

Comment parler de la qualité?

FRANÇOIS JOST

Université Sorbonne Nouvelle - França - francois.jost@univ-paris3.fr
François Jost é diretor do Centre d'études sur l'image et son médiatiques (CEISME),
na Université Paris III, onde atua como professor e pesquisador.
Especialista em Televisão, estuda a produção e a recepção no cinema
e na televisão com base na análise semiótica.

Resumo

Este artigo de François Jost, professor e pesquisador da Université Sorbonne Nouvelle, apresenta uma articulação de perspectivas de análises e estudos de caso sobre o conceito de qualidade na televisão. O objetivo foi o de sistematizar as proposições apresentadas por pesquisadores de diferentes países no colóquio "Qu'est-ce qu'une télévision de qualité?", realizado na França, em Paris, em setembro de 2012 no Centre d'Étude des Images et Sons Médiatiques (CEISME-CIM) com patrocínio do Instituto Nacional de Audiovisual (INA) e apoio da Agência Nacional de Pesquisa (ANR) e Indústria Cultural e Criação Artística (ICCA).

Palavras-chave

Televisão, Qualidade, Conceito, Análise, Metodologia.

Abstract

This article by François Jost, professor and researcher at the Université Sorbonne Nouvelle presents an articulation of analysis's perspectives and case studies on the concept for television quality. The objective was to systematize the propositions presented by researchers from different countries at the colloquium "Qu'est-ce qu'une télévision de qualité?". Held in France, Paris, in September 2012 at Centre d'Étude des Images et Sons Médiatiques (CEISME-CIM) sponsored by Audiovisual National Institute (INA) and support of the Research National Agency (ANR) and Cultural Industry and Artistic Creation (ICCA).

Keywords

Television, Quality, Concepts, Analysis, Methodology.

Artigo recebido em 19/09/2012
Aprovado em 25/06/2013

Il y a deux ans, le président de France Télévisions, à qui l'on demandait si sa mission était de faire une télévision « populaire et de qualité », répondit: « Populaire, oui », confiant son embarras à définir le second terme. Il y a quelques mois, alors que j'annonçais dans une réunion mon intention d'organiser un colloque sur ce thème, un responsable du chaîne culturelle se mit en colère. « Pourquoi faire un tel colloque... est-ce que vous feriez la même chose sur le cinéma ou la littérature ? », lança-t-il. A vrai dire, ces réactions peu encourageantes furent un solide encouragement à aller jusqu'au bout de cette entreprise: après tout, le refus de débat, comme le refus d'un cheval devant l'obstacle, n'est pas l'indice de son inutilité, mais seulement de sa difficulté. Le colloque¹ se fit donc, et votre présence prouve qu'il répond en tout cas à une interrogation des universitaires. Quoique. Le commentaire d'une collègue et amie sur la page Facebook qui fut créée pour faire connaître ce colloque témoigne, là encore, d'une certaine perplexité devant son titre : « j'aurai grande curiosité, en septembre prochain, à connaître la réponse à la question ici posée et déroulée en faveur de la télévision, avec preuves à l'appui, j'espère bien ! En attendant, je continuerai à snober mon téléviseur, qui n'en peut, mais. » Pour cette professeur de cinéma, le rapprochement de télévision et de qualité est carrément un « oxymoron », comme l'écrivent Janet McCabe et Kim Akass (2007 : 1). Aurions-nous plus de chance du côté des chercheurs en TV studies ? Ce n'est pas sûr, puisque, ainsi que l'écrit, Sarah Cardwell, « TV scholars have been far too unwilling to stake their claims about individual programmes » (2007 : 23).

Devant tant de scepticisme, il faudrait beaucoup d'aplomb pour oser définir de but en blanc ce qu'est la qualité s'agissant de télévision. Néanmoins je ne crois pas non plus qu'il faille y renoncer. Pour avancer dans cette direction, je propose donc des chemins de traverse. Le premier est, pour ainsi dire, historique et culturel : il consiste à aller voir comment naissent les débats sur la qualité. Et comme, pour expérimenter, on a

¹ N.E. - O evento citado intitula-se Colóquio "Qu'est-ce qu'une télévision de qualité ?", organizado pelo autor em Paris (França), entre os dias 12 a 14 de setembro de 2012. O texto ora publicado foi apresentado na abertura do evento e a convite dos editores da EJM está sendo reproduzido na íntegra para esta edição Dossiê Televisão.

besoin de groupes témoins, je me propose d'observer ce que change la situation institutionnelle de la télévision à ce surgissement de la problématique de la qualité en envisageant deux questions:

-Comment surgit-elle dans un univers audiovisuel globalement

-Comment surgit-elle dans un univers audiovisuel globalement privé ? Qu'il s'agisse de la télévision américaine avec la naissance de PBS (1969) ou du Brésil avec le lancement de TV Brazil, en 2007.

Le second chemin consiste à mettre au jour comment les normes s'insèrent dans une idée de la communication télévisuelle qui privilégie soit le produit télévisuel comme une entité isolée soit l'un des acteurs de cette communication.

Comment naît le débat sur la qualité?

Origine de la problématique dans la télévision publique

Pour avancer dans cette direction, il convient d'abord d'avoir en tête que la qualité n'est pas une propriété constitutive des biens culturels, qu'on pourrait définir comme, par exemple, les règles d'un jeu ou d'un sport, mais l'apposition d'une norme. Qu'elle le revendique ou non, toute définition de la qualité est normative : que je juge la retransmission en direct des Jeux Olympiques bonne ou mauvaise n'enlève rien au caractère constitutif du direct, à savoir la simultanéité de l'événement et de la diffusion. La difficulté théorique est donc de ne pas essentialiser ce jugement en l'attribuant au programme lui-même, mais de mettre en évidence le terrain du jugement, la norme. Le philosophe et historien des sciences Georges Canguilhem, dont on vient de republier l'oeuvre, nous rappelle à bon escient, dans *Le Normal et le pathologique*, qu'« une norme, en effet, n'est la possibilité d'une référence que lorsqu'elle a été instituée ou choisie comme expression d'une préférence et comme instrument d'une volonté de substitution d'un état de choses satisfaisant à un état de choses décevant. »

Cette « volonté de substitution d'un état de choses satisfaisant à un état de choses décevant » caractérise parfaitement le besoin qui se fait sentir à un moment de l'histoire des médias de poser la question de la qualité ou de la raviver.

