

DOMINIQUE WOLTON

Télévision culturelle :
l' « apartheid » distingué

Pourquoi écrire sur la *télévision culturelle* dans une revue nommée *Pouvoirs* qui consacre un numéro aux pouvoirs réels ou supposés de la télévision ? Parce que la télévision culturelle est l'une des trois questions qui depuis le début de la télévision focalise de manière exemplaire les conflits concernant ce que l'on appelle « le pouvoir de la télévision ». Les deux autres sont celle du statut public ou privé de la télévision et celle de son influence sur la politique. Un peu partout en Europe, et notamment en France, la multiplication des chaînes et les nouvelles technologies reposent la question du pouvoir et du rôle de la télévision en matière culturelle.

I. — LES TROIS « POUVOIRS » DE LA TÉLÉVISION

Le statut de la télévision, après avoir fait l'objet en France et presque partout en Europe pendant trente ans d'un consensus en faveur de la télévision publique et d'un refus ou d'une méfiance vis-à-vis de la télévision privée largement dominante aux Etats-Unis, est devenue depuis les années 70 une pomme de discorde où les clivages gauche-droite et conservateurs-modernistes ne coïncident pas. Chacun conserve en tête les batailles qui se sont déroulées en France de 1974 (éclatement de l'ORTF) à aujourd'hui, où le système télévisuel français est passé de trois chaînes totalement publiques jusqu'en 1985 à sept chaînes en 1990 dont deux seulement restent publiques. Cette augmentation du nombre des chaînes a changé totalement l'équilibre du système, au point qu'il est encore trop tôt

pour savoir si le service public de télévision, aujourd'hui minoritaire, pourra contrebalancer les effets d'une logique capitaliste dominante dans un marché de la communication en pleine expansion. Ces débats très vifs depuis dix ans en France se retrouvent d'ailleurs chez nos voisins.

Le deuxième grand sujet de débats à propos du pouvoir de la télévision concerne son influence politique. Surtout aux Etats-Unis et chez nous depuis l'élection au suffrage universel du Président de la République en 1965. Là aussi, les controverses sont passionnées mais, l'expérience aidant, chacun s'aperçoit progressivement que si la télévision a incontestablement modifié les règles du jeu politique, elle ne l'a pas cependant dénaturé. S'il est aujourd'hui impossible de faire de la politique sans communication et particulièrement sans télévision, la politique l'emporte cependant. En tout cas, l'influence de la télévision sur le jeu politique ne peut pas être isolée de celle des sondages ou de la publicité politique¹ ! Lentement, chacun retrouve ce que toutes les recherches empiriques menées sur l'influence des médias disent depuis un demi-siècle, à savoir que la télévision, et avant elle la radio, ne suffit pas à modifier la politique.

Le troisième conflit sur le rôle et la puissance de la télévision est à la fois plus fondamental et moins spectaculaire. Il porte sur le rôle culturel de la télévision. Deux phases l'ont caractérisé :

Dans un premier temps, d'immenses espoirs ont été placés dans la télévision qui devait être un merveilleux instrument de diffusion culturelle. Elle fut comparée à l'école du xx^e siècle, et à juste titre : elle permettait en une soirée à plus de spectateurs d'assister à une pièce du répertoire classique que celle-ci n'en avait eu en deux siècles. De très nombreuses émissions culturelles eurent un réel succès. Mais progressivement la concurrence entre les émissions, puis surtout la multiplication des chaînes, aboutirent à un résultat inverse. Les jeux, les variétés, le sport et les films l'emportèrent sur les émissions à caractère culturel sous le prétexte faux qu'elles n'intéressaient pas le public, loi de l'audience à l'appui. Les analyses sur la domination de la « culture de masse », nivelante et appauvrie, dominèrent au fur et à mesure que le succès éclatant de la télévision s'imposait. C'est ainsi qu'un fort contentieux s'installa entre le monde de la culture au sens large et celui de la télévision. Le premier

1. Cf. Dominique Wolton, Les médias, maillon faible de la communication politique, in *Hermès*, n° 4, *Le nouvel espace public*, éd. du CNRS, 1989. Voir aussi dans le même numéro l'article de E. Katz, La recherche en communication depuis Lazarsfeld, et celui de D. Dayan, A propos de la théorie des effets limités.

reprochant au second de détourner la puissance de l'outil télévisuel de sa mission culturelle.

Tels sont probablement les trois thèmes sur lesquels les oppositions concernant le « pouvoir » de la télévision sont les plus forts, notamment en France où les débats en matière de télévision ont toujours étroitement mêlé les idées et la politique.

