

---

MICHEL ROCARD

## EMBRYONS DE SOLUTIONS

**L**E RÉSUMÉ DES ARTICLES PRÉCÉDENTS EST SIMPLE : le diagnostic est accablant. Dans le domaine de la morale sociale, la télévision est devenue l'éducateur central de nos contemporains en matière de comportements privés et notamment en ce qui concerne la violence et le sexe. Dans le domaine des rapports interpersonnels et de l'apprentissage de la sociabilité, l'on a du mal à imaginer ce que sera le comportement d'êtres humains qui auront tout le temps de leur enfance et de leur adolescence passé trois, voire quatre ou cinq heures par jour isolés devant leur écran. 101

Dans le domaine de la vie publique, la disparition de presque toute référence sérieuse à la substance des problèmes et la limitation du débat politique à la seule compétition des personnes, en d'autres termes la substitution quasi achevée du spectacle à l'information équivaut à la disparition de la démocratie.

Il me faut avouer ici que je m'étais jusqu'à présent limité, dans un masochisme morose, à l'élaboration du diagnostic. J'ai même quelques titres à figurer parmi les précurseurs : mon premier écrit détaillé sur le sujet remonte à 1987.

Aussi lorsque l'équipe de *Pouvoirs* m'a perfidement demandé de traiter des « embryons de solutions », j'ai eu presque un haut-le-corps ! Qu'en sais-je, moi ? C'est aux opérateurs de nous dire s'ils croient possible et comment de réorienter leur formidable outil...

Perplexe, j'ai commencé par me rapprocher d'un de mes amis, connaisseur étonnant du système et qui partage mon diagnostic.

« Qu'est ce qu'on y peut ? »

Réponse : « Rien. » « Quand on a atteint ce niveau, il n'y a plus de remontée possible... »

Au demeurant, c'est il y a plus de vingt ans que Neil Postman, professeur de médias dans une université du centre des États-Unis, titrait

le volume qui présentait son cours *We amuse ourselves to death*, « Nous nous amusons à en mourir ».

Pour tout aggraver, j'ai même le devoir de loyauté de confesser ici un échec, sur lequel je me suis tenu pendant seize ans.

J'étais Premier ministre de France depuis deux ans, pendant l'année 1990, lorsque nous avons eu l'immense fierté de voir l'indice mensuel des prix croître un peu moins vite que celui de l'Allemagne sur plusieurs mois consécutifs. Première historique ! Et la compétition se passait en dessous de 2 % par an. Nous étions débarrassés de l'inflation, la hausse des prix ne devenant préjudiciable que lorsqu'elle dépasse le rythme de la croissance en volume (à prix constants pour les experts).

Je me suis immédiatement dit, parfait, ce sera dur à tenir mais c'est faisable. En revanche, il n'y a aucune raison de continuer à jouer la performance et à prétendre être les meilleurs au monde. C'est au contraire 102 le moment de faire passer dans l'indice des prix des charges dont il vaut mieux soulager l'État. Et j'ai lancé dans la machine administrative la préparation d'une décision visant soit à doubler la « redevance télévision », soit à créer une taxe sur le chiffre d'affaires de la publicité, pour supprimer toute publicité sur les chaînes publiques. Les soustraire à l'audimat me semblait, et me semble toujours au demeurant, l'un des embryons de solutions possibles à ce problème.

Colère, prévisible, mais homérique, titanesque, de mon ministre des Finances, Pierre Bérégovoy, effrayé pour son indice ! Nous sommes conduits à présenter la controverse au président de la République, François Mitterrand, pour arbitrage. J'étais relativement optimiste, on le disait homme de culture. Mais il m'a interdit de faire cette opération.

C'est donc vierge de toute solution miracle qu'il me faut aborder la suite du propos.

*Première observation.* La clé de toute modification substantielle de l'offre proposée par le système, ou de la demande du public, est à l'évidence le consensus sur le diagnostic. Or il n'est, c'est tout aussi évident, pas encore assez partagé.

C'est ici la communauté universitaire qui devrait avoir charge, beaucoup plus qu'elle ne fait, d'étudier, conceptualiser, quantifier, mesurer et évaluer. Y a-t-il une approche possible des changements comportementaux induits par une fréquentation assidue de la télévision ? Est-il vrai que notre cerveau travaille différemment sur l'écrit et sur l'image ?

Peut-on formaliser de manière mesurable la distinction entre l'information et le spectacle ? etc.