En France, le débat surgit pour la première fois au moment où les trois chaînes publiques vont acquérir une relative autonomie. En 1974, l'ORTF -l'Office de télévision et de radio française – qui regroupait les trois canaux de télévision et la radio éclate et ceux-ci acquièrent une certaine indépendance. Dès lors, la question de la qualité se pose. Non pas en raison d'une baisse objective des programmes ou d'un sentiment subjectif de dégradation, mais pour des raisons économiques. A partir du moment où TF1, Antenne 2 et France Régions 3 devenaient trois sociétés séparées, il fallut déterminer comment répartir l'argent public récolté à travers la redevance, d'autant que le volume de publicité de marque, introduite en 1968 sur le service public, était indexé sur la budget des chaînes.

Bien que les trois sociétés fussent encore publiques, la situation nouvelle les rendait forcément concurrentes. Le législateur prit alors conscience de l'effet pervers qui pouvait en résulter : la course à l'audience. Et il fut donc décidé d'introduire un coefficient de variation dans la répartition de la redevance en fonction de deux éléments : l'indice d'écoute et l'indice de qualité. Non pas de façon égale, mais en donnant trois fois plus de poids à l'indice de qualité. En somme, on choisit à l'époque la qualité du programme contre la quantité des téléspectateurs.

En 2008, Sarkozy décida de supprimer la publicité après 20 heures, sans doute avec l'idée que c'était elle qui poussaient les sociétés de télévision publiques à se tourner vers la recherche de l'audience. Mais la situation avait changé : l'audiovisuel en France n'était plus un monopole de l'état. Et les résultats de cette mesure, sans doute à cause de la dualité privépublic, furent décevants. Certes, un nouvel indice de qualité fut élaboré (dont nous reparlerons vendredi), mais, faute de lui donner une fonction précise et d'établir une règle de répartition proportionnelle avec l'indice d'écoute, la suppression de la publicité n'eut pas d'influence sensible sur la politique de l'audience.

Conclusion intermédiaire: dans un système public, la qualité apparaît comme un rempart contre une concurrence seulement soucieuse de l'indice d'écoute. Il faut alors introduire des indicateurs permettant de différencier les programmes entre eux, comme on le verra tout à l'heure.

La qualité, remède de la télévision publique aux défauts de la télévision commerciale

La situation est assez différente lorsqu'une télévision publique naît dans un contexte globalement privé comme c'est le cas aux USA ou au Brésil.

Bien avant que l'étiquette « Quality TV » devienne l'équivalent d'un nom de genre, on voit cette expression apparaître dans des journaux, parfois en titre comme ce « Quality Television. What you can do », qui incite le téléspectateur à manifester ses exigences de qualité par courrier: « Those letters may have an essential place in the future of the Public Broadcasting Service (PBS). Over this facility, some of the most original and colorful TV programming in the United States has awakened viewers to what the medium can be » (The Christian Science Monitor, 26.2.1971).

A l'inverse de la télévision française, pour qui la question de la qualité est opérante à l'intérieur du service public, mais au moment où la concurrence devient effective, la télévision publique américaine (PTV) se définit par opposition aux chaînes commerciales et met l'accent sur les programmes éducatifs. PBS est issu du réseau de la télévision et de la radio éducatives, NETRC (the national educational TV and radio center) qui deviendra NET² en déménageant à NY. La première commission Carnegie (1967) « sought a new identity for educational television » en opposant deux logiques:

« Commercial broadcasting in this country seeks to capture the largest possible audience and thus cannot afford to give airtime on a continuing basis to programmes which will not draw such audiences. As a result, commercial broadcasting seeks primarily to entertain.

Public broadcasting directs its programmes either to the student in the classroom or to community itself. In both instances, its calls upon instincts to work, build, learn and improve. Its

² « Net was formed as a private, non-profit, tax-exempt corporate entity », p. 4, *Net programming*

programming is not appropriate for support by advertising because it will very likely not draw audiences large enough to be commercially successful. In every way, Public broadcasting is an alternative service to commercial broadcasting » (Public Broadcasting in the United States. A white Paper, p. 2 sans numérotation)³

La « quality of programming », expression qui revient souvent sous la plume des cadres de PBS repose donc sur un paradigme où s’opposent deux publics, d’une part « the largest public » et le public des étudiants ou de la communauté (le premier s’expliquant par la présence d’une véritable télévision scolaire avec ses cours à distance) ; d’autre part deux attitudes « to entertain » et « to learn ». En 1972, PBS répartit d’ailleurs sa grille de base (« Basic Service Schedule ») en trois parts : « 20% Public Affairs, 40% Cultural, 40% Children ».

Ces intentions sont très bien perçues par la presse, qui titre par exemple « Public La télévision publique adresse ses programmes soit à l’étudiant dans sa salle de classe soit à la communauté elle-même. Dans les deux cas, elle fait appel à ses instincts pour travailler, construire, apprendre et progresser. Sa programmation n’est pas faite pour la publicité car elle n’attirera probablement pas d’audience assez importante pour être commercialement rentable. En tout cas, la télévision publique est une alternative à la télévision commerciale » François Jost, Comment parler de la qualité ? Colloque « Qu’est-ce qu’une télévision de qualité ? », television offers Alternatives To Commercial Network’s Fare » (Philadelphia Inquirer, 14.12.1970) ou « Commercial Nets Gets New Lessons from PBS » (Philadelphia Inquirer, 6.1.1971).

