

SÉNAT

PREMIÈRE SESSION ORDINAIRE DE 1993 - 1994

Annexe au proces-verbal de la séance du 7 octobre 1993.

RAPPORT D'INFORMATION

FAIT

au nom de la mission commune d'information (1) désignée par la commission des Affaires culturelles, la commission des Affaires économiques et du Plan, la commission des Affaires sociales, la commission des Finances, du contrôle budgétaire et des comptes économiques de la Nation et la commission des Lois constitutionnelles, de législation, du suffrage universel, du Règlement et d'administration générale, sur la télévision éducative,

Par M. René TREGOUËT,

Senateur.

TOME I

L'accès au savoir par la télévision

PROPOSITIONS

(1) Cette mission est composée de : MM. Pierre Laffitte, président ; René Trégouët, rapporteur ; Joël Bourdin, Jacques Carat, Robert Piat, vice-présidents ; Ivan Renar, André Maman, secrétaires ; Mme Maryse Bergé-Lavigne, MM. Jean-Pierre Camoin, Jean Clouet, Jean Cluzel, Gérard Delfau, Adrien Gouteyron, Lucien Lanier, Louis Perrein, Philippe Richert, Pierre Schiélé, Bernard Seillier, Alain Vasselle.

SOMMAIRE

| | <u>Pages</u> |
|--|--------------|
| INTRODUCTION | 7 |
| LES PROPOSITIONS DE LA MISSION | 15 |
| I - CONCEVOIR UN SYSTEME OUVERT | 21 |
| 1. Les trois pôles : la fondation, le système de diffusion et le système de production | 21 |
| 2. La nécessaire prise en compte de l'interactivité | 25 |
| II - L'ELEMENT FEDERATEUR : LA FONDATION | 27 |
| 1. Un organisme indépendant de concertation | 27 |
| 2. Les principales missions de la fondation | 28 |
| 3. Les liens entre la fondation et la chaîne d'accès au savoir | 32 |
| 4. Le financement de la fondation | 33 |
| III - VERS UN SYSTEME OUVERT DE DIFFUSION : LES TROIS FENETRES | 35 |
| 1. La première fenêtre : la fonction d'annonce des chaînes hertziennes généralistes | 37 |
| 2. La deuxième fenêtre : la chaîne d'accès au savoir | 38 |
| 3. La troisième fenêtre : l'ouverture vers d'autres réseaux et produits | 46 |
| 4. Quelle place pour l'Éducation nationale ? | 47 |
| 5. Quelle organisation européenne bilatérale et multilatérale ? | 50 |
| IV - CREEE UNE INDUSTRIE DE PROGRAMMES D'ACCES AU SAVOIR PUISSANTE | 53 |
| 1. Une production artisanale | 53 |
| 2. Menaces sur la francophonie | 53 |
| 3. Un besoin de nouveaux programmes | 54 |
| 4. Les aides envisageables | 55 |

| | <u>Pages</u> |
|---|--------------|
| CONCLUSION | 59 |
| ANNEXE I | 61 |
| I - RAPPEL HISTORIQUE | 63 |
| A - LE DECLIN DE LA TELEVISION EDUCATIVE EN FRANCE | 63 |
| 1. L'histoire de la télévision scolaire française : une leçon pour le présent | 63 |
| B - "RTS/PROMOTION" UNE EXPERIENCE MECONNUE DE TELEVISION EDUCATIVE POUR ADULTES | 70 |
| 1. Des débuts modestes suivis d'une expansion trop rapide (1964-1970) | 70 |
| 2. La dérive vers une "télévision de communication" s'accompagne d'un lent déclin (1970-1985) | 72 |
| II - ETAT DES LIEUX | 75 |
| A - UNE FLORAISON D'EXPERIENCES DISPERSÉES ET SOUVENT SANS SUITE | 76 |
| 1. Des expériences multiples. | 76 |
| 2. Des expériences lacunaires et dispersées | 84 |
| 3. Des expériences souvent sans suite | 88 |
| B - L'EMERGENCE PROGRESSIVE D'UN SAVOIR-FAIRE | 89 |
| 1. Les acteurs | 89 |
| 2. Les ressources | 92 |
| 3. Les méthodes | 94 |
| ANNEXE II | 97 |
| I - LES PROGRAMMES EDUCATIFS SUR LES CHAÎNES DE TELEVISION BRITANNIQUE | 103 |
| 1. BBC Education | 103 |
| 2. Les programmes éducatifs sur Channel Four | 107 |
| 3. L'Open University | 110 |
| II - LA TELEVISION EDUCATIVE EN ALLEMAGNE | 111 |
| 1. Le programme de formation des enfants au bon usage des médias | 111 |

| | <u>Pages</u> |
|--|--------------|
| 2. Le "Tellekolleg" | 112 |
| 3. L'information pour les enfants : Logo | 112 |
| III - LA TELEVISION EDUCATIVE AUX PAYS-BAS | 115 |
| 1. La NOT | 115 |
| 2. Kindernet | 117 |
| 3. La télévision éducative pour adultes aux Pays-Bas | 117 |
| IV - LA TELEVISION EDUCATIVE EN SUEDE | 121 |
| V - LES CHAINES EDUCATIVES AUX ETATS-UNIS | 125 |
| 1. Les programmes éducatifs du réseau PBS (Public Broadcasting System) | 126 |
| 2. Les chaînes éducatives sur le câble | 128 |
| VI - LES CHAINES EDUCATIVES CANADIENNES | 131 |
| 1. The Knowledge Network | 132 |
| 2. Access Network | 132 |
| 3. TV Ontario | 133 |
| VII - LA TELEVISION EDUCATIVE EN AUSTRALIE | 135 |
| VIII - L'ACCES AU SAVOIR PAR LA TELEVISION AU JAPON | 137 |
| 1. Développement historique de la télévision éducative au Japon | 137 |
| 2. La chaîne NHK - Kyolku | 137 |
| 3. L'Université radio télédiffusée | 139 |
| 4. Les émissions éducatives sur les chaînes généralistes. ... | 140 |
| IX - VERS UNE NOUVELLE BATAILLE INTERNATIONALE DES IMAGES | 143 |
| OBSERVATIONS | 147 |

INTRODUCTION

A l'origine de la volonté du Sénat d'étudier ce que pourrait être une télévision éducative, résolument tournée vers la résolution des problèmes du présent mais aussi vers le futur, s'est trouvé un faisceau de constatations.

Si l'idée de l'utilisation du média télévisuel pour l'accès à la connaissance n'est pas neuve, force est de constater que l'expérience française s'est soldée par un échec ou plutôt une lente asphyxie des initiatives et des talents au profit de la télévision commerciale. Une certaine prévention du corps enseignant contre cet outil n'y est pas étrangère non plus.

Par ailleurs, l'étude des expériences étrangères, aussi brillantes et impressionnantes soient-elles, a permis de constater un certain essoufflement des structures mises en place il y a 20 ans ou plus.

C'est cette double constatation qui justifiait la réflexion globale et approfondie que nous avons menée.

Les propositions retenues par la mission sénatoriale, par l'indépendance qu'elles confèrent aux futurs acteurs d'une industrie du savoir, par une démarche conviviale qui permette à chacun de suivre un chemin naturel d'accès au savoir, offrent une structure ouverte et originale qui permet de prendre en compte l'existant technique avec ses limites évidentes mais aussi la puissance que lui

confère la généralité, ainsi que le futur de la télévision interactive qui se crée aujourd'hui sous nos yeux et dont les enjeux sont immenses.

Depuis la publication du rapport de MM. Simon Nora et Alain Minc sur l'informatisation de la société, la confusion des techniques de l'informatique et des télécommunications - résumée dans le néologisme de "télématique"- se réalise au quotidien et s'accélère sans cesse. Cette vue prospective est devenue réalité et le devient chaque jour davantage grâce aux progrès de la miniaturisation, au développement des réseaux, à la compression des données, et à ce qu'il convient d'appeler le "big bang du numérique".

La rencontre du monde de l'informatique avec celui de la télévision (avec l'arrivée en force de l'image numérique) provoquera un choc qui marquera la fin de ce millénaire. Les conséquences sur la vie quotidienne de l'homme seront de même importance que celles qui ont suivi l'apparition de l'imprimerie, de l'électricité ou du téléphone.

Les nombreuses auditions menées par la mission du Sénat ont persuadé ses membres que le savoir joue désormais le rôle que la propriété terrienne puis le capital ont joué dans les transformations successives et de plus en plus rapides de nos sociétés.

Il n'en est pour preuve que de constater qu'aujourd'hui les stratégies industrielles et institutionnelles s'organisent autour de cet enjeu majeur : la connaissance, son acquisition, son traitement, sa diffusion.

Les meilleurs experts en technologies de l'information appartenaient à l'équipe du candidat Bill Clinton et l'Amérique s'est découvert une nouvelle frontière à repousser avec le projet d'"autoroutes de données" du vice-président Al Gore. Cette "infrastructure nationale d'information" (NII) avait été décrite par Michael Dertozos, directeur du Laboratory for Computer Science du MIT (Massachusetts Institut of Technology) en 1991.

Dans un article récent, M. Jean-Claude Pelissolo donnait quelques exemples des fonctionnalités de cet autoroute qui permettrait :

"- à tout document d'atteindre son destinataire, quel qu'il soit et où qu'il soit, en cinq secondes :

- à n'importe quel consommateur d'exprimer directement son besoin à n'importe quel producteur, inversant ainsi le courant traditionnel de la publicité :

- au même consommateur de commander et de payer ses achats électroniquement ;
- à un particulier d'exprimer un besoin de financement et de recevoir en quelques minutes des offres de crédit venant de dix concurrents de plusieurs pays européens différents ;
- à un ingénieur retraité d'Aix-en-Provence d'apprendre la mécanique des fluides à un groupe d'étudiants de Valenciennes ;
- à une mère de famille de Chevreuse d'envoyer un projet de dessin de papier mural à son employeur de Marne-la-Vallée tout en surveillant du coin de l'oeil les jeux de ses enfants ;
- à un téléspectateur de sélectionner un film parmi trois cent mille et de se le faire projeter à l'heure de son choix sur l'écran de son téléviseur ;
- à un amateur d'art paraplégique de Besançon de visiter le Musée d'Orsay ;
- aux concepteurs, graphistes, hommes de marketing d'une multinationale française de collaborer à la création d'un nouveau logo, sans quitter leurs services respectifs de Paris, Cologne et Taipei.