La multiplication des recherches, des éléments de diagnostic, l'importance éventuelle des autorités académiques respectées qui contribueraient à ces travaux sont autant d'éléments nécessaires – il en est beaucoup d'autres, parmi lesquels ce numéro de *Pouvoirs* – qui peuvent contribuer à favoriser l'émergence d'un consensus plus explicite qu'il ne l'est aujourd'hui, et surtout mieux défini et plus formalisé.

Les livres aussi ont leur place dans ce travail. Ne citons que trois titres dont deux récents : le *Livre noir de la télévision* de Michel Meyer ou *La Fin de la télévision* de Jean-Louis Missika, ainsi que l'inoubliable *Nous nous amusons à en mourir* de Neil Postman, déjà cité.

103

*Deuxième observation.* L'émergence du consensus que je viens d'évoquer, ou plutôt de souhaiter, est la condition majeure de l'ouverture d'une autre démarche. Un code de déontologie ou peut-être des codes de déontologie différenciés selon qu'ils concernent la presse écrite, la radio et la télévision seraient probablement une contribution utile à la sortie de la confondante et toxique médiocrité actuelle. Mais dans toute la mesure où l'État est objet de méfiance et suspect, et qu'il est de toute façon juge et partie, il n'est guère qualifié pour initier la procédure d'élaboration. C'est la profession qui doit s'en charger. Il y a pléthore de grands noms de la presse et des médias dont la réputation d'intégrité et d'exigence de qualité est au-dessus de tout soupçon. Encore faut-il pouvoir les mobiliser. Il existe aussi nombre d'associations professionnelles de journalistes, de producteurs, de réalisateurs, de scénaristes. Elles ne pourront œuvrer dans ce sens que sous une forte pression de l'opinion et que si l'on peut leur garantir une protection contre ces rétorsions que, si l'affaire prend de l'ampleur, les patrons de chaînes pourraient bien imaginer.

Il est clair en tout cas que des journalistes et des réalisateurs en nombre croissant se posent de plus en plus de questions, et les plus fondamentales. Des associations professionnelles de défense matérielle tournent même au groupe de pression sur ces sujets.

Les zones de préoccupation sont immenses, probablement même peuvent-elles servir de champ à des démarches distinctes.

– Un premier domaine concerne les mœurs. Toute présentation avilissante des comportements humains a des conséquences. Avec les taux

d'écoute actuels, notamment ceux des enfants, la télé change les habitudes sociales en matière de sexe et de violence. Sommes-nous prêts à le reconnaître ? Sommes-nous prêts à l'accepter ? Il faut parvenir à définir la responsabilité morale de la télévision et formuler les exigences qui en découlent en matière de traitement du sexe et de la violence notamment. Ce sera un long labeur.

– Un deuxième domaine concerne l'information, et spécialement le respect des faits et de la véracité. Mais la qualité de l'information ne se mesure pas seulement au respect des faits : la présentation des causes, la mise en contexte sont des éléments essentiels sans lesquels il n'y a pas d'usage démocratique possible de l'information. Sur ce plan beaucoup de travail a déjà été fait. Je pense notamment à Albert du Roy, avec son livre *Le Serment de Théophraste*<sup>1</sup>. Et la très remarquable 104 émission de Daniel Schneiderman, « Arrêt sur image », participe à l'évidence de cet effort.

– Un troisième domaine appelle un défrichage profond. Doit-on assigner à la télévision une fonction éducative ? Seulement aux chaînes publiques ou aussi aux chaînes privées ? Comment la définir, quelle importance lui donner ? Faut-il imaginer deux niveaux de fonction éducative, le plus restreint pour les chaînes privées, le plus vaste pour les chaînes publiques ? Se différencieraient-ils seulement par la quantité, le nombre d'heures annuel, ou aussi par la nature, et comment ?

Dans le cas des chaînes publiques et de leur cahier des charges, en tout cas, un travail collectif rassemblant des professionnels, des universitaires, des sociologues, des médecins et des politiques paraît nécessaire.

– Un dernier domaine, peu aisé, devrait concerner les sanctions considérées justifiées pour viol de la déontologie. Faut-il définir, et punir le crime de décervelage ? S'agissant de transgressions de la déontologie, faudra-t-il se limiter aux sanctions professionnelles, ou y associer l'ordre judiciaire, ce qui suppose l'intervention de la loi ?

*Troisième observation*, dont on peut espérer qu'à terme elle soit plus porteuse que les précédentes.