L’ « alternative » avec la télévision commerciale est en revanche moins clairement perçue par le public, d’autant que le problème de PBS est qu’on la

³ Archives of PBS, University of Maryland, Collection 1, series 2, Sub series 5, 1973. Traduction : « La télévision commerciale dans ce pays cherche à capturer l’audience la plus grande et ne peut donc se permettre de donner du temps d’antenne sur une base continue à des programmes qui n’attireraient pas une telle audience. En conséquence, la télévision commerciale cherche avant tout à divertir. La télévision publique adresse ses programmes soit à l’étudiant dans sa salle de classe soit à la communauté elle-même. Dans les deux cas, elle fait appel à ses instincts pour travailler, construire, apprendre et progresser. Sa programmation n’est pas faite pour la publicité car elle n’attirera probablement pas d’audience assez importante pour être commercialement rentable. En tout cas, la télévision publique est une alternative à la télévision commerciale »

sélectionne pour une émission plus qu'on ne la regarde en continu⁴. Un sondage Louis Harris mené en 1971 pour PBS montre que 67% des téléspectateurs pensent que PBS est « mainly educational » contre 13% à la télévision commerciale, mais elle considère aussi qu'elle s'adresse aux gens les plus cultivés (39% contre 17% à la question « Mainly appeals to people with above average education »). Par ailleurs, elle ne se différencie pas de la télévision commerciale pour les programmes en direction des minorités (44 vs 43) et, plus grave, elle semble prendre moins de risques en termes de programmes (« Willing to take risk with different kinds of programmes » 49 vs 54). L'étendue de sa programmation, conclut l'étude, n'est donc pas reconnue. Dans l'esprit du public, PBS est d'abord une télévision éducative. On ne s'étonne pas dans ces conditions que les seuls programmes véritablement populaires, les seuls qui ont développé « a mass audience » soient *Sesame street* (27%) et *Mister Roger's Neighborhood* (7%).⁵ 65% des téléspectateurs regardent *Sesame street* tous les jours.

Cette double origine – à la fois contre un système, la télévision commerciale, et pour une mission, l'éducation – explique que le point fort de la PTV, dans ses toutes premières années, est l'éducation. Ce n'est pas seulement que PBS dérive de NET, la télévision éducative, c'est aussi parce que l'on considère que les défauts de la télévision commerciale nuisent d'abord aux enfants. Plus généralement, s'opposer au poids de la publicité semble être une garantie de qualité, du seul fait qu'elle ne traite par le téléspectateur comme un simple consommateur potentiel.

L'autre fait remarquable, c'est que la définition par la négative – ce qu'il ne faut pas faire – n'est pas suffisante pour inventer une nouvelle norme. Il faut, comme le dit Canguilhem que je citais en introduction de cet exposé, une norme « choisie comme expression d'une préférence et comme instrument d'une volonté de substitution d'un état de choses satisfaisant à un état de choses décevant. » Cette norme, PBS va très largement la chercher dans une autre télévision publique, la BBC, avec les dramas (*Upstairs, downstairs and the Jewel in the crown*), mais aussi les magazines scientifiques

⁴ *The viewing of Public Television- 1971. Prepared for Public Broadcasting. Notélévision. 1971 Conducted by Louis Harris and Associated, Inc.*, Archives de l'University of Maryland, collection 1 series 2/Box 4.

⁵ A la question « What particular programmes you have watched ? », étude Louis Harris

comme Nova. Rétrospectivement, un responsable de PBS écrira d'ailleurs : « The Forsythe Saga established public television as a showcase for quality programming from abroad as well as at home »⁶.

Deuxième conclusion intermédiaire: pour une télévision publique comme PBS, qui se développe dans un contexte globalement commercial, la qualité se définit par une restriction de l'éventail de ses programmes. Trois grands secteurs peuvent correspondre à une « quality of programming », comme l'indique « a new system of programming » mis au point dans l'hiver 1972: The Arts, subdivisé en Human relations and sport, Educative (formal and informal) et Public Affairs. En revanche, tout ce qui relève directement de l'entertainment est exclu⁷.

L'acte de naissance de la récente TV Brazil, en 2007, n'est pas tout à fait éloigné de la situation qui a donné naissance à PBS. Elle aussi naît dans un pays fédéral où les télévisions éducatives d'état (estadual) ont joué un rôle important. Elle aussi se définit par opposition à un modèle de télévision commerciale, plus hégémonique encore qu'aux États-Unis, la chaîne Globo, en sorte que la qualité est d'abord une affaire de programmation, dont la mission est 5 Public television at 1980 in the forefront, p. 3. résumée de façon synthétique sur le site de la chaîne : « Sua finalidade é complementar e ampliar a oferta de conteúdos, oferecendo uma programação de natureza informativa, cultural, artística, científica e formadora da cidadania. »

Comme on le voit, contrairement à un service public né dans le monopole, comme le système français, mais pareillement à PBS conçu comme opposition au commercial, le divertissement est absent de la liste des missions de TV Brazil. En revanche, la formation du citoyen et l'apprentissage de la citoyenneté occupent une place prépondérante dans la finalité de la chaîne. Pour Silvio Da Rin⁸, qui est gérant exécutif à TV Brazil, ce qui est prioritaire pour cette chaîne, qui n'est plus une chaîne

⁶ *Public television at 1980 in the forefront*, p. 3.

⁷ THE ARTS regroupe des collections comme *Film Odyssey, Biography, Masterpiece theater, Forsythe Saga*. PUBLIC AFFAIRS *Human relations, Bill Cosby on prejudice, The Private lives of American ; Sports and recreation* (tournois de tennis). EDUCATIVE Formal (télévision scolaire), Informal (*Sesame street, Electric Company, Mister Rogers, French Chef*). tennis). EDUCATIVE Formal (télévision scolaire), Informal (*Sesame street, Electric Company, Mister Rogers, French Chef*).

⁸ José Roberto Garcez, Director de Sertelvisión ; Siltelvisión Da-rin, Gerente Executivotélvisión de Articulação Internacional e Licenciamento

d'état comme d'autres télévisions publiques auparavant, mais une chaîne fédérale, est de « consolider la communauté culturelle ». Comment ? En « valorisant la culture de chaque état et en faisant connaître les différentes cultures aux différents états », précise Roberto Garcez. Alors que Globo unifie, égalise toutes les cultures, poursuit-il, TV Brazil encourage la production indépendante et la production régionale.

Pourtant, Globo fait à première vue une promesse institutionnelle qui n'est gère différente: A diversidade geográfica torna o Brasil um país único. « o dia-a-dia da diversidade cultural do nosso povo faz parte do cotidiano da TVGlobo. A emissora faz telespectadores se enxergarem numa programação feita para os brasileiros, por brasileiros. É o espelho que reflete a nossa cultura, a janela que mostra aos outros povos as cores do Brasil e através da qual se vê o Brasil e o mundo⁹ ». Mais il y a une grande différence d'approche quant à la conception de l'identité des deux chaînes.