Même si chacun d'entre nous ne retient comme valide et pertinente qu'une seule de ces possibilités, n'est-il pas éminemment probable que l'existence d'une telle infrastructure révolutionnera nos usages, nos comportements... et notre économie ? Et, n'en doutons pas, cette infrastructure existera, comme existent aujourd'hui les réseaux d'autoroutes, de chemins de fer, d'électricité ou d'eau potable. Seulement, certains pays en disposeront avant les autres et cela devrait bien avoir quelques conséquences."

Rêvées par les amateurs de science fiction, rendues possibles par l'accélération de progrès technique, adoptées par le politique, ces idées deviennent réalités comme en témoigne les rapprochements industriels en cours.

Tous les analystes s'accordent à penser que ce processus s'articulera autour de deux pôles : les outils de communications portables, que certains appellent les "objets nomades", et la télévision interactive.

Amorcé depuis deux ans, le processus de recomposition de l'industrie des systèmes d'information s'est singulièrement accéléré depuis quelques mois.

Concernant la télévision interactive le plus puissant câblo-opérateur américain TCI annonçait un plan de numérisation de son réseau destiné à offrir 500 canaux différents à ses abonnés dès 1996.

Ces réseaux devenus interactifs permettront aux consommateurs de confectionner leur programme à leur guise, de commander et de participer à une formation, d'acheter, d'étudier, de dialoguer.

L'enjeu de la gigantesque bataille qui s'engage n'est pas seulement technique ou industriel, il est évidemment culturel dès lors qu'au coeur du débat se trouve le savoir.

Il n'est pas étonnant que le premier éditeur de programmes informatiques, Microsoft, soit en train de négocier avec les musées français et européens l'acquisition de leurs fonds artistiques proprement photographiés, digitalisés, stockés sur compact disc interactif et bientôt diffusés dans le monde entier.

US West, l'une des sept compagnies de télécommunications des Etats-Unis, décidait de consacrer 1 milliard de dollars à la réalisation avec Time Warner d'une de ces autoroutes de l'information permettant à ses abonnés d'accéder à une vaste panoplie de services. Dès 1994, les quatre mille abonnés d'un réseau pilote à Orlando en Floride disposeront de cet outil destiné à s'étendre rapidement.

John Sculley, le président d'Apple, estimait que l'industrie du savoir (télévision, télécommunications, information, loisir) représenterait un gigantesque marché mondial dans moins d'une dizaine d'années.

Sa société se rapprochait alors d'ATT, de Motorola, de Sony, de Matsushita et de Philips autour d'un projet permettant de concevoir un standard de transmission pour la prochaine génération de programmes interactifs.

Les jeux interactifs grands publics, l'information ou le cinéma ne sauraient à eux seuls couvrir le champ d'application immense qu'ouvre le progrès technique.

*

* *

Comme le constate Michel Serres, "la société de communication est en train de se transformer sous nos yeux en société pédagogique. Désormais, la télévision est une école, le journal est une école, la rue est une école."

Il ajoutait : *"Regardez les pays du tiers monde. Plus personne ne pense aujourd'hui que l'infrastructure c'est l'économie. Tout le monde a enfin compris que c'est la formation scientifique, technique et culturelle du pays."*

Sans pour autant que soit remplacé et sous-estimé l'importance du système d'enseignement classique, il est patent que nous nous orientons vers une société au sein de laquelle la formation sera continue tout au long de l'activité professionnelle et de la vie tout court.

La notion même de savoir demande à être repensée comme l'a clairement montré l'excellente analyse de Michel Authier et Pierre Levy dans leur ouvrage "Les arbres de connaissance".

Dans ce contexte il est nécessaire que le savoir aille vers ceux qui en ont besoin grâce précisément aux systèmes techniques qui sont à notre disposition.

"Ce sont des systèmes extrêmement bien connectés qui vont du courrier ordinaire jusqu'au courrier électronique, du fax jusqu'à la télévision câblée. Or il se trouve que nous n'en consacrons presque aucun à l'enseignement, ce qui est une contradiction étrange" notait encore Michel Serres.

On ne peut qu'être frappé par la convergence de la réflexion pédagogique et du progrès des technologies de l'information.

On ne peut aussi que constater que l'initiative technique paraît appartenir à l'Amérique alors que l'Europe paraît spectatrice d'un mouvement qui la dépasse.

Certes ces bouleversements, par leur continuité même, paraissent indolores. A subir constamment des secousses, on finit par ne plus les sentir et à oublier ceux qui les produisent.

L'enjeu ne saurait pourtant être masqué.

"Si nous ne prenons pas la mesure des mutations qui se préparent, l'Europe risque bel et bien de manquer son entrée dans le XXIème siècle. Lorsqu'elle sortira de sa torpeur, elle sera devenue consommatrice de produits qu'elle ignore aujourd'hui : elle n'en sera pas productrice. Du coup, elle risque de perdre la maîtrise de son

destin. Pourtant, le réveil n'est pas tout à fait impossible" constate Jean-Claude Pelissolo.

La France qui a su relever en son temps le défi de l'équipement téléphonique, qui a inventé et développé le télématique, le réseau numérisé et tant d'autres réalisations, se doit de s'engager résolument dans la voie d'une véritable société de la connaissance. C'est en poursuivant cet objectif qu'a travaillé la mission du Sénat.

Les propositions qu'elle a adoptées se veulent pragmatiques, les promesses de la technologie ne doivent pas avoir d'effet anesthésiant sur l'action. La numérisation des réseaux, la compression des données, la diffusion câblée ou satellitaire de services interactifs sont pour un avenir proche qui ne doit pas faire oublier les besoins du présent.

Le déficit français en matière de télévision d'accès au savoir et à la connaissance se doit d'être comblé dans les délais les plus brefs.

La principale urgence est indiscutablement celle des programmes. Il serait vain de croire que l'utilisation des fonds d'archives permette de satisfaire la demande.

Tout au plus permettrait-elle de remplir quantitativement le créneau laissé vacant sur le cinquième réseau.

Il est en effet nécessaire d'inventer une nouvelle façon d'apprendre qui mette à profit les possibilités de la technique.

L'urgence est donc à l'imagination et à la créativité, ce dont notre pays n'a jamais manqué.

*

* *

A un moment de notre histoire, où il n'y a plus une famille de France qui de près ou de loin ne soit frappée par le chômage, chacun ressent confusément, sans pouvoir encore en discerner les contours précis, qu'une nouvelle espérance ne peut être apportée que par l'apparition de "nouveaux métiers" s'appuyant non plus sur la force musculaire, sur la dextérité physique, mais bien sur l'intelligence, sur l'information, sur le savoir.

Par ailleurs, dans les âpres négociations internationales qui sont menées actuellement et qui auront une influence décisive sur la place qui sera tenue par la France dans le monde du XXI^{ème}

siècle, chacun doit prendre conscience que notre socle multiséculaire de savoir et de culture ainsi que notre espace sont les deux atouts majeurs de notre pays dans le concert mondial.

L'industrie des programmes d'accès au savoir, en raison même de l'évolution de nos sociétés et des technologies, sera l'industrie majeure du siècle prochain bien avant l'électronique ou l'automobile. Après avoir longuement, depuis des millénaires, décidé du destin de l'homme, l'outil va enfin laisser la primauté à l'intelligence.

Dans la patrie de Descartes, de Voltaire, de Pasteur, de Curie, comment serait-il imaginable que la France ne joue pas un rôle tout à fait singulier dans le nouveau et puissant développement de cette industrie du savoir.

Ce socle multiséculaire de connaissances est fondamental pour l'avenir de la France, mais son espace, le plus grand et le plus riche, de toute l'Europe occidentale jouera lui aussi un rôle déterminant.

Alors que sur l'ensemble de notre planète les déserts dévorent des dizaines de milliers d'hectares chaque année, dans un temps où l'espace couvert de riches sols nourris par le soleil et l'eau devient si précieux, comment pourrions-nous imaginer de ne pas trouver le moyen d'enrayer la désertification de notre monde rural.

Le destin nous a confié le plus beau pays du monde. Il nous faut savoir le mériter.

Là encore, par le développement des nouvelles technologies d'information et de communication, par un maillage serré de l'ensemble de notre territoire, par des "autoroutes électroniques", nous pourrons faire essaimer la matière grise dans toutes les régions de France, même les plus reculées, grâce à cette nouvelle industrie du savoir, qui partout pourra se diffuser.

Ainsi ces nouveaux métiers du XXIème siècle qui s'appuieront sur le savoir, sur l'expertise, sur l'information et qui s'intégreront dans un immense réseau mondial, n'auront plus l'obligation de s'exercer exclusivement comme aujourd'hui dans les grandes métropoles.

Il nous faut tout entreprendre pour que la plus grave des injustices qui frappe aujourd'hui les Français, celle de leur inégalité dans leur chance d'accéder au savoir selon leur lieu de résidence, disparaisse. Demain, les enfants qui naîtront à Mende, à Cajarc, à Saint Laurent de Chamousset doivent avoir autant de chance de devenir un jour polytechnicien, docteur, professeur que s'ils ont le

privilège de naître dans le VII^e arrondissement de Paris ou dans le VI^e arrondissement de Lyon.

Or, aujourd'hui, cette inégalité des chances devant l'accès au savoir, bien trop criante, pèse dorénavant plus sur la cohérence de notre tissu social que l'égalité des chances de chacun pour l'accès à des biens matériels.

Sous l'autorité particulièrement compétente de son président, M. Pierre Laffitte, nous obligeant à repousser toujours plus loin les frontières intellectuelles de notre travail, notre Mission vous présente dans ce rapport un cheminement certes ambitieux mais aussi très pragmatique qui permettra aux Français de découvrir une voie nouvelle d'accès au savoir et qui devrait aider la France à relever les défis essentiels qu'elle doit affronter.

- PROPOSITIONS DE LA MISSION -

L'accès au savoir pour tous, une priorité nationale

Avec la "révolution de l'intelligence", notre civilisation entre dans un nouvel espace économique. Ce n'est plus l'échange de marchandises mais l'utilisation et le partage des connaissances, du savoir qui constituent un facteur essentiel d'évolution.