Aujourd'hui, c'est le troisième thème, celui des rapports entre culture et télévision, qui réapparaît avec les changements techniques qui permettent la multiplication des chaînes et offrent la possibilité de chaînes thématiques spécialisées. La France, avec la création de « la 7 », vient d'ouvrir un nouveau chapitre à cette histoire tourmentée des rapports entre culture et télévision. Les chaînes culturelles spécialisées sont ainsi considérées comme le moyen de contrebalancer la toute-puissance culturelle de la télévision de masse et cette idée semble satisfaire tout le monde : les professionnels de la communication, les intellectuels, et les hommes politiques. Sur une des questions les plus controversées du passé un consensus s'installe qui voit dans l'émergence de chaînes spécialisées, ici culturelle, la solution à l'impossible mariage depuis un demi-siècle des rapports entre médias de masse et culture.

C'est ce consensus que ce texte souhaite mettre en question car il traduit en réalité une fois de plus une croyance dans le pouvoir de la télévision. La télévision culturelle est la énième manifestation de la croyance en la toute-puissance de l'outil télévisuel. Autrement dit, le consensus en faveur de chaînes culturelles thématiques n'est pas tant le dépassement de l'éternelle question du pouvoir de la télévision, qu'il n'en est une autre forme présentant au demeurant le danger de maintenir un contresens sur le statut de la télévision comme médium et sur la relation susceptible de s'instaurer entre culture et télévision.

II. — LE CONSENSUS SUR LA TÉLÉVISION CULTURELLE OU LA NOUVELLE FORME DU THÈME DU POUVOIR DE LA TÉLÉVISION

Aujourd'hui un grand nombre d'esprits éminents, y compris dans le monde intellectuel traditionnellement fort critique à l'égard de la télévision, plaident en faveur d'une chaîne de télévision culturelle. On a vu que le succès de la télévision s'est traduit par une marginalisation croissante des productions culturelles non grand public et la légitimité médiatique, forte du poids des téléspectateurs,

a rejeté les œuvres culturelles, ou leur a imposé ses propres critères, donnant le sentiment au monde de la culture qu'il ne survivrait qu'à condition de jouer la logique nécessairement simplificatrice des médias de masse. C'est pourquoi l'idée d'une chaîne culturelle qui pourrait s'affranchir des contraintes de plaire au grand public pour ne s'adresser qu'au public réellement intéressé lève les obstacles. Pour les intellectuels au sens large qui ont enfin leur revanche : ils ont « leur » télévision à eux, comme « leur » radio, ce qui leur permet finalement de ne plus tenir compte des contraintes dramatiquement simplificatrices de la télévision. Pour les professionnels de la télévision publique ou privée à qui une télévision spécialisée de la culture retire une épine du pied : vous voulez une production culturelle touchant nécessairement un public limité ? Vous avez une chaîne spécialisée pour cela ! Ce qui les dédouane, les déculpabilise et les débarrasse. Quant aux hommes politiques, ils sont également ravis, la chaîne culturelle limitant la mauvaise conscience érée par le décalage entre le formidable développement de l'espace audiovisuel et le fait que les œuvres culturelles, au sens large, n'y trouvent qu'une place sans cesse plus étroite.

A côté des chaînes généralistes, les chaînes spécialisées permettraient à chacun d'accéder à ce qui l'intéresse : le sport, le cinéma, la culture et demain l'information, la religion, le bricolage... Il y en aurait ainsi pour tous les goûts. Quoi de plus démocratique ? N'a-t-on pas appris que l'individualisation des goûts est une preuve de maturité ? La télévision de masse correspondait à la préhistoire de la télévision, en supposant un public homogène, qui n'a jamais existé, et standardisait les produits. La télévision fragmentée, par genre, est au contraire un progrès démocratique car elle offre à chacun ce qu'il désire, même si, on le verra plus loin, cette conception en « tranches de saucisson » risque de s'avérer beaucoup plus inégalitaire sur le plan culturel que cette bonne vieille télévision de masse longtemps accusée de tous les maux².

Pourquoi ce consensus est-il un autre aspect de la croyance en la toute-puissance de l'outil télévisuel ? Parce qu'il prend les deux formes symétriques qu'a prises cette croyance. La première voit dans la télévision un outil très puissant qui, au travers d'une chaîne spécialisée dans la culture, pourra résoudre le conflit entre culture et télévision et plus généralement entre culture et communication.