Pour Globo, l'identité brésilienne passe d'abord par la fiction. Comme on sait, les telenovelas de 20 heures, ou de 21 heures diffusées sur Globo sont capables d'atteindre des 7 José Roberto Garcez, Director de Sertelêvisioniços ; Siltelêvisionio Da-rin, Gerente Executitelêvisionio de Articulação Internacional e Licenciamento 8 « Le jour après jour de la diversité culturelle de notre peuple fait partie du quotidien de TVGLOBO. Le diffuseur fait en sorte que les téléspectateurs se voient dans une programmation faite par des Brésiliens pour des Brésiliens. C'est le miroir qui reflète notre culture, la fenêtre qui montre aux autres peuples les couleurs du Brésil et à travers lesquelles se voient le Brésil et le monde ». scores d'audiences considérables et c'est donc pour une grande part la fiction qui « torna o Brasil um país único ». En revanche, le documentaire a peu ou pas de place dans la programmation, comme l'atteste la catégorisation des genres par la chaîne. Son site recense six catégories : Dramaturgia, infantil, humor, variedades, jornalismo, esporte. Manque à l'appel le documentaire, alors même que l'une des particularités du Brésil est précisément que 40% des films projetés en salle sont des documentaires.

⁹⁸ « Le jour après jour de la diversité culturelle de notre peuple fait partie du quotidien de TVGLOBO. Le diffuseur fait em sorte que les téléspectateurs se voient dans une programmation faite par des Brésiliens pour des Brésiliens. C'est le miroir qui reflète notre culture, la fenêtre qui montre aux autres peuples les couleurs du Brésil et à travers lesquelles se voient le Brésil et le monde ».

Plutôt que de faire l'unité du public autour de la fiction, TV Brazil confie aux genres du réel le soin d'unir le public autour de la diversité culturelle du Brésil, comme le montre l'étude de la grille. Les telenovelas en sont complètement absentes, et les films de fiction n'en occupent que 7,8%. A partir de 20 h, s'enchaînent des débats, des documentaires, des magazines. L'émission la plus regardée est Sem censura, revue d'actualité et de culture pour les femmes à la maison, qui confronte cinq personnes, qu'il s'agisse de chercheurs ou de gens qui travaillent dans le milieu culturel. Les efforts de la chaîne pour le documentaire sont d'ailleurs importants.

Parce que l'objectif prioritaire d'une télévision qui se veut nationale et non seulement fédérale, qu'elle soit privée ou publique, est de donner à la diversité culturelle le sentiment d'une unité, la culture se définit, pour la TV Brasil, d'abord à partir de la relation des programmes au réel. De même ce qui guide le choix des films de fiction diffusés, c'est essentiellement leur appartenance à la « brasilianité », si l'on peut dire. Contrairement à Globo, qui passe des films de provenances diverses, TV Brazil se concentre sur la diffusion de la production nationale (vendredi et samedi).

Du côté de la Globo, on a choisi de faire du marketing social et de l'information par le biais de la fiction, du côté de TV publica, la discussion sur les problèmes actuels passe par la parole ou par le documentaire, c'est-à-dire par des renvois directs à la réalité. On voit bien que les différences de ces choix stratégiques reviennent bien à battre en brèche un discours trop ludique et trop éloigné du réel par un discours plus « sérieux » et, comme tel plus culturel.

Troisième conclusion intermédiaire : on peut dire que, dans un pays où la fiction est le vecteur de l'apprentissage, les genres du réel sont dotés a priori d'une qualité supérieure et, donc, que la lutte pour la qualité s'identifie à une lutte des « mondes » de la télévision, le monde réel contre les mondes fictifs ou ludiques.

La Quality TV, fortement associée à HBO, relève d'un processus du même genre. Cette fois, ce n'est pas contre le système commercial en lui-même qu'elle a construit son idée de la qualité, mais contre ce que ce système empêche : la grossièreté, la représentation des scènes de sexe¹⁰.

¹⁰ McCabe et Akass l'ont parfaitement montré et je n'y insisterais pas faute de temps.

Quelles normes pour la qualité?

Ce que je voudrais faire à présent, c'est entrer un peu plus dans le détail des critères mis en avant pour la qualité. Ce qui frappe à la lecture de la littérature scientifique et professionnelle concernant ce thème, c'est à la fois leur diversité et leur éclatement, si je puis dire. Les uns se placent au niveau de la fabrication, les autres au niveau des programmes, d'autres prennent en compte leur fonction, etc. En bref, les discussions partent dans tous les sens, faute de se rencontrer sur un terrain commun. Avant de répondre frontalement à la question « Qu'est-ce qu'une télévision de qualité ? », il me semble donc nécessaire de recenser à quels niveaux peuvent se placer les réponses, un peu à la manière de Laurent Jullier quand il se demande « Qu'est-ce qu'un bon film ? ». Et, pour ce faire, au fond, repartir de la formulation simple de la communication offre, si ce n'est une parfaite exhaustivité, au moins une approche raisonnée des réponses apportées par les chercheurs et les professionnels. Who (says) What (to) Whom (in) What Channel (with) What Effect?

Pour répondre à la question Who says, encore faut-il avoir une idée claire de l'énonciation télévisuelle et savoir qui, finalement, adresse le programme au public : l'auteur ou le réalisateur du programme ? le producteur ou le diffuseur ? Pour ne pas entrer dans les méandres de l'énonciation, je me limiterai à deux figures : le diffuseur et l'auteur.

Le respect des engagements

Comme le suggère ma première partie, le premier critère pour juger de la qualité est la conformité au Cahier des charges ou aux engagements de la chaîne. C'est très clairement formulé dans le cas d'une télévision à monopole étatique comme la télévision française en 1976 : la Commission d'appréciation de la qualité « accordera une grande importance à la conception d'ensemble des programmes, à leur équilibre, à

leur conformité avec les cahiers des charges, c'est-à-dire à leur fidélité à la mission que les sociétés de programmes doivent assurer auprès du public¹¹ ».