L'accès au savoir sera la grande priorité de demain. Il deviendra un des principaux fondements de nos sociétés. Cet accès devra être multiple, convivial et permanent. Tous les individus auront besoin à un moment ou à un autre de leur vie d'avoir accès à de nouvelles formations. Ceux qui n'auront pas cet accès permanent à de nouvelles connaissances, à de nouveaux savoirs, seront peu à peu marginalisés, exclus.

Les nouvelles voies d'accès au savoir devenant les fondements des métiers du XXI^e siècle, toute politique de l'emploi passe par une politique d'accès au savoir efficace, générale, structurée.

Il faut donc que les pouvoirs publics à tous les niveaux donnent l'impulsion afin de préparer notre pays à cette révolution culturelle. Faute de quoi, ces nouvelles voies d'accès au savoir qui déjà sont tracées par les Etats-Unis ou le Japon, seront pour l'essentiel importées et les centres de décisions correspondants se situeront hors d'Europe et hors de France.

Répondre au problème de l'exclusion

Malgré le niveau des dépenses consacrées en France à la formation initiale et professionnelle - 450 milliards par an, 600 milliards demain (1) - face à l'accélération des évolutions techniques et économiques, ceux qui ont des difficultés d'intégration en raison d'une insuffisance de formation deviennent des "laissés-pour-compte". Ceux qui se trouvent petit à petit exclus du système sont de plus en plus nombreux. Et déjà s'amorce le clivage qui brise la cohésion sociale. Toute politique de la ville et des banlieues, toute politique d'aménagement du territoire doit en tenir compte.

Ainsi, pour ne citer que lui, l'illettrisme (2) est un facteur d'exclusion certain, par rapport à la société, en général, et au monde du travail en particulier. Cette tendance, avec l'évolution prévisible

1. Rapport du Commissariat général au plan.

2. L'illettrisme ne se confond pas avec l'analphabétisme qui est une incapacité totale à lire et à écrire. Il renferme une notion d'oubli des connaissances de base. L'individu dans cette situation manifeste des difficultés à maîtriser la lecture, l'écriture, le calcul, l'enchaînement d'opérations concrètes et le raisonnement logique.

des métiers, se renforcera. Les salariés en situation d'illétrisme risquent, plus que les autres, d'être exclus du marché du travail.

Chez nous, on estime que près de 9 % des trente sept millions d'adultes présentent au moins une des trois incapacités majeures - parler/lire/écrire le français. Il faut mettre en oeuvre des moyens efficaces pour faire face à ces handicaps, faute de quoi ils seront appelés à représenter un coût grandissant pour notre société.

Sans accès pour tous au savoir, c'est l'exclusion, le chômage et le risque d'explosion sociale. C'est aussi pour une nation la certitude de la régression et de la perte d'identité.

Il en va de la cohésion et de la pérennité d'une société démocratique d'associer le plus grand nombre à son évolution.

Ce défi concerne notre société, notre économie et notre culture, en d'autres termes, la France, sa place dans le monde et son avenir.

La télévision, un instrument aujourd'hui irremplaçable

La télévision est sans contexte un moyen privilégié pour amorcer cette nécessaire priorité : l'accès au savoir largement réparti.

On a constaté le déclin relatif de la lecture et l'explosion de la sphère audiovisuelle. L'importance de la télévision se mesure à la fois en termes de temps consacré à ce média (1) et en termes d'influence sur notre univers culturel. A contrario, on observe chez les jeunes un recul du nombre moyen de livres lus et l'augmentation du nombre de non-lecteurs.

Certes le contact humain personnalisé, l'écriture et la lecture gardent un rôle majeur dans la formation. Mais l'audiovisuel, outil puissant d'incitation, et l'audiovisuel interactif, outil puissant de formation, doivent être utilisés.

Ceci est d'autant plus nécessaire que la télévision constitue, dans de nombreux cas, l'unique moyen d'accès culturel pour atteindre ceux qui sont en situation d'exclusion.

1. La télévision, avec une audience moyenne de 207 minutes par jour (CSA - INA, les chiffres-clés de la télévision française, 1990) est devenu le premier poste d'occupation de notre temps, après le sommeil, ou en, d'autres termes, les français passent par an 56 milliards d'heures devant la télévision, 49 milliards au travail et 20 milliards en temps de déplacement.

La télévision hertzienne, parce qu'elle permet d'atteindre le plus grand nombre, est un instrument précieux au service d'une politique globale d'accès au savoir et de lutte contre l'exclusion. Il n'est pas admissible qu'elle ne soit pas, en France, utilisée à cet effet.

La mission d'information a estimé que le câble et le satellite, en raison de leur coût -coût d'abonnement et, s'agissant du satellite, coût d'équipement- pour l'usager et d'un développement encore limité du premier (1 million d'abonnés) ou embryonnaire du second (quelques dizaines de milliers de foyers équipés en France), ne pouvaient pas, à ce jour, dans l'attente du développement des algorithmes de compression d'images, constituer les seuls vecteurs de diffusion pour l'accès au savoir par la télévision. Les chaînes hertziennes nationales au contraire sont disponibles pour tous et n'ont pas de coût d'accès spécifique. En conséquence, elles demeurent encore le point de passage obligé, même si l'ouverture de l'accès au savoir par la télévision ne peut se limiter à la seule mise en oeuvre d'une chaîne hertzienne.

Il lui est également apparu que si le média télévisé était un instrument unique par sa puissance d'attraction, pour faciliter cet accès, l'usage actuel qui en est fait n'était de toute évidence pas satisfaisant.

La mission d'information a également estimé que l'évolution rapide des techniques et en particulier la rencontre entre le téléphone, l'ordinateur et le téléviseur qui s'annonce, allait rendre l'utilisation des réseaux de transmission hertziens, câblés et téléphoniques pour l'accès au savoir, plus facile, plus efficace et donc indispensable.

En revanche, la mission constate que l'évolution des techniques est toujours très en avance sur leur utilisation, et par voie de conséquence, l'industrie amont, celle qui correspond au contenu de ce qui est diffusé, est en retard sur celle des canaux de diffusion.

L'usage des nouvelles techniques dépend d'une forte volonté politique en faveur de l'accès au savoir. Ceci concerne à la fois les obligations qui seront imposées aux diffuseurs et les moyens de promouvoir une grande industrie dynamique, puissante et innovante de création de programmes d'accès au savoir.

Quel usage de la télévision ?

Déterminer de nouvelles voies d'accès au savoir, telle est la principale équation à résoudre aujourd'hui pour préparer ce choc culturel.

Dans notre monde, les images et les écrans vont se multiplier. Il nous faut apprendre à vivre avec cette nouvelle donne et en tirer le meilleur parti.

Comment permettre à nos concitoyens d'utiliser au mieux les moyens nouveaux mis à leur disposition pour accroître leurs connaissances ? Ces moyens qui vont permettre à chacun de devenir l'architecte de son savoir. Chacun pourra l'organiser, le construire avec des éléments dont l'accès sera de plus en plus facile, et avec l'appui de ses éducateurs et de ses "télé-éducateurs".

Dès lors, promouvoir la télévision éducative ne doit pas se résumer à faciliter un défilé d'enseignements variés sur nos écrans, mais revient à bâtir une structure qui permette au téléspectateur de suivre un cheminement identique à celui qu'a connu l'utilisateur du micro-ordinateur : être un utilisateur actif qui se déplace à son gré dans un système convivial.

Une nouvelle société qui pour ses membres facilitera l'apprentissage et l'échange des modes de connaissances se prépare. La France ne peut en la matière rester en arrière, mais devrait résolument montrer la voie. Cette attente est d'autant plus forte dans une société où l'emploi régresse. **Une volonté politique forte est nécessaire pour répondre à cette attente.**

C'est dans cette perspective que la mission d'information du Sénat sur la télévision éducative entend formuler ses propositions.

I - CONCEVOIR UN SYSTÈME OUVERT

1. Les trois pôles : la fondation, le système de diffusion et le système de production

La mission d'information sur la télévision éducative estime que **la seule création d'une chaîne de télévision éducative** ne permettrait pas de répondre de façon satisfaisante aux besoins importants de notre pays en matière de formation. Se limiter à une telle mesure reviendrait à créer un système fermé et peu susceptible d'évoluer qui pourrait, en outre, avoir pour effet involontaire de contribuer à la disparition progressive des programmes éducatifs sur les autres chaînes.

Aussi, si elle propose d'utiliser le cinquième réseau hertzien disponible et le cadre des programmes régionaux du troisième réseau national pour la diffusion d'une chaîne d'accès au savoir, elle préconise également la mise en place d'un système ouvert et multimédia qui n'est pas sans analogie, dans la démarche, avec la révolution qu'a connue la micro-informatique, en termes de convivialité et d'efficacité, lors de l'introduction du système de "fenêtres" d'Apple.

Il s'agit, en effet, de permettre au téléspectateur de passer d'un média à un autre par un système de fenêtres annonçant les programmes disponibles. Ce système serait organisé à partir de la "seconde fenêtre" de diffusion que constitue la chaîne d'accès au savoir diffusé sur le cinquième canal hertzien. Un tel système a **une vertu essentielle** : en informant de façon claire et séduisante le téléspectateur, il l'invite à se déplacer à son gré dans un système convivial, et donc à **adopter une attitude active, fondement indispensable de toute démarche cognitive.**

Dans cette perspective, il serait souhaitable de mettre en place un système d'accès au savoir par l'audiovisuel qui s'appuierait sur trois pôles, une structure de pilotage et des incitations fortes : un système de diffusion et un système de production.

a) Une fondation qui pourrait constituer le pivot du système et en assurerait la cohérence.

