) a en effet de la peine à faire passer certains principes (comme le contrôle de la violence) précisément parce que la définition d'une mis-

sion civique, s'adressant à des télévisions qui, à l'origine, ne sont pas vouées à une telle mission est contradictoire.»

— Alors ?

B.B. — On peut s'entendre. On peut faire des compromis. Mais c'est le compromis entre l'économie de marché et les pouvoirs publics. En Suisse il n'y a pas de télévision officielle ni de télévision commerciale, il y a une télévision nationale qui est une société de droit privé mais qui ne fait pas de bénéfices — Dieu sait qu'elle n'en fait pas ! — et qui exerce son autonomie dans le cadre de la concession : elle est responsable de l'appliquer. Mais cette concession, elle, détermine une vocation très précise.

TV communautaire et SSR

S'agissant de la méso-télévision, télévision locale/régionale ou, au sens canadien de l'expression, de la télévision communautaire, nous avons demandé à M. Bernard Béguin de nous dire où en étaient les travaux au niveau des Chambres fédérales, des commissions des dites Chambres et, d'une manière générale, quelle était l'attitude de la SSR à ce sujet.

Sans entrer dans les détails des nombreuses questions que pose la télévision communautaire, nous avons d'abord envisagé la notion d'éventuelle complémentarité TV communautaire/SSR.

B.B. — Nous constatons que dans tous les pays, y compris en Suisse, la promotion de la télévision locale passe par une préoccupation — parfaitement légitime d'ailleurs — d'exploiter des possibilités de divertissement et d'éducation qui sont encore inexplorées et inexploitées dans notre pays.

» C'est-à-dire que la définition de la tâche de la méso-télévision — de la télévision communautaire — est encore à faire, alors que celle de la macro-télévision est déjà faite. Ce qui ne veut pas dire qu'elle sera négative. Je tiens à le dire immédiatement, nous pensons — la SSR pense — qu'il y a une vocation complémentaire évidente entre les réseaux, les télé-réseaux et la SSR.

» La télédistribution, en tant que telle, est un complément bienvenu. Complément sur lequel nous n'avons pas d'autorité. Je vous rappelle que les concessions pour la télédistribution sont du ressort des PTT. C'est seulement lorsqu'un réseau de télédistribution se met à produire des programmes propres qu'il doit être mis au bénéfice d'une concession de programmes du Conseil fédéral, comme pour la SSR.

» La télédistribution, en Suisse comme ailleurs, est une entreprise privée qui s'intéresse à cet instrument pour lequel elle perçoit un abonnement. Mais, d'autre part, se trouve ainsi mis à disposition de la communauté un instrument différent de ce que vous appelez la macro-télévision. Et là, il n'est pas douteux que nous assistons à un phénomène nouveau.»

— Au niveau gouvernemental et aux Chambres, où en sont les travaux ? Quelles sont les perspectives ? *

B.B. — La préparation de l'article constitutionnel 36 quater sur la radio et la télévision (il n'est pas terminé) donnera à la Confédération la possibilité d'accorder des concessions à une ou plusieurs institutions de droit public ou de droit privé. Dans cette licence constitutionnelle donnée au pouvoir exécutif, il est inclus implicitement la télévision par câble. L'article constitutionnel, tel qu'il se dessine, ne confirme pas constitutionnellement un monopole de la SSR. Mais on peut penser que, pour des raisons techniques, de longueur d'onde par exemple, et pour des raisons d'exploitation, de ressources financières et de ressources humaines, il est impensable de « dédoubler » la SSR avec une institution rivale au niveau national.

» En ce qui concerne la TV par câble, en tant que producteur de programmes propres, la doctrine n'est pas encore bien définie puisqu'elle n'a fait l'objet que de concessions de durée limitée ; mais à travers l'expérience de Fribourg, Yverdon et Renens (1973), on voit que le pouvoir exécutif — on pense que le parlement suivrait — a la même préoccupation que pour la SSR, à savoir de définir, au départ, la vocation socioculturelle de l'instrument.

* Rappelons que la question a été posée en septembre 1974. Voir à ce propos la note 7 de la première table ronde.

ment. Ce qui ne veut pas dire qu'on la définira dans les mêmes termes. Mais on ne laissera pas le champ libre.

Un débat ouvert

— Quels sont les courants qui s'affrontent ?

B. B. — Le débat est ouvert, par exemple, entre le parti socialiste qui voudrait que les concessions soient limitées à des corporations de droit public comme les communes et d'autres, partisans de formules mixtes. Ce qui est essentiel, c'est qu'il y aura modification de la tâche et, notamment, un contrepoids à la situation de monopole du concessionnaire (il y a des monopoles nationaux et des monopoles locaux) : les concessions temporaires (comme la concession de la SSR, comme l'article constitutionnel) imposent le principe de la pluralité.

— C'est-à-dire ?

B. B. — Ce principe doit se manifester dans les conseils de surveillance. Et ce qu'il y a de très intéressant, c'est que dans les cantons à structure culturelle relativement homogène comme Fribourg, l'autorité de concession a demandé, et obtenu, la pluralité. La notion de pluralité est le contrepoids du monopole. Nous l'avons sur le plan de la SSR : personne, aucun groupe n'a la SSR en main.

— Quelque chose sous toit prochainement ?

B. B. — La concession de la SSR a été prolongée tacitement jusqu'en 1979. La rédaction de l'article constitutionnel 36 quater aura terminé sa première lecture à la commission du Conseil des Etats, vraisemblablement à la fin de cette année. Ce qui signifie qu'en 1975 — année électorale — le Conseil national, à son tour, devra étudier le problème. On peut penser qu'au Conseil national il revêtira un aspect plus philosophico-politique, les doctrines s'exprimeront davantage. Donc cela peut prendre du temps.

» Le parlement est soucieux de définir, avec des pouvoirs constitutionnels, les principes fondamentaux de la radio-télévision en Suisse. C'est une tâche qui lui a échappé jusqu'à maintenant faute de bases constitutionnelles (cela n'était fait que par un édit du pouvoir exécutif).

» Maintenant le parlement est assez pressé de formuler ces principes fondamentaux. Quant à nous, nous sommes heureux qu'il le fasse, et nous souhaitons qu'il le fasse sur la base de la tradition établie, que j'ai définie au début, à savoir qu'on peut faire à la fois une télévision et une radio, libres et nationales. »

Propos recueillis
par Louis SCHNEITER

* * *

Conférence de M. Jean Raty

La méso et la micro-télévision

Le vendredi 27 septembre 1974, M. Jean Raty, chef adjoint de la Division du développement culturel du Conseil de l'Europe, sous le titre : « La méso et la micro-télévision », a parlé de la télévision à « l'heure européenne » et montré comment, selon lui, l'Europe se joue également au niveau des moyens de communications modernes. L'essentiel de ses propos a été publié sous la forme d'une interview, parue dans le journal « La Suisse » du 30 septembre. C'est cette interview que nous publions ci-dessous.

Sans engager une discussion sur la notion — toujours difficile à préciser — de culture, M. Raty dégage les principaux motifs d'intérêt de l'institution qu'il représente, à l'égard des différentes formes de télévision.

— M. Raty, en quoi consiste l'essentiel de vos activités ?

— La Division du développement culturel comporte un secteur éducatif, mais je ne m'en occupe pas spécialement, me vouant plus particulièrement à celui de l'audio-visuel.

— Depuis combien de temps votre section s'attache-t-elle à définir, préciser, une politique en matière audiovisuelle ?

— C'est depuis 1970 seulement que le Conseil de la coopération culturelle (CCC) a entrepris une action systé-

matique à ce sujet. Auparavant, seules étaient réalisées un certain nombre d'études et d'actions ponctuelles.

— C'est donc qu'il n'est plus possible aujourd'hui d'ignorer l'expansion de l'audiovisuel.

— Oui. Et notre mission consiste principalement à établir à l'aide de travaux, d'enquêtes que nous faisons effectuer dans plusieurs pays européens, une réflexion prospective, la plupart des gouvernements ne pouvant le faire de manière aussi systématique. Pour l'année prochaine, nous préparons un colloque sur les aspects institutionnels de la radio et de la télévision par câble. Toutes nos activités sont orientées dans une même perspective : « L'homme dans le milieu européen dans vingt ans ».

— Avec la participation...

— ... Grosso modo de la plupart des pays d'Europe occidentale. Mais dans le secteur culturel, nous avons aussi parmi nous la Finlande, l'Espagne et le Saint-Siège.

— L'argent ?

— Il vient d'un fonds culturel alimenté par les gouvernements.

— Selon quels critères la participation financière est-elle établie ?

— Par une combinaison de deux éléments : le nombre des habitants et le produit national brut (PNB).

— Méso et micro-télévision : que pouvez-vous faire ?

— D'abord, et essentiellement, nous suscitons la recherche et la confrontation permanente des innovations, qu'elles soient échecs ou réussites. Nous ne pouvons agir sur les gouvernements que par conviction. Nous encourageons des expériences pilotes et nous les faisons comparer et évaluer par des groupes internationaux de spécialistes.

— La vidéo plus particulièrement.

— Nous favorisons moralement et matériellement les recherches. S'agissant de la Suisse, nous sommes en pourparlers avec un expert de votre pays qui nous donnera

une étude sur la pratique de la vidéo en Suisse romande. Il faut noter ici ce qui nous différencie de l'Unesco : nous n'avons pas, nous, de direction spécialisée dans l'audiovisuel et notamment la vidéo, mais seulement le concours d'experts de plusieurs pays et de différents conseillers, tel M. René Berger s'agissant de la Suisse.

— Que pensez-vous, avec toutes les réserves d'usage au sujet de son concept, de la diffusion de la culture ?

— Au cours de ces dernières années, nous avons cherché à élaborer un concept opérationnel de la culture. Nous sommes passés progressivement d'une conception de la démocratisation de la culture — avec un C majuscule — à la notion de « démocratie culturelle ». Nous entendons par là une société où chacun a le moyen et le loisir de suivre sa propre démarche culturelle et aussi d'être un peu plus le créateur de sa propre histoire.

» Mais vous me demandez l'effet des mass media dans la diffusion de la culture. Je suis persuadé à ce sujet que la « grande » TV a beaucoup apporté. Elle a mis fin à de nombreux isolements culturels. De plus, la division entre ce qui appartenait jadis à la « grande » culture et ce qui en était exclu, ne peut plus se faire dans les mêmes termes. La TV a incité à la réflexion sur la relativité de la notion de culture. »

Propos recueillis
par Louis SCHNEITER

* *

Conférence de M. Th. Hafner La bataille des canaux

M. Th. Hafner, juriste et physicien, de New York, a donné une conférence fort intéressante le dimanche 29 septembre 1974, sur la télédistribution et plus particulièrement sur « la bataille des canaux », telle qu'elle se présente dans son pays. Nous publions ici le compte rendu succinct paru dans le journal « La Suisse » du 30 septembre.

On le sait, la télévision à voies de retour, ce que Gérard Métayer nomme la « troisième génération de la télédistribution » ou TVR*, connaît un certain nombre d'obstacles d'ordre technologique. Les liaisons TVR ont des possibilités très limitées de liaison point à point, ces dernières exigeant en particulier de réserver une fraction de la capacité disponible à chaque couple émetteur-récepteur à quelques usagers privilégiés.

Il faudrait ici entrer dans une démonstration technique assez fastidieuse pour se faire comprendre. A défaut, et conscient du raccourci dangereux que nous proposons, on peut résumer l'idée du professeur Hafner en ces termes : en remplaçant le câble coaxial par une ligne G (c'est le nom donné par le professeur Hafner à une ligne dont le rayon d'action devient cinq fois plus grand), cette ligne étant située au-dessus de la terre (comme les lignes électriques ou téléphoniques), cela permettrait, outre une réduction des coûts, un certain nombre d'améliorations dans le domaine de la qualité de l'image transmise.

Expliquons ! Lorsque le câble est enterré, il y a une certaine déperdition du champ magnétique, champ nécessaire à la transmission. Le professeur Hafner propose donc le retour au câble au-dessus de la terre, lequel, à son « terminal », disposerait d'un cône récepteur refocalisant le champ magnétique dans le récepteur. Ce qu'il est important de souligner encore, c'est qu'il est vraisemblable qu'au niveau de la télédistribution, il n'y aura bientôt plus d'espace disponible « dans l'air », tandis que ce qui est « enterré » coûte de plus en plus cher. Alors, le moyen terme du professeur Hafner ? (L. Sr)

* *

Conférence de M. Henri Dieuzeide Vidéo et alphabétisation

M. Henri Dieuzeide** a donné dimanche 29 septembre 1974 une conférence traitant de la pratique vidéo et des

* Voir ce terme sous « Aperçu historique ».

** Voir note 1 de la quatrième table ronde.

problèmes de l'alphabétisation dans les pays en voie de développement. L'essentiel de sa conférence a été publié dans le journal « La Suisse » du 30 septembre sous la forme d'une interview. C'est cette interview que nous publions ci-dessous.

La vidéo, comme tous les autres moyens audiovisuels, intéresse les pays en voie de développement. M. Henri Dieuzeide (...) a suivi de nombreuses expériences, en Afrique notamment. Celles-ci ont été organisées bilatéralement entre deux pays, mais à la demande de nations en voie de développement. L'Unesco envisagerait de reprendre certaines de ces expériences, en Tanzanie et en Tunisie.

— Quelles sont ces expériences ?

— Par exemple, en Tanzanie, dans le cadre d'une expérience de socialisation (les villages Ujama), un groupe d'experts canadiens a utilisé la vidéo pour éveiller les villageois à la mise en commun de leurs efforts. Des discussions entre eux ont été enregistrées sur leurs problèmes, puis on les leur a projetées. Une seconde discussion sur l'enregistrement en a découlé, elle aussi filmée. Le tout a été envoyé aux autorités qui ont ainsi obtenu des informations sur la mentalité des ruraux dont elles ne soupçonnaient même pas certains éléments. Par exemple, les paysans disaient : « Vous voulez que nous mettions nos terres en commun, mais nos ancêtres y sont enterrés. Et si le voisin y passe sa charrue, ils ne seront pas contents et viendront nous le manifester. » Les autorités discutaient à leur tour les enregistrements et donnaient leurs arguments. Cette troisième discussion était enregistrée puis projetée aux villageois qui pouvaient encore en parler et répondre.

» Au Bangladesh, une équipe américaine a voulu faire prendre conscience à des villageois très primitifs, de l'intérêt du contrôle des naissances et de modifications de techniques agricoles. Les enregistrements ont circulé de village en village et fait comprendre à leurs habitants l'identité de certains problèmes. Ils s'en sont collectivement trouvés débloqués, ce qui préparait à une pensée et des comportements novateurs.

» L'intérêt essentiel de la vidéo réside dans son effet de

feed-back*, qui n'existe pas dans les autres moyens audiovisuels, et qui transforme l'expérience.»

— La vidéo peut-elle être un palliatif à la carence d'alphabétisation ?

— Oui et non. L'écriture et la lecture ont un pouvoir de libération, d'individualisation et de silence que ne possède pas la communication visuelle qui est très collective. La vidéo offre l'intérêt d'être un circuit court, pour des actions immédiates, de démarrage économique. Mais à long terme, l'alphabétisation est préférable, pour son pouvoir critique, de réflexion et même de secret personnel. Dans les pays tels que la Chine, Cuba, la Russie, l'alphabétisation a été rapide parce que les gouvernements l'ont réellement voulue et imposée. Dans les pays d'économie libérale, on s'est aperçu que les gens n'ont envie d'apprendre qu'à partir d'un certain niveau de vie. Les moyens audiovisuels permettent peut-être de donner envie d'apprendre.

— La vidéo est-elle un moyen de progrès ?

— On ne sait pas encore. Une technique seule n'est pas suffisante. Nous cherchons des circuits courts pour aider à l'accélération du développement et les moyens optimaux pour y parvenir. Dans certains cas, quand il y a nécessité de déblocage de collectivités notamment, la vidéo peut être ce moyen. Pour la prise en charge communautaire aussi. Encore faut-il former des animateurs en nombre suffisant. Et puis, la vidéo peut être de la dynamite et dans ces pays aux structures fragiles, il faut faire attention. Mais c'est un moyen neuf extrêmement riche.

Propos recueillis
par **Françoise LABÉ**

* Voir note 4 de la deuxième table ronde.