Le rôle que joue la télévision, qu'on le veuille ou non, qu'on l'approuve ou pas, dans le monde contemporain, est tel qu'il faut la considérer dorénavant comme un élément structurant du langage et des représentations de nos concitoyens. Il est à ce titre stupéfiant que le monde de

---

1. Albert du Roy, *Le Serment de Théophraste*, Flammarion, 1992.

l'éducation – école, collège, lycée, université – ne se soit en rien occupé de l'image. C'est une carence grave.

Tout est à inventer dans cette affaire, même si l'on sait seulement que quelques expériences isolées, ponctuelles, ont été conduites ici ou là. L'une des plus achevées semble avoir été entreprise il y a une quinzaine d'années en Israël, en début de scolarité secondaire. Mais apparemment elle n'a pas frappé les foules : impossible d'en retrouver trace aujourd'hui. Reste que le langage des images doit impérativement pouvoir être décodé, déchiffré, lu d'une manière critique. Il est clair que cela doit s'apprendre, et qu'il y a là, à mon sens, un des devoirs et des défis majeurs du système éducatif pour les temps qui viennent.

Peut-être serait-il prudent, voire nécessaire, d'ajouter dès maintenant la lecture et l'usage de l'écran à ces champs d'investigation sur lesquels l'école doit avoir dans l'avenir la charge d'éveiller tout à la fois l'art de l'usage, le sens critique et la modération.

105

*Quatrième observation.* C'est celle qui légitimait ma tentative avortée en 1990. Il est toujours aussi nécessaire de faire échapper, au moins en partie, le message informatif et pédagogique du système médiatique à l'appétit de profit. C'est même une condition nécessaire pour restaurer ce message, aujourd'hui largement en voie de disparition progressive.

Dans ce domaine la Grande-Bretagne est un peu moins menacée que d'autres pays parce qu'elle a su, depuis l'origine, préserver un puissant réseau de chaînes publiques exemptes de publicité et financées par l'impôt, en l'espèce une redevance importante. On sait aussi qu'aux États-Unis, où rien de tel n'existe, c'est le refus d'une partie de l'opinion qui a conduit à la création de chaînes de télévision privées dépourvues de toute publicité et financées par abonnement. C'est un beau succès, mais qui demeure hélas marginal.

Il s'agit pourtant là de l'intuition centrale. Charles de Gaulle lui-même l'avait ressenti : lorsque, en tant que président de la République, il inaugura en 1964 la Maison de la Radio, il eut cette phrase magnifique : « L'argent ne doit pas entrer dans cette maison ! » Hélas.

Pour prendre une bonne mesure des forces et des intérêts en jeu, il vaut la peine de rappeler la séquence des grandes décisions qui ont conduit le paysage audiovisuel français à l'état où il en est aujourd'hui. Et d'abord la pénétration : 25 000 téléviseurs en 1952, à peine 1 million vers 1958-1959, 3 millions en 1963, 10 millions en 1970, une quarantaine de millions à la fin du XX<sup>e</sup> siècle.

L'État, très tôt sensible à l'énorme perte de moyens d'influence que lui avait coûté la reconnaissance de la liberté de la presse, entend se prémunir lorsque naissent la radio et la télévision. En France, tout le système sera créé par la puissance publique. De Gaulle veille, et s'il réussit à préserver de son vivant l'ORTF de la pression de l'argent, il le soumet d'autant plus fortement à la pression politique. Mais c'est bien avant, en 1945, qu'est confirmé le monopole, et en 1949 que l'on décide de taxer les récepteurs, ce qui crée la redevance.

De Gaulle à peine disparu, son successeur, Georges Pompidou, se révèle immédiatement sensible à l'énorme pression des annonceurs pour disposer de ce formidable moyen d'accès au domicile des familles françaises que constitue déjà la télévision. Mais au lieu de créer une ou deux chaînes privées, ce qui aurait été un bon moyen de canaliser cette pression pour en protéger le secteur public, et que demandaient la plupart des réalisateurs, il décide au contraire, en 1970, l'ouverture de la télévision – tout entière publique – à la publicité. Une importante grève des réalisateurs s'ensuit, qui dénonce déjà la dérive « américaine ». Le chef de l'État ne revient pas sur la mesure. Nous ne nous sommes jamais remis de ce choix initial désastreux. Nombre d'observateurs du système pensent toujours qu'il eût fallu créer des chaînes privées beaucoup plus tôt, pour offrir un inévitable exutoire à cette énorme pression, et préserver ce faisant une partie du système. Pour servir la logique et l'impartialité dans ce rappel, il faut évoquer la longue et puissante grève de l'ORTF en Mai 68. Mais il est clair que cette grève-là était avant tout une protestation contre les pressions politiques que supportait l'ORTF.