- Réunissant les différentes parties prenantes, elle aurait en particulier vocation à définir des normes en matière de programmes éducatifs dont le respect serait une condition pour l'obtention d'aides à la production et d'un droit de passage sur la chaîne d'accès au savoir (5ème canal hertzien).

b) Un système de diffusion de programmes éducatifs, dont le coeur serait constitué par la chaîne d'accès au savoir, et qui s'organiserait autour de trois fenêtres :

- des annonces de programmes éducatifs sur les chaînes hertziennes généralistes ;

- la diffusion de programmes d'accès au savoir sur la partie du cinquième réseau actuellement disponible et les décrochements régionaux du troisième réseau ;

- la diffusion de programmes éducatifs sur les autres chaînes hertziennes, câblées ou satellitaires, les réseaux et les organismes de formation qui utiliseraient la chaîne d'accès au savoir pour promouvoir des formations ou produits plus spécialisés (compact disques interactifs, systèmes interactifs utilisant les réseaux téléphoniques ou câblés, etc.).

c) Un système de production de programmes

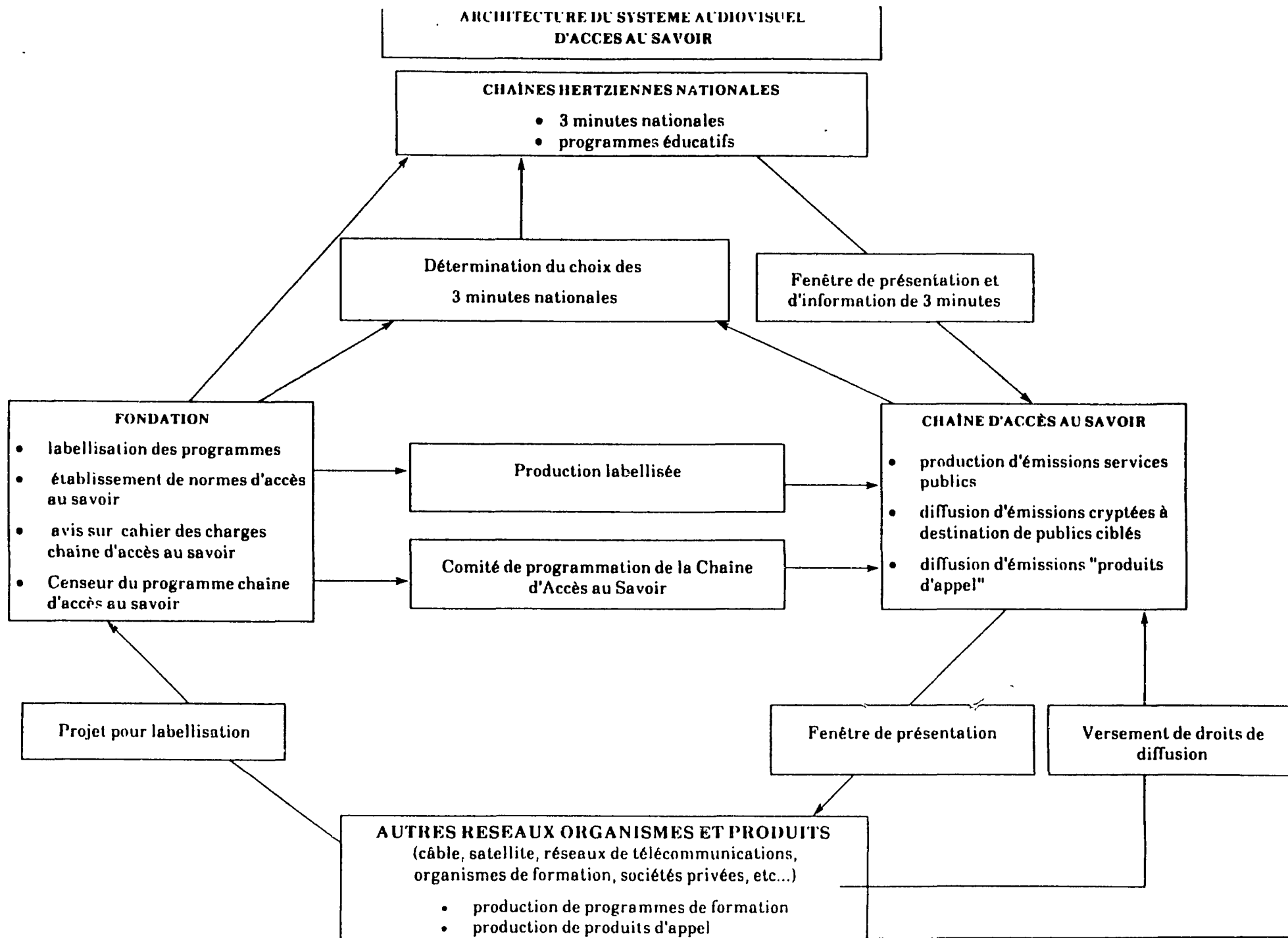
A ce jour, la production de programmes éducatifs en France reste peu développée.

Les enjeux nationaux, régionaux et professionnels évoqués dans l'introduction doivent conduire à une politique très incitative vis-à-vis de la création de programmes d'accès au savoir adaptés aux besoins. On ne peut en effet s'appuyer sur la seule demande des diffuseurs, car les motivations de ceux-ci peuvent correspondre à d'autres critères.

Toutefois, l'existence de cahiers des charges stricts et le rôle moteur de la Fondation devraient conduire à la création d'un marché intérieur français.

Dans la mesure où les produits seront de qualité l'accès au marché international, en forte croissance, devrait être facilité.

Il convient de susciter (et d'appuyer) la création de sociétés d'édition qui sous une forme souple pourront regrouper les principaux intervenants : équipes d'auteurs, producteurs, diffuseurs, sociétés spécialisées dans les produits dérivés, opérateurs de formation, etc.



LA CHAINE D'ACCES AU SAVOIR

Opérateur public

Conseil d'administration :

- Représentants de l'Etat (dont Education nationale et ministère du travail)
- Représentants de la fondation



- fonctionnement
- programmation
- production de certaines émissions de services publics



Programmes de formation et produits d'appel, labélisés par la fondation



Programmation

- émission de services publics (illettrisme, intégration, éducation à la télévision, programmes de vie quotidienne)
- émissions d'appel vers d'autres réseaux
- émissions coproduites (Etat, collectivités locales, entreprises)

2. La nécessaire prise en compte de l'interactivité

L'interactivité est toujours souhaitable en matière de formation car par définition l'apprentissage requiert une implication du sujet, qui ne peut se limiter à une réception passive. Différents niveaux d'interactivité sont possibles.

Sur le réseau hertzien, l'interactivité est limitée et peut prendre des voies classiques : émission avec standard téléphonique, services minitel accompagnant l'émission et permettant d'approfondir certains points (1).

La troisième fenêtre en revanche peut permettre des formes d'interactivité plus élaborées.

De nombreux produits existent déjà :

- le vidéo-disque qui est une alliance d'images accessibles de manière interactive et d'un son analogique avec une lecture connectable à un micro-ordinateur ;

- le disque optique compact (CD ROM) sur lequel, peuvent être stockés en données numériques le son, les images et les textes,

- le compact disque interactif, comparable également au CD ROM, mais lisible sur un téléviseur et non un micro-ordinateur.

Concernant les réseaux de diffusion de programmes éducatifs envisagés à travers cette troisième fenêtre, l'interactivité peut également s'inscrire dans le cadre de structures d'accueil des institutions de formation ou des collectivités locales (salles multimédia ; associations d'animation de banlieues, etc.). L'efficacité de ces programmes, en particulier de ceux destinés aux publics en difficultés, a pour condition impérieuse d'être relayée par des structures d'accueil où le dialogue entre un animateur et la personne désirant progresser est possible. **Cette interactivité humaine est essentielle.** La seule diffusion d'un programme étant souvent insuffisante pour progresser, une forme d'interactivité particulièrement efficace pour les personnes en difficultés passe par la rencontre entre une équipe professionnelle de télévision et des animateurs de terrain, avec à la clef un film qui est fait du "point de vue", voire "par" les publics concernés. Il est aussi important que ceux qui n'ont pas la parole nous parlent.

1. Ainsi l'unité de production "Continental" de France 3, permet notamment d'avoir accès par minitel à des listes de vocabulaire.

Enfin, on constate que l'interactivité de la télévision constitue un champ de recherche et de développement très actif. Les nombreuses expérimentations et alliances qui ont eu lieu aux Etats-Unis (1) au cours des derniers mois en témoignent.

Les progrès de l'interactivité vont permettre de faire bénéficier les programmes éducatifs d'une dimension, qui leur échappe encore largement. C'est le secteur des jeux qui est actuellement moteur de cette avancée fondamentale. En matière d'accès au savoir, qu'il s'agisse de cohésion sociale, de socialisation et de formation de l'esprit dans la prime enfance (écoles maternelles) ou de formation initiale ou professionnelle, le champ est immense et la créativité des multiples équipes qui s'intéressent avec passion à ces nouvelles potentialités est grande.

1. Ainsi, pour ne citer que lui, aux Etats-Unis, un programme de télévision interactif est développé par la plus grande société de loisirs, Time Warner et par IBM. Cette télévision devrait coupler les fonctions d'un ordinateur, d'un téléviseur et d'un lecteur de disque compact. Le téléspectateur pourra avoir un rôle actif en commandant des émissions, en établissant des relations avec d'autres téléspectateurs.

II - L'ÉLÉMENT FÉDÉRATEUR : LA FONDATION

Pour que l'ensemble du réseau bénéficie d'un maximum d'effets de synergie, il faut prévoir un organisme qui soit à même d'en assurer la cohérence.

Une Fondation dirigée par un conseil d'administration composé de membres reconnus pour leur compétence et leur indépendance dans ce domaine, pourrait constituer le pivot de cet ensemble.

• Le Conseil d'administration de la Fondation

Il doit rassembler les représentants des collectivités publiques :

- l'Etat à travers les ministères de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la recherche, du Travail, de la formation professionnelle, de la Culture et de la francophonie, de la Communication, de l'industrie,
- le Parlement,
- les Collectivités locales,
- des représentants d'organismes de formation (publics et privés).

Il devra aussi comporter un membre du Conseil supérieur de l'Audiovisuel afin d'assurer la liaison entre le Conseil et la Fondation et des personnalités indépendantes reconnues pour leurs compétences.

Les caractéristiques des mandats devront permettre d'assurer une indépendance aux personnes le composant, une fois celles-ci nommées. Ces personnalités indépendantes devront, pour une partie d'entre elles, être issues du monde de la formation (publique et privée) et du monde de la communication.