EXPOSITION THÉMATIQUE

En quelques années, voire en quelques mois, les techniques de la vidéo ont évolué de façon considérable. Malgré les problèmes financiers et techniques encore importants à résoudre, on lui promet cependant un grand avenir pour l'utilisation collective : enseignement et formation permanente, notamment, mais aussi animation socio-culturelle et information. La « vidéo légère », l'unité de production mobile formée par une caméra électronique miniaturisée et un magnétoscope portatif, est aujourd'hui utilisée facilement par des groupes, des institutions culturelles. La production audiovisuelle n'est plus seulement réservée à des professionnels. La vidéo va-t-elle provoquer des phénomènes de renouvellement et de transformation et ainsi prendre sa pleine signification, permettre de « maîtriser ce flot d'images que les moyens de « communication » de « masse » dispensent de plus en plus... ? ».

(Tiré de la plaquette du Centre d'animation cinématographique.)

L'exposition thématique de SAVI 74 comprenait :

- une équipe d'utilisateurs de la « grande vidéo », d'animateurs, de comédiens, d'illustrateurs, d'enfants... désirant porter leur réflexion sur la vidéo à la portée du public de ce 1er Salon de la vidéo ;
- un constat sur les utilisateurs publics et privés de la vidéo ;
- un lieu de confrontation à l'environnement vidéo quotidien par un spectacle, un happening, réalisé par quelques comédiens (celui qui voit) et par les visiteurs (celui qui est vu) ;

- un lieu d'exposition ;
- un lieu de rencontre entre le public et quelques groupes, associations, centre audiovisuel, etc., utilisant déjà la vidéo comme :
- instrument d'initiation aux techniques et aux langages audiovisuels ;
- moyen d'expression, de communication ;
- moyen d'animation et d'information locale ;
- moyen d'animation globale, préfiguration de la télévision communautaire par câbles.

CENTRE D'ANIMATION CINÉMATOGRAPHIQUE VIDÉO CONTACT

Case postale 66 — 27, rue Voltaire
1211 Genève 7, tél. 44 94 44.

LES BUTS DU CAC

Genève exerce en Suisse une place particulièrement privilégiée dans le domaine cinématographique. Alain Tanner, Claude Goretta, Michel Soutter, Simon Edelstein, Yvan Buttler, Igaal Niddam et Jean-Louis Roy y travaillent. La Télévision suisse romande et le principal laboratoire cinématographique suisse ont choisi Genève pour leur activité. Les rares cinémas d'art et d'essai importants sont implantés à Genève. On y trouve également un nombre élevé de ciné-clubs (ONU, universitaire, scolaires...). D'autre part, les écoles secondaires genevoises ont inscrit à leur programme des cours d'initiation au cinéma.

Il était donc judicieux de créer à Genève une association sans but lucratif dont les objectifs seraient la promotion de l'art cinématographique et audiovisuel. Fondé en 1971, le CAC réunit au sein de son comité des cinéastes (Alain Tanner, Michel Soutter), des représentants de ciné-clubs, des professionnels du cinéma et des représentants de l'Etat et de la Ville de Genève (qui le subventionne).

Une équipe de neuf personnes à plein temps anime quatre secteurs :

a) Cinéma Voltaire

Le circuit traditionnel commercial ne peut diffuser en Suisse qu'une petite partie de la production cinématographique. Afin de permettre la promotion de films d'auteur non distribués et de films de l'histoire du cinéma, le CAC bénéficie d'un contingent spécial de films pour la salle de 400 places, films qu'il programme en les groupant selon divers critères :

- **par pays** : Japon, Hongrie, URSS, Canada, Portugal, RDA, France, Pologne, Inde, Bulgarie, Mexique, Italie ;
- **par auteurs ou acteurs** : Bertolucci, Michel Simon, Jean-Luc Godard, John Ford, Marilyn Monroe, René Allio, Eric Rohmer, Bergman, Oshima, Sternberg, Fennell, Kurosawa, André Delvaux, Eisenstein, Bunuel, Robert Bresson ;
- **par genres** : burlesque, cinéma d'animation, westerns ;
- **par thèmes** : les femmes et le cinéma, jeunesse et société, musique et cinéma.

Ainsi, pour l'année 1974, 374 longs métrages ont été présentés à 114 481 spectateurs et en présence de nombreux réalisateurs invités pour des débats.

b) Projections ambulantes

Grâce à un équipement mobile (2 projecteurs 35 mm. et 1 projecteur 16 mm. Xénon) le CAC propose un service d'animation en organisant des séances de cinéma dans les institutions genevoises (écoles, centres de loisirs, hôpitaux, maisons de retraite) et les communes.

c) Coordination

Sept ciné-clubs organisent leurs séances au cinéma Voltaire ; le CAC collabore à leur préparation. Il joue également un rôle actif auprès de l'organisation faîtière CINELIBRE, dont le siège social est au CAC et qui regroupe une centaine de ciné-clubs et organisations culturelles suisses spécialisées dans la diffusion de films d'art et d'essai. L'Association internationale des producteurs indépendants a également placé son siège social au CAC.

d) Activité vidéo

Ce secteur a pour objectif d'étendre le champ d'activité du CAC au domaine de la vidéo et des nouvelles techniques cinématographiques (super-8 mm. notamment).

Un groupe autonome, bien que rattaché au comité du CAC, s'est constitué en mars 1974 sous le nom de VIDÉO-CONTACT, pour contribuer au développement de la vidéo à Genève. Il est constitué par des personnes ayant une activité professionnelle dans le domaine de la vidéo (ingénieurs, responsables de studios scolaires de télévision, professeurs dans l'enseignement secondaire, etc.).

LES BUTS DE VIDÉO CONTACT — CAC

Face au rapide développement technique de la vidéo, la nécessité s'est faite sentir de mettre sur pied une infrastructure permettant d'assurer une coordination et une information destinées au public. Le fonctionnement de ce centre VIDÉO CONTACT serait semblable à celui du Centre d'animation cinématographique, c'est-à-dire exercer une activité d'animation dans plusieurs secteurs, selon un plan d'action par étapes.

1. UN CENTRE DE COORDINATION ET D'INFORMATION

I. Organe de coordination

Le groupe VIDÉO CONTACT - CAC devra être apte à développer une grande activité de coordination entre divers groupes ou organes sur le plan genevois, suisse et international.

II. Documentation et information

a) Documents d'information.

Il tiendra à la disposition de toutes les personnes susceptibles d'utiliser les nouvelles techniques audiovisuelles et les média en général une documentation complète.

b) Fichier d'adresses et des productions.
Tenue à jour d'un fichier d'adresses et des productions des organismes ou divers groupes en Suisse et à l'étranger.

c) Bibliothèque de documents écrits.

Un nouveau secteur de la bibliothèque du CAC permettra la mise à disposition et la consultation d'ouvrages, d'un usage courant, sur la TV et la vidéo.

2. UNE VIDÉOTHEQUE ET SERVICE DE DISTRIBUTION DES PROGRAMMES

Elle est constituée par des documents réalisés en Suisse et à l'étranger (vidéotapes, vidéocassettes, cassettes super-8, etc.).

Un système de classement, un responsable qualifié, devraient permettre une consultation rapide et à tout moment d'une manière individuelle ou collective de documents vidéo sur des moniteurs groupés dans une salle de visionnement.

Un système de distribution devrait permettre la mise à disposition de ceux (centres culturels, collectivités, syndicats, groupes d'habitants, futures stations de télévision communautaire...) qui lui envoient une bande vierge d'une copie de documents dont le VIDÉO CONTACT - CAC assure la diffusion et la promotion.

3. UN CENTRE DE VIDÉO-ANIMATION ET DE PRODUCTION SUR MAGNÉTOSCOPE

L'un des buts de VIDÉO CONTACT — CAC est de « susciter, de stimuler, d'amorcer financièrement et techniquement une VIDÉO-ANIMATION ».

Des magnétoscopes portables, ou un ou deux bancs de montage mobiles, un petit studio avec une régie finale, elle aussi transportable, nous permettront de commencer à répondre à cet objectif.

Aussi et avant de dégager la stratégie, les structures et les moyens, nous ferons volontiers nôtre la distinction — que font aujourd'hui les différents utilisateurs de la vidéo — de deux types d'action :

a) La vidéo processus :

animation sociale et culturelle par la confrontation d'individus ou des groupes à l'image ; la vidéo, comme l'a dit un des « vidéologues » canadiens, c'est un « instrument de distanciation et d'autocritique, une technique permettant d'inventorier le milieu et soi-même ».

b) La vidéo produit :

diffusion d'un document (esthétique, pédagogique, culturel ou politique) en dehors du groupe restreint qui l'a réalisé. Le produit peut être aussi le résultat de la vidéo processus ou une réalisation individuelle.

4. DIFFUSION DE DOCUMENTS AUDIOVISUELS

I. Dans les locaux du cinéma Voltaire

Une salle équipée de plusieurs récepteurs de télévision disposés en cercle est aménagée. On peut aussi utiliser un projecteur vidéo sur grand écran. Le cinéma sera également équipé d'un projecteur super-8 mm. à lampe Xénon et d'un 16 mm. double bande Xénon. Il sera aussi possible de visionner :

- des programmes de documents AV (produits vidéo, montage photographique sonorisé, film super-8 ou 16 mm.) avant, pendant et entre les séances de projection de cinéma, alimentées par les copies de tous les documents tournés ;
- des documents, des émissions, ou des créations... réalisées par les intéressés eux-mêmes (groupe de gens regroupés par affinités, collectivités, habitants d'un quartier...) et soutenus par des discussions prises en charge par les producteurs des documents ;
- possibilités d'utilisation du magnétoscope-télévision par une ou plusieurs personnes pour voir les émissions déjà réalisées, pour apprendre à les regarder, et pour permettre à tous ceux qui ont des idées ou des informations à transmettre de le faire ;
- des programmations de documents les plus intéressants qui sont du niveau de la recherche esthétique, politique ou pédagogique.

II. A l'extérieur

Pour élargir l'audience, il est possible de distribuer des copies et de multiplier les lieux de vision dans la ville ou le canton :

- en organisant — avec les intéressés — des séances de diffusion de vidéogrammes, liées aux projections cinématographiques ambulantes du CAC dans les communes rurales ou avec des institutions diverses (centres de loisirs, maisons de retraite, écoles...)
- le groupe vidéo assurera une véritable communication par des séances dans les lieux de rencontres pour la population définis par des projets de VIDÉO-ANIMATION.

PLAN D'ACTION PAR ÉTAPES

Il est évident que la réalisation de ces types d'action exige des structures, une organisation relativement importante et surtout des animateurs qualifiés. L'auto-financement de VIDÉO CONTACT étant impossible, sa mission étant d'être un service public au même titre que les bibliothèques et les musées, il appartiendrait donc aux pouvoirs publics de soutenir financièrement ses activités d'utilité publique.

L'Etat et la Ville de Genève subventionnent déjà le CAC pour son activité de diffusion de films au cinéma Voltaire (déficitaire à 45 %) et une augmentation des subventions pour d'autres activités (vidéo, stages de formation, bibliothèque publique), bien qu'ayant été prévue certes, n'est pas envisageable à court et moyen termes, étant donné la conjoncture actuelle.

Le groupe VIDÉO CONTACT - CAC est donc actuellement contraint d'autofinancer son activité. Il a donc été réduit à quelques actions ponctuelles et à une mission d'information et de coordination.

I. A COURT TERME

a) SAVI 74

La première action du groupe a été d'organiser le 1er Salon vidéo SAVI 74 avec un double objectif : d'une part faire connaître publiquement les buts de

VIDÉO CONTACT - CAC et, d'autre part, amorcer un rôle d'information auprès du grand public sur la vidéo.

Dans l'ensemble, les buts de SAVI 74 ont été pleinement atteints. En effet, pour la première fois en Suisse, des groupes travaillant en Suisse et à l'étranger avec la vidéo se sont rencontrés et ont montré leur production. Il s'agissait là d'une première rencontre importante : il a été ainsi possible de dresser un constat général de la production actuelle en vidéo dans de nombreux secteurs : formation, artistique, politique, social. Des débats très animés avec le public et les réalisateurs ont démontré le rôle important que joue la VIDÉO-ANIMATION.

Le Département de l'instruction publique de Genève a exposé les objectifs et les productions de ces divers centres de télévision scolaire (primaire, secondaire et universitaire). Ces divers organismes qui ont encore beaucoup de mal à travailler ensemble se sont, pour la première fois, également retrouvés dans un même stand. Un jalon a ainsi été posé.

Reliées par l'EIDOPHOR sur grand écran, les productions sur le studio TVCF ont apporté des éléments d'information fort intéressants. Le studio, aimablement mis à disposition par le Collège Rousseau de Genève, comportait une régie et quatre caméras mises en main des élèves. Il existe en effet à Genève quelques classes qui utilisent la vidéo (1/2 pouce) ; une classe primaire en particulier avait présenté une remarquable production sur le thème du cheval de Troie. Les enfants de 7 à 10 ans maîtrisent déjà avec une autorité et une assurance surprenantes les caméras et la régie. Ces expériences sont encore isolées dans les écoles, mais elles sont destinées à connaître un essor considérable car elles permettent à l'enfant de développer de lui-même sa créativité et sa personnalité ainsi que son sens critique beaucoup plus rapidement que les moyens dits traditionnels. Le professeur n'est plus sur son estrade mais devient un « complice de jeux ».

On a également pu voir sur l'EIDOPHOR des retransmissions de bandes vidéo sur 1/2 pouce, dont le signal avait été au préalable régénéré. Encore négligé



EXPOSITION THÉMATIQUE

Le stand de Vidéo Contact -
CAC. (Photo E. Gaudin)

à tort par certains (en particulier par certaines télévisions scolaires, sans parler bien sûr des « officielles ») le 1/2 pouce a un grand avenir. L'exposition thématique avait un double but : interroger à propos de la vidéo et informer le spectateur sur les groupes vidéo existants. L'entrée de l'exposition était consacrée à un constat de l'utilisation de la vidéo (surveillance des grands magasins, police, industries, etc.) : le spectateur était amené à assister à un happening-vidéo où il voyait quatre fois son image sur les moniteurs en TVCF et se trouvait ensuite interpellé et questionné par un animateur (invisible car caché derrière une régie). Ici la vidéo interroge et dérange :
VIDÉO INTERROGATION.

Mis sur pied avec des moyens de fortune, SAVI 74 a été financé grâce à la location des stands par les exposants, et à la collaboration du journal « La Suisse ». Sur ce point, l'expérience a été positive car les délimitations sont restées claires entre la section « expositive » et les parties d'« animation » (exposition thématique, vidéogrammes, tables rondes, studio TVCF). Il s'agissait en fait d'une cohabitation sous un même toit des financiers de la vidéo et de ses utilisateurs. Mais, après cette première expérience pilote, les membres du groupe VIDÉO CONTACT - CAC ne veulent pas se transformer en entrepreneurs de salons et congrès, leur mission essentielle étant l'animation et l'information. C'est ainsi que pour SAVI 76, une autre forme d'organisation devra être mise en place, le CAC n'intervenant qu'au niveau de l'animation, de l'analyse des contenus et de l'utilisation de la vidéo.

b) Production de vidéogrammes

VIDÉO CONTACT - CAC a produit à titre expérimental des vidéogrammes essentiellement à but pédagogique en 1/2 pouce au moyen du magnétoscope portatif :

- à propos de l'initiation au langage cinématographique : entretien avec le cinéaste René Allio sur ses activités théâtrales et cinématographiques ;
- à propos du tournage du film d'Alain Tanner, « Le Milieu du Monde », on a décrit les diverses professions que nécessite la réalisation d'un film.

- Production d'émissions entièrement réalisées par des adolescents sur la base d'un synopsis. Les tournages ont été effectués en deux ou trois jours; une régie complète de montage a également été mise à leur disposition. Ils ont ainsi pu réaliser, hors des contraintes scolaires, des œuvres fort intéressantes.
- Séquence-promotion de la pièce de Strindberg « Mademoiselle Julie » à la Comédie de Genève.

c) Animation

Lors d'une manifestation, au cinéma Voltaire, du Centre d'animation cinématographique, consacrée aux films réalisés par des femmes, des vidéogrammes ont été présentés. Pour l'occasion, 6 moniteurs ont été disposés dans la salle (400 places). Il a été passionnant de constater que les rapports spectateurs-écran ont été transformés. En effet, la salle étant dans une semi-obscurité d'une part, et l'animateur étant à côté des spectateurs avec les magnétoscopes d'autre part, le climat était ainsi très favorable à la discussion. Les vidéogrammes faisant toujours l'objet d'une discussion, le rythme de la séance était décidé d'un commun accord entre le spectateur et l'animateur-opérateur.

Un stage élémentaire d'initiation à la vidéo a également été organisé en juillet 1975 à Cartigny en collaboration avec l'association française CERA.