2. Pour une analyse plus détaillée du passage de la télévision de masse à la télévision fragmentée et du comportement des intellectuels à l'égard de la télévision, voir chap. VII et VIII, in Jean-Louis Missika et Dominique Wolton, *La folle du logis. La télévision dans les sociétés démocratiques*, Gallimard, 1983.

La deuxième, à l'inverse, réduit la télévision à une simple technique de diffusion qui, judicieusement appliquée aux œuvres culturelles, leur assurera la place qui leur manque dans un dispositif de télévision de masse. Dans les deux cas, elle dispose d'un pouvoir spécifique pour réconcilier culture et communication.

Ces deux aspects, apparemment contradictoires mais qui tous les deux renvoient à l'idée d'un outil puissant, se sont d'ailleurs manifestés dans l'histoire des autres techniques de communication, que sont le téléphone, les télécommunications et l'informatique. Ils traduisent le même phénomène : refuser de prendre en considération les contraintes et spécificités mêmes de l'outil, lui conférer le pouvoir de résoudre un problème antérieur. Toute-puissante ou neutre, on suppose que la télévision appliquée au domaine de la culture élargira l'audience de la culture dans le public. Dans les deux cas, ce qui est nié c'est la spécificité de l'outil : lui-même porte des contraintes qui changent la nature de la production culturelle et interdisent de voir en lui la simple possibilité de résoudre la question du statut de la culture d'élite.

Autrement dit, l'existence de la télévision comme mélange le plus sophistiqué du texte, du son et de l'image, modifie le statut de la production culturelle qui y est diffusée et empêche de croire que la création de chaînes culturelles spécialisées résoudra le problème des rapports entre culture et communication. La télévision a même toutes les chances de le compliquer plutôt que de le simplifier ! Mais cette différence essentielle n'est guère vue par les défenseurs de la télévision culturelle qui pensent, au contraire, que les choses seront ainsi plus simples.

C'est en cela que les partisans de la télévision culturelle restent dans le paradigme du pouvoir de l'outil télévisuel, car ils supposent que dans l'univers culturel de plus en plus audiovisuel, seule une télévision consacrée à la culture non grand public permettra à la culture de conserver la place qui lui revient. C'est d'ailleurs cette rencontre entre les partisans de la toute-puissance et ceux de la neutralité qui explique le large consensus en faveur de la télévision culturelle, sans que soit par exemple mentionné ce fait de bon sens que les caractéristiques mêmes de l'image animée rendent la télévision propice à traiter certaines productions culturelles et la rendent inadéquate pour en traiter d'autres !

La télévision culturelle est une fausse bonne idée. C'est d'ailleurs son simplisme qui explique le consensus dont elle est l'objet tout en ne garantissant pas la résolution du problème de fond : comment maintenir et promouvoir des œuvres culturelles non grand public

dans un espace médiatique grand public en sachant que l'outil utilisé pour y remédier, la télévision, aura toutes les chances d'introduire des biais inattendus supplémentaires. En un mot, la télévision n'est pas un ensemble de tuyaux plus ou moins larges dans lesquels on injecte de la culture ou autre chose. Elle a ses règles et ses codes qui sont à leur tour autant de facteurs culturels qui interfèrent dans les règles de la production et de la diffusion culturelle.

III. — LA TÉLÉVISION CULTURELLE OU LE REFUS DE PRENDRE EN COMPTE LA SPÉCIFICITÉ DE LA TÉLÉVISION

Deux caractéristiques essentielles de la télévision : le statut de l'image et la nature du médium de masse empêchent de voir dans celle-ci l'outil neutre ou tout-puissant qui permettrait de résoudre la question de la place de la culture non grand public.

On oublie trop souvent que la télévision n'est pas d'abord une technique de diffusion, mais un outil de production d'images, donc de spectacle. Elle est un spectacle pour un public immense, anonyme, qui dans des conditions très diverses de réception ne la regarde que parce que, comme spectacle, elle distrait et amuse. Cette contrainte du spectacle déjà vraie pour la télévision généraliste reçue gratuitement à domicile l'est encore plus pour les télévisions spécialisées et payantes, sous peine de n'être pas rentables et de fermer boutique. Cela signifie que l'image est propice aux émotions, aux sentiments mais évidemment moins, par exemple, aux idées qui passent mal à la télévision, en tout cas de manière beaucoup plus simplifiée que dans l'expression écrite, et même radiophonique, car la durée d'attention en matière de radio est plus longue que pour la télévision où l'on est habitué au rythme rapide des images. En un mot, l'image de télévision impose un style et une écriture qui ne conviennent pas à toutes les productions culturelles.