1. Un organisme indépendant de concertation

La fondation doit constituer une structure souple et "réactive" qui soit capable de s'adapter et de suivre les évolutions d'un secteur en pleine mutation. Cette capacité permanente d'adaptation aux évolutions des mondes de l'éducation, de la

formation et de la communication devra en faire une entité encore inconnue jusqu'à ce jour dans notre pays.

Elle ne devrait pas tant imposer que faire partager.

Sous le terme générique de fondation la mission entend la mise en oeuvre d'un organisme indépendant, interdisciplinaire et interprofessionnel. Elle serait le lieu de rencontre des producteurs, des auteurs, de l'Éducation nationale et des organismes de formation, des représentants des utilisateurs (parents d'élèves, organisation syndicale), qui seront présents dans le cadre des commissions.

La forme juridique de la fondation présente des avantages et des inconvénients. En retenant cette structure la mission sénatoriale a voulu insister sur l'indépendance, la liberté, l'autonomie et la "réactivité" nécessaires à l'accomplissement des tâches définies ci-dessous.

2. Les principales missions de la fondation

a) La labellisation

La fondation aurait, en premier lieu, un rôle normatif.

De nombreux secteurs d'activités, notamment dans le champ des nouvelles technologies ont compris l'intérêt de se mettre d'accord sur des normes communes.

Cette fondation pourrait déterminer le chemin de l'accès au savoir, c'est-à-dire définir, avec l'ensemble des intervenants, des protocoles qui devraient être respectés pour tous les programmes de formation.

Ce rôle de normalisation se justifie pleinement par le fait que les enjeux financiers vont être de plus en plus présents dans le domaine de l'accès au savoir. Définir et faire respecter des règles afin d'obtenir des produits présentant toutes les garanties en terme de déontologie et de présentation des connaissances est, sans doute, la meilleure manière de prévenir toute dérive.

Bien entendu, les sociétés d'édition peuvent avoir à leur comité d'orientation ou de lecture des représentations de personnalités ou d'organismes éminents (Palais de la Découverte, Universitaires, Académiciens, Cité des Sciences, responsables de Musée ou de Grande Bibliothèque, etc.), ce qui facilitera le travail de labellisation ou de normalisation. Mais comme aucune exclusive vis-

à-vis d'éditeurs ou auteurs ne saurait exister, ce rôle normatif est nécessaire, s'agissant d'affecter de l'argent public à des besoins d'intérêt général.

La normalisation permettrait également de prévoir l'évolution des produits (prise en compte de l'interactivité et des évolutions futures).

Il serait souhaitable que les ministères de l'Education nationale de l'Enseignement supérieur et de la recherche, de la Culture, du Travail, de l'Industrie et des grands organismes concernés (CNDP, CNED, CNRS, Institut, etc...) mais aussi les organismes et éditeurs privés participent à ce processus de normalisation afin d'assurer notamment le respect par les produits éducatifs des règles de pédagogie indispensables. Ils pourraient également à cette occasion examiner le respect des conditions qu'ils pourraient souhaiter pour que le produit participe à une formation validante.

Des commissions (technique, déontologique, scientifique et pédagogique) pourraient instruire la normalisation en examinant d'une part, les projets de programmes - qu'il s'agisse de fictions et d'émissions de plateau - puis les produits finis, et d'autre part, les produits d'annonce appelés à passer sur la chaîne d'accès au savoir, afin de vérifier qu'il présente bien un contenu pédagogique.

Une qualité indispensable et une normalisation souhaitable

L'un des principaux canaux par lequel la fondation pourra exercer une influence fédératrice sera son action sur la qualité. Une telle action est en effet indispensable si l'on veut voir naître en France une industrie efficace et exportatrice de programmes et de produits d'accès au savoir. Il apparaît préférable pour cela que la Fondation n'épouse pas une logique de réglementation qui poserait des problèmes d'ordre constitutionnel, mais plutôt une logique de normalisation. Elle pourrait ici s'inspirer, *mutatis mutandis*, des procédures mises en oeuvre dans des domaines plus techniques par l'AFNOR (Association Française de Normalisation) au niveau national, le CEN (Comité Européen de Normalisation) au niveau européen, ou l'ISO (Organisation Internationale de Standardisation) au niveau mondial.

Cette procédure reposera en pratique sur des commissions spécialisées composées de représentants de toutes les parties intéressées : producteurs, diffuseurs, éditeurs, utilisateurs, administrations. La phase de validation débutera par une enquête

probatoire menée a l'extérieur afin de s'assurer que le projet de norme ne soulève aucune objection majeure, et se conclura par l'approbation de la fondation.

Une norme se distingue ainsi d'un règlement en ce qu'elle est le résultat d'un travail collectif mené jusqu'à l'obtention de l'approbation générale préalablement à sa mise en vigueur.

L'application de cette démarche de normalisation au secteur des programmes et produits d'accès au savoir présente plusieurs avantages :

- Elle préservera la liberté des producteurs, qui se soumettront à des normes qu'ils auront contribué à élaborer dans la mesure seulement où cela correspondra à leur intérêt bien compris.

- Elle permettra au consommateur de s'orienter plus facilement parmi des programmes et des produits d'accès au savoir rendus compatibles, et de faire jouer pleinement la logique d'interdisciplinarité.

- Elle servira de guide à la fondation pour ses tâches de labellisation, et rendra à la fois explicites et prévisibles les critères d'après lesquels elle accordera ou refusera son label.

La souplesse des techniques de normalisation et leur caractère évolutif les désignent tout particulièrement pour accompagner le développement d'un secteur encore embryonnaire.

L'élaboration initiale des normes se ferait sous l'égide du conseil d'administration de la Fondation.

b) La labellisation et l'accès à la chaîne de diffusion (5ème et 3ème réseau)

Les commissions susnommées examineraient chacune les projets de programmes, puis, réunies en séance plénière, les produits finis. La fondation accorderait ainsi, en fonction du respect des normes édictées, un label qui aurait un rôle essentiel. C'est cette procédure qui devrait lui permettre d'exercer de façon efficace son magistère sur l'ensemble des programmes d'accès au savoir.

L'obtention de la labellisation se ferait en deux temps :

1. examen du projet qui donnerait droit à l'éligibilité au compte de soutien (après labélisation du projet), et au bénéfice d'incitations fiscales.

2. examen du produit à l'issue du processus de production qui donnerait droit d'accès au cinquième réseau pour présentation et promotion du produit fini,

A contrario, un produit qui n'aurait pas été labellisé ne pourrait bénéficier de ces avantages, et serait privé de "fenêtres" sur la chaîne d'accès au savoir.

Il s'agirait donc, après la définition initiale des normes, d'un contrôle de conformité aux normes retenues, qui devrait se faire selon une procédure souple.

c) La définition du cahier des charges de la chaîne d'accès au savoir

En vertu de son autorité morale, la fondation aura naturellement vocation à participer à la définition du cahier des charges de la chaîne d'accès au savoir, et à la révision des cahiers des charges des chaînes nationales existantes pour qu'elles assurent la diffusion des "programmes d'annonces".

d) L'évaluation des programmes et l'aide à la définition des demandes

L'évaluation de l'impact des programmes éducatifs est indispensable.

La fondation pourrait y contribuer en menant des études pour le compte des parties concernées afin d'évaluer les effets des programmes diffusés et de préciser les demandes qui sont à satisfaire en priorité.

e) La rencontre entre des mondes qui s'ignorent :

Notre pays présente la singularité de ne pas avoir réussi à établir une synthèse constructive entre les professionnels de l'audiovisuel et ceux de la formation. L'interactivité introduit un

troisième monde, les "télécommunicants" et les spécialistes de logiciel.

La fondation pourrait être un lieu de rencontre et faciliter les échanges entre ces mondes qui s'ignorent.

Cette rencontre, si elle aboutissait, permettrait de réaliser des programmes éducatifs qui ne soient pas, soit essentiellement attractifs, soit essentiellement didactiques, comme si le mélange de ces deux caractères n'était ni possible, ni souhaitable.

Les travaux de la mission ont bien montré qu'il s'agit là d'une nécessité évidente et permanente.

3. Les liens entre la fondation et la chaîne d'accès au savoir

Le rôle normatif prévu pour la fondation suppose le consensus. Il importe donc que tous les acteurs (chaînes existantes, producteurs, auteurs, formateurs, pouvoirs publics, socio-professionnels, tissu associatif,...) participent à cette fondation à travers ses commissions.

La gestion de la programmation de la chaîne d'accès au savoir serait assurée par un comité de programmation, émanation de la fondation. Ce lien étroit entre la fondation et la chaîne d'accès au savoir est indispensable pour assurer l'efficacité du système et pour éviter aussi bien les dérives, que les risques de blocages.

On peut concevoir ainsi :

- Un comité de programmation de la fondation qui aura deux rôles fondamentaux :

. composé des représentants de la fondation au conseil d'administration de la chaîne d'accès au savoir, il participe directement à la gestion de la programmation de la chaîne ;

. par l'intermédiaire d'un censeur, il est le garant de l'égalité de traitement et d'accès des programmes ou des produits labellisés.

Ces pouvoirs du comité de gestion viennent compléter ceux de la fondation :

- la fondation participe à la rédaction du cahier des charges de la chaîne qui demeure toutefois une prérogative du CSA et de l'Etat ;

- la fondation définit les protocoles des programmes. Elle accorde un label qui constitue une condition préalable à la diffusion sur la chaîne d'accès au savoir ;

- la fondation aide la chaîne à apprécier, en effectuant les études souhaitables, les demandes réelles existantes ;

- enfin, la fondation, en collaboration avec la chaîne choisit le contenu des "annonces" sur les chaînes généralistes.