II. A MOYEN TERME

— Diffusion régulière dès l'automne 1975 de vidéogrammes et de films super-8 mm., soit intégrés dans les manifestations du Centre d'animation cinématographique, soit dans le cadre de séances spéciales vidéo le lundi soir. Il s'agit là de créer à Genève un lieu de relais propice à intensifier la diffusion de vidéogrammes auprès du public, en complément du circuit CINÉLIBRE qui regroupe 100 ciné-clubs et organisations non commerciales de cinéma et qui constitue en fait un circuit de diffusion indépendant des salles commerciales.

Le groupe VIDÉO CONTACT - CAC poursuivra également, par étapes et en fonction de son autofinance-

ment, une action de coordination et d'information sur la vidéo. Des stages d'initiation seront également organisés en fonction des demandes.

Pour le groupe VIDÉO CONTACT - CAC
Claude RICHARDET

* *

Les groupes présents

- Le CREPAC (Le Centre de Recherche pour l'Éducation permanente et l'Action culturelle), 12, rue Clavel — 75019 Paris.

Le CREPAC est une association créée en 1968 qui regroupe plusieurs syndicats et organismes d'éducation populaire et organismes coopératifs. Il s'est donné d'emblée un certain nombre d'objectifs :

- la création de sa propre structure de production : « SCOPCOLOR » ;
- la réalisation d'un magazine audiovisuel « Certifié exact » ;
- la mise en place d'une structure de diffusion ;
- la constitution d'un réseau d'animateurs ;
- création d'un atelier de production professionnel de super-8 mm.

- UNI-CI-TE (Unité Cinéma Télévision Audiovisuel), 50, rue Edouard-Vaillant — 93 Bagnolet.

Centre de production, de diffusion, de recherche, de formation et d'animation locale.

Créé en 1971, UNI-CI-TE agit pour améliorer l'application de l'audiovisuel, d'en rechercher les perfectionnements et d'en réduire les contraintes. Des solutions ont été trouvées : de la télédistribution au véhicule information, application diversifiée de la vidéo, production de films, diffusion en 16 mm. et en cassette super-8 mm...

● **LE CERA** (Le Centre d'Etude et de Recherche Audiovisuel), Massaguel — 81110 Dourgne, et 14, rue du Temple — 51100 Reims.

Le CERA est une association spécialisée, depuis quinze ans dans la formation audiovisuelle. Il organise et anime régulièrement des stages auprès d'un public très varié : universités, établissements scolaires, associations culturelles, parc national, maisons des jeunes, etc.

● **LA VIDÉO GAZETTE** de Grenoble.

La Vidéo Gazette de Grenoble peut être considérée comme une préfiguration de la TV communautaire par câbles. L'ensemble comprend : un circuit fermé réunissant l'ensemble des équipements collectifs, un circuit ouvert sur les appartements, un centre de production et de diffusion (réalisation d'un journal vidéo hebdomadaire), un lieu de formation aux techniques audiovisuelles ouvert aux habitants du quartier et aux élèves.

● **LE COLLECTIF VIDÉO 68**, Crozatier — 75012 Paris.

Le Collectif Vidéo publie un journal de « l'image électronique » en liaison entre les groupes vidéo : Vidéo-Info, il soutient une animation dans les quartiers et dans des écoles maternelles.

● **LE VIDÉO CONTACT** du Centre d'Animation Cinématographique, case postale 423, 27, rue Voltaire — 1211 Genève 16.

Il définit que d'une manière générale, le centre Vidéo Contact devrait être un laboratoire audiovisuel ouvert au public, en étant tout à la fois :

- un centre de coordination et d'information ;
- un centre de vidéo-animation et de production magnétoscope ;
- un lieu de diffusion, une vidéothèque et un service de distribution et de diffusion de documents audiovisuels.

Vidéo Contact offre une information et documentation sur la pratique de la vidéo (étude-réalisation-diffusion), une initiation aux nouvelles techniques de la vidéo, distribuée et centralisée des vidéogrammes.

● **SMC** (Le Studio de Musique Contemporaine), 7, bd Dalcroze — Genève.

* *
* *

Le Studio de musique contemporaine (SMC)

Vers un art multidisciplinaire

Il y avait foule durant toute la période du SAVI 74 devant le Studio de musique contemporaine (SMC) lequel, pour la circonstance, avait presque intégralement transporté son instrumentation au Palais des expositions. Pourquoi la présence dudit studio à ce salon vidéo ? Jacques Guyonnet, fondateur du SMC explique : « Pour développer l'information d'abord ». Il y avait également le groupe ART (art, recherche, technique), qui s'intéresse à l'impact de la technologie actuelle sur la créativité. ART était présent avec tout son studio de musique électronique, studio parmi les mieux équipés du pays. En première mondiale, il présentait un synthétiseur vidéo, instrument pouvant produire à peu près n'importe quoi sur écran : soit des images réelles, soit inventer des images sur l'écran. Ce synthétiseur est programmeur ; il peut aussi mémoriser des séquences d'images.

Quel rapport avec la musique ? Jacques Guyonnet poursuit : « Je vois venir le moment proche où beaucoup de compositeurs écriront non seulement des partitions traditionnelles, mais encore nous donneront des créations audiovisuelles dans lesquelles le jeu des formes et des couleurs correspondra aux forces qui animent la musique ». En quelque sorte, un mouvement conduisant à un art multidisciplinaire. Ainsi, ajoute Jacques Guyonnet, le

synthétiseur vidéo — actuellement opérationnel dans les studios ART — est capable de créer des images, ou des séquences d'images, composées à partir de lignes (horizontales, verticales), de surfaces (cercles, triangles, etc.) et de créer de la sorte une série de modulations de figures. Un certain nombre de « transformations fascinantes » peuvent être réalisées. Par exemple l'apparition sur l'écran d'un cercle d'une couleur choisie, puis sa modulation par un son musical, son qu'il est en même temps possible d'entendre et de « visualiser ». « Cette nouvelle technique de la modulation électronique, appliquée à la vidéo, permettra de réaliser — dans les cas les plus simples — des spots ou des indicatifs de films ou de télévision ; dans des cas plus complexes, de véritables séquences vidéo s'adaptant ou découlant d'une œuvre musicale donnée. » *

Pour la circonstance encore, le studio vidéo ART était complété par un générateur digital permettant de composer des textes directement sur l'écran et de les mettre « en mémoire » le cas échéant. L'intérêt de cet ensemble électronique réside en ceci d'abord qu'il permet de mettre en rapport trois activités jusqu'ici séparées : l'image (forme et couleur), la musique et le texte. Cette avant-première, pour Jacques Guyonnet, outre qu'elle devait servir à présenter au public une nouvelle unité de production artistique, devrait inciter des compositeurs ou des peintres à réaliser des œuvres qui seraient présentées à l'occasion d'un prochain salon consacré à la vidéo. (L. Sr)

* Le SMC a organisé en mai-juin 1975 une série de manifestations : « SHANTI », musique de méditation pour sons électroniques et concerts, de Jean-Claude Eloy ; « Journées interdisciplinaires autour de Stéphane Mallarmé », avec une conférence d'Yves Bonnefoy ; CONCERT I : Mallarmé selon Boulez, Camille, Ravel, Pienczkowski, un colloque avec la participation de : René Berger, Yves Bonnefoy, Roger Dragonetti, John E. Jacks, son et Jean Starobinski ; CONCERT II : Mallarmé selon Debussy, Amy, Boulez ; un séminaire vidéo où ont été envisagés les rapports : vidéo et musique, transformation de formes par les sons, l'œuvre audiovisuelle dans le présent à venir, la vidéo au concert, la vidéo au musée, des travaux pratiques, etc.

Liste des vidéogrammes présentés

Une salle était spécialement réservée à la diffusion permanente de vidéogrammes au moyen de quatre moniteurs. Les organisateurs n'ont pas voulu opérer une sélection, mais ont préféré le système de la « carte blanche », c'est-à-dire que chaque groupe ou réalisateur disposait d'un temps donné pour présenter lui-même les vidéogrammes de son choix. Tous les domaines étaient représentés : artistique, éducation, social, formation, avec près de 80 vidéogrammes de sept pays, Autriche, Belgique, Canada, France, Italie, Japon et Suisse.

Une trentaine de réalisateurs se sont déplacés à Genève pour participer aux discussions et aux tables rondes.

Emile ELLBERGER *

The Perryberger improvisations (15 min.), 1974
(L'Enclos, 31, rue Dancet, 1205 Genève, Suisse)

René BAUERMEISTER *

Support-Surface (25 min.), 1973
(Jonchère 15, 2208 Les Hauts-Geneveys, Suisse)

MEDIATELIER *

Le café Saint-Martin (30 min.), 1974
(Guy Milliard, 58, Grand-Rue, 1095 Lutry, Suisse)

OESTERREICHISCHER RUNDFUNK

Piano Conclave (60 min.), de Franz Kabelka
(ORF, Wohllebengasse 12, Vienne, Autriche)

* Débats animés par le réalisateur.

Vidéo artistique en Suisse romande
Jean OTTH *

Le lac (15 min.), 1973
La pose (27 min.), 1973
(La Cimerane, 1066 Epalinges, Suisse)

Gérald MINKOFF *

Guillaume Tell (20 min.), 1972
Autoreprésentation (20 min.), 1971
(85, bd Carl-Vogt, 1205 Genève, Suisse)

Muriel OLESEN *

Situations (20 min.), 1974
(85, bd Carl-Vogt, 1205 Genève, Suisse)

János URBAN *

The Skating Rink-La patinoire (20 min.), 1973-74
(4, chemin de Pré-Fleuri, 1006 Lausanne, Suisse)

CENTRO DI COMUNICAZIONI AUDIOVISIVE

Festivals liberi estate 74 (30 min.), 1974
8 Mesi in Valle dell'Orco (40 min.), 1974
Gruppo dei Cantastorie di Pavia (40 min.), 1974
(Francesco CAVALLI, Centro di Comunicazioni Audiovisive, Via Fatebenesorelle 18, 20121 Milano, Italia)

Erwin HUPPERT et Jean MARTINEZ *

L'ange exterminé (25 min.), 1974
(1097 Riex, Suisse)

VIDÉO OUT - PARIS

(Carole et Paul ROUSSOPOULOS, 18, rue Odéon, 75005 Paris, France)

COLLECTIF UNITÉ VIDÉO - Bruxelles *

J'ai même rencontré des apprentis heureux (27 min.), 1974
(Jean-Marie BEAULOYE, 23, avenue Cicéron, 1140 Bruxelles, Belgique)

FTMH *

L'apprenti polyvalent (15 min.), 1974
(Alain FRANCK, FTMH, 25, rue Pontaise, 1004 Lausanne, Suisse)

STUDIO MUSIQUE CONTEMPORAINE - Genève *
Utilisation de la vidéo dans la recherche de la musique contemporaine
(Jacques GUYONNET, 7, bd Dalcroze, 1204 Genève, Suisse)

VIDÉO CONTACT - Genève *

L'aveugle (15 min.), 1974
Tournage du film d'Alain Tanner: « Le Milieu du Monde » (12 min.), 1974
(Centre d'animation cinématographique, case postale 423, 1211 Genève, Suisse)

UNIVERSITÉ LIBRE DE BRUXELLES *

(Section de journalisme, 6, avenue Paul-Héger, 1050 Bruxelles, Belgique)

Arnaud LEYS *

Genesis Melody (28 min.), 1974
Sparks (28 min.), 1974
(48, rue de Berri, 75008 Paris, France)

UNI/CI/TE - Paris *

(Jacques Bidou, 50, rue Edouard-Vaillant, 93 Bagnolet, France)

CREPAC - Paris *

(Roger Louis, 12, rue Clavel, 57019 Paris, France)

VIDÉO OPTION - Bruxelles *

La sexualité (20 min.), 1974
Film réalisé par les élèves de l'Ecole Athénée de Saint-Josse (Jean-Claude Badson, 288, rue Royale, 1038 Bruxelles, Belgique)

VIDÉO OO - Paris *

(30, rue du Pressoir, 75020 Paris, France)

VIDÉO INFO - Paris *

(L'Abécédaire, 68, rue Crozatier, 75012 Paris, France)

VIDÉO CENT FLEURS - Paris

C'est tout pour nous et vous (20 min.), 1974
Ceux de Péderne (30 min.), 1974
(c/o Fargier et Jaeggi, 54, rue Notre-Dame-de-Porette,
Paris 9e, France)

COMMUNICATION COMMUNAUTAIRE - Suisse *

Les Fous de Dieu (30 min.), 1974
Un groupe œcuménique a essayé de stimuler sa créativité
à partir d'un texte de la Bible.
(Bernard von Baalen, 1021 Dommartin, Suisse)

ÉCOLE INSTRUMENT DE PAIX - Suisse *

Le camp d'expression artistique de l'EIP (30 min.), 1974
(EIP, 27, rue des Eaux-Vives, 1207 Genève, Suisse)

Vidéo artistique au Japon

Tashio MATSUMOTO

Expansion (14 min.), 1972
Autonomy (11 min.), 1972
(p.a. Hiroko Goavers, 12, rue de Lubeck, 75116 Paris,
France)

CADIA - Suisse *

Les années Lumière
Extrait TV communautaire
(Communauté d'action pour le développement de l'infor-
mation audiovisuelle, 33, ch. d'Entre-Bois, 1018 Lau-
sanne, Suisse)

VIDÉO GAZETTE - Grenoble *

Synthèse de l'expérience de TV communautaire au quar-
tier de la Villeneuve
(80-95, galerie de l'Arlequin, 30100 Villeneuve, Grenoble,
France)

Vidéo artistique aux USA

VIDÉO EXCHANGE SATELLITE - Canada

Baleines « tueuses » et leurs amis (12 min.), 1970-74
Intermedia Sampler (20 min.), 1971
Extrait de l'expérience VIDÉO INN (60 min.), 1969-74
(Michael Goldberg, Video Inn, 261 Powell Street, Vancou-
ver, B.C. Canada V6A1G3)

Secteur éducatif

Télévision en circuit fermé et vidéo dans l'enseignement genevois

De l'ensemble des moyens audiovisuels, la télévision à l'école représente un secteur dont les implications sont si vastes qu'elles nécessitent de plus en plus une réflexion profonde et coordonnée.

En effet, dans un monde saturé d'information, la télévi-
sion joue auprès des élèves un rôle essentiel : près de
90 % d'entre eux regardent la télévision, et pendant un
nombre considérable d'heures hebdomadaires. Comme
elle a dû le faire pour le livre, l'école devra intégrer la
télévision.

Depuis plusieurs années, différents ordres d'enseigne-
ment se sont donc attaqués à ce problème, réalisant des
expériences d'importance ; depuis plusieurs années, des
pédagogues et des techniciens, conscients de l'apport posi-
tif d'un tel matériel ont, à l'intérieur de l'enseignement
genevois, pratiqué la télévision. Ils ont apporté ainsi des
éléments concrets et positifs pour juger du problème
d'ensemble.

Il faut rendre hommage à ceux qui, dépassant le stade
des bonnes intentions, ont compris qu'il était préférable
de s'attaquer directement à la réalité, faisant ainsi avan-
cer d'un grand pas l'intégration de ce média dans l'ensei-
gnement.

Ainsi, depuis 1965, le CO a porté une attention toute
particulière à ce média, en créant un centre de télévision,
et en équipant progressivement ses collèges de circuits
fermés. Dès 1971, le centre de TVCO, jusque-là expéri-
mental, est devenu opérationnel, et produit régulièrement
des émissions pédagogiques.

Il est tout de même important de préciser que ce n'est point l'empirisme qui a présidé aux expériences de TVCF à l'école. Pour le Cycle d'orientation M. Robert HARI, son directeur général, a participé, en tant que représentant de notre pays, aux séminaires du Conseil de l'Europe, établissant les principes de la « technologie éducative ».

Les expériences d'utilisation de la TVCF ont été effectuées ou sont en cours dans pratiquement tous les ordres d'enseignement :

ETUDES PÉDAGOGIQUES PRIMAIRES

L'activité TV des Etudes pédagogiques primaires concerne principalement la formation des maîtres.

Elle est destinée :

- à l'information et à la formation des candidats à l'enseignement ;
- à l'information et à la formation continue du corps enseignant enfantin et primaire ;
- à l'information des cadres de l'enseignement primaire et des études pédagogiques.

Les objectifs de la TVCF sont :

- de réaliser des émissions originales, avec le concours de membres du corps enseignant ;
- d'enregistrer, en vue d'une rediffusion, des émissions de l'extérieur ;
- de conduire une recherche en observation de classe en collaboration avec l'EPSE ;
- de prêter son concours technique et pédagogique à l'exploitation de documents télévisuels.