PBS, dès sa création, dit la même chose à sa manière : « The station managers [...] saw that one of the first and most critical tasks of the new organization would be the formulation of a policy on programme standards and practices to govern its operation¹² ». Et le Board, dans le même document de fin 1971, fixe les grandes responsabilités de PBS par rapport aux programmes et à l'information.

C'est encore sur la conformité de la chaîne publique portugaise RTP2 aux engagements pris par la loi sur l'audiovisuel que Gabriela Borges juge la qualité des programmes.¹³

L'épineuse question del'auteur

Quel rôle joue l'auteur dans cette évaluation ? Autour de lui tournent les arguments contre l'idée même de qualité, les arguments de ceux qui, comme ma collègue de cinéma citée en introduction, pensent que qualité et télévision sont deux termes irréconciliables et en donnent pour preuve que la télévision n'a pas d'auteur. Voici, à titre d'exemple, ce qu'affirme un réalisateur bien connu de télévision, en 1982, aux Cahiers du cinéma : « la télévision, en 30 ans, n'a pas engendré un seul auteur, alors qu'elle a pris le relais du cinéma en devenant le medium populaire [...] Et ce qui frappe, c'est qu'il n'y a pas à la télévision d'oeuvres populaires et de qualité¹⁴. » Jugement partagé aujourd'hui, comme on l'a vu, par le responsable de la télévision publique française. L'étiquette « quality TV » accolée aux séries de fiction est d'ailleurs solidaire de l'émergence de l'idée d'auteur pour les productions télévisuelles. Alors que pendant des années les séries étaient attribuées à un nom qui renvoyait en fait à une pluralité d'auteurs, ce que j'ai appelé un « alias »¹⁵, aujourd'hui les séries d'HBO (puis d'AMC et de Showtime) sont valorisées par un nom d'auteur, qui n'est pas loin de recouvrir la

¹¹ CAC 1981 0124, Art. 101 Sans date : sans doute 1976, peut-être 1975.

¹² Qualité and standard practices, *Archives of PBS*, collection 1, series 2, subserie 5.

¹³ Télé-télévision n°2

¹⁴ « Entretien avec Yves Laumet », Serge Le Peron et Alain Philippon, *Les Cahiers du cinéma* n°336, mai 1982.

¹⁵ F. Jost, *Realtà/finzione. L'Impero del falso*, Milan, Castoro editrice.

figure du génie inspiré, qu'il s'agisse d'Alan Ball (avec *Six Feet under* et *True Blood*) ou de Tom Fontana (*Oz*).

Curieusement, en France où la politique des auteurs est une vieille tradition cinématographique, l'unicité de l'auteur a pu sembler nuire à la qualité du produit final, pour deux raisons différentes, mais liées toutes deux à l'idée de série. La première est invoquée par une note « sur une recherche d'amélioration de la qualité dans les programmes de télévision », qui date de 1976¹⁶. Elle recommande de limiter les séries et les feuilletons » car « les films de séries ont pour résultat d'occuper un nombre considérable d'heures d'antenne au profit d'un petit nombre de créateurs, d'où l'effet de répétitivité ». Pour l'endiguer, on propose alors d'instituer un plafond d'heures confiées annuellement à une même personne. Cette recommandation est solidaire de l'idée que la création télévisuelle est liée à la fabrication de « prototypes » (mot qui est d'ailleurs employé dans la même note) et que la série tue l'originalité qui résiderait dans chaque auteur. Cette primauté de l'unité contre la série est encore souvent revendiquée par les auteurs de fiction, qui lie la sérialisation à la répétition d'un format et, donc, du même.

Chez les auteurs de séries de fiction, en revanche, l'exemple américain, avec son « show runner » et ses ateliers d'écriture est de plus en plus vue comme un gage de qualité.

Qu'est-ce qu'un programme de qualité?

La majorité des critères de la qualité portent sur le produit audiovisuel lui-même (What ?). Deux séries d'arguments sont mobilisés : des arguments extrinsèques, qui s'appuient sur des critères extérieurs au produits, des arguments intrinsèques, qui trouvent ces critères dans le produit lui-même.

L'une des attributions extrinsèques les plus courantes consiste à évaluer un programme en fonction du genre auquel il appartient ou du genre qu'il évoque. La revendication de qualité de la télévision publique américaine s'est ainsi très fortement appuyée sur ce qu'on a pu appeler « The Shakespeare Experience » et sur la place faite aux « masterpieces » du théâtre. La BBC, et plus spécialement ses dramatiques, ont

¹⁶ Note du 21 juin 1976, CAC, versement n°1981 01 24, art. 92

légitimé les premiers pas de PBS. A tel point que, lorsque apparaît le Masterpiece Theatre on choisit une musique à la gloire de l'Angleterre et d'écrire theatre plutôt que theater car la graphie anglaise apparaît comme plus chic¹⁷. Par la suite, l'excellence du réseau sera encore jugée en fonction de la représentation d'un certain nombre de genres qui sont constitutifs de la qualité de sa programmation : « It is impossible to imagine a first-class television programme service which does not include a strong and varied strand of comedy. The same can be said of original drama, or dance, or investigative reporting, or educational entertainment for preschoolers, or a dozen more major programme strand¹⁸ ». Cette valorisation de certains genres peut, dans certaines occurrences, légitimer la qualité, quel que soit l'item y appartenant. Ainsi, dans le cas du cahier des charges de la télévision publique française d'aujourd'hui, « la retransmission de spectacles vivants » appartient aux « nouveaux engagements sur les programmes » en matière de culture, que l'on peut identifier à une promesse de la « qualité », bien que le mot n'apparaisse pas tel quel (il n'apparaît que trois fois dans le cahier des charges et encore pour définir des normes plutôt techniques qu'esthétiques). Les retransmissions de pièces de théâtre sont donc considérées comme étant en soi des indices de qualité, même si, dans les faits, les pièces choisies sont parfois médiocres.