4. Le financement de la fondation

Le statut juridique de la fondation prévoit que celle-ci assure le financement de ses activités par deux sources principales :

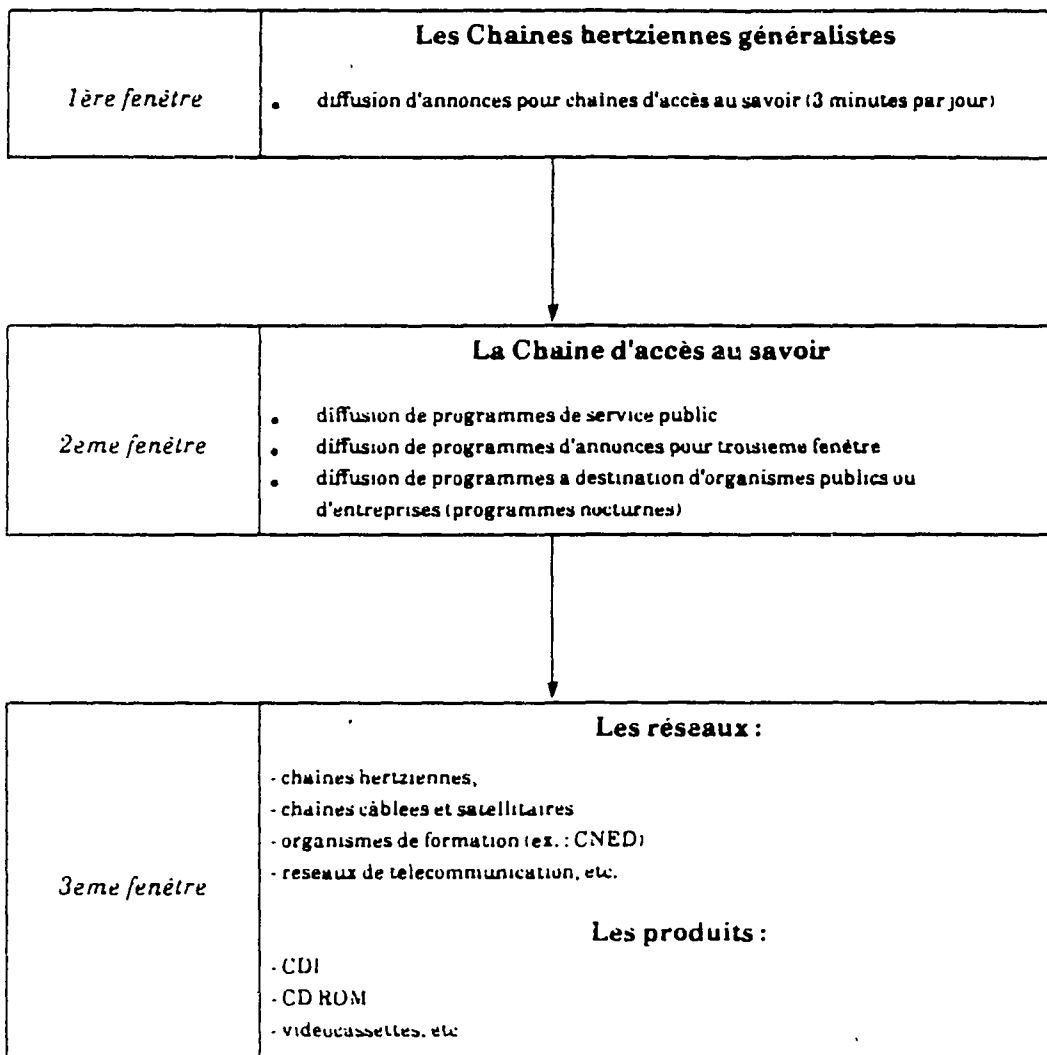
- le revenu de son capital ;

- les dons et legs.

Il convient donc que les membres fondateurs apportent à la fondation un capital suffisant pour lui permettre d'assumer ses missions en toute indépendance.

Les collectivités publiques -et notamment l'Etat- ont à jouer un rôle particulier dans ce domaine.

LES TROIS FENETRES



III - VERS UN SYSTÈME OUVERT DE DIFFUSION : LES TROIS FENÊTRES

Pour éviter à la chaîne éducative tout risque de sclérose et lui conférer ainsi le maximum d'efficacité, il serait nécessaire qu'elle présente des ouvertures vers d'autres chaînes ou réseaux.

Ces ouvertures pourraient être de deux types :

- "*vers le haut*", avec des annonces sur les chaînes hertziennes grand public,

- "*vers le bas*", avec des ouvertures sur des réseaux et des organismes publics et privés de formation qui utiliseraient cette chaîne pour promouvoir leurs produits. Pour ceux-ci les réseaux câblés, les canaux satellitaires ou encore les réseaux de télécommunication constitueront des vecteurs permettant une interactivité forte.

1. La première fenêtre : la fonction d'annonce des chaînes hertziennes généralistes

a) Place et durée

Une première fenêtre d'ouverture vers le savoir serait constituée par le passage d'annonces sur les chaînes hertziennes généralistes du secteur public et du secteur privé durant une durée limitée.

Par exemple : 3 minutes par jour ou deux fois 2 minutes pour chaque chaîne à une heure de grande écoute -en prime time-, au cours desquels se succèderaient des "flashes" de 15 à 30 secondes ou des mini-fictions de quelques minutes (1).

Il s'agirait d'une plage de programmation commune pour toutes les chaînes concernées qui, par sa fixité, constituerait un rendez-vous quotidien.

Ces annonces permettraient de toucher des millions d'individus chaque jour.

Elles pourraient être complétées par des annonces radiophoniques sur les chaînes de Radio-France.

b) Le contenu des annonces

Cette fenêtre constituerait à la fois un moyen d'information sur les programmes de la chaîne d'accès au savoir du cinquième réseau et un moyen d'attraction -une première accroche- vers ce réseau. Ces "spots" auraient un effet de sensibilisation à l'existence d'une télévision d'accès au savoir et aux possibilités qu'elle offre dans ses différentes déclinaisons.

Pour ne pas créer de distorsion avec le format des chaînes généralistes et pour être le plus attractif possible, ces "flashes" devraient être d'un très haut niveau de qualité.

L'exemple des mini-fictions réalisées par la BBC dans le cadre de sa campagne "*avoir une seconde chance*" montre l'intérêt primordial d'avoir un produit réunissant d'excellents savoir-faire.

1. Ces annonces ne seraient évidemment pas prises en compte dans le décompte des 12 minutes de publicité par heure.

Il serait également souhaitable que ces annonces présentent aussi, dans certains cas, un contenu didactique afin de permettre aux publics intéressés de comprendre immédiatement ce qu'ils sont susceptibles d'apprendre.

c) L'intérêt de cette ouverture

Ces annonces permettraient ainsi de sensibiliser un public qui ne choisirait pas, a priori, de regarder une chaîne spécifiquement éducative.

Dans cet esprit, ces ouvertures pourraient constituer des voies d'accès à ceux qui, s'étant sentis ou se sentant exclus du système d'éducation et de formation, ne se considèrent pas comme étant concernés par une telle chaîne.

Ces ouvertures auraient également pour vertu de rappeler en permanence, à l'égard de tous les publics, l'existence et l'intérêt des programmes éducatifs diffusés.

d) La révision des obligations des chaînes

Le passage de ces annonces constituant une contribution à une mission de service public, celle-ci devrait être inscrite dans le cahier des charges des chaînes généralistes du secteur public. Les chaînes généralistes du secteur privé utilisant un bien commun rare, les fréquences hertziennes, se verraient également dans l'obligation d'assurer ce service au public comme les chaînes publiques, et à titre gracieux, cette obligation pouvant être imposée lors du renouvellement par le C.S.A. de leurs concessions.

Cette fenêtre de trois minutes (ou deux fois deux minutes) n'excluerait naturellement pas la possibilité pour chaque chaîne de procéder à la promotion de ses propres programmes éducatifs ou de ceux d'autres médias -par la voie publicitaire classique-.

2. La deuxième fenêtre : la chaîne d'accès au savoir

Au coeur du système se situerait une chaîne d'accès au savoir diffusant ses programmes sur la partie actuellement disponible du cinquième réseau hertzien qui serait complétée dans sa dimension

locale par des programmes de FR3 diffusés dans le cadre des décrochements locaux.

Cette chaîne constituerait **une seconde fenêtre d'ouverture** vers le savoir.

Il s'agirait non pas d'une chaîne uniquement éducative, encore moins d'une chaîne scolaire, mais d'une chaîne d'accès et d'ouverture vers le savoir.

En effet, sa programmation serait constituée de trois ensembles :

1) de programmes d'éducation et de formation ressortissant pleinement des missions du service public ;

2) de programmes pouvant répondre à des besoins précis de formation émanant d'administrations, d'organismes publics ou d'entreprises ;

3) de produits d'appel pour d'autres réseaux ou produits.

La détermination de la grille de programmes, le choix des plages horaires, la fixation de rendez-vous fidélisant le téléspectateur relèvent des spécialistes de la programmation audiovisuelle et non de la mission sériatoriale dont le rôle est d'énumérer les grands ensembles constitutifs de la chaîne d'accès au savoir.

a) Les programmes de service public

Le cinquième réseau présente l'avantage de permettre l'accès au plus grand nombre de téléspectateurs. En dehors des programmes servant de produits d'appel pour d'autres réseaux ou produits, son usage diurne devrait, en conséquence, être réservé à des émissions relevant pleinement du service public et visant :

- soit un public très large,
- soit un public qui ne peut être touché par un autre média.

L'une ou l'autre de ces raisons justifie l'usage d'un réseau national hertzien.

Ainsi, pourraient être diffusées des émissions :

- informant sur les métiers et les formations disponibles, afin de contribuer à la lutte contre le chômage,

- permettant de faire retrouver la confiance et des bases indispensables à ceux dont on prétend qu'ils ne "savent rien",

- contribuant à la lutte contre les formes d'exclusion (illettrisme, intégration des populations étrangères, etc...),

- donnant des informations concernant la vie quotidienne (civiques, pratiques sanitaires, médicales, etc...), et remplissant un rôle de télévision de services.

- donnant des informations concernant les problèmes pratiques que peuvent rencontrer les commerçants, artisans, professions libérales et entreprises de taille modeste.

- permettant la formation au bon usage des médias

Ces programmes devraient respecter une progression pédagogique afin de permettre un véritable apprentissage.

Pour ceux d'entre eux concernant les publics en difficulté, leur efficacité est étroitement liée à un accompagnement des intéressés dans des structures d'accueil et de participation mises en place par l'éducation nationale, ou encore les collectivités locales ou les associations spécialisées. Une interactivité partielle est souhaitable.