CYCLE D'ORIENTATION

Comme le relate M. Robert HARI, directeur général du Cycle d'orientation, les expériences du Cycle, commencées modestement en 1965, avaient pour but premier de faire de la TV un instrument au service de la formation des maîtres du CO ; elles furent très rapidement utilisées pour d'autres objectifs (par exemple, création d'émissions destinées aux élèves) et par d'autres utilisateurs (par exemple, les élèves eux-mêmes).

Dès lors, grâce aux expériences positives et compte tenu du fait novateur du CO, l'emploi de la TV n'a cessé de s'accroître, suivi d'une infrastructure technique. En effet, dès 1969, un studio-classe a été créé au Collège de Budé. Sa production est estimée par ses propres responsables à « une cinquantaine de productions en moyenne par année, dont 60 % directement intégrables aux leçons et relevant du plan d'études ; les autres documents relèvent de la formation pédagogique et de la recherche ».

Dès l'automne 1974, le Cycle d'orientation disposera en outre d'un grand studio professionnel de production qui sera rendu opérationnel par une équipe technique identique à celle qui opère actuellement.

COLLÈGE DE GENÈVE

Le Collège de Genève, quant à lui, utilise depuis quelques années la TVCF. Son optique actuelle diffère de celle du Cycle d'orientation.

Il ne fait pas de production de type professionnel, mais se limite à la réalisation de petites émissions de documentation destinées aux élèves et réalisées par le corps enseignant et les élèves.

En effet, depuis plus d'une année, il réalise, en liaison étroite avec les Etudes pédagogiques secondaires, un certain nombre d'expériences de télévision au service de la pédagogie.

Techniquement, une installation modeste mais complète permet de réaliser des tournages tant en studio qu'à l'extérieur et d'effectuer les diverses opérations de montage.

Les réalisations se font dans plusieurs domaines. Il est possible tout d'abord d'enregistrer des émissions des TV nationales qui constituent des documents de base. Un cours facultatif de science politique a permis d'organiser des rencontres d'hommes politiques genevois, qui, tantôt devant quelques élèves les questionnant, tantôt en face à face, tantôt en table ronde, ont abordé divers problèmes d'actualité.

La structure technique du Collège de Genève est la suivante :

- a) Le centre technique principal est au Collège Rousseau. Il centralise et coordonne les demandes d'enre-

gistement et de diffusion de documents TV; il enregistre les documents proposés et fournit en prêt les bandes à tous les collèges.

b) Dans chaque collège, un matériel léger est (ou sera dans un proche avenir) offert aux enseignants

1. pour l'utilisation des documents du centre;
2. pour la réalisation d'expériences modestes (autoscopie, scopie de débats, rencontres, etc.).

CENTRE PROFESSIONNEL POUR L'INDUSTRIE ET L'ARTISANAT (CEPIA)

Création d'un studio qui devrait être opérationnel au cours de l'année et pour l'utilisation duquel des projets de collaboration sont envisagés entre le CEPIA, les écoles techniques de Genève et les écoles d'art.

UNIVERSITÉ

Dans le cadre de l'enseignement universitaire, plusieurs secteurs ont exploité la TVCF.

D'une part, l'Ecole d'architecture utilise la vidéo comme matériel d'observation. L'environnement spatial est ainsi reconstitué à partir de maquettes télévisées. Une autre activité est l'enquête faite dans des milieux socioculturels donnés.

D'autre part, la Faculté de médecine emploie la télévision dans le cadre de son propre enseignement (retransmission de cours, interventions chirurgicales); enfin, l'Ecole de psychologie et des sciences de l'éducation.

Depuis 1970, l'EPSE a commencé à s'intéresser à la TVCF, à des fins de recherche et non pas de production. Dès lors, elle a renforcé son équipement cinéma et photo déjà existant par du matériel TV et a utilisé son propre studio pour des enregistrements vidéo d'expériences cliniques (de type piagétien). La retransmission en direct est aussi possible grâce aux liaisons avec trois salles de cours.

Dès 1971, un certain nombre d'enregistrements vidéo de cours, pour l'observation de classes a été effectué de façon expérimentale.

Dès 1972, le Service de la recherche pédagogique du Département de l'instruction publique, dans le cadre de la

réforme des mathématiques, a songé à la TV comme instrument d'observation des comportements et d'analyse des démarches d'apprentissage chez les élèves.

Il n'y a pas de production proprement dite à l'EPSE. La liberté est laissée aux chercheurs quant aux sujets de leurs réalisations. Une planification existe uniquement au niveau de l'utilisation du matériel technique.

Pour sa part, et dès 1973, le Département de l'instruction publique, conscient de la complexité des problèmes engendrés par l'achat et l'utilisation de matériel TV, a confié à une commission ad hoc le soin d'étudier une coordination dans ce domaine.

Cette commission, composée de représentants techniques et pédagogiques de chaque ordre d'enseignement, s'est défini les objectifs suivants :

1. coordination dans l'achat du matériel;
2. création d'un pool de matériel, de la production et de la pédagogie, chaque secteur devant conserver sa spécificité;
3. création d'un pool de réparations et d'entretien des appareils;
4. collaboration avec le Service technique du DIP en vue de permettre un aménagement des locaux répondant aux exigences d'utilisation.

En conclusion, nous pourrions rappeler que le Parlement a fait confiance aux divers secteurs de l'enseignement dans sa politique d'achat; aussi doit-on répondre à cette confiance et, par une coordination, rendre l'équipement rationnel, économique et pédagogiquement opérationnel.

Maurice WENGER

Président de la Commission
de coordination en matière
d'acquisition d'appareils TV
du canton de Genève

APERÇU HISTORIQUE

La télédistribution s'est développée depuis plus de vingt ans en Amérique du Nord et, dans une moindre mesure, depuis près de dix ans dans plusieurs pays européens. Il s'agit de la retransmission par câbles coaxiaux de programmes de télévision captés par une antenne collective ou émis par un studio local.

Gérard Métayer, ingénieur, à qui nous empruntons nombre d'informations*, propose ces abréviations d'ordre général :

1. TAC, désignant la télédistribution par antenne collective ;
2. TRL, la télédistribution à régie locale ;
3. TVR, la télédistribution à voie de retour ;
4. GAM, désignant les (futurs) réseaux à gestion automatique des messages.

Pourquoi l'essor de la télédistribution ? A l'origine de ce développement, nous trouvons les caractéristiques du câble coaxial permettant de transmettre dans d'excellentes conditions l'équivalent de plusieurs dizaines de canaux TV, tandis que la transmission hertzienne, elle, est limitée à quelques canaux et peut être altérée par des obstacles naturels (collines, montagnes) ou artificiels (grands immeubles).

* Notamment dans *La télévision en partage*, dossier No 3 de l'Institut d'Etude et de Recherche en Information visuelle (IDE-RIVE), de Lausanne.

Toutefois, observe Gérard Métayer, ces simples considérations ne peuvent justifier l'essor de la télédistribution : désormais elle dépasse la simple retransmission des programmes TV pour aborder le domaine plus vaste des télécommunications. Plus que de télédistribution, il faut parler de réseaux de communications à grande capacité pour désigner les équipements dérivés de la télévision par câble qui vont conduire à l'apparition de « villes câblées », puis de « nations câblées » avant la fin de ce siècle.

Deux grandes catégories de réseaux sont à distinguer :

1. Ceux permettant d'assurer des communications instantanées entre deux points sélectionnés (parmi un très grand nombre d'émetteurs ou de récepteurs possibles) : il s'agit des réseaux « commutés », c'est-à-dire incorporant des dispositifs permettant cette sélection, et dont le réseau téléphonique est l'exemple le plus connu. La caractéristique de tels réseaux est leur faible capacité de transmission.

2. Ceux dont les possibilités sont limitées à la desserte d'un très grand nombre de récepteurs à partir d'un nombre restreint d'émetteurs et, accessoirement, à l'établissement d'un petit nombre de liaisons point à point. Ces réseaux, dont la télédistribution est le prototype, contrairement aux réseaux précédents, ont une capacité de transmission considérable, puisque certains peuvent, dès à présent, transmettre plus de 40 canaux de télévision, l'équivalent de plusieurs dizaines de milliers de « voix » téléphoniques.

C'est cette seconde catégorie qu'expriment les termes **RÉSEAU DE COMMUNICATION A GRANDE CAPACITÉ**. Elle recouvre plusieurs générations que nous présentons ici succinctement.

TAC — La première génération peut être désignée par l'abréviation TAC (télédistribution par antenne collective — voir ci-dessus). Elle correspond à la télédistribution proprement dite. Il s'agit d'un système permettant, à partir d'une station d'amplification de rediffuser vers les récepteurs des usagers, par un système de câbles coaxiaux,

les programmes captés par une antenne collective bien située. Ils ont une capacité maximale de l'ordre d'une douzaine de canaux.

TRL — La deuxième génération est un perfectionnement de la télédistribution par l'adjonction d'une régie de production locale à la station d'amplification. En plus des émissions captées par l'antenne, il est possible de rediffuser des programmes émis localement, soit à partir d'un studio de production, soit à partir de magnétoscopes ou encore de dispositifs de télécinéma. La capacité de ce type de réseaux est généralement de 20 ou 25 canaux, soit par l'adjonction d'un second câble (les usagers peuvent alors, par un simple commutateur, passer d'un câble à l'autre sans modification de leur récepteur), soit en fournissant aux usagers un convertisseur leur permettant — toujours sans modification de leur récepteur — de sélectionner un canal parmi les 20 à 25 disponibles.

TVR — La troisième génération correspond à une utilisation bidirectionnelle du réseau grâce à l'affectation d'une partie de sa capacité à des voies de retour, lesquelles permettent à certains usagers de renvoyer vers la station centrale des signaux émis à partir de caméras de télévision (signaux vidéo) ou de terminaux particuliers (signaux digitaux). Ce système marque un saut qualitatif par rapport aux précédents. Il amorce une évolution vers des systèmes « universels » combinant les possibilités de liaisons point à point des réseaux commutés (première grande catégorie des réseaux mentionnée ci-dessus) et la grande capacité des réseaux de télédistribution.

Les réseaux TVR n'ont toutefois que des possibilités très limitées de liaison vidéo point à point, ces dernières exigeant, en effet, de réserver une fraction de la capacité disponible à chaque couple émetteur-récepteur dont le nombre doit être de ce fait restreint à quelques usagers privilégiés qui utilisent un canal du réseau à la manière d'un circuit fermé de télévision (contrôle de la circulation, TV scolaire, etc.). Certains prototypes fonctionnent déjà aux Etats-Unis.

GAM — La quatrième génération est la dernière étape avant le passage au réseau universel commuté à grande capacité. Ce système incorpore un dispositif informatique

de traitement des messages. Par l'usage de voies de retour et de terminaux appropriés, il permet d'établir une véritable **conversation** entre l'utilisateur et son récepteur de télévision. Des prototypes de tels systèmes sont en cours d'expérimentation aux Etats-Unis. L'usage généralisé de ces réseaux — ce sont encore des perspectives — est prévu pour la fin de cette décennie en Amérique du Nord. Ce système déborde largement les applications commerciales de la télévision payante : enseignement à domicile, formation permanente des adultes, relations entre électeurs et élus, surveillance automatique de toute nature, etc. La liste des services possibles n'a de limites que celles de l'imagination, fait remarquer Gérard Métayer. Mais dès à présent, des dispositifs techniques permettent les extensions régionales ou nationales des réseaux : des faisceaux hertziens (20 canaux et plus) sont en service depuis plus d'une année dans certains réseaux aux Etats-Unis et des satellites de communications permettant d'assurer l'interconnexion de réseaux à l'échelle du continent nord-américain seront lancés dans les prochaines années.

A terme, estime Gérard Métayer, on peut envisager des réseaux à grande capacité à l'échelle d'une nation, voire d'un continent, qui prendraient en charge une part prépondérante des communications sociales : des projets ont, par exemple, été annoncés en vue de remplacer le dispositif traditionnel de la distribution du courrier par un système de transmission et distribution électronique, empruntant quelques canaux d'un réseau à grande capacité.

Quelques expériences

Les questions relatives aux **contenus** des émissions (et aux nombreux services possibles) télédiffusées abondent, sinon débordent celles relatives aux données technologiques. Lors de la journée d'étude* sur « La Télévision par câble », Robert Stéphane,** partant d'un constat selon

* Organisée par l'Ecole cantonale des beaux-arts de Lausanne et par l'IDRIVE, Dossier No 3, op. cité.

** Sociologue, directeur du Centre de la Radio-Télévision belge (RTB) de Liège, chargé de cours à l'Université de Liège.

lequel « l'école répondant de plus en plus mal aux nécessités de la formation et de l'éducation en général », commençait par poser celles-ci :

1. Comment les nouvelles techniques et spécialement le câble peuvent-elles individualiser l'enseignement et le rendre plus interactif ?

2. Les messages culturels actuels sont uniformes. La télévision est en général très « suiviste » et vise à toucher des publics majoritaires (René Berger parle de public cible). Comment faire pour trouver une formule qui ne soit ni le « suivisme » ni le dirigisme ?

3. Comment faire pour remplacer l'autoritarisme culturel des institutions de monopole radio-télévisuel, les ministères, les réseaux d'enseignement, par la participation et la créativité individuelle et de groupe ? Comment le câble, en liaison avec la vidéo, peut-il ou non y arriver ?

A défaut de réponse(s) formelle(s), on peut toujours observer ce qui s'est fait, et en premier lieu dans les pays anglo-saxons.

ETATS-UNIS

Une véritable explosion se manifeste depuis 1970 dans les réseaux de télédiffusion. On estime qu'en 1980, il y aura 7000 réseaux différents sur le territoire américain.

Dans un premier temps, note Robert Stéphane, les grands réseaux américains ont vu d'un bon œil le développement de la télédiffusion. C'était en même temps une extension de leur impact et un accroissement possible de leurs recettes publicitaires. Mais dès qu'il a été question de passer à un deuxième stade (celui de l'« origination » des programmes), leur opposition est apparue. Leur pression s'est traduite par le fait qu'une interdiction d'importer des programmes des régions voisines a été au centre des discussions légales.

En 1969, la Commission fédérale des communications (FCC) a officiellement inclus dans ses préoccupations la télévision par antenne communautaire. Les stations de radio et de télévision, les compagnies de téléphone et les

chaînes de journaux ont commencé de s'intéresser activement à la chose en reprenant la propriété d'un certain nombre de stations de câble.

En mars 1970, des stations de radio-télévision possédaient 36,5 % des stations de câble ; les réseaux téléphoniques en possédaient 5,8 %, les chaînes de journaux 8,2 %, etc.

La loi antitrust fut à ce moment-là agitée : loi générale visant à limiter la formation de trop grosses coalitions pouvant conduire au monopole. L'American Telegraph and Telephone Company, par exemple, a dû revendre les parts qu'elle possédait dans les réseaux de télévision par câble. Il fut également décidé qu'un journal ne pouvait posséder un système de télévision par câble dans une zone où il était dominant.

En 1971 sont prises les fameuses dispositions de la FCC stipulant notamment :

« Les télédistributeurs doivent prévoir de mettre à disposition des usagers 24 canaux avant la fin de 1973. 5 % de leurs revenus doivent être versés à la ville. Des moyens doivent être mis en termes de facilités techniques à la disposition des services municipaux comme la police, les pompiers (...) »

» Dès qu'il y a plus de 3500 abonnés, il est obligatoire qu'il y ait un canal au moins réservé à des programmes originaux. Enfin, dans les plus grands marchés doivent être créés des canaux d'accès public mis à la disposition de groupes ou d'individus qui veulent s'exprimer (...) »

Quels sont les utilisateurs ?

« Il est trop tôt pour en établir une carte détaillée », fait remarquer Robert Stéphane. Toutefois, on peut les classer en trois groupes :

- a) **Les organisations spécialisées.** Exemple : le Centre de développement et de lutte contre la surdité. Chaque semaine, pendant treize heures, une émission a été consacrée à une discussion ayant un rapport avec les problèmes de la Communauté des sourds de New York. Autres exemples : le groupe particulier « Les

Amis de Haïti » qui venaient discuter et critiquer le régime de leur pays ; « Le Conseil de la jeunesse chinoise » qui utilisait le câble pour trouver de l'emploi à ses membres, etc.

- b) **Les artistes.** Des groupes organisés (la Coopérative des fabricants de films par exemple), procédant à une expérimentation sur l'art et la technologie, a utilisé le câble pour diffuser des spectacles d'avant-garde réalisés avec des techniques vidéo de coût relativement bas.

- c) **Les utilisateurs individuels.** Les exemples sont nombreux et il est difficile de choisir. Cela peut aller de ce professeur d'anglais venant faire des conférences sur Shakespeare tous les samedis après-midi, à ce présentateur de télévision qui exprime durant 30 minutes ce qu'il ne peut dire sur les réseaux commerciaux, sans oublier de mentionner des systèmes comme ceux de San Diego, où une vingtaine de canaux fournissent en permanence des programmes tout à fait différents.