Les écrivains et intellectuels, qui, par exemple, se plaignent à juste titre d'une multiplication de faux livres, écrits trop rapidement et sans respect de l'écriture, devraient dans cet autre domaine d'expression reconnaître la spécificité de l'image.

Or, trop souvent, on fait comme si tout pouvait passer à l'image. Le refus d'admettre les limites comme les possibilités de l'image, est un moyen de gommer la spécificité de la télévision pour en faire un simple outil de diffusion dont il sera ensuite possible de louer la force ou la faiblesse.

La seconde spécificité de la télévision est d'être d'abord *un médium de masse*. Elle s'adresse à tous, même si l'on sait que tout le monde ne la regarde pas. C'est d'ailleurs en cela que réside sa principale force : elle est faite pour le *grand public* alors que ce sont des *publics* qui la regardent. Ce décalage est constitutif de la télévision puisque, recevable à domicile, elle laisse à chacun la liberté de regarder ce qu'il veut quand il veut.

C'est même l'intérêt et la limite de la programmation de construire une grille apparemment adaptée à la demande, sans être jamais certaine de la satisfaire, tout en pouvant, par contre, rencontrer une demande qui ne s'exprimait pas.

Ce décalage permanent entre l'offre et la demande constitue la liberté du spectateur, et le fondement démocratique du médium télévision. Celle-ci offre plus que ce que l'on souhaite voir, permettant au spectateur d'accéder à quelque chose auquel il n'avait peut-être pas osé penser et dont l'accès lui est facilité par le fait qu'en regardant la télévision chez lui il est moins soumis aux codes qui accompagnent les activités culturelles. On n'a pas souvent assez mentionné le fait que la réception dans le lieu privé n'est pas forcément un facteur de désocialisation, mais peut être, au contraire, un facteur de liberté notamment à l'égard des codes culturels.

Si les spectateurs ne sont évidemment pas égaux devant l'offre de programmes, au moins la télévision, par le simple fait d'être reçue hors des situations sociales peut faciliter certaines curiosités. C'est justement ce caractère privé de la réception qui milite en faveur de télévisions généralistes dont la gamme de programmes peut justement être la plus large possible.

Les possibilités techniques qui permettent aujourd'hui la multiplication de chaînes mettent à la mode les chaînes spécialisées thématiques (sport, cinéma, information, culture...) qui ont, certes, l'avantage d'offrir davantage de programmes par public ciblé, mais qui ont aussi l'inconvénient complémentaire de réduire cette offre générale qui constitue une bonne part des raisons pour lesquelles on regarde la télévision. Ce que l'on aime dans la télévision, surtout avec la multiplication des chaînes, c'est la surprise dont le *zapping* est aujourd'hui l'instrument.

Le spectre de ce à quoi l'on accède « par hasard » est plus large dans une télévision de masse que dans une télévision fragmentée. Cet accès par « hasard » est notamment très utile pour les programmes culturels car seule une petite partie des spectateurs les regarde délibérément, alors qu'une autre partie y accède en « zappant » au milieu de programmes généraux. On comprend alors pourquoi

les barrières culturelles rendent, de ce fait, plus aléatoire un accès volontaire à une chaîne de télévision qui s'appelle culturelle et dont bon nombre de spectateurs penseront, *a priori*, qu'elle ne les intéresse pas ou qu'elle « n'est pas pour eux ».

Si la nature du médium télévision a justement l'inconvénient d'être de masse, elle a, par contre, l'avantage d'offrir, par l'intermédiaire d'un programme bien fait, un éventail de programmes plus large que l'addition de l'offre des chaînes spécialisées. En outre, le concept de chaîne généraliste, par le nombre de programmes qui s'y succèdent, reflète les différents moments et aspects de la vie des citoyens. En un mot, la télévision de masse généraliste fait partie du cadre de vie des citoyens alors que la télévision fragmentée en fait moins partie. Non que celle-ci soit inutile, mais, comme on le verra tout à l'heure, elle est mieux adaptée au sport, au cinéma et à l'information qu'à la culture, c'est-à-dire à des activités pour lesquelles existe un consensus sur la définition de l'activité et où le nombre même de téléspectateurs potentiels conduit à donner un poids beaucoup moins important aux inégalités sociales et culturelles.