Les effets de proximité étant importants, il est loisible de penser que les décrochages régionaux du troisième réseau constitueront en la matière d'excellents bancs d'essai pour des programmes préparés par des éditeurs auxquels la 3ème chaîne en tant que producteur serait associée.

De plus, le cinquième réseau devrait offrir la possibilité aux intéressés d'interagir en devenant acteurs et réalisateurs. L'interactivité sociale des programmes pouvant par exemple être l'occasion de donner la parole aux associations qui, au sein des villes et de leurs banlieues, jouent un rôle de plus en plus important mais qui ne disposent pas toujours de moyens d'expression et de dialogue satisfaisants.

La chaîne d'accès au savoir doit en effet fonctionner dans les deux sens, apportant autant que recevant des connaissances.

La formation au bon usage des médias

Si les jeunes générations face à une pratique intensive de la télévision qui fait partie intégrante de leur environnement culturel ont appris, "sur le tas" à en déchiffrer certains codes, ce savoir demeure cependant fragmentaire et imparfait.

Pourtant il est nécessaire pour avoir accès au contenu de maîtriser les codes et les signes. Or, face à l'image en général, et à la télévision en particulier, il existe une autre forme d'illettrisme.

Le rapport du Commissariat Général du Plan intitulé "la création face aux systèmes de diffusion" préconise la mise en place d'un tel apprentissage pour éviter que se multiplient les illettrés de l'image :

«C'est pourquoi une réflexion d'ensemble sur la formation à l'image doit se mettre en place : aux États-Unis, des programmes de formation aux médias ont débuté [...]. Il est important de mettre l'apprentissage de l'image, non plus à la périphérie de notre enseignement, mais en son coeur et de l'associer à l'apprentissage de l'écrit plutôt que de l'y opposer».

Aujourd'hui le paradoxe veut qu'une pratique culturelle dominante, tant par la durée consacrée que par le nombre de personnes concernées, regarder la télévision, ne s'apprend pas à l'école et n'est pas intégrée dans la formation des citoyens.

Le développement d'un regard et d'analyses critiques sur la télévision pourrait faire l'objet d'émissions de télévision.

De tels programmes auraient leur place sur le canal hertzien diurne, car s'ils peuvent s'adresser à un public scolaire, ils présentent également un intérêt pour l'ensemble de la population, toutes catégories d'âges confondues, tant il est vrai que l'illettrisme de l'image, faute d'enseignement approprié, est aujourd'hui très largement partagé.

Ils seraient d'autant plus accessibles et attractifs pour le grand public qu'ils pourraient notamment utiliser comme matériaux d'illustration des événements récents qui ont démontré, a posteriori, les possibilités de manipulation de l'image.

On notera qu'en Bavière la formation aux médias est obligatoire pour les écoles et un protocole entre Ministère de l'Education et de la Culture de Bavière et télévision bavaroise fonctionne depuis près de dix ans.

Enfin, à l'occasion, les heures de plus grande écoute de la journée (notamment l'heure précédant le début des programmes d'Arte) pourraient être consacrées à des émissions d'information et à des émissions grand public de découverte (ex. : émissions médicales, émissions scientifiques, émissions artistiques) qui seraient de nature à diversifier l'image de la chaîne et à attirer un public inhabituel pour la chaîne, qui doit être très attractive

b) Les programmes de nuit

La partie nocturne d'accès au savoir pourrait servir à diffuser des programmes cryptés ou non cryptés, c'est-à-dire répondant à une demande solvable ou non solvable, produits par des organismes

publics, notamment l'éducation nationale, ou des **entreprises** qui choisiraient de recourir et de financer ce type de diffusion pour faire face à leurs besoins de formation de masse (1).

Il pourrait s'agir aussi bien de programmes de formation à l'utilisation de la micro-informatique dans les services de police par exemple, que d'émissions de formation des enseignants ou d'émissions universitaires (scientifiques, littéraires et artistiques) de haut niveau international. Ces programmes seraient enregistrés par les intéressés et pourraient ensuite être utilisés sous la forme de cassettes vidéo.

Ce type de formation n'exclut pas que des rendez-vous diurnes puissent avoir lieu à périodicité fixe pour les publics concernés.

c) Les programmes d'annonce vers la troisième fenêtre

Enfin seraient diffusés sur cette chaîne des programmes ayant un **contenu pédagogique incontestable et reconnu par la fondation** qui joueraient le rôle de **produits d'appel** et ouvriraient, pour les individus intéressés, vers d'autres réseaux (chaînes câblées, chaînes diffusées par satellite, organismes de formation, réseaux de télécommunication, etc...) ; ces réseaux constitueraient **la 3e fenêtre d'ouverture vers le savoir**.

Ainsi par exemple, une société voulant promouvoir un compact disque interactif sur la visite du Musée du Louvre pourrait passer sur la chaîne d'accès au savoir, un extrait du type visite d'une salle consacrée aux antiquités égyptiennes, et renvoyer ensuite au produit qu'elle a conçu.

Cette dernière composante de la programmation du réseau d'accès au savoir est déterminante en ceci qu'elle permet d'ouvrir le système vers d'autres réseaux, lui conférant ainsi une efficacité démultipliée et une plus grande "réactivité" face aux évolutions à venir.

Cette troisième fenêtre renverrait principalement à des réseaux ou produits dont le financement repose, du moins en partie, sur la participation de l'utilisateur. Elle a pour fonction de rencontrer une demande solvable, à la différence de la chaîne d'accès au savoir qui est accessible à tous.

1. Telle est la voie choisie par BBC Select en Angleterre, qui diffuse des émissions de formation cryptées à destination des infirmières et des experts-comptables. Des expériences de ce type ont déjà existé en France, à destination de réseaux bancaires ou d'assurance, sur le canal utilisé par France 3.

d) Le rôle spécifique de France 3

La chaîne France 3, en raison de son expérience en matière de programmes éducatifs et de sa mission de service public aurait un rôle tout particulier à jouer, dans le cadre de ses décrochages locaux, en diffusant des programmes de formation coproduits avec l'Education nationale, des collectivités locales ou des organismes professionnels. Elle contribuerait ainsi à la mise en place, en France, d'une programmation d'accès au savoir, dans sa dimension locale. Les programmes s'insérant dans ce cadre devront également être labellisés par la fondation.

La chaîne de télévision France 3 a pour particularité d'être à la fois nationale et régionale. Elle dispose ainsi d'équipes de production à l'échelon régional.

Cette implantation régionale, en permettant une diffusion sur le territoire national de compétences techniques, doit faire de France 3 un interlocuteur privilégié pour ceux qui s'efforcent de mettre en oeuvre des programmes locaux.

Pour que France 3 puisse jouer au mieux sa partition de chaîne locale d'accès au savoir, il faut :

- que la communication s'établisse entre les responsables de formation et les équipes de production de France 3 ;

- que la part réservée à la programmation locale soit plus importante ;

- une plus forte autonomie des centres de production régionaux afin que leurs échanges avec les partenaires locaux deviennent la part dominante de leurs activités, sans pour autant que ces centres régionaux aient un monopole géographique.

e) Les relations avec les diffusions radiophoniques

Il est certain que des codiffusions, notamment avec le réseau FM, sont très souhaitables et utiles. La souplesse de la radio, son fort taux d'audience à des heures où la télévision est peu regardée par les "actifs", les avancées déjà obtenues, notamment en matière d'accès à la culture scientifique grâce à France Culture mais aussi dans beaucoup d'autres domaines plaident pour ce nouvel usage de la radio.

f) Les chaînes francophones

Qu'il s'agisse de TV5 ou de Canal France International (CFI), il est évident que l'existence de programmes éducatifs qui se développera avec les nouveaux créneaux de diffusion proposés en France, sera de nature à enrichir l'offre proposée par ces chaînes à destination du monde francophone et francophile.

Il paraît à cet égard indispensable qu'un canal satellite diffuse les programmes d'accès au savoir vers la Réunion (les îles Maurice et Madagascar le recevant) ainsi que vers les Antilles, la Polynésie et la Nouvelle Calédonie.

f) Quel opérateur ?

Afin de lever les contradictions entre la composition du capital et la nature de la société, qui ont été soulignées par le C.S.A., lors de l'examen des projets de chaînes éducatives présentés dans le cadre de l'appel d'offre passé, relatif à la partie vacante du cinquième réseau hertzien, **il semble souhaitable de confier la gestion technique de la chaîne d'accès au savoir à un organisme public, à capital public, qui devrait être étroitement lié à la fondation.**

Le Gouvernement pourrait à cette fin utiliser son droit de préemption sur la partie vacante du cinquième réseau.

Une modification de la loi de 1986 sur l'audiovisuel qui énumère limitativement les chaînes publiques serait nécessaire.

Comme nous l'avons déjà précisé, la programmation de cette chaîne d'accès au savoir serait assurée par un "Comité de programmation de la chaîne d'accès au savoir" qui appartiendrait à la fondation et à la chaîne d'accès au savoir.

En effet, les principaux objectifs de cette chaîne - la lutte contre l'exclusion et les inégalités d'accès au savoir - relèvent pleinement des missions de service public, il est, dès lors, logique que le capital de cette chaîne soit détenu par l'Etat ou des organismes publics et que son financement soit principalement assuré par des fonds publics.

g) Quel financement ?

Les principes de programmation proposés pour la chaîne d'accès au savoir devraient en limiter son coût.

On peut envisager que certains des programmes d'appel vers d'autres produits ou réseaux, d'une part, les programmes cryptés ou non-cryptés nocturnes, d'autre part, seront produits par les organismes ou les sociétés intéressés et délivrés gratuitement ou à moindre coût au réseau diffuseur.

Ainsi, concernant la programmation qui représente en principe le coût majeur d'une chaîne de télévision, la production des émissions de services publics diurnes serait supportée directement à 100% par la chaîne, les autres émissions ne présentant qu'un coût limité pour la chaîne.

A ce coût, s'ajouterait celui de la diffusion hertzienne par T.D.F., et celui des frais fixes de gestion de la chaîne qui devraient être limités.

En effet, il s'agirait plutôt de concevoir une structure souple de gestion et d'initiative, qui ne devrait en aucun cas dépasser une soixantaine de personnes. Le recours limité au direct et l'utilisation de sociétés de production extérieures devrait permettre de limiter les effectifs permanents de cette chaîne.