Il y aurait, bien entendu, pas mal de choses à dire en ce qui concerne ce pays. Il faudrait insister par exemple sur les expériences de « pointe » réalisées par des artistes dont le plus connu, pour l'heure, est Nam June Paik, Coréen d'origine, qui, en 1965, utilise le premier magnétoscope portable et montre dans un café de Greenwich Village les scènes qu'il a enregistrées de son taxi.

CANADA

Le Canada est en avance du point de vue des installations techniques : on estime à 20 % le nombre des télé-spectateurs raccordés au câble. Le réseau de Vancouver est depuis peu de temps le premier du monde (150 000 personnes « câblées » ; 100 000 à Montréal ; celui de San Diego, à titre de comparaison, n'en compte que 50 000).

La principale raison du développement de la télédistribution dans ce pays francophone d'Amérique du Nord paraît liée — pour Stéphane — à l'attrait que représentent les programmes américains pour le spectateur bilin-

gue. En raison des possibles analogies linguistiques qu'on peut établir, ce qui se fait dans ce pays intéresse Belges et Suisses.

Le législateur canadien a pris des mesures de réglementation de type protectionniste. La situation de base de chacun des systèmes est, en gros, celle-ci : huit à douze canaux de programmes nationaux, plus un canal « origination » émettant entre dix et trente heures par semaine. Les règles juridiques de base sont les suivantes :

Il est institué un ordre de priorité dans les canaux qui doivent être repris dans un système de télédistribution :

1. Les réseaux nationaux officiels canadiens (Radio-Canada).
2. Les réseaux privés canadiens.
3. Le ou les canaux communautaires.
4. D'autres stations canadiennes, éventuellement éducatives.
5. Un programme commercial non canadien.
6. Un programme non commercial non canadien.

On remarque l'esprit général de la décision de la Commission canadienne de la Radio-Télévision (10.4.1970) : protéger, d'une part, la production canadienne et la production locale, d'autre part. Une disposition précise, en outre, prévoit que les stations de câble ne peuvent pas faire de publicité dans leurs émissions locales. La conséquence est la protection des stations commerciales. D'autre part, il est encore recommandé de chercher à faire dans la programmation, du « complément », par rapport aux chaînes hertziennes, et non de jouer « la concurrence ». La formule en vigueur : « Favoriser la communication entre individus et groupes, et accroître la densité de la vie communautaire ».

Que voit-on ?

En résumé, une grande variété de produits : sport professionnel, activités d'organisations diverses, défilés de mode, programmes de décoration, callisthénie, culture physique, jardinage, programmes universitaires, concerts d'amateurs et de semi-professionnels, émissions en vue

de rendre service aux automobilistes, programmes en langue étrangère pour groupes minoritaires et cours de langues.

Les émissions locales sont produites par des employés de la station de câble. Les émissions communautaires sont réalisées par des groupes sociaux ou des particuliers qui sont les producteurs et les participants. Les employés de la station de câble ne sont là éventuellement que pour donner une aide technique.

Ajoutons encore que la Radio-Télévision canadienne a classé les systèmes de câble, suivant leur taille, en trois catégories : A (environ 5000 abonnés), B (dans les villes entre 12 000 et 200 000 habitants), C (dans les grandes villes entre 200 000 et 2 millions d'habitants).

GRANDE-BRETAGNE

La Grande-Bretagne utilise le système dit mono-canal : chaque abonné est individuellement raccordé à la station centrale. Cette dernière dispose des moyens de sélection et de branchement qui lui permettent d'alimenter chaque ligne avec le canal de télévision demandé (analogie avec le numéro de téléphone qu'on appelle). Le poste récepteur est dit « esclave », c'est-à-dire qu'il ne peut recevoir la télévision hertzienne. On s'approche d'un système de télécommunication point à point. Il s'agit en outre d'un pas vers la cité câblée et la téléinformatique.

Les expériences de télédistribution active en Grande-Bretagne sont différentes et utilisent un autre système technique.

On connaît l'expérience faite à Greenwich (ville de 20 000 habitants). En dépit d'une forte opposition, le ministre des Postes et Télécommunications a autorisé, en janvier 1972, une société anglo-canadienne à faire un programme sans publicité (réticence de la BBC à mentonner). La concession a d'abord été limitée à six mois, à titre expérimental. Elle fut ensuite prorogée jusqu'en 1976. Certaines contraintes dans le texte de la licence : la compagnie paie pour le droit d'émettre ; elle doit fournir tous les six mois, un rapport écrit et détaillé sur tous ses programmes ; elle doit conduire des enquêtes sur l'effica-

citée de ses activités ; le ministre a droit de censure sur n'importe quelle émission et peut, de son bureau, déterminer les heures d'émission ainsi que leur nombre ; il est interdit d'offrir des prix dans des concours, etc.

Il s'agit, au sens canadien de l'expression, d'une télévision communautaire où le « staff » est composé d'un directeur, six techniciens, et d'un assistant de programmation. Les programmes et leur contenu sont en gros choisis par des groupes ou des individus de Greenwich. Il y a 14 000 abonnés, soit 50 000 téléspectateurs sur les 200 000 habitants. Les principaux acteurs-présentateurs des émissions sont des amateurs ayant répondu aux annonces faites dans les journaux locaux.

Le dimanche, il y a un magazine religieux en fin de matinée ; en fin d'après-midi, une émission culturelle où sont présentés des artistes locaux. Chaque jour, le matin, on peut suivre une émission sur les événements locaux complétée par des débats. D'autres émissions sont destinées spécialement à la femme : un groupe de femmes se réunit soit au studio, soit au domicile de l'une d'entre elles. On y discute de choses pratiques ou de sujets généraux, l'éducation sexuelle des enfants par exemple. Les programmes les plus difficiles à réaliser sont ceux concernant les jeunes : il a été difficile, en particulier, de les « mobiliser » et de les amener vers le studio. A noter que ces programmes ont été critiqués — pas suffisamment didactiques — par la commission scolaire de la ville.

On effectue également des émissions sportives au cours desquelles sont montrés des gens de Greenwich pratiquant un sport ou en parlant. Cette télévision est une « télévision-miroir » pour Robert Stéphane, en d'autres termes, celle qui vous renvoie seulement votre propre image. L'ensemble de l'opération vit avec un budget d'environ 150 000 francs suisses.

HOLLANDE

Nombre d'expériences « sauvages » ont déjà eu lieu dans ce pays.

A Arnhem, un quotidien local a présenté régulièrement des émissions d'information. A Melick, une intercommu-

nale a mis sur pied une expérience de TV locale qui a duré plusieurs semaines. A Eindhoven, un groupe d'intellectuels et d'hommes d'affaires a mis sur pied une série d'expériences, limitées dans le temps.

Le 24 décembre 1971, le ministère compétent a défini un « cadre général » annonçant du même coup qu'il fallait une autorisation spéciale pour faire démarrer une opération. Au début de l'année 1973, six localités, dont Melick, reçurent l'autorisation de commencer des expériences locales. Les conditions mises sont cependant sévères : à l'échelon officiel, on paraît se méfier de certaines résurgences d'une vie locale incontrôlée. Il est intéressant de mettre en exergue quelques-unes de ces conditions :

- pas de publicité ;
- pas de distribution des programmes d'ambition nationale ;
- interdiction de collaboration gratuite, du bon marché procuré par le secteur privé ;
- les journaux locaux ne pourront pas participer en tant que tels, mais seulement éventuellement par leurs journalistes ;
- les émissions ne pourront pas durer plus de trois heures et demie par semaine. Elles devront avoir un caractère local (...).

La conclusion du ministre :

« Je veux me rendre compte si cette petite télédistribution régionale va améliorer la communication entre les gens de la région, ou bien si elle va les enfermer dans des petits ghettos avec un casque radio sur la tête et un petit écran devant leurs yeux. »

Réaction mitigée des autorités locales, celle en particulier du bourgmestre de Melick :

« Si on nous dit ce que nous devons mettre sur le télécâble, nous renverrons la licence par le même courrier. »

Fait à noter, chaque commune reçoit Fr. 350 000.-- suisses pour une année.

FRANCE

Il est difficile de se faire une idée sur l'avenir de la télédistribution en France si l'on tient compte, de surcroît, de l'éclatement de l'ORTF survenu en 1974*. La situation de la télédistribution dans ce pays est complexe et comporte plusieurs paradoxes dont l'un des premiers effets risque, en premier lieu, de freiner son développement.

Sans doute faut-il considérer, comme le fait Robert Stéphane, que la France est culturellement isolée en raison même de sa puissance et qu'il n'y a pas de véritables demandes, d'autre part, du téléspectateur limousin, en vue de recevoir la télévision suisse, belge et luxembourgeoise.

Des réseaux de télédistribution seront toutefois mis en place. A titre expérimental, sept villes ont été choisies par le gouvernement. Trois d'entre elles ont quelque avance : Grenoble, Cergy-Pontoise et Créteil**.

BELGIQUE

C'est dans la vallée de la Meuse qu'ont été créées les premières installations. A partir de 1961, une société a commencé de fournir cinq programmes à la ville de Namur. Puis ce fut Verviers et Liège (1962). Des installations se développèrent ensuite en dehors du sillon wallon, à Bruxelles notamment, où une intercommunale publique dessert quatre communes, une autre sept. A Liège, une intercommunale publique vise à regrouper 27 communes différentes. A dater de 1969, la croissance est rapide. En 1969, il y avait 49 000 personnes raccordées à un réseau. Dès 1970, le nombre passe à 87 000. On estime que, depuis 1971, 100 personnes sont raccordées chaque jour à la télédistribution en Belgique. Ce développement s'opère également dans la partie flamande du pays et même dans les régions relativement bien couvertes par la télévision hertzienne.

* Voir deuxième table ronde et note 7 de cette dernière.

** Voir à ce propos la quatrième table ronde et la note 4 de la troisième table ronde.

A noter encore qu'il s'est institué sur le territoire belge une série de relais hertziens qui répercutent des signaux venant de l'étranger vers les sites d'antennes des réseaux-câbles. Ce qui signifie que RTL et ORTF arrivent par bonds hertziens jusqu'à Liège où les deux compagnies de télédistribution locales les injectent dans leurs câbles.

Diverses formules dans l'organisation de la télédistribution : sociétés communales, intercommunales publiques et des sociétés anonymes ayant quelquefois un caractère mixte. A ces statuts différents correspondent des attitudes différentes quant aux services à fournir.

En ce qui concerne le contrôle des réseaux, un projet de loi avait été préparé qui aboutissait à faire reprendre en main par la régie des postes et télégraphes les réseaux hertziens d'interconnexion. Il n'est jusqu'à présent pas question de changer le statut des réseaux de câbles eux-mêmes. Un changement risquerait de se heurter à la fois à l'hostilité du secteur privé — qui agiterait l'épouvantail de la nationalisation — et des élus locaux qui administrent les sociétés communales ou intercommunales publiques et qui participent à la gestion de certaines sociétés mixtes ou même de sociétés anonymes.

Choix des programmes

Une société, par exemple, offre deux types d'abonnements : un à six canaux pour une somme de Fr. 1000.—, un autre à dix canaux pour un supplément de Fr. 400.— à 500.—. Cela indique qu'une technique de sélection pourrait être utilisée dans l'avenir de manière plus riche et plus complexe. Ainsi, est-il concevable qu'un spectateur puisse choisir les canaux auxquels il souhaite s'abonner : il y aurait alors les programmes hertziens principaux sans partie du menu fixe et, d'autre part, les suppléments à la carte pour tel ou tel canal culturel, d'information, cinématographique, etc. Cela signifierait aussi qu'au moment de l'installation, un convertisseur spécial serait installé dans chaque maison et qu'il serait programmé pour laisser passer ce que souhaitent les gens.

Comme un peu partout en Europe, la législation est « très restrictive », commente Robert Stéphane. C'est en 1966 seulement qu'un arrêté royal relatif à la télédistri-

bution a été mis au point. Il faut l'autorisation ministérielle pour installer un réseau de télédistribution. Il faut aussi l'accord de la ou des communes concernées.

De plus, s'agissant des programmes, il y a des obligations pour le réseau de télédistribution de diffuser toutes les émissions de la RTB. Est interdite, en principe, la transmission des émissions à caractère commercial exagéré et toute adjonction d'une image faite par le télédistIBUTEUR. Jusqu'il y a quelque temps, chaque fois qu'une publicité apparaissait sur un réseau étranger (la publicité est interdite à la RTB), le télédistIBUTEUR devait faire disparaître le message publicitaire et le remplacer par une grille.

Mentionnons enfin, pour terminer, le projet de l'association Radio-Télévision-Culture (RTC) qui a proposé un concept élargi et dynamique, la région câblée. Il s'agit de créer un réseau actif de télédistribution travaillant à l'échelle de toute une région de 3,5 millions d'habitants, en liaison avec les autres centres de radio-télévision.

SUISSE

Rien de spécial à signaler ici en ce qui concerne la Suisse. A l'occasion de la première table ronde, il a été fait allusion aux trois principales expériences (Yverdon, Renens et Fribourg) ayant eu lieu dans ce pays. De plus, les notes relatives à cette table ronde renseignent le lecteur au sujet des travaux en cours, aux Chambres fédérales, comme en ce qui concerne les projets des municipalités, celles d'Yverdon et de Sion en particulier.

BIBLIOGRAPHIE SOMMAIRE

RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

(Centre national pour l'animation audiovisuelle), 136, bd Saint-Germain, 75006 Paris.

Créé en 1972 à l'initiative du Ministère des affaires culturelles, pour favoriser « l'information, la recherche et l'expérimentation dans le domaine des techniques audiovisuelles à l'action culturelle », le CNAAV a publié en 1974 trois ouvrages sous le titre général **Télédistribution et vidéo-animation : La situation française ; Les Expériences étrangères ; L'ABC de la vidéo**, ce dernier ouvrage étant plus particulièrement centré sur les questions techniques, tandis que les deux premiers abordent les aspects historiques, juridiques et expérimentaux de la télédistribution et de la vidéo tant en France qu'à l'étranger.

Dans ces trois ouvrages, on trouvera de précieuses références : titres d'ouvrages généraux, ouvrages consacrés à telle ou telle question particulière, titres de revues, de périodiques, etc.

Education et Culture, la revue du Conseil de la coopération culturelle (CCC), du Conseil de l'Europe, 67006 Strasbourg CEDEX, a publié de nombreux documents et articles consacrés à l'audiovisuel. Le numéro 25 (été 1974), notamment, a pour titre général : **La TV s'interroge**. On peut y lire :

1. « Télévision - approches nouvelles », par René Berger.

CNAAV

CONSEIL
DE
L'EUROPE

2. « Le message télévisuel - codage et décodage », par Stuart Hall.
3. « Comprendre la télévision », par James D. Halloran.
4. « Politiques de communication de masse », par Kaarle Nordenstreng.
5. « Image et rénovation pédagogique », par Anne-Marie Thibault-Laulan.
6. « Télévision et prospective culturelle », par Abraham A. Moles.

Parmi les récentes publications (cahiers roses) du comité de l'éducation extrascolaire et du développement culturel du Conseil de l'Europe, on peut mentionner :

Utilisations nouvelles des systèmes de câbles, étude de l'International Broadcast Institute.

La vidéo libre en Suisse romande, par Guy Milliard, avec la collaboration de Tom Bort et Vera Novotna.

Applications socioculturelles de la technologie télévisuelle au Royaume-Uni, par John Hopkins, Lesley Corner, Laura Pinter, Dominique Side.

Les groupes vidéo face au vidéo-consensus, par Patrice Flichy.

L'utilisation du film super-8 en Scandinavie, par Arne Hedlund.

La télévision par câble hors d'Europe, renseignements réunis par l'International Broadcast Institute.

La vidéo d'animation en Belgique francophone, par Holde Lhoest.

La vidéo comme outil d'animation dans les villes nouvelles, par Julien Giusti, enquête de Gilles Verpraet.

Communication et collectivité, par J. D. Halloran.