IV. — LES RISQUES DU GHETTO

Ces deux données inhérentes au statut de la télévision risquent de nuancer les chances de succès d'une télévision culturelle et d'aboutir au résultat inverse de celui recherché : créer un ghetto culturel qu'il s'agit plutôt d'éviter car les programmes culturels, actuellement marginalisés, risquent de ne pas attirer demain un public substantiellement plus nombreux que celui d'aujourd'hui.

Pourquoi une télévision réservée à la culture et aux intellectuels ferait-elle venir le public ? Et pour être tout à fait franc il n'est même pas certain que le monde culturel et intellectuel qui ne cesse depuis vingt ans de réclamer une télévision culturelle la regarderait lui-même autant. Il y a loin des mots aux actes, et rien ne dit que le public cultivé se comporterait réellement différemment du spectateur moyen à l'égard d'une chaîne culturelle, puisque, comme tout le monde, il cherche à se distraire, et veut bien de la culture à la télévision à condition qu'il n'y ait pas que des programmes étiquetés « culturels ».

On le verra avec « la 7 ». C'est une chose de vanter les qualités d'*Océanique* plus citée que réellement regardée, c'en est une autre de se comporter réellement en spectateur d'une chaîne faite uniquement d'émissions culturelles, même bien faites. Ce public cultivé

élargi existe-t-il réellement pour la télévision et ne correspond-il pas déjà strictement à la stratification sociale des *happy few* qu'une chaîne culturelle aurait justement pour mission de bousculer et d'élargir ? Qui, en dehors d'une minorité déjà réellement cultivée, c'est-à-dire en possession de tous les codes nécessaires culturels, est réellement susceptible d'accéder à des programmes très fortement typés ? Car tel est l'enjeu : une chaîne culturelle n'est pas faite pour ceux qui ont déjà le bagage culturel leur permettant de trouver ce qu'ils veulent, où ils veulent, elle est plutôt faite pour élargir ce public et toucher une partie du grand public qui demande autre chose que l'offre qui lui est actuellement faite par la télévision généraliste.

La télévision spécialisée dans le domaine de la culture risque, non seulement de ne pas mobiliser ce public, mais de créer un effet d'*apartheid* en renforçant les barrières qu'il s'agit justement de déplacer.

Contrairement aux apparences, la télévision de masse est plus démocratique que la télévision spécialisée en ce sens que l'insertion de programmes culturels, même aux heures tardives dans la programmation, peut mobiliser plus de spectateurs que la somme de ceux que mobiliserait une chaîne centrée sur des programmes culturels. C'est le mot même de culture qui fait frontière et barrière !... Et l'on peut d'ailleurs faire autant pour la culture sans étiqueter comme tels les programmes, comme l'attestent depuis vingt ans nombre d'expériences dont la plus célèbre est, peut-être, celle de B. Pivot.

D'une certaine manière, croire qu'une chaîne culturelle suffirait à augmenter la place de la culture reprend le mythe des pionniers de la télévision des années 1950 qui rêvaient de faire de la télévision le moyen de rattraper le retard culturel de tout un peuple ! Eux avaient tout à fait l'excuse parce que pionniers, alors que quarante ans après, on en sait davantage sur les rapports compliqués entre l'image, la culture et la communication de masse.

Le risque de reproduire les stratifications culturelles et sociales, et non pas d'élargir la définition de ce qui est culturel, peut également se produire pour des raisons cette fois-ci strictement... économiques. Toute télévision fragmentée suppose en effet l'existence d'un public assez large susceptible, malgré sa dispersion, de pouvoir faire vivre la chaîne spécialisée. On comprend qu'il en soit ainsi pour le sport, le cinéma et l'information. Mais le problème est beaucoup plus complexe pour la culture. D'abord parce qu'il s'agit au départ d'un public déjà plus étroit, peu apte à s'étendre rapidement compte tenu des barrières culturelles, ensuite parce que

le consensus sur ce que l'on appelle culturel est beaucoup plus flou que pour ce que l'on appelle, par exemple, sport ou information. Enfin, parce que cette difficulté à définir ce qui est culturel se renforce en passant d'un pays à l'autre en dépit du discours de tous ceux qui, un peu rapidement, parlent de la « culture européenne ». Il y a certes des éléments d'une culture européenne mais la manière de les vivre reste assez marquée, et heureusement par des différences d'approche propres aux pays. C'est là où l'on retrouve toute la complexité de la culture par opposition, par exemple, au sport ou au cinéma. Dès que l'on sort du domaine musical, les différentes cultures rendent difficile cette fameuse mobilisation du milieu cultivé hors des frontières de chaque pays.