C'est à François Mitterrand qu'il appartient d'avoir, d'une part, « libéré » les ondes radio, en d'autres termes d'avoir permis la création de stations de radio privées en dehors des trois qui, par tolérance et depuis longtemps, irriguaient la France depuis le Luxembourg (RTL), depuis la Sarre (Europe 1) ou depuis Monaco (Radio Monte-Carlo) et, d'autre part, d'avoir mis fin au monopole public en matière de télévision. Cette dernière opération se fait en deux temps en 1985 : d'abord la création de Canal +, première chaîne cryptée, puis celle de la 5 et de la 6. Cette dernière décision, prise du fait du prince sans appel d'offres pour choisir le titulaire, donnera matière à d'innombrables et violentes controverses. Elle consista en effet à offrir purement et simplement une chaîne privée de l'ensemble francophone au bateleur italien Berlusconi, déjà célèbre pour son total manque de scrupule aussi bien dans l'ordre de la morale sociale que dans celui de la rigueur de l'information en

matière de télévision. Pour être plus discrète, la naissance de la 6 n'arrangeait que modérément les choses.

L'ouverture de ces deux canaux gratuits à la voracité des publicitaires ne suffit en rien à les rassasier. À peine la chose était-elle faite par la gauche que l'année suivante, les électeurs ayant en 1986 décidé de changer la majorité au pouvoir, la privatisation d'une nouvelle chaîne devient vite une des priorités de la droite réélue. Après une valse-hésitation qui ne fit sourire qu'un bref moment – privatisera-t-on la 2 ou la 3 ? –, ce fut la 1 qui fut choisie.

TF1 a donc reçu, pour bien peu cher, 3 milliards de francs, à peine 460 millions d'euros d'aujourd'hui, le fruit magnifique des efforts du contribuable français pendant quarante ans, relayés par le beau travail d'innombrables spécialistes, techniciens, journalistes, réalisateurs, etc. Le vaisseau amiral de la télévision française fut ainsi bradé à un entrepreneur de travaux publics. MM. Bouygues père et fils n'y ont bien sûr rien perdu : le chiffre d'affaires de la seule chaîne TF1, pas du groupe TF1, est aujourd'hui de l'ordre de 20 milliards de francs, soit un peu plus de 3 milliards d'euros. La valeur de ce capital a donc plus que décuplé. La gestion en a au demeurant été assurée de manière magistrale par Patrick Lelay et son adjoint Étienne Mougeotte, mais au prix de sacrifices éthiques considérables.

107

La « télé-réalité » occupe maintenant une place majeure sur les écrans de TF1, et le diagnostic général a été établi plus haut. Le groupe TF1 est aujourd'hui la chaîne de télévision la plus puissante d'Europe. Elle ne répugne à aucun racolage.

Dans ces conditions, la compétition n'est pas égale et le secteur public est gravement fragilisé. Déjà en 1974 le président Giscard d'Estaing avait fait éclater l'ORTF en sept sociétés pour affaiblir la puissance syndicale représentée dans cette forteresse de la télévision publique. Bien sûr des sociétés plus petites et plus faibles seront plus sensibles aux pressions commerciales, surtout si elles sont dirigées par des hommes partageant cette vision : le président Giscard d'Estaing avait su faire son affaire de produire ce résultat. Déjà en 1981, lorsque la gauche arrive au pouvoir, des chaînes publiques vivent de la publicité pour la moitié de leurs ressources. L'opération TF1 a naturellement aggravé la situation et de beaucoup.

La situation de 2005 c'est en gros que TF1 dispose d'environ 3 milliards d'euros pour financer 24 heures de programmes sur une seule chaîne, soit 8 760 heures. France Télévision de son côté dispose de

2,60 milliards d'euros pour financer 54 heures de programme par jour sur la 2, la 3 et la 5, soit 26 280 heures diffusées. Cela représente par heure d'émission 3,5 fois plus de moyens pour TF1 que pour le secteur public. Et naturellement, avec une telle disproportion de ressources, TF1 s'est trouvée en situation de rafler sur sa seule antenne toutes les grandes opérations fédératrices jusqu'à 2012 pour le rugby et 2014 pour le football.