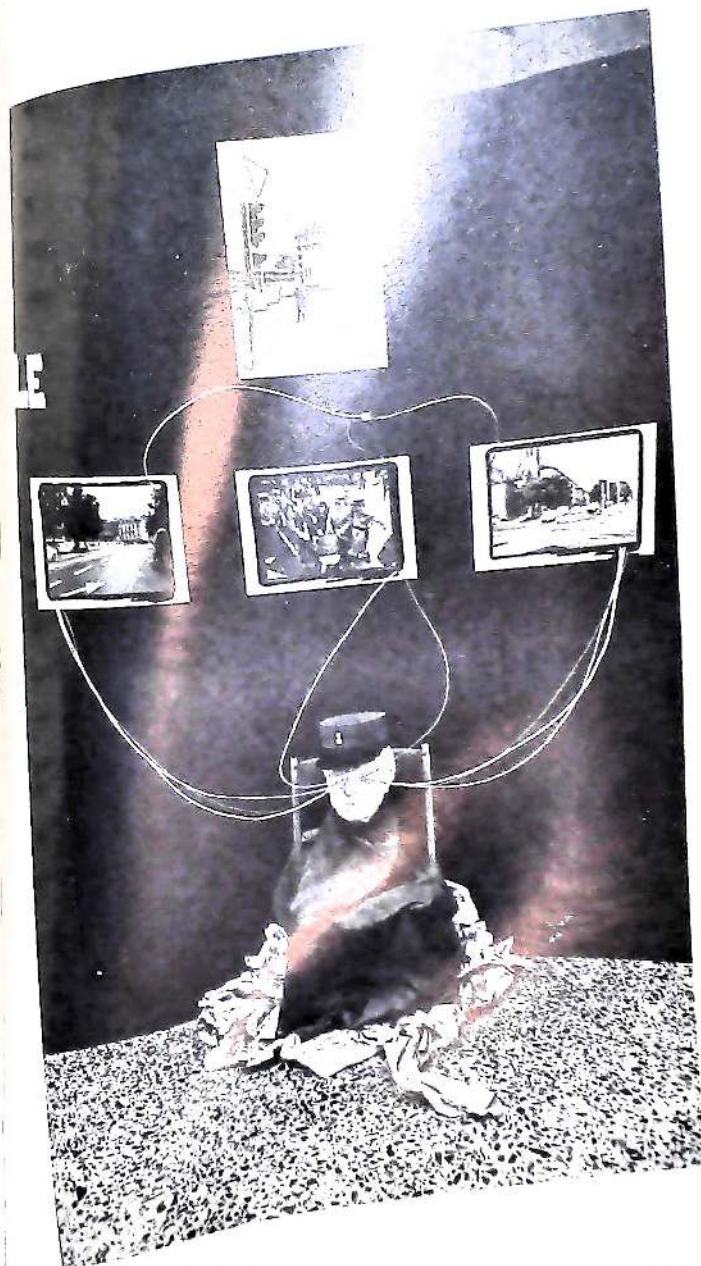
Une expérience de programme communautaire sur un réseau de télévision par câble, par Peter M. Lewis.

Evolution de la télévision par câble dans le Royaume-Uni, par J. D. Halloran.

La vidéographie en République fédérale d'Allemagne, par Alphonse Silbermann.

Vidéo and decision-marking, par John Hopkins, Brian Gunn, Bradley Martin.

Le câble : options politiques et implica-



EXPOSITION THÉMATIQUE

La première partie de l'exposition dresse un constat des diverses utilisations de la vidéo par les secteurs publics et privés.
(Photo D. Villet)

tions socioculturelles en France, Grande-Bretagne, Belgique et Pays-Bas, par Raymond Ravar, avec la collaboration de Christian Jacob, Eric Van Dieren.
L'art vidéo, défis et paradoxes, par René Berger.

Notons que les publications des deux institutions nommées ci-dessus font mention d'une manière générale de tout ce qui paraît et qu'il est important de connaître aujourd'hui dans le domaine du télévisuel. En soi, ces publications constituent une riche information bibliographique.

La plupart des rapports officiels du gouvernement américain peuvent être obtenus à l'adresse suivante :

National Technical Information Service,
Springfield (Virginia), États-Unis.

En ce qui concerne le Canada :

Conseil radio-télévision du Canada
(CRTC), 100 Metcalfe Street K 1A 0G8,
Ottawa (Ontario), Canada.

En ce qui concerne la FCC (Federal Communications Commission) :

1919 M. Street NW, Washington, DC,
États-Unis.

En ce qui concerne la SFT, (Société française de télédiffusion) :

21, avenue du Maine, 75013 Paris, France.

(Adresses extraites de Communications
No 21, op. cit.)

LIVRES

Appis (H) et Cassen (B), Presse, radio et télévision en Grande-Bretagne, Armand Colin, Paris, 1970.

Arbre de vie (L), rapport du groupe d'études sur la téléinformatique au Canada, vol. 1 et II, Ottawa, Information Canada, 1972.

Berger (R), Alerte à la télévision, la Télévision, Castermann, coll. Synthèses contemporaines, Paris, 1978.

Cazeneuve (J), Les Pouvoirs de la télévision, Gallimard, Paris, 1970.

Cazeneuve (J), La Société de l'ubiquité, Denoël/Gauthier, Paris, 1972.

ORGANISMES

VUES D'ENSEMBLE

Métayer (G), *Les Systèmes électroniques de communications*, Ed. d'Organisation, Paris, 1972.

Thibau (J), *Une Télévision pour tous les Français*, Le Seuil, Paris, 1970.

Thibau (J), *La Télévision, le pouvoir et l'argent*, Calman-Lévy, Paris, 1973.

Wangermée (R) et Lhoest (H), *L'Après-Télévision*, Paris, Hachette, 1973. (Sous l'égide du Conseil de l'Europe.)

Baudrillard (J), *Pour une Critique de l'économie politique du signe*, Gallimard, Paris, 1972.

Fink (G) et Luytens (D.-M.), *La Physique de la télévision*, Payot, Paris, 1963.

Guiraud (P), *Problèmes et méthodes de la statistique linguistique*, PUF, Paris, 1950.

Krientz (A), *Pour analyser les média*, coll. Medium, Maison Mame, Paris, 1971.

Leroi-Gourhan (A), *Le Geste et la parole*, tome I, « Technique et langage », coll. « Sciences d'aujourd'hui », Albin Michel, Paris, 1964.

McLuhan (M), *La Galaxie Gutenberg*, traduction de Jean Paré, Ed. Hurtubise HMH, Montréal, 1967, Maison Mame, Paris, 1967.

McLuhan (M), *Pour comprendre les média*, traduction de Jean Paré, Ed. Hurtubise HMH, Montréal, 1968, Maison Mame/Le Seuil, Paris, 1968.

McLuhan (M), *Message et massage*, traduction de Thérèse Lauriol, Pauvert, Paris, 1968, Ed. Hurtubise HMH, Montréal, 1968.

McLuhan (M), *Guerre et paix dans le village planétaire*, Robert Laffont, Paris, 1970, Ed. Hurtubise HMH, Montréal, 1970.

McLuhan (M), *Counterblast* (publié en français sous le même titre), traduction de Jean Paré, Ed. Hurtubise HMH, Montréal, 1972, Maison Mame, Paris, 1972.

McLuhan (M), *Du Cliché à l'archétype* (traduction de « From Cliché to archétype », de Marshall McLuhan et Wilfred Watson), par Derrick de Kerckove, Ed. Hurtubise HMH, Montréal, 1970, et Maison Mame, Paris, 1973.

McLuhan (M), *Take to-day*, Ed. Hurtubise HMH, Montréal, 1974, Maison Mame, Paris, 1974.

Shannon (C.E.) et Weaver (W), *The Mathematical Theory of Communications*, The University of Illinois, Press Urbana, 1964.

Terrou (F), *L'Information*, PUF, Paris, 1968.

Wiener (N), *Cybernétique et société*, Société générale d'éditions, coll. 10/18, Paris, 1962.

Baudrillard (J), *Le Miroir de la production*, Casterman/Poche, Paris, 1973.

Gaudibert (P), *Action culturelle, intégration et/ou subversion*, Casterman, Tournai, 1972.

Girard (A), *Développement culturel : expériences et politiques*, UNESCO, Paris, 1972.

POLITIQUE
CULTURELLE

REVUES

Broadcasting, 1735 De Sales Street, N/W Washington, DC 20036, Etats-Unis.

CATV Journal, Ginza 7-3-13, Chuo-Ku, Tokyo, Japon.

Revue de l'UER, Union européenne de radiodiffusion, Centre international, case postale 193, CH, Genève 20, Suisse.

Sonovision, 15, rue d'Aboukir, 75002 Paris, France.

Télédistribution, revue technique et d'information de la télévision par câble, 12, rue des Fossés-Saint-Marcel, 75005 Paris, France.

TV Digest, 510 Madison Avenue, New York City, NY, Etats-Unis.

Vidéo Journal, Nippon Computer Center, Ito Bldg, 13-6, Ebisu Shibuya-Ku, Tokyo, Japon.

Réseaux, Revue interdisciplinaire de philosophie morale et politique, publiée par le Centre interdisciplinaire d'études philosophiques de l'Université de Mons, 17, place Warocqué, B-7000 Mons, dans ses numéros 22-23, sous le titre général « Prospective et pensée du futur », a publié deux articles consacrés au phénomène télévisuel : *Télévision et communication*, par Louis Schnei-

EN MARGE

COMMUNICATION ET INFORMATION

(Aspects
théoriques
et
politiques)

ter, et *Au Carrefour des mass media*, entre la méduse et le cosmocéphale, par René Berger.

Au début de l'année 1976, *Réseaux* publiera un numéro spécial tout entier consacré au phénomène télévisuel.

NOTES

Note de l'introduction

(1) René Berger développe cette question dans la revue *Communications* No 21, Editions du Seuil, 1974. Ce numéro a pour thème « La télévision par câble ». Nous faisons plusieurs emprunts à ce numéro. Chaque fois nous précisons le nom de l'auteur et le titre de l'article.

Communications est publié par le Centre d'études transdisciplinaires, sociologie, anthropologie, sémiologie (Ecole pratique des hautes études, VIe section : Sciences économiques et sociales). Equipe de recherche associée au Centre national de la recherche scientifique. Le directeur d'études est le sociologue Georges Friedmann, fondateur d'autre part du « Centre d'études des communications de masse » et de la revue « Sociologie du travail ».

Notes de la première table ronde

(1) M. René Berger, président d'honneur du premier Salon vidéo, Genève 1974 (SAVI), est directeur-conservateur du Musée cantonal des beaux-arts de Lausanne ; à la Faculté des lettres de l'université de cette ville, il donne un cours expérimental intitulé : « Esthétique et mass média : la télévision », il a participé dans de très nombreux pays à des séminaires, colloques, etc., consacrés aux problèmes de la télévision en général et de la vidéo en particulier ; il est notamment expert auprès de l'Unesco et directeur de projets au Conseil de l'Europe ; M. Laurent Bosshard, pasteur, a fait partie de l'équipe d'animateurs de l'expérience de Renens ; il participe également au cours expérimental en sciences économiques, ex-directeur de Fribourg et licencié en sciences économiques, ex-directeur de Fribourg et environs, et secrétaire de la Communauté de travail pour la télévision locale de Fribourg (TVLF), communauté qui a organisé les dix jours d'expérience de TV locale lors du Comptoir de

165

Inédore HAFNER

Fribourg ; M. Paul-Edmond Delay est ingénieur ETS électronique, directeur de Delay TV Ingénieurs-Conseils SA (DICA), à Yverland ; il est également vice-président de l'Association suisse des télédistributeurs à Berne et membre de la Commission nationale extrapartimentaire des transports, communications et de l'énergie sur les problèmes TV ; M. Charles-Henri Favrod, ancien journaliste, est directeur de la Communauté d'action pour le développement de l'information audiovisuelle (CADIA), filiale des Editions Rencontres SA ; il a participé notamment aux expériences d'Yverdon et à celle de Renens, mandaté par les journaux lausannois auxquels il fait allusion dans ses interventions. M. Hervé Huguélet, chef du Service TV du Cycle d'orientation de Genève, représente ici le Centre d'animation cinématographique de Genève, et son groupe Vidéo Contact ; M. Jean-Claude Marti, chef d'édition du quotidien « La Suisse », représente ce journal qui a collaboré à l'organisation de ce salon placé sous son patronage.

(2) Dans la Revue **Communications** No 21, op. cit., Guy Gauthier, dans un article intitulé « Télédistribution et animation urbaine », rappelle que les Québécois distinguent fort justement télévision locale et télévision communautaire :

Programmation communautaire. « Il s'agit d'un genre où les citoyens participent à la préparation et à la réalisation des émissions... »

Emissions locales. « Cette sorte de programmation comprend ordinairement des reportages sur des événements locaux (...) Alors que les émissions communautaires supposent que les citoyens participent à leur préparation et à leur réalisation, les émissions locales assurent le reportage sur des activités organisées au plan local sous la surveillance directe du personnel de l'entreprise de télévision par câble. »

Définition qui peut certes être étendue, développée selon les structures politiques de tel ou tel pays. Dans la même revue, Jean-Luc Couron, parlant du « Concept de télévision communautaire », fait observer que « si aujourd'hui on éprouve le besoin de faire renaître la communauté, c'est bien parce que celle-ci a disparu. Elle a éclaté sous les poussées successives de l'industrialisation, de l'exode rural, de l'urbanisation massive, de la division du travail, de la formalisation des rapports sociaux, de la mobilité sociale, du déperissement des structures grégaires (famille, etc.), qui ont rompu les liens traditionnels, dilué les références sentimentales, désorganisé le système social. La recrudescence des idéologies et des pratiques dites « communautaires » est donc paradoxalement le signe de la crise de la communauté locale et du déclin des valeurs communautaires. En effet, celles-ci s'opposent au système capitaliste dans lequel les rapports de compétition et de concurrence contraignent les relations entre les personnes à s'établir sur la base des intérêts individuels : le mode de production dominant a fait de la communauté une utopie. C'est encore plus vrai en France où, si l'on a bien quelques souvenirs des anciennes communautés villageoises, les idéologies communautaires ont beaucoup moins d'emprise qu'en Amérique du Nord. »

de Schurba — Cette exposition était organisée pour la quatrième fois. Il s'agit en quelque sorte d'un Comptoir de l'Ouest lausannois, né de la volonté des commerçants de Renens et environs de manifester leur existence. Plus qu'un comptoir, cette manifestation souhaite refléter toute la vie de l'Ouest lausannois.

(4) Renseignements extraits de la publication « Une Télévision provisoirement partagée », constituant le dossier No 4 de l'Institut d'étude et de recherche en information visuelle, Lausanne (EDERIVE), dont le fondateur et administrateur est M. Jacques Monnier, directeur de l'Ecole cantonale des beaux-arts et d'art appliqué de Lausanne, lequel, par ailleurs, a participé à la quatrième et dernière table ronde de SAVI 74, consacrée, elle, à « La Télévision communautaire ».

(5) A la question : « Laquelle de ces émissions avez-vous préférée ? », les réponses sont les suivantes :

- 16 personnes ont préféré : « La place au village » ;
- 12 personnes ont préféré : « Les informations locales » ;
- 6 personnes ont préféré : « Plateau libre » ;
- 4 personnes ont préféré : « Urbanisme » ;
- 2 personnes ont préféré : « Sports ».

Suivent, dans l'ordre, quatre émissions, l'une préférée par deux personnes et les trois dernières, « Art et culture », « Education » et « Culture et loisirs », pour chacune desquelles une seule personne a marqué sa préférence.

A la question No 2, « Que demandez-vous à la TVL ? », subsidiairement, « Que désirez-vous y trouver qui ne figure pas aux programmes de la TV officielle ? », les émissions se rapportent à :

- 24 personnes : nouvelles locales et régionales ;
- 9 personnes : débat sur des sujets locaux ;
- 9 personnes : art, culture, loisirs ;
- 7 personnes : sport ;
- 6 personnes : la politique locale ;
- 5 personnes : éducation ;
- 4 personnes : resserrement des liens entre gens de l'Ouest ;
- 3 personnes : activités des sociétés locales ;
- 3 personnes : urbanisme local ;
- 2 personnes : annonces des activités à venir (soirées, conférences, spectacles, cours, etc.) ;
- 2 personnes : publicité locale ;
- 1 personne : cuisine ;
- 1 personne : mode ;
- 1 personne : télévision scolaire ;
- 1 personne : histoire de la région ;
- 1 personne : bricolage.

Commentaire des responsables de l'enquête : « Une constatation s'impose d'emblée : la presque totalité des émissions souhaitées concerne la localité ou la région ». (« Une Télévision provisoirement partagée », op. cit.)

(6) Groupe de travail des programmes expérimentaux d'émission locale, société simple, auquel le Département fédéral des transports et communications et de l'énergie a accordé la concession à titre d'essai, pour la durée du Comptoir-Exposition de l'Ouest lausannois Suburba 73, soit du 29 septembre au 7 octobre 1973. La durée quotidienne des émissions était limitée à 5 heures le 29 septembre et à 4 heures du 30 septembre au 7 octobre. La concession comprenait 21 articles répartis en 5 parties : 1. **Généralités** ; 2. **Organisation** ; 3. **Programmes** ; dans cette partie, sous chiffre 13, il était stipulé : « La publicité payante directe ou indirecte est interdite, de même que les programmes propres patronnés » ; 4. **Droit absolu** ; 5. **Surveillance**. (« Une Télévision provisoirement partagée », op. cit.)