Autre art légitimant, le cinéma. Cet argument est fréquemment évoqué pour vanter la qualité des séries américaines contemporaines. Le fameux slogan « HBO is not TV » a évidemment encouragé de nombreux chercheurs à la compléter par « ...but cinema ». C'est le cas, par exemple, de Janet Feuer, qui affirme : « The claim to being 'not TV' is made by claiming to be something else : namely, art cinema or modernist theatre¹⁹ ». Pour elle, la qualité de *Six Feet Under* tient largement au fait qu'Alan Ball trouve son inspiration chez des cinéastes européens modernes comme Fellini, Resnais ou Bergman. En France aussi, sans doute parce que plusieurs analystes de la télévision viennent des études cinématographiques, certains considèrent que les séries doivent être comparées au cinéma dont elles sont « l'avenir ».

La conséquence de cette légitimation de la qualité par d'autres arts ou médias est

¹⁷ David Stewart, *The PBS Companion, A history of television*, New York, TV Books, 1999, p. 63.

¹⁸ *The National Program service planning book, 1978*, p. 8- 9 (*Archives of PBS, Series 3 :1-2, Box 5*)

¹⁹ *Quality TV, op. cit.*, p. 148.

évidemment de considérer que la qualité ne peut toucher la télévision dans son ensemble, mais qu'on ne peut en parler que pour certains genres. Les sériephiles, qui regardent les épisodes de leur série préférée sur ordinateur, voire sur DVD, ne voient d'ailleurs pas forcément de contradiction à affirmer qu'ils ne regardent pas la télévision. Si les séries de HBO ne sont pas de la télévision, c'est sans doute moins pour leurs emprunts aux films que pour leur aptitudes à être regardées ailleurs que sur un téléviseur.

Parler de télévision « trash » est une autre façon de considérer que la télévision de qualité est attachée à des genres particuliers. Le refus de France Télévisions de produire de la télé-réalité s'appuyait bien sur l'argument qu'elle était en soi contraire à l'idée de qualité.

Cette valorisation de la qualité par des critères extrinsèques, forcément excluante puisqu'elle laisse au bord du chemin bien des genres, n'est pas suffisante. Lors de la récente retransmission des Jeux Olympiques, beaucoup de téléspectateurs français se sont plaints de la qualité des retransmissions : choix des sports retransmis, coupures inopportunes du direct, publicité, indigence des commentaires, etc. De telles plaintes prouvent bien que, même pour un genre qui n'est pas anobli par un processus de légitimation externe, chacun de nous a l'idée de ce qu'est une bonne ou une mauvaise transmission, ce qui implique bien un jugement de qualité. Cela signifie que la qualité se détermine aussi par des critères internes, qui permettent de séparer le bon grain de l'ivraie.

Parmi les critères intrinsèques, il y a bien sûr la qualité technique. L'une des trois occurrences du terme qualité dans le cahier des charges de France Télévisions est d'ailleurs employée dans ce contexte : « [La société] veille à exploiter les possibilités offertes par la technologie numérique, en matière de format, de qualité d'image et de son, et de distribution et développe une offre de services de communication au public en ligne ». Dissociée du genre, la norme technique est néanmoins variable et contestable. Dans les années 1970-1980, seules passaient à l'antenne en France les images dites « broadcast », ce qui excluait toute production non professionnelle. Aujourd'hui, la caméra cachée est revendiquée par les journalistes comme une preuve d'authenticité,

comme une preuve aussi du sérieux de leur investigation, alors même que, le plus souvent, elle n'enregistre que des images floues, tremblantes et, parfois, difficiles à lire. Le défaut technique a donc une vertu heuristique quant à la qualité de l'enquêteur et non par rapport à l'esthétique du document. De la même façon, un bon débat n'est pas, pour le téléspectateur, un débat où toutes les interventions sont compréhensibles, mais un débat où la liberté de parole, la contradiction, les polémiques l'emportent sur netteté de la prise de son. A cet égard, Droit de réponse, du défunt Polac, a plus marqué les esprits que bien des débats plus policés, mais parfaitement ennuyeux.

Plus déterminants sont les critères stylistiques et l'originalité du programme.

Très généralement, c'est d'abord au nom ou à l'aune du réel qu'on juge la plupart des programmes. Le premier critère est donc la mimésis. On ne s'étonne guère qu'il soit au centre des jugements qui sont portés sur le journal télévisé, qui est apprécié en fonction de sa capacité à restituer les événements ou de son « objectivité », qui n'est autre que l'annulation fantasmatique de l'énonciation. C'est aussi parce qu'il paraît plus authentique que n'importe quoi d'autre que le direct est valorisé. Il peut paraître plus curieux, en revanche, que la prétendue télé-réalité, qui n'est qu'un divertissement, ait été d'abord jugée positivement par les journalistes et le public en raison de sa capacité à montrer la réalité. Il faut garder en mémoire à cet égard le jugement de ce critique, connu pour sa capacité à déconstruire les programmes, qui écrivit dans le Monde que Loft Story était le « plus beau documentaire » que l'on ait fait sur la jeunesse. Cette soif du réel explique aussi que le documentaire appartienne à ces genres dont je parlais tout à l'heure qui sont valorisés a priori. Aussi bien dans la programmation des chaînes qui revendiquent la qualité comme PBS ou TV Brazil que dans l'esprit du public, qui, lorsqu'on l'interroge sur ce qu'il faudrait changer pour augmenter la qualité répondent invariablement « plus de documentaire », même si dans la pratique, ils ne les regardent pas.

Plus étonnant de mon point de vue est le fait que le désir de mimésis envahisse aussi l'appréciation de la fiction. A cet égard, The Wire est devenu le parangon de la

série américaine réussie, au point que tous les universitaires, bien au-delà de ceux qui étudient la télévision, se jettent dessus pour étudier la banlieue américaine et pour regretter que les scénaristes français soient incapables de coller de la même façon à la réalité. Cet enthousiasme pour la mimésis est tel qu'il en fait oublier aux spécialistes de l'image que le réalisme ne se juge pas par rapport à la réalité elle-même, mais par rapport aux énoncés de réalité. Il n'est qu'un mode de discours parmi d'autres, qui a ses règles comme tout discours.