L'étroitesse du public potentiel interdirait une programmation trop audacieuse sous peine de ne pas trouver le public susceptible de rentabiliser la chaîne. Ce fait obligerait alors à une production plus classique, alors même que la volonté de diversifier les produits culturels télévisuels est un argument fréquemment avancé par les partisans des télévisions spécialisées qui reprochent aux peu nombreux programmes culturels actuellement disséminés dans les chaînes généralistes de n'être pas assez originaux et diversifiés.

On risque ainsi d'aboutir à une offre de programme limitée aux valeurs sûres pour trouver un public suffisant. A la limite, des programmes les plus innovateurs dans le domaine culturel pourraient presque se trouver dans les chaînes généralistes, même aux heures tardives, car celles-ci, assurant leur rentabilité par ailleurs, pourraient s'offrir le « supplément d'âme » de programmes culturels même très spécialisés. Elles pourraient y trouver un facteur de distinction et de valorisation dans la concurrence acharnée entre chaînes généralistes... D'ailleurs, après les années récentes où le spectre de la programmation s'est effectivement resserré, rien ne dit, ne serait-ce que pour satisfaire aux aspirations d'un public de moins en moins satisfait de cette programmation standardisée, que les chaînes généralistes publiques ou privées ne joueront pas elles-mêmes, plus directement, cette carte d'une production culturelle.

Curieux paradoxes : les télévisions culturelles conçues pour favoriser une production plus originale se trouveraient limitées à une production culturelle classique comme condition économique de leur survie.

Ces conflits quant à la définition de ce qui entre ou non dans le champ de la télévision culturelle renforceraient également les effets de coterie, de mode, qui existent dans la culture comme dans n'importe quelle autre activité, mais qui seraient ici plus masqués sous

des arguments à caractère intellectuel. La lutte pour le pouvoir dans un univers intellectuel n'est pas plus douce que dans n'importe quel autre univers, pas plus en tout cas que dans les télévisions de masse actuelles.

Bref, le plus difficile n'est probablement pas de lancer une chaîne culturelle de télévision, mais d'éviter qu'elle soit bientôt la caricature de ce que le grand public appelle « la culture » et « les intellos » ! et qui aurait pour conséquence directe d'éloigner encore plus le grand public de ces programmes, pourtant réalisés « à leur destination ».

V. — CULTURE D'ÉLITE ET CULTURE DE MASSE

La question de fond est de savoir comment préserver la culture d'élite face au développement massif de la culture de masse depuis cinquante ans. La télévision culturelle conçue dans cet esprit risque de ne pas y arriver, justement parce qu'elle pense pouvoir combler le fossé entre culture et communication.

Il faut d'abord rappeler que la culture de masse, souvent critiquée, est pourtant une conquête de la démocratie, du développement économique et de l'élévation du niveau de vie et des connaissances. Cette culture de masse, qui trouve incontestablement dans la radio et la télévision les outils à sa dimension, constitue un progrès au sens large pour la plus grande partie de la population. Le problème est le maintien de la culture d'élite, qu'il vaut mieux appeler « non grand public » et qui par définition ne sera jamais grand public.

Elle est marginalisée et doit améliorer sa position dans ce rapport de force, qui a toujours existé, mais qui est aujourd'hui plus difficile parce que la culture moyenne est spectaculairement présente avec les médias de masse. Recourir au même outil de la culture de masse, la télévision, en le spécialisant dans un créneau culturel, ne paraît pas stratégiquement la meilleure solution. Ce n'est pas en mettant beaucoup de culture dans une chaîne de télévision que l'on réconcilie culture et médias, car c'est encore croire à la toute-puissance de l'outil. Ce n'est probablement pas en faisant une télévision étiquetée culturelle à côté des autres que l'on résoudra ce problème, tout simplement parce que l'on reste dans le même schéma.

Mais il y a une autre raison, plus structurelle, liée au statut des rapports entre culture et communication, qui empêche de voir dans la télévision culturelle la solution au problème du respect de la culture minoritaire. C'est qu'il y a dans l'idée d'une télévision culturelle

l'hypothèse que l'on peut réconcilier culture et communication.