(7) Le Conseil des Etats (Chambre haute, en Suisse, ou « Sénat ») a voté, le mardi 28 janvier 1975, le projet de réforme constitutionnelle de la radio et de la télévision. Les deux innovations (par rapport au projet du gouvernement central) les plus importantes sont : tout d'abord, la création d'une autorité de recours autonome (la législation en fixera les contours), les institutions de programmes auront droit à un statut d'autonomie plutôt que de liberté. C'est maintenant au tour du Conseil national (Chambre basse) de se prononcer. Plus tard, le peuple et les cantons pourront mettre, ou non, le point final au dossier. Si l'on tient compte d'éventuelles divergences qui pourraient naître entre les deux Chambres, force est d'admettre que le projet de réforme n'est pas encore sous toit. Voici le texte voté le 23 janvier :

ARTICLE 35 quater — 1. La législation sur la radiodiffusion et la télévision est du domaine fédéral.

2. La Confédération charge de la création et de l'émission des programmes une ou plusieurs institutions de droit public ou de droit privé.

3. La radiodiffusion et la télévision doivent être organisées et exploitées pour la collectivité, selon des principes fondés sur la liberté et la démocratie. Les intérêts des cantons doivent être pris en considération et la cohésion nationale renforcée. Il importe, en outre, d'avoir égard à la situation et à la mission d'autres moyens de communications, surtout de la presse.

4. La législation établit des dispositions ayant force obligatoire pour le service des programmes, notamment pour :

a) Garantir le respect de la personnalité, garantir le respect des convictions religieuses, sauvegarder et promouvoir la vie culturelle, mettre en valeur le patrimoine linguistique, sauvegarder les valeurs sociales.

b) Représenter dans les programmes d'intérêt national la diversité des régions linguistiques et le caractère propre des différentes parties du pays.

c) Garantir équitablement la représentation de la diversité des événements et l'expression de la pluralité des opinions. L'autonomie des institutions quant à la création et l'émission des programmes doit être accordée dans le cadre de la législation.

Une autorité autonome de recours doit être instituée par la législative.

ARTICLE 35, 5e alinéa — 6. Il importe de viser à une diffusion aussi égale que possible des émissions radiophoniques et télévisées dans toutes les régions du pays.

La proposition d'un socialiste neuchâtelois, M. Pierre Aubert, en vue de donner une place dans le texte constitutionnel à la radio TV locale et/ou communautaire (la distinction ne paraît pas être précisée aux Chambres fédérales, tout au moins dans les sens exposés plus haut : note 2) est repoussée par vingt-huit voix contre quatre. Il ne sera pas fait mention de ce secteur dans la Constitution. En revanche, la loi d'application pourra régler cette question. Sous réserve bien sûr de grosses surprises venant du Conseil national.

(8) Dans un message daté du 24 mars 1975, le Conseil municipal de la ville de Sion (Exécutif) a soumis à l'examen du Conseil général de la ville (Législatif) une demande relative à la création d'une télévision locale. Dans sa séance du 26 mai 1975, le Conseil général a dit « oui » à la demande de crédit devant permettre la poursuite des travaux de l'antenne collective de radio et télévision. En date du 1er mars 1974 déjà, la Municipalité de Sion avait adressé au Département fédéral des transports et communications et de l'énergie, une lettre par laquelle elle sollicitait l'octroi d'une concession pour l'émission de programmes locaux sur le réseau de télédistribution par câble en cours de construction sur le territoire communal.

Le 14 mars 1974, la Municipalité reçut une réponse du département fédéral en question, réponse dans laquelle ledit département faisait remarquer, entre autres points, que « des raisons importantes de droit public s'opposent à l'octroi de telles concessions avant l'acceptation éventuelle du nouvel article constitutionnel sur la radio et la télévision par le corps électoral » (voir note 7, ci-dessus, « article 36 quater »).

Dans la même lettre du Département des transports et communications et de l'énergie, figurait un questionnaire auquel était priée de répondre la Municipalité, notamment en ce qui concerne l'identité de l'institution responsable des émissions. Dès lors, le président de la Municipalité décida de créer un groupe d'étude (4 avril 1974) dont la tâche fut définie comme suit : 1. établir les bases d'une technique et administrative ; 2. opportunité de sa création ; 3. organisation avec les groupes concernés envoi de population, avec la presse, les églises, etc. ; 4. collaboration ; 5. Le Département fédéral concerné envoyait une lettre à la Municipalité dans laquelle, en particulier, il était précisé ceci :

« (...) Aujourd'hui, nous sommes en mesure de vous communiquer ce qui suit :
» Le Département fédéral des transports et communications et de l'énergie a promulgué le 16 octobre 1974 des directives provisoires pour les essais d'émissions locales sur les réseaux de télédistribution par câble. Il entend délivrer quelques concessions en vertu de ces directives.

» Huit demandes de concessions nous sont parvenues de Suisse romande. Nous procéderons, également en vertu des directives, à un choix dirigé.

» A cet effet, nous vous remettons, ci-inclus, un questionnaire que vous voudrez bien, au cas où vous n'auriez pas changé d'intention entre-temps, nous retourner jusqu'à la fin janvier 1975 après l'avoir rempli. Nous mentionnons à toutes fins utiles que des essais d'une durée d'une demi-année à deux ans seraient particulièrement intéressants pour nous. (...) »

Etait joint un nouveau questionnaire plus détaillé. Le groupe d'étude accélérera les travaux et, le 23 janvier, il soumit au Conseil municipal son projet de réponse, lequel fut approuvé par le Conseil municipal et transmis à Berne le 27 janvier 1975, accompagné d'une lettre dans laquelle étaient précisés les deux points suivants :

« 1. Le programme d'émissions (...) ne doit être considéré, en l'état actuel de nos travaux, que comme un schéma d'intention. Il est susceptible d'être modifié, en particulier sous le rapport de sa durée et de sa densité. (...) »

« 2. La présente réponse à votre questionnaire ne doit pas être considérée comme une confirmation de facto de notre demande du 1er mars 1974 relative à l'octroi d'une concession d'émission. En effet, notre Conseil municipal estime nécessaire de soumettre au préalable l'ensemble de notre projet à l'approbation du Conseil général de la commune de Sion. (...) »

Dans la réponse au questionnaire du 30 octobre 1974, nous trouvons notamment les éléments suivants particulièrement intéressants dans la problématique : **télévision locale** et/ou **télévision communautaire** :

Les objectifs — Très résumés, ils sont les suivants : réalisation d'une télévision réellement sédunoise et surtout authentiquement communautaire ; faire entendre aux habitants de Sion une voix plus familière, la voix de la cité ; inviter le téléspectateur à quitter le confort de son fauteuil pour participer à l'activité de cette nouvelle TV « de chez nous » ; donner au Sédunois la possibilité de redécouvrir en lui l'intérêt pour la vie publique et de reprendre conscience de sa qualité de citoyen à part entière.

Organisation — Le propriétaire du réseau de télédistribution et titulaire de la concession : la commune de Sion. Il n'y a aucune participation d'entreprise.

Le conseil de direction représente le Conseil municipal vis-à-vis des instances extérieures et à l'égard des organes d'exécution. Président : un conseiller municipal désigné par le conseil. Membres : cinq à sept (président compris) nommés par le Conseil municipal, dont deux conseillers municipaux.

Le groupe de travail (directement subordonné au conseil de direction) est chargé (et responsable à l'égard du conseil de direction) de l'élaboration des programmes et de l'établissement du budget. Président : un conseiller municipal (membre du conseil de direction), désigné par le conseil. Membres : onze à treize (nommés par le conseil de direction), représentatifs de tous les milieux sédunois, politiques, culturels, professionnels, religieux, etc.

Financement — Compte tenu qu'il ne s'agit que d'un schéma d'intention, les estimations montrent que le coût total s'élèverait à 350 000 francs.

Mode de financement ? Le recours à une participation du téléspectateur sédunois (taxe supplémentaire) étant à exclure pour un essai expérimental et la publicité étant formellement interdite dans le cadre d'émissions privées TVL, le financement de cette première expérience sera assuré par la commune de Sion et la « TV-câble sédunoise » (service autofinancé).

Durée de l'expérience — Compte tenu de deux importantes périodes de préparation (env. 2 x 12 semaines), ainsi que de deux phases d'information par la presse (3 + 2 semaines), l'expérience comprendra pratiquement vingt et une semaines d'émission, soit une première séquence de sept semaines, puis deux séquences consécutives, l'une de dix semaines et la dernière de quatre semaines. Soit : 1.1.76 - 28.3.76, période de préparation générale de l'expérience (douze semaines) ; 29.3.76 - 18.4.76, première séquence d'émissions « test » (sept semaines, quatorze émissions par la presse (trois semaines) ; 19.4.76 - 5.6.76, première séquence d'émissions « test » (sept semaines, quatorze émissions par la presse (trois semaines) ; 6.6.76, 29.8.76, période intermédiaire de critique, d'analyse et de préparation (douze semaines) ; 13.9.76 - 21.11.76, deuxième séquence : émissions communautaires (dix semaines, vingt-six émissions, vingt-quatre heures) ; 22.11.76 - 3.12.76, troisième séquence : émissions électorales (quatre semaines, douze émissions, neuf heures).

A la dernière question du questionnaire : « Y a-t-il un moyen de déterminer les répercussions et les risques des essais ? », le groupe d'étude répond :

« Une « commission d'enquêtes » a été prévue précisément dans ce but. Un sondage d'opinion pourra être effectué avant même le début de l'expérience.

« Au fur et à mesure du déroulement de la première séquence (du 19.4 au 5.6) des répercussions seront déjà perceptibles et pourront être analysées.

« Les réactions de la population sédunoise seront provoquées par enquêtes et sondages dès le début de la « période intermédiaire » (du 6.6 au 29.8) et c'est à ce stade de l'expérience que pourront être appréciés les risques éventuels de l'essai.

« Cette appréciation déterminera les mesures à apporter dans la poursuite de l'expérience et les modifications à apporter dans la conception du programme et à la présentation des émissions.

Il est évident que, si l'expérience s'avérait positive, la commune de Sion se réserverait de solliciter une prolongation de la durée de l'essai au-delà de la fin 1976.

« Dossier » que la Municipalité de Sion se réserverait de solliciter une prolongation de la durée de l'essai au-delà de la fin 1976.

(Renseignements extraits du « Dossier » que la Municipalité de Sion se réserverait de solliciter une prolongation de la durée de l'essai au-delà de la fin 1976.)

Sion, par son président M. Félix Carruzzo, a mis à notre disposition, dès que nous lui en avons fait la demande. Nous remercions la Municipalité et son président de leur compréhension.

(9) Mentionnons encore le 9e Symposium de télévision qui s'est déroulé à Montreux du 23 au 29 mai 1975. Ce symposium est surtout consacré à l'aspect technique de la télévision. Toutefois,

en 1975, il a été marqué par une expérience de TV locale, relativement limitée, vu que le réseau ne permet pour l'instant de distribuer l'image que sur quelques récepteurs placés aux points stratégiques de la ville, par exemple dans des vitrines et des restaurants. Lors de la journée inaugurale, M. Pierre Graber, président de la Confédération helvétique, parlant de la télévision locale, de la vidéo et des satellites de communications, a notamment dit que les incessants perfectionnements techniques de ces instruments favorisent les contacts, mais, paradoxalement, qu'ils peuvent aussi provoquer l'isolement de l'individu, noyé sous une masse d'informations. Ces instruments, selon lui, doivent donc être utilisés avec prudence, « de façon à bénéficier au plus grand nombre et à ne pas devenir des instruments de domination. La recherche scientifique doit être encouragée à condition d'être mise au service de la qualité de la vie ».

Notes de la deuxième table ronde

(1) M. Robert Hari est directeur général du Cycle d'orientation de Genève, établissement d'enseignement secondaire où les premières expériences TV eurent lieu en 1965 déjà ; il a représenté la Suisse aux séminaires du Conseil de l'Europe, établissant les principes de la « technologie éducative » ; M. Jean Otth, qui représente la direction « artistique » de la vidéo, est un des membres fondateurs de la Galerie Impact, de Lausanne, groupe qui a déjà organisé deux manifestations consacrées à la vidéo, la dernière, en 1974, étant intitulée : « Action-film-vidéo », à Lausanne ; M. Joseph Pasteur, ex-journaliste à l'ex-ORTF, est aujourd'hui responsable de la coordination audiovisuelle chez Hachette, France ; Mme Carole Roussopoulos a déjà réalisé plusieurs bandes vidéo au sein du groupe Vidéo Out, de Paris. M. Jean-Claude Marti représente le journal « La Suisse » et M. Claude Richardet le Centre d'animation cinématographique de Genève et son groupe Vidéo Contact.

(2) Selon l'Annuaire statistique de l'Unesco, on comptait 236 millions de postes TV aux Etats-Unis en 1969. D'aucuns ont alors fait remarquer que pour la première fois dans l'histoire, les enfants américains ont trois parents : le père, la mère et la télévision. La boutade, commente René Berger, « augure bien d'une réalité planétaire ».

(3) Dans son livre *Du Cliché à l'Archétype*, Mame, Paris, 1973, Marshall McLuhan, par exemple, distingue :

« ... Cliché, dans le jargon des typographes, c'est travailler du plomb fondu afin d'en obtenir un moule. Un cliché est donc une expression stéréotypée, c'est une phrase au robinet (...) » (George Baker). Et l'archétype, lui, « est une prise de conscience renouée. C'est un cliché revigoré ; généralement, c'est aussi un ancien cliché remonté par un nouveau cliché à la surface du

point ». Et « toutes les théories s'accordent sur un point : le cliché n'est pas nécessairement d'ordre négatif et qu'il joue un rôle actif, un rôle sonde dans la formation de notre conscient ».

Le feedback ou rétroaction : dispositif d'autocorrection qui agit à une machine ou à un organisme de régulariser son action par le jeu des écarts mêmes de cette action. L'expression « feedback » signifie littéralement « nourrir à rebours » ; elle a été employée initialement par les radio-électriciens pour des circuits (...) permettant de régulariser l'amplitude de son des ondes radios. » (TAM, « Tables d'anglicismes médicaux et leurs équivalents », proposés par le Comité Clair-dire, 1968.) Cette notion a été retenue par Pierre Gilbert dans son *Dictionnaire des mots nouveaux*, Hachette-Tchou, 1971, d'où elle est extraite.

La question se pose en effet. Elle intrigue et fait souvent problème. A l'occasion de journées d'études organisées par le GRETI (Groupe de réflexion et d'étude sur l'éducation et les techniques d'enseignement), à Neuchâtel (Suisse), en 1975, un groupe de travail, sous ses conclusions, a estimé que le message TV est un message global qui ne prend son sens que dans le cadre d'un travail disciplinaire. Et cette mise en garde est alors venue : « La TV fait sauter les programmes scolaires. Il faudrait dès lors repenser les manuels scolaires et peut-être les récrire en fonction des films TV ». L'école, toujours pour ce même groupe, doit intégrer la TV pour sauver le livre ».

(4) C'est en 1971 que le projet du Vidéographe de Montréal a vu le jour. Il a été conçu sur l'hypothèse suivante : « Les gens ont peut-être quelque chose à dire, ils peuvent peut-être le dire avec la vidéo ; il y a peut-être un public intéressé ? » : L'expérience a débuté en août 1971. Le 27 novembre de la même année, le Vidéographe inaugurerait son local définitif dans un des quartiers parmi les plus animés de Montréal.

(5) C'est très exactement le 4 juillet 1974 que « France-Soir » titrait : « Le sort de l'Office se joue aujourd'hui ». Dans une interview exclusive accordée au journal en question, Arthur Conte, qui fut de juillet 1972 à octobre 1973 le premier président-directeur général de l'Office, déclarait que le principal problème de l'ORTF n'était pas un problème de gestion mais un problème de liberté. « Valéry Giscard d'Estaing revendiquera-t-il l'honneur d'installer et d'animer un ORTF libre, vis-à-vis de tous les pouvoirs et de tous les intérêts ? » Telle était pour Arthur Conte la question prioritaire. On s'interroge toujours plus, aujourd'hui, sur l'orientation de l'ex-Office : s'achemine-t-il vers la « privatisation » dont il a déjà été beaucoup question ?

(6) Le terme vendre, ici, doit être pris au sens publicitaire de l'expression. Le publicitaire, on le sait, a deux clients : l'annonceur, à qui il vend une campagne publicitaire, et l'acheteur, à qui il vend les produits de l'annonceur.