A l'opposé de cette emphase sur la mimésis, se trouve la valorisation du style. Ce critère devrait s'opposer au précédent puisqu'il relève de l'énonciation et donc d'une accentuation du discours au détriment du référent. Curieusement, on le retrouve pourtant très fréquemment chez la plume des tenants de la restitution fidèle. Certains font du style la caractéristique de la « troisième époque » de la télévision : « The most evident feature of TVIII, however, is its visual style », « opposed to the verbal-aural²⁰ ». De son côté, Sarah Cardwell soutient que « in good television there is a high level of synthesis and cohesion between stylistic choices and the programmes's 'meanings'. The way a camera moves, the moment at which a cut is made, the choice to frame a character in mid-shot rather than closeup », etc.²¹ En somme la qualité d'un programme ne serait pas très différente de la qualité d'une oeuvre littéraire, dont Jean Rousset²² a montré la nécessaire adéquation entre forme et signification, où des films, dont les études stylistiques usent de ces critères.

La question du style, qui reste peu travaillée pour la télévision, me semble devoir être traitée dans deux directions : la première, historique ; la seconde, théorique. Du point de vue de l'histoire des programmes, il faut noter une évolution.

Dans une première période de la télévision, qui s'étend en France de la fin des années 50 aux années 70, l'accent est mis sur la recherche de la spécificité d'un langage audiovisuel, aussi bien avec les expérimentations du Service de la recherche de l'ORTF qu'avec ce grand téléaste que fut Averty. Il s'agit d'inventer de nouvelles façons de traiter l'image, de la combiner aux sons, etc.

²⁰ *Quality TV, op. cit.*, p. 48.

²¹ *Ibid.*, p. 30.

²² Jean Rousset est un critique littéraire bien connu en France.

La deuxième grande période, avec l'institution de l'INA en 1975 est celle des dispositifs. Pour Pierre Schaeffer, l'inventeur de la « musique concrète », qui dirigea le Service de recherche de l'ORTF : « Le terme dispositif s'oppose à celui de genre (dramatique, reportage, etc.) et à celui de sujet ou à l'idée d'émission, qui n'est qu'une fausse bonne idée. Le dispositif peut être comparé au piège tendu à l'animal humain pour sa capture en vue d'observation »²³. On peut donner à titre d'exemple *Les Grandes personnes* (1978), qui mettait face à face dans un studio un enfant et un adulte sans autre consigne particulière que dialoguer. Même si ce dispositif restait le même d'une semaine à l'autre, il donnait pourtant des émissions très différentes. C'est ce même Service de recherche qui décida de faire des dessins animés avec un dispositif technique qu'il avait créé, l'animographe, *Les Shadocks*, qui sont sur l'affiche de notre colloque. On entre alors dans la recherche de dispositif qui ne touche plus seulement les combinaisons audiovisuelles, mais ce que peut permettre le télévisuel, à l'opposé du cinéma, par exemple.

Nous sommes à présent dans l'ère des formats, qui sont bien différents des dispositifs, d'une part, parce qu'ils sont conçus pour répondre à un besoin de programmation ou à un cahier des charges précis, qui constitue, pour les producteurs, le cadre de la commande ; d'autre part, parce qu'ils édictent des normes, une série de paramètres et de traits structuraux, qui permettent aux différents acteurs de la conception et de la production de refaire indéfiniment un produit reproductible, c'est-à-dire sérialisable, une « ligne de produits », comme disent certains directeurs d'unités de programmes.

Dans ce contexte, la qualité se juge souvent par opposition au formatage. Tom Fontana dit quelque part que ce qui fait la qualité d'*Oz*, c'est que, en écrivant cette série, il pouvait aussi bien passer un tiers de l'épisode sur un personnage que ne plus en parler dans l'épisode suivant, en bref, qu'il n'était pas contraint par le rythme régulier des séries rythmés par les écrans publicitaires et la nécessité d'entremêler une intrigue A, une intrigue B et une intrigue C.

²³ Pierre Schaeffer, *Les Machines à communiquer*, t. 2, « Pouvoir et communication », 1972, p. 158.

En ce point, on touche au dernier critère avancé dans l'appréciation de la qualité d'un produit télévisuel : la création. S'il est très généralement mis en avant depuis des décennies, s'il est donc consensuel, quand il s'agit de se mettre d'accord sur ce que terme signifie, c'est en revanche la cacophonie. Les responsables de télévision publiques américaines ou brésiliennes, à qui nous avons posé la question, ont d'ailleurs été embarrassés pour nous donner une réponse. Il me semble pourtant que c'est là que se situe le point névralgique de la qualité télévisuelle. Pour schématiser, j'opposerai deux façons de voir, qui, selon moi, constituent une alternative. La première est bien caractérisée en 1974 par la commission chargée de définir la qualité : « l'invention dans le traitement des émissions, originalité dans la création (en particulier dans la forme), le rapport qualité-coût. En bref devra être pris en compte comment sont traités les programmes²⁴ ». La seconde subordonne la qualité au contenu et au message délivré. C'est explicitement ce que fait l'actuel Cahier des charges de France télévisions quand il définit les programmes culturels (pas la qualité dont il ne parle pas) : « D'une manière générale, elle [France télévisions] s'attache à adapter les émissions culturelles à une écriture télévisuelle attirante pour le plus grand nombre ». Il va de soi que, selon ces critères, la télévision française n'aurait jamais produit Averty, qui suscitait beaucoup d'objections ou les Shadocks, qui ont provoqué l'ire de très nombreux téléspectateurs. Demanderait-on à un peintre ou à un musicien d'obéir au même principe ? A Schoenberg ou à Berg de faire de la musique tonale ? A un peintre abstrait de mieux représenter le monde ? A un poète d'être clair ? Bien sûr que non. Cela montre combien, pour nos dirigeants actuels, la télévision ne fait pas partie des arts. Plus aucune chaîne n'a d'espace d'expérimentation comme il en a existé pendant trois décennies.

Cette soumission de la qualité à la l'attraction du plus grand nombre nous amène à la série d'arguments sur la qualité définie par le destinataire, au premier rang desquels figure la satisfaction du public. Il y a plusieurs façons de l'envisager. La première consiste à vérifier si les téléspectateurs pensent que le produit diffusé répond aux promesses qui ont été faites à son sujet. C'est la solution adoptée pour la mise au point de l'indice de qualité de 1974 : « A partir des réponses, on détermine les attentes,

²⁴ Commentaires et premières propositions du haut conseil de l'audiovisuel sur les problèmes de qualité à la radio et à la télévision », 23/12/1974, CAC 1981 0124, art. 101.

satisfaites ou non. La qualité est alors l'écart, pour le téléspectateur, entre son attente et le résultat qu'il a vu à l'antenne²⁵ ». Nous verrons vendredi comment raisonne aujourd'hui le service public français.