Le déséquilibre est installé, il est profond, il ne peut guère aller que croissant. Car l'État en outre est pusillanime. La redevance télévision est en France de 116 euros par an, elle est de 266 euros au Danemark, se situe en Allemagne à 204, en Grande-Bretagne à 180, à 189 en Belgique et à 221 en Autriche.

108 Dans l'état actuel des finances publiques françaises, ce n'est guère rattrapable avant longtemps. Mais la publicité ne saurait combler l'écart. Le secteur public impose heureusement encore quelques contraintes de qualité, notamment celle de ne pas interrompre certaines catégories d'œuvre avec de la pub, au point que du chiffre d'affaires total de la publicité télévisée, pas loin de 60 % vont vers la seule TF1, 10 % vers M6. Et le public se partage le reste.

Il y a en cette affaire une manière de cercle vicieux. Pour diminuer la pression sur les téléspectateurs, et à la demande, au demeurant, de certaines associations respectées, la ministre de la Culture, Catherine Trautmann, a décidé de diminuer de 4 minutes la durée de publicité autorisée chaque heure sur chaque chaîne publique.

Cette mesure sympathique n'a eu à l'évidence aucun effet sur le message éthique proposé par le système dans son ensemble, et elle a abouti à priver le secteur public de quelque 2 milliards de francs, soit 303 millions d'euros par an, en pure perte. Cet abandon d'une part de la ressource a profité au privé, en l'absence de toute compensation. Au total, les choses ont été plutôt aggravées.

Au point où l'on en est, il n'y a plus de décision possible que chirurgicale. Le corps politique, président, gouvernement, Parlement, doit se persuader

– qu'il s'agit de rien moins que de la survie de la nation. La poursuite du décervelage et la fragilisation croissante de la démocratie commencent à produire leurs conséquences de manière visible, et la pente est clairement à l'aggravation ;

– qu'il ne saurait y avoir de solution pertinente sans assurer correctement le financement du secteur public de manière publique, indépendante et pérenne.



Quatre exemples à contre-courant des évolutions actuelles montrent la voie.

- La BBC ne connaît toujours pas la publicité. Ses 3,8 milliards d’euros de ressources viennent d’une redevance plus forte que la nôtre et de la commercialisation de ses programmes dans le monde. Elles lui assurent une absolue liberté de programmation que le pouvoir politique respecte.

- La télévision publique allemande (les deux chaînes ARD et ZDF) a supprimé toute publicité après 20 heures pour retrouver sa liberté de programmation en soirée.

- Les chaînes privées américaines sans publicité et financées par abonnement sont en progrès significatif.

- Enfin, Arte, bien seule dans ce combat, assure sans publicité mieux qu’un succès d’estime, et est devenue une référence.

109

L’idée s’impose, il n’y a pas de choix alternatif, il faut supprimer la publicité sur les chaînes publiques et réformer totalement leur financement.

Cela devient urgent, car les difficultés de financement actuelles du secteur public poussent même certains esprits à envisager l’idée de privatiser une chaîne publique de plus. La catastrophe serait là pratiquement irrémédiable.

Il faut donc prendre cette mesure chirurgicale dans les trois ou quatre ans qui viennent.

Mais il est douteux que l’on puisse espérer voir élue une majorité parlementaire convaincue qu’il faille augmenter la redevance de manière importante.

Dans ces conditions, c’est la deuxième option, étudiée en 1989-1990 par le groupe de travail « Pour que vive la télévision publique », qui seule se révèle toujours valide.

Se souvenant de ce que l’infrastructure de la télévision hertzienne a été financée par le contribuable et de ce que d’autre part l’espace hertzien est à l’évidence un espace public, il n’est pas illégitime de considérer que les utilisateurs de ces outils pour leur besoin de publicité soient appelés à contribuer.

D’autre part, la suppression de la publicité sur les chaînes publiques libère pour d’autres supports un chiffre d’affaires publicitaire qui était de 3,5 milliards de francs ou 534 millions d’euros en 1990, et de 7 milliards de francs ou 1,070 milliard d’euros en l’an 2004. Il ne fait de

doute pour personne que cette somme sera absorbée par le marché publicitaire, médias et hors médias.

Dans ces conditions, la création d'une Contribution Culture et Communication, CCC, manière de taxe parafiscale destinée à financer l'audiovisuel public, apparaît parfaitement possible avec une assiette large.