(9) « Le software, support matériel sur lequel sont imprimés les programmes, se présente souvent sous forme de films ou de bandes plastique, enfermés dans des boîtiers circulaires ou aux dimensions d'un livre de poche, d'où l'appellation de « vidéo-cassette ». En fait, elle ne convient pas comme terme générique car on a vu apparaître un vidéodisque et même une vidéo-carte. C'est pourquoi on utilise désormais, en français, le terme plus général de « vidéogramme » qui désigne les contenus et, par extension, les différents supports.

« Pour faire apparaître les images sur l'écran de télévision, le vidéogramme est glissé dans un appareil de « lecture » qui constitue le hardware. » (Extrait de *L'après-télévision, une anti-mythologie de l'audiovisuel*, de Robert Wangermée et Holde Lhoest, Hachette, 1973, ouvrage publié sous l'égide du Conseil de l'Europe.

Notes de la troisième table ronde

(1) Les participants à cette table ronde ayant eu la possibilité de se présenter de manière plus complète au début de la Discussion, on se rapportera à ce qu'ils disent eux-mêmes de leurs activités. A signaler encore que MM. Guy Milliard et Alfred Willener, tous deux de l'Institut de sociologie des communications de masse, de Lausanne, sont les auteurs d'un article : *L'audio vidéo de groupe*, dans la revue *Communications* No 21, op. cit. Ils ont également écrit, en collaboration avec M. A. Ganty : *Vidéo et Société virtuelle*, Trema, Paris, 1973, partie III. M. Claude-Blaise Piguet, fondé de pouvoir au quotidien « La Suisse », représentait ce journal et M. Nicolas Tschopp, lui, représentait le Centre d'animation cinématographique de Genève et son groupe Vidéo Contact.

(2) Dans *Communications* No 21, op. cit.

(3) M. Dubois-Dumée (op. cit.) indique par exemple : la vidéo-miroir ou autoscopie, où l'on se « sert de l'instrument pour analyser son propre comportement ou celui de petits groupes... la vidéo-communication, prolongement de la précédente, qui consiste à étudier et à améliorer en petits groupes la communication... la vidéo-information..., sorte de magazine local..., la vidéo-animation proprement dite, la vidéo-guérilla..., instrument, arme..., pour le combat politique, voire pour la révolution..., la vidéo-sociologique, moyen d'enquête et d'analyse au service des recherches sociologiques..., la vidéo-enseignement, soit comme appoint à l'enseignement traditionnel..., soit pour la formation continue..., soit encore comme l'enseignement de la vidéo dans les classes..., la vidéo-thérapie... qui est à l'autoscopie ce que la psychanalyse est à la psychologie... et qui permet de traiter les individus, les couples, les familles... ».

moment de l'installation du Haut Conseil de l'audio-visual le 3 juillet 1973, sept villes ont été choisies en vue de leur expérience de télévision par câble : Grenoble, Nice, Rennes, Metz, Créteil et Cergy-Pontoise dans la zone parisienne. Grenoble et Créteil possèdent des quartiers Cergy-Pontoise, le réseau d'îlots couvre 2230 logements (dont 1000 individuels) et possède 4 stations provisoires, et a coûté 100 francs français environ. En 1974, 2200 logements étaient prévus, il est prévu que 2820 le seront en 1978.

Aspect juridique. A Créteil, par exemple, l'exploitation du réseau de télédistribution sera assurée par une société d'économie mixte comprenant trois partenaires : la SFT (voir note 5 ci-dessus), pour 34 % ; les collectivités locales pour 33 % ; un certain nombre de sociétés privées pour 33 %. (Renseignements de la Télédistribution et vidéo-animation : la situation de la télédiffusion audiovisuelle (CNAAV), avec la collaboration du Centre des études et recherches du ministère des Affaires culturelles, et du Service de la recherche de l'ex-ORTF, Paris, 1974).

A la fin du mois d'octobre 1975, à l'occasion d'un colloque du Conseil de l'Europe, à Paris, centré sur les aspects socio-culturels de la télévision et de la vidéographie, Francis Balle, commentant son « Etude exploratoire sur les aspects institutionnels de la télévision », parle des « désillusions du câble ». En 1974, le balancier, dans le sens du pessimisme, n'a pas fini sa course. Non seulement le devant de la scène est entièrement occupé par la mise en place des sept sociétés qui succèdent à l'ORTF, mais les expériences lancées (notamment Messmer, villes mentionnées ci-dessus) par le gouvernement Messmer (juillet 1973) paraissent se solder par des échecs plus souvent que par des succès.

Pourquoi ces désillusions ? Sans entrer ici dans une analyse détaillée, on peut retenir cette observation de Francis Balle selon laquelle c'est d'abord que le « soft » est en retard sur le « hard ». A quel bon, estime l'auteur de cette étude, tant d'acrobaties techniques ? « Mieux : que faire quand on croit pouvoir tout faire ? A l'évidence, le problème est celui des fins, non des moyens. Il s'agit moins de répertoire indéfiniment les utilisations que les sociétés sont disposées à faire. Car, notre avenir, à coup sûr, dépend pour beaucoup de leur aptitude à les maîtriser ».

En France, toujours selon Francis Balle, il reste l'expérience grenobloise du Vidéo Gazette de Grenoble. Cependant, la diffusion du canal local reste limitée, pour l'instant, aux 2200 logements du quartier de l'Arlequin à la Villeneuve de Grenoble-Echirolles. Et le centre d'initiation à la vidéo, après avoir fait le plein dans les premières semaines de sa vie, ne réussit plus, depuis, à conquérir de nouveaux publics. L'évolution fut analogue pour le journal télévisé local : à l'enthousiasme du début succéda une stagnation relative de l'audience, du moins si l'on en croit ses responsables. Mais l'expérience grenobloise reste

exemplaire parce qu'elle montre les enjeux, réels ou imaginaires, que représente le câble pour les uns et les autres : depuis les Affaires culturelles à Paris ou les quotidiens, grands nationaux ou monopoles régionaux, jusqu'aux différentes associations locales, en passant par les diverses factions en lutte au sein des municipalités. C'est ce dont témoignent les discussions autour de la création toujours différée de la Société d'économie mixte de la Villeneuve.

(5) Dès 1793, un décret conférait à l'Etat le monopole de l'utilisation des moyens de correspondance par signaux pour des raisons de sécurité. Le monopole des télécommunications résulte du décret-loi du 27.12.1851 et de l'article 85 de la loi de finance du 30.6.1923.

(...)

Evolution vers le monopole

La radiodiffusion — qui fit son apparition en 1903 avec les expériences de la Tour Eiffel — pose un problème d'interprétation du décret du 27.12.1851 définissant le monopole des télécommunications.

(...)

L'acheminement vers un office national paraît inévitable ; cet état de fait est dû au développement du réseau d'émetteurs de l'Etat, qui entraîne une diminution du nombre des licences accordées aux postes privés par les PTT.

(...) Par un arrêté du 20.11.1944, les installations des postes privés sont réquisitionnées. Le 23.3.1945, une ordonnance révoque toutes les autorisations d'exploitation antérieurement accordées aux postes privés ; elle consacre le monopole absolu de l'Etat sur la radiodiffusion. Ce monopole, défini par l'ordonnance du 4.2.1959 et complété par la loi du 3.7.1972 qui, par ailleurs, abroge certaines dispositions antérieures, est confié à la RTF puis à l'ORTF.

(...)

Vu le statut actuel du monopole (défini par l'ordonnance du 4.2.1959), « l'Office a seul qualité pour organiser, constituer ou faire constituer, entretenir, modifier et exploiter le réseau des installations de radiodiffusion ». Des dérogations à ce paragraphe peuvent être accordées dans l'intérêt de la recherche scientifique de la défense nationale.

Le directeur général de l'ORTF peut autoriser (sous réserve du monopole des P. et T.) la retransmission par fil ou sans fil, l'enregistrement ou la reproduction de tout ou partie d'une émission de radiodiffusion en vue d'une diffusion auprès du public à titre onéreux ou gratuit, sous réserve de l'accord préalable des auteurs et uniquement pour les programmes de l'ORTF, celui-ci n'ayant acquis les droits de diffusion que pour son réseau.

Le cas particulier de la télévision par câble

(...)

Les titulaires du monopole. La télédistribution permet non seulement d'améliorer les conditions de réception, mais aussi de

et de diversifier les programmes de télévision et de autres modes de télécommunication. L'ORTF et les ne sont donc pas les seuls partenaires concernés par nouvelle technologie ; aussi ont-ils mis sur pied deux chargés d'étudier l'ensemble des problèmes posés par modes de diffusion. Les décisions seront prises par et, en principe, sur consultation du Haut Conseil de

La Société Française de Télédistribution (SFT). Le décret portant la participation de l'Etat dans la Société Française de Télédistribution, créée par l'ORTF et les P. et T., a paru le 10 au « Journal officiel », sous la signature du premier ministre et du ministre des Finances. La SFT est une société anonyme au capital de 2 millions de francs répartis à peu près par moitié entre l'ORTF et les P. et T., compte tenu du fait qu'il faut sept participants pour créer une telle société.

La SFT va ainsi mettre à l'étude les nombreux problèmes techniques, de financement... que poserait la réalisation d'un système de télévision par câble... Elle doit aussi aborder l'examen d'une éventuelle participation ou association ultérieure d'entreprises privées au projet, sa mise en route. En effet, le monopole n'exclut pas, a priori, que des capitaux privés soient associés à cette opération.

Le Centre Commun d'Etudes de Télévision et Télécommunication (CCETT).

Créé en commun, à Rennes par les P. et T. et l'ORTF, il doit notamment :
- en liaison avec la SFT, assurer, sur le plan technique, le contrôle des systèmes de télédistribution actuellement constitués ;
- étudier la création de services nouveaux pour réseaux de télédistribution, tels la commande de programmes, le journal à domicile... (Serge Gregory, chargé de recherche au Service de la recherche de l'ORTF, in *Télédistribution et vidéo-animation* : la situation française, op. cit.).

Notes de la quatrième table ronde

(1) M. René Aeberhard est directeur d'exploitation et chef du département applications chez Delays Ingénieurs-conseils S.A., responsable de la construction, de l'exploitation et de la gestion du réseau de télédistribution de la ville d'Yverdon ; M. Henri Dieuzelle est le directeur de la division des méthodes, matériels et techniques de l'Unesco, à Paris ; M. Jacques Monnier est le directeur de l'Ecole cantonale des beaux-arts et d'art appliqué de Lausanne, fondateur et administrateur de l'Institut d'étude et

de recherche en information visuelle de Lausanne (IDERIVE), institut qui a déjà publié six dossiers ayant trait au phénomène visuel, au sens large du terme ; Mme Josette Poinssac est directrice du Département audiovisuel de l'UER (Unité d'enseignement et recherche) des sciences de la communication à l'Université de Paris 13 ; elle a réalisé plusieurs courts métrages sur la communication ; elle dirige d'autre part une collection pour les Presses universitaires de France (PUF) ; M. Daniel Populus est l'animateur, depuis octobre 1972, du « Vidéo Gazette » du quartier de Villeneuve, à Grenoble. M. Albert Knechtli, technicien au Collège Rousseau de Genève, représente ici le Centre d'animation cinématographique de Genève, et M. Louis Schneiter le journal « La Suisse ».

(2) Dans *Communications* No 21, op. cit., l'article de M. Daniel Populus : « L'épreuve du réel : la télédistribution dans quelques nouveaux ensembles urbains ».

(3) « Télédistribution et vidéo-animation : la situation française », CNAAV, op. cit.

TABLE DES MATIÈRES

AVANT-PROPOS

Comité d'organisation	p. 7
Description de l'ouvrage	p. 9
Les buts de SAVI 74	p. 11
La presse face à la vidéo	p. 15

PRÉFACE

Le contre-défi de la vidéo, et après ?	p. 19
--	-------

TABLES RONDES

Introduction	p. 23
Première table ronde : Les expériences suisses de télévision par câble	p. 31
Deuxième table ronde : Les utilisateurs privés et publics	p. 49
Troisième table ronde : La vidéo-animation communautaire	p. 69
Quatrième table ronde : La télévision L'utilisation de la télévision à l'université pour la recherche et l'enseignement	p. 89
	p. 106

CONFÉRENCES

La macro-télévision	p. 109
TV communautaire et SSR	p. 112
La méso et la micro-télévision	p. 115
La bataille des canaux	p. 117
Vidéo et alphabétisation	p. 118

EXPOSITION THÉMATIQUE

Les buts du CAC	p. 122
Les groupes présents	p. 131
Liste des vidéogrammes présentés	p. 135

SECTEUR ÉDUCATIF

Télévision en circuit fermé et vidéo dans l'enseignement genevois	p. 139
--	--------

APERÇU HISTORIQUE

La télédistribution en Amérique du Nord et en Europe	p. 145
---	--------

BIBLIOGRAPHIE SOMMAIRE

Renseignements généraux, organismes, livres, revues	p. 159
--	--------

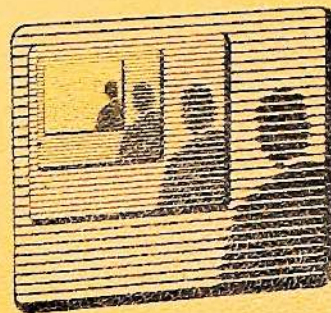
NOTES

Notes relatives aux quatre premières tables rondes	p. 165
---	--------

ACHEVÉ D'IMPRIMER
LE 31 JANVIER 1976
SUR LES PRESSES DE
SONOR S.A., EDITEUR

TIN
/

LOS



Des TV qui se cherchent

Tables rondes
et conférences
avec
la participation
de :

René BERGER
Laurent BOSSHARD
Charles CHAMMARTIN
Paul-Edmond DELAY
Charles-Henri FAVROD
Hervé HUGUELET
Jean-Claude MARTI
Robert HARI
Jean OTTH
Joseph PASTEUR
Carole ROUSSOPOULOS
Claude RICHARDET
Jacques BIDOU
Roger LOUIS
Guy MILLIARD
Colette GARRIGUES
Claude-Blaise PIGUET
Nicolas TSCHOPP
René AEBERHARD
Henri DIEUZEIDE
Jacques MONNIER
Josette POINSSAC
Daniel POPULUS
Albert KNECHTLI
Louis SCHNEITER
Bernard BÉGUIN
Jean RATY
Théodore HAFNER

On connaît l'expansion extraordinairement rapide de la télévision, de la grande télévision, au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, aux Etats-Unis d'abord, en Europe ensuite. Un peu plus de vingt ans après, c'est la planète tout entière qui est en voie d'être « arrosée », en permanence, par le flux des images TV, grâce aux satellites de communication.

Mais depuis à peu près vingt ans, en Amérique du Nord, un peu plus de dix ans en Europe, voici qu'apparaissent d'autres télévisions, ou, plutôt, d'autres modes de transmission ; il s'agit de la transmission par câble des images TV, d'où ces nouvelles appellations — peu élégantes sans doute mais qui disent bien que nous sommes entrés dans une ère de technologie avancée — la câblovision, la câblodiffusion, la câblodistribution, etc., à quoi il faut ajouter la vidéo, instrument sophistiqué, à la mesure de l'homme et de la communauté, par rapport à la macro-télévision.

Gigantisme d'un côté, miniaturation de l'autre. Mais la distinction ne vaut que pour l'appareillage, ce que les technologues et les théoriciens ont nommé le **hardware**, ou encore, comme le proposait Louis Armand, la **quincaillerie**. Qu'en est-il de ce qu'on va mettre dedans, ce que les mêmes personnes désignent par le terme **software**, ou **mentallerie**, selon Louis Armand toujours ? L'objet (l'enjeu) de la discussion, c'est bien entendu, celui de la politique de l'information, il est par conséquent de nature politique.

Cet ouvrage ne prétend pas répondre à l'ensemble des questions contenues dans ce qui précède. Une trentaine de personnalités de plusieurs pays avaient été invitées à l'occasion de ce premier Salon de la vidéo en Suisse, à Genève, SAVI 74. Toutes, à des titres différents, ont suivi, et **vécu** en quelque sorte l'enjeu de l'audiovisuel, tel qu'il se présente aujourd'hui. Par leurs interventions, leurs confrontations, ces personnalités nous permettent de saisir mieux, comment et à quel point les TV, aujourd'hui encore, se cherchent, se trouvent (parfois), se complètent ou s'opposent radicalement, fondamentalement. Des TV qui se cherchent ? C'est peut-être aussi qu'à l'heure où la communication de masse est bouleversée par l'audiovisuel, la communication entre individus et entre groupes n'a plus seulement à être revivifiée, mais à être sauvée.