La seconde consiste à juger la conformité du programme aux objectifs en matière de destinataires. Ces objectifs sont très marqués pour PBS. A la question « qu'est-ce qu'une télévision de qualité », W. Rowland, directeur de Channel 12 au Colorado, nous a répondu:

« Un haut niveau d'écriture [critère stylistique], un traitement des sujets en profondeur, offrir des arguments raisonnés à travers un éventail de points de vue. Ne pas construire des programmes en fonction d'un public particulier, mais offrir à tous des programmes dont le contenu éducatif est élevé ». Le destinataire construit est donc l'Américain en général, idée qui se retrouve dans beaucoup de service public.

TV Brazil assigne un rôle supplémentaire aux programmes: celui de souder la communauté brésilienne autour de la culture, comme en témoigne la loi portant création de cette nouvelle chaîne brésilienne. Neuf missions lui sont assignées sept concernent la formation du citoyen, la consolidation de la démocratie et l'éducation:

- Offrir des mécanismes de débats publics sur des thèmes pertinents au plan national ou international ;
- développer la conscience critique du citoyen ;
- la formation éducative, artistique, culturelle, informative, scientifique promouvant la citoyenneté ;
- la consolidation de la démocratie et la participation à la société en garantissant le droit à l'information et à la libre expression de la pensée
- coopérer à la formation du citoyen
- garantir l'espace pour des productions régionales et indépendantes

- chercher l'excellence et développer des formats créatifs et innovateurs en se constituant en centre d'innovation et de formation de talents

²⁵ *Télérama*, CAC 1981 0129, art. 101.

-finalités éducatives, culturelles, citoyenneté sans renoncer à avoir le plus grand nombre de téléspectateurs

-promouvoir des partenariats et stimuler la production nationale

Les finalités éducatives et culturelles restent bien présentes dans les critères de qualité. Elles donnent lieu à deux types d'évaluation. La première consiste à discuter des mérites respectifs de deux termes qui s'opposent en France depuis Pascal : le coeur et la raison. Le second à juger le programme en fonction de sa valeur d'exemplarité.

L'émotion fait sans nul doute parti des critères pris en compte pour juger de la qualité d'un programme. Néanmoins, on ne peut leur appliquer tel quel la formule de Laurent Jullier²⁶ pour le cinéma : « un bon film est émouvant ». Car la particularité de la télévision, c'est que l'émotion clive très fortement les jugements de goût. Avec l'apparition des reality shows, au début des années 90, certains ont affiché leur compassion devant les torrents de pleurs qu'ont commencé à déverser les témoins sur tous les plateaux, ravivant le rôle qu'Aristote confiait à la pitié dans la réussite d'un drame. Les professionnels sont toujours à la recherche de ces « moments de vérité », où l'interviewé va révéler son être profond par un trouble, un lapsus ou des pleurs. A l'opposé, les contempteurs de la télévision actuelle s'en prennent régulièrement aux chaînes pour leur inclination à « jouer sur l'émotion », que ce soit dans le JT, qui construit de véritables feuilletons en construisant des personnages récurrents exhibant leurs malheurs, dans les talk shows ou dans ces soirées de télé-réalité où les candidats tombent dans les bras les uns des autres en jurant qu'ils ne s'oublieront jamais... Le succès de certaines émissions tient à leur propension à être lue de ces deux façons, les uns ayant de la sympathie pour le malheur d'un candidat, les autres s'en moquant allègrement. L'émotion est plus que tout autre paramètre un critère de distinction, au sens de Bourdieu: les uns sont pour le coeur, les autres pour la raison.

Le dernier critère prend en compte la conformité du programme à des valeurs éthiques. Si celles-ci ne sont pas forcément mises en avant quand il s'agit de dire du bien d'un programme, elles reviennent très fortement dès qu'on le fait tomber du côté

²⁶ Le livre est disponible en portugais: LAURENT, Jullier. Lendo as imagens do cinema. São Paulo: Ed. Senac, 2009.

de la télépoubelle. Telle émission est arrêtée parce qu'elle est contraire à la dignité humaine, parce qu'elle incite à de mauvaises actions, etc.

Même si le classement des critères de qualité que je vous ai présenté est raisonné, il peut paraître proliférant et nous laisser dans l'incertitude quant à ceux qu'il faut finalement adopter. Je dirais qu'il ne faut pas choisir l'un d'entre eux, mais que la qualité d'un programme est la combinaison de plusieurs de ces niveaux. La première conclusion que je tirerai est qu'il faut essayer de se garder de considérer a priori que certains genres sont nobles et d'autre pas et que la qualité découle forcément du genre mis à l'antenne. On peut seulement se demander si certains genres in se sont en cohérence avec les valeurs éthiques (la télé-réalité peut-elle être morale ? J'en doute).

Que serait un bon programme ? D'abord un programme qui respecte les engagements de la chaîne, ses missions comme ses obligations. Mais aussi un programme qui, refusant la simple sérialisation, tente d'inventer. Ce peut-être une invention narrative, comme en apportent les séries américaines, mais ce peut-être aussi une invention stylistique et ce, quel que soit le genre auquel appartient le programme. A un moment, Canal+ a changé complètement la vision que nous avions du football en mettant les micros sur le terrain et en nous donnant une autre vision de la vie qui s'y déroulait. Dans le même ordre d'idées, la télévision française a expérimenté beaucoup de dispositifs et de façons de filmer dans ses émissions de variétés, qui n'appartiennent pas à la caste noble des programmes de flux.

La question qu'on peut se poser pour finir est évidemment de savoir si une programmation peut être de part en part de qualité. Peut-être pas. Alors faudrait-il au moins réserver des créneaux où l'on redonne sa chance à la création de prototypes, qui pourraient très bien devenir les émissions de qualité de demain.