Le chiffre d'affaires de la publicité augmente vite. Il était de l'ordre de 50 milliards de francs, soit un peu moins de 8 milliards d'euros, en 1990. Il est aujourd'hui de l'ordre de 200 milliards de francs, soit 30,5 milliards d'euros. La quotité de cette contribution devra être modulable selon l'importance des investissements par exemple. Mais il est raisonnable d'en espérer un apport complémentaire à la redevance qui double le montant actuel des recettes publiques et permette de porter les recettes globales du secteur public français à un niveau analogue à celui de la BBC, soit de l'ordre de 25 milliards de francs ou quelque 3,8 milliards d'euros.

C'est seulement à ce prix que la redynamisation de la télévision publique française est possible.

Le système consisterait donc en ceci que la société française reconnaîtrait la nécessité d'une télévision publique non financée par la publicité pour assurer, dans des conditions répondant à des critères éthiques définis par la loi, les missions consistant à éduquer, informer, cultiver et distraire. Pour financer le système, elle appellerait le paiement de la redevance par les citoyens et le paiement de la Contribution Culture et Communication par les bénéficiaires de l'infrastructure et de l'espace public hertzien pour leur publicité.

Un tel système aurait en outre deux grands avantages, celui d'être indexé sur le chiffre d'affaires de la publicité, donc d'évoluer, le plus souvent à la hausse en fonction de l'activité générale de communication, et deuxièmement celui d'être pérenne, condition absolument nécessaire de sa viabilité pour les chaînes.

Il sera nécessaire d'accorder beaucoup d'attention aux modalités de sa gestion. Sous l'autorité du gouvernement et le contrôle du Parlement, un comité de gestion de la CCC devra être mis en place. Il le faudrait très professionnel et doté d'une vraie autonomie dans sa relation avec les chaînes. Le système allemand semble ici le meilleur : la KEF est une « commission économique des médias ». Les chaînes lui soumettent tous les quatre ans leurs prévisions financières, que la KEF examine, modifie éventuellement et soumet à l'autorité politique pour ratification. Dans le cas de l'Allemagne, il s'agit des Länder. La trans-

position en France se référerait naturellement à l'État, mais l'exemple allemand suggère de lui-même que les régions françaises pourraient être associées à ce mécanisme en ce qui concerne FR3.

Enfin, il faut concevoir ce système de manière à faire face non seulement aux besoins d'aujourd'hui, mais également à ceux de demain.

Un tsunami menace le service public : c'est l'émergence rapide de multiples moyens nouveaux de diffuser des images : Internet, télévisions sur téléphones portables et autres systèmes se développent à toute allure.

Le secteur privé se prépare intensément à collecter et traiter les conséquences de tout cela aux dépens du secteur public qui n'a, lui, actuellement, ni les moyens ni les hommes pour y faire face. Ce danger pourrait bien être à terme beaucoup plus grave que tous ceux que nous avons évoqués jusqu'ici. 111

La relecture des interventions et débats récents sur ce sujet ne fait apparaître aucune alternative sérieuse à cette solution. Il appartient donc au politique de s'en saisir. Je souhaite profondément que cette suggestion soit débattue et prise en charge à l'occasion de la prochaine campagne électorale présidentielle.

Il restera alors à reconstruire la télévision publique française autour de ces missions, en utilisant pleinement le fait de n'avoir plus d'obligation de racolage en *prime time*.

Car enfin il n'y a pas de raisons que l'intelligence et le talent, souvent perceptibles quoique dévoyés dans des émissions racoleuses, ne se trouvent soulagés et dynamisés dans cette nouvelle tâche.

La dérive actuelle est la perte du sens, et la mobilisation du talent presque exclusivement sur la forme. Donner de la forme au fond est à l'évidence le nouveau défi dont je ne doute pas un instant que les hommes et les femmes de l'actuelle télévision soient capables de le relever. Mais l'immense effort qui serait ainsi demandé à la télévision publique aura grand besoin d'être soutenu par l'approfondissement du diagnostic, l'inlassable recherche d'une meilleure déontologie et le grand labeur que doit entreprendre l'Éducation nationale sur ce sujet.

R É S U M É

---

*La télévision française tant publique que privée suit une dérive dangereuse où l'intensité de la recherche de publicité pousse au racolage dans un mépris croissant de toute éthique. Remédier à cette situation suppose d'abord de convaincre l'opinion de cette nécessité, sous cette pression les professionnels devront définir leurs engagements éthiques. L'Éducation nationale doit entreprendre d'éduquer à la critique de l'image comme elle le fait pour celle de l'écrit. Enfin il est possible et nécessaire de supprimer la publicité pour le secteur public de la télévision.*