Or, tout n'est pas communicable, en tout cas pas avec une logique médiatique. Et c'est au contraire cette différence de nature entre une culture de masse susceptible d'être comprise par les médias et une autre culture utilisant d'autres modes d'appréhension et de culture qu'il faut maintenir. Le fossé reste infranchissable entre les deux cultures et ce fossé est finalement bénéfique à tout le monde, car il rappelle que toutes les formes de culture ne sont pas également, ni de la même manière, communicables. Ceci est important dans une société où l'idéologie de la communication domine. Si la télévision est l'outil de la culture de masse, si elle peut, comme elle l'a prouvé pendant trente ans, faciliter l'accès à la culture d'élite par certaines émissions, elle n'est pas cependant l'outil de la culture minoritaire, justement parce que celle-ci, pour la plus grande part de sa production, n'utilise pas la télévision. Réaffirmer tout ce qui sépare les formes de culture et ne pas oublier ce qui les rend partiellement incommunicables est salutaire dans une société où l'on croit que tout peut être communiqué. Eviter cet amalgame qui ferait de la télévision « la mère » de toutes les formes de communication culturelles a aussi l'avantage de rappeler tout ce qui distingue les expressions culturelles dans leur rapport à la communication.

VI. — CULTURE ET TÉLÉVISION : TROIS TYPES DE RELATION

Si l'on admet une différence de nature entre culture et communication, il faut alors trouver les formes de communication les plus appropriées aux différentes situations culturelles.

Dans les rapports entre culture et communication, il paraît possible de distinguer trois situations pour la télévision :

La première est celle où la télévision est l'instrument privilégié de la culture de masse. Il paraît d'ailleurs plus juste de parler de culture moyenne, c'est-à-dire de la culture du plus grand nombre dans un pays démocratique à haut niveau de vie matériel et culturel. Cette culture moyenne est la culture de tout le monde, de l'élite, comme de la plus grande partie de la population, et l'on est obligé de reconnaître de ce point de vue que la télévision constitue, contrairement à ce que pensent de très nombreux critiques, un outil de démocratisation, adapté aux ambitions d'une démocratie de masse. En ce sens, non seulement la télévision est l'outil de diffusion de la culture de masse mais elle est aussi un des lieux de cette production

culturelle grand public. Elle diffuse et crée, les deux étant là indissociables.

La seconde situation concerne tout ce qui n'est pas cette culture moyenne, et d'abord sans doute cette culture d' « élite », c'est-à-dire celle du petit nombre de ceux qui dans un pays ont des postes à responsabilité intellectuelle, politique, scientifique, culturelle et qui ont donc une production et une consommation culturelles différentes de celle du grand nombre. Ils utilisent aussi la télévision et celle-ci peut, pour une partie de ses émissions, offrir ce qu'ils souhaitent en fournissant ainsi à la partie du grand public qui le désire un accès à des formes de cultures différentes. Comme le montre l'histoire de la télévision, de très nombreux auteurs, réalisateurs, journalistes, universitaires ont fait des émissions à caractère intellectuel, au sein de la télévision de masse, et certaines ont eu un succès considérable.

Ces émissions essaient de marier les deux dimensions contradictoires : parler à un public éclairé de sujets parfois difficiles en utilisant la télévision qui, par nature, est un médium susceptible d'être compris par tous.

La troisième situation est l'incommunicabilité entre certaines formes de production ou de consommation culturelles et la télévision, rappelant ainsi tout ce qui reste « non communicable » dans la culture. En soulignant ainsi tout ce qui sépare parfois culture et télévision, on laisse à chacun des deux univers la liberté, mais aussi la responsabilité qui consiste à trouver d'autres formes d'accès à des œuvres culturelles non communicables par les médias classiques. Au lieu de croire que tout est là, déjà prêt à communiquer, du plus populaire au plus élitiste, on sait au contraire que certaines pratiques culturelles n'ont rien à voir avec la télévision.

Telles sont les trois situations des rapports entre culture et communication :

- la télévision est l'outil privilégié de la culture populaire et moyenne tant du point de vue de la production que de la distribution ;
- la télévision est une voie d'accès à certaines formes de culture non grand public ;
- la télévision ne peut supprimer l'écart entre culture d'élite et culture de masse et une certaine discontinuité entre culture et communication demeure.

VII. — CONCLUSION :

LES AVANTAGES DE LA TÉLÉVISION DE MASSE.

LES INCONVÉNIENTS DE LA TÉLÉVISION FRAGMENTÉE

Il y a des consensus qui ressemblent à des conformismes. Tel est le cas aujourd'hui de la télévision culturelle, à la mode depuis l'apparition des chaînes spécialisées, et considérée comme le seul moyen de résister au mouvement de marginalisation de la culture au sein d'un espace audiovisuel de plus en plus arrogant et pauvre. Car tel est incontestablement la vérité : depuis cinq à sept ans, la paupérisation est visible dans la télévision aussi bien publique que privée.

Mais comment savoir si ce processus est définitif car, comme on l'a remarqué, en matière de télévision les choses vont vite et si aujourd'hui la culture ne fait pas d'audience, elle pourrait devenir demain un facteur de distinction utilisé par certaines chaînes dans la concurrence qui les oppose et satisfaire aussi la demande d'un public qui n'appréciera pas éternellement des programmes appauvris et identiques sur toutes les chaînes.

Si l'on est pessimiste, comme souvent d'ailleurs dans les milieux intellectuels et culturels, et que l'on pense que le mouvement de marginalisation de la culture à la télévision est définitif, la question de fond est de savoir si la meilleure manière de la défendre consiste à créer une ou plusieurs chaînes culturelles, françaises ou européennes. C'est cette idée de bon sens qui s'est imposée à tout le monde et qui explique le consensus actuel.

J'espère avoir suffisamment montré les dangers et l'inefficacité de cette solution, tout en ayant hélas peu de chances d'être entendu tant semble fort aujourd'hui le conformisme en faveur de la chaîne culturelle. Et pourtant l'enjeu va bien au-delà de la télévision culturelle. Il mériterait un débat pour ébranler l'accord actuel dont le seul avantage est d'être une solution facile et élégante à un problème compliqué.

En réalité, la télévision culturelle, faite pour préserver et surtout élargir le public cultivé, risque d'aboutir à un effet de ghetto parce qu'elle part d'une méconnaissance du statut de la télévision et prend appui sur les modèles de la télévision fragmentée dont les premières applications ont été le sport, puis le cinéma et l'information, c'est-à-dire des activités dont la nature est moins complexe que celle inhérente au fait culturel.

Est-ce à dire qu'il n'y a rien à faire, et attendre passivement que les seigneurs de la communication, forts de leur idéologie du

taux d'écoute, marginalisent inéluctablement la production culturelle ? Certainement pas, mais à condition de partir de ce qu'est la télévision pour y améliorer la place des programmes culturels et casser ainsi l'arrogance de ceux qui, tel Staline et les divisions blindées du pape, ne veulent entendre parler de la production culturelle qu'à l'ombre des taux d'écoute... Pourquoi leur laisser le monopole du meilleur outil de diffusion, même si évidemment aucun programme culturel ne fera jamais autant d'audience qu'une émission de variété grand public ? Pourquoi imaginer que la situation actuelle, mauvaise, ne pourrait s'améliorer alors même que les trente premières années de la télévision ont montré ce qui pouvait déjà se faire dans un contexte pourtant plus difficile ? Pourquoi ne serait-il plus possible de faire cohabiter culture d'élite et culture de masse ?

C'est donc au sein des télévisions généralistes que le rapport de force doit changer pour éviter les délices empoisonnés de la télévision culturelle – *apartheid*.

Ensuite, il faut reconnaître qu'il y a plusieurs formes de culture et que, si la télévision est le lieu par excellence de la culture de masse, elle peut également, à condition de respecter ses règles, être une voie d'accès à la culture minoritaire tout en sachant qu'il ne s'agit que d'une voie d'accès plus ou moins facile d'ailleurs, selon les domaines culturels.

Enfin, il faut reconnaître que la télévision ne peut pas tout pour la culture. Même une télévision culturelle haut de gamme ne résoudrait pas le problème de la communication culturelle car il reste toujours quelque chose d'incommunicable entre la culture et la télévision, entre la culture d'élite et la culture de masse.

En un mot, il faut admettre ce qu'il y a de structurellement frustrant dans la relation entre culture et communication et ne pas croire que la télévision, pas plus que toute autre technique de communication, comblerait ce manque. Cette limite de la télévision traduit d'ailleurs le fait qu'elle n'est pas toute-puissante et retrouve la conclusion déjà évoquée quant à son pouvoir dans le domaine politique.

En matière culturelle, il semble bien, tout compte fait, que la télévision généraliste soit la pire des solutions, à l'exception de toutes les autres.

RÉSUMÉ. — *Aujourd'hui, s'installe un consensus en faveur de la télévision culturelle. Cette solution risque d'échouer car la télévision culturelle renforce un processus de ghetto, ne trouve pas forcément le public recherché, traduit un contresens sur le statut de la télévision comme médium, et donne le sentiment de pouvoir réconcilier culture d'élite et culture de masse.*

Malgré des inconvénients évidents, c'est au sein de la télévision généraliste que la bataille doit être menée pour élargir la place des programmes culturels, qui seront de toute façon bientôt réclamés par un public lassé d'une programmation trop pauvre.