Enfin, les droits de diffusion viendront naturellement s'ajouter à ces frais.

D'autres ressources pourraient être obtenues dans le cadre d'accord avec des éditeurs de produits dérivés.

La mission du Sénat n'a pas souhaité fermer la possibilité d'autres formes de ressources propres tel que le parrainage ou de façon préférentielle le mécénat.

Quoiqu'il en soit, si des modes de financements autres que publics sont possibles, le coût d'une chaîne de télévision n'est jamais négligeable et un financement majoritairement public suppose une forte volonté politique dans une période de limitation des dépenses de l'Etat.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel, dans un communiqué n° 219 en date du 22 janvier 1993, constatait :

"Il paraît certain qu'une télévision éducative ne saurait être rentable en raison de ses objectifs de service public, notamment pour lutter contre l'illettrisme et le retard scolaire, ainsi que pour contribuer à l'insertion que ce soit dans le cadre de l'immigration ou de la lutte contre le chômage.

La rentabilité n'est donc pas financière, elle est sociale, ce qui justifie pleinement un financement public."

3. La troisième fenêtre : l'ouverture vers d'autres réseaux et produits

La chaîne hertzienne en permettant, par les programmes d'annonce, des fenêtres d'accès à d'autres réseaux (audiovisuels, télécommunication, organismes de formation) donne ainsi une troisième dimension d'accès au savoir et permet d'obtenir un réseau ouvert et susceptible d'évoluer et donc de s'enrichir au fur et à mesure du développement de nouvelles initiatives.

Cette architecture permet d'avoir un système ouvert, différent de la télévision éducative telle qu'on la conçoit habituellement. En jetant les bases d'un système interactif, elle permettra, demain, d'intégrer les nouvelles formes d'accès du savoir.

Elle devrait également permettre de réserver la fréquence hertzienne aux programmes qui nécessitent une audience en direct, qui touchent un grand nombre de téléspectateurs, ou encore qui constituent une priorité nationale et répondent à une demande insolvable.

Le canal hertzien présente l'intérêt de permettre une diffusion de masse et d'atteindre un certain nombre d'exclus du système.

Pour le reste, ce canal ne semble pas le plus adapté. Dès lors, d'autres modes de diffusion sont à utiliser.

Cette souplesse et cette capacité à différencier les supports en fonction des besoins, devrait constituer le principe essentiel d'organisation de la diffusion de programmes de formation.

Les autres supports pourraient se présenter soit comme une "déclinaison" de la deuxième fenêtre, assurant la diffusion multiple du même produit avec une valeur ajoutée résultant de la mise en oeuvre d'une interactivité plus élaborée que celle que permet le réseau hertzien, soit comme des programmes de formation répondant à des demandes plus segmentées.

Les réseaux pouvant utiliser la chaîne d'accès au savoir pour faire connaître leurs actions en matière de programmes de formation sont d'ores et déjà nombreux, et leur nombre devrait aller en s'accroissant :

- chaînes nationales hertziennes,
- chaînes câblées ou diffusées par satellites,

La chaîne culturelle européenne Arte, qui participe à plusieurs projets de programmes éducatifs, notamment dans le cadre du programme MEDIA, pourrait également participer à cette troisième fenêtre en lui donnant une ouverture européenne.

- réseaux de télécommunications,
- organismes publics et privés de formation (ex : CNED, Universités...).
- éditeurs dont les autres produits pourraient faire l'objet d'une promotion sur la chaîne d'accès au savoir, à condition qu'ils aient un contenu audiovisuel et pédagogique :
 - compact disque interactif,
 - vidéo-disque,
 - CD ROM,
 - cassettes vidéo, etc...

4. Quelle place pour l'éducation nationale ?

Valoriser au mieux cette troisième dimension, suppose une réflexion avec l'Éducation nationale, avec le Centre national d'enseignement à distance et d'autres grands organismes de formation qui pourront utiliser la deuxième fenêtre (5ème réseau hertzien) pour promouvoir (1) les structures d'accueil qu'ils mettront en oeuvre afin de permettre, notamment, de participer à des formations validantes reconnues.

L'idée même de télévision éducative suscite traditionnellement scepticisme et retenue dans le monde de l'éducation nationale dont on sait la fidélité à l'écrit ainsi qu'à la relation directe et personnelle entre enseignant et enseigné, relation sans laquelle il n'est pas de bonne pédagogie.

S'il avait été par mésaventure agréé par le CSA, le projet Eureka, présenté en réponse à l'appel d'offres lancé à l'automne dernier pour l'occupation du cinquième réseau hertzien, n'aurait vraisemblablement pas fait progresser la compréhension entre le monde de l'éducation et celui de la communication audiovisuelle.

1. Cette promotion devra prendre naturellement la forme de programmes d'annonce ayant un contenu pédagogique reconnu par la fondation.

La grille de programmes d'Eureka aurait en effet déroulé sur 47,5% du temps d'antenne des émissions d'accompagnement scolaire en méconnaissance profonde de l'infinie variété des matières, des niveaux, des rythmes d'apprentissage. Ainsi aurait été constitué, pour un coût annuel de 450 millions de francs à la charge du budget de l'éducation nationale (convention du 29 décembre 1992 entre M. Jack Lang et M. Jean-Louis Missika), une machinerie pédagogique, dont nous pensons que le lecteur des pages précédentes aura compris qu'elle n'était pas la plus adaptée.

En outre, l'effet en aurait été démobilisateur pour tous ceux qui ont d'ores et déjà commencé d'explorer, à l'éducation nationale, le potentiel pédagogique offert par les technologies de la communication et de l'information. Dans l'état actuel des finances publiques, l'absence de rigueur devient insupportable car les priorités à satisfaire sans délai sont nombreuses.

La mission sénatoriale souhaite la création d'une télévision ouverte d'accès au savoir et non d'une télévision éducative au sens du projet Euréka. Dans ce contexte l'Education nationale s'insère dans le projet sénatorial comme un utilisateur important et incontournable, au même titre que la formation professionnelle, ou que la participation à l'intégration sociale des exclus.

Pour s'insérer dans le cadre de l'éducation nationale, l'usage de l'audiovisuel doit répondre à certaines règles. La formation scolaire suppose la possibilité de participation et d'interruption de l'enseignant qui doit pouvoir maîtriser le produit.

L'usage du produit doit pouvoir être répété, la formation scolaire exigeant la répétition.

D'autre part, le produit doit répondre de la façon la plus précise aux besoins d'un groupe d'étudiants qui a un niveau donné.

Ces deux caractéristiques de l'usage scolaire du produit audiovisuel, la possibilité de répétition et d'interruption et la réponse à un public précis, s'oppose à la seule diffusion par un canal hertzien, dans la mesure où ce dernier ne permet ni la souplesse d'usage, ni la réponse à une cible particulière.

En conséquence, d'autres supports semblent plus adaptés à la formation scolaire :

- l'usage des magnétoscopes permettant la répétition et facilitant l'accès à des produits suffisamment adaptés aux besoins de chacun et libérant des contraintes horaires de la programmation ;

- les vidéotransmissions par satellites de télédiffusion (cf. CNED/Poitiers) qui, accompagnées d'une interactivité entre l'intervenant et les groupes participants, permet de structurer le travail d'un groupe d'élèves et de démultiplier l'activité d'un conférencier ;

- les réseaux câblés (internes, externes) ou satellitaires qui permettent aux écoles ou aux universités d'échanger des programmes audiovisuels, d'organiser des cours pour plusieurs établissements et plus généralement de diffuser des émissions adaptées à des demandes diversifiées ;

- les vidéocassettes, CD-ROM, CDI, etc....

Le système proposé par la mission du Sénat, qui se veut pragmatique, progressif et donc réaliste, favoriserait un recours accru de l'éducation nationale aux techniques de l'information et de la communication et permettrait d'associer le ministère aux efforts de mobilisation et de mise en cohérence entrepris sous l'égide de la fondation au sein de laquelle il jouerait nécessairement un rôle important.

De fait, on n'imagine pas que l'éducation nationale reste à l'écart d'un processus lui permettant de continuer à explorer le potentiel offert par les nouvelles technologies dans le cadre d'une coopération plus large et plus systématique avec tous les partenaires intéressés.

De plus, l'exécution de certaines missions que le système éducatif traditionnel assure mal ou n'assure guère -la réduction de l'illettrisme, l'éducation à l'usage des médias, plus généralement l'insertion des populations en difficulté- pourrait bénéficier de l'ouverture du cinquième réseau hertzien et des incitations financières qui seront mobilisées sous le contrôle de la fondation.

Enfin, il importe de valoriser l'investissement effectué pour doter les établissements scolaires d'équipements audiovisuels. D'après des données communiquées par le ministère de l'éducation nationale, 30% des écoles étaient équipées d'un magnétoscope au moins et 80% d'entre elles étaient équipées d'un téléviseur au moins à la rentrée scolaire 1990-1991, tandis qu'on recensait la présence de deux appareils de chaque catégorie en moyenne dans les lycées et collèges à la rentrée 1992-1993.

Au demeurant, il semble que le ministère de l'éducation nationale soit sensible à ces perspectives et à ces nécessités : sa direction centrale de la communication a élargi ses missions en direction des nouvelles techniques éducatives. Cet élargissement, prolongeant le mouvement amorcé récemment avec la création d'une délégation à l'audiovisuel éducatif, devrait faciliter la rencontre des professionnels de

l'éducation avec ceux de la télévision et rendre plus efficace l'insertion du ministère dans le système dont la mission du Sénat propose la mise en place.

A cet égard, les questions suivantes seront posées :

- participation du ministère de l'éducation nationale (et de celui des universités et de la recherche) aux organes de la fondation (conseil d'administration et commission de normalisation) ;

- diffusion par le ministère sur le cinquième réseau d'émissions susceptibles de s'intégrer dans la grille des programmes de celui-ci : information sur le système éducatif, les filières, les formations dispensées, programmes de lutte contre l'illétrisme, programmes d'éducation aux médias, enseignement des savoirs peu ou pas pris en charge par le système éducatif : éducation artistique, éducation technologique ;

- lancement sur les réseaux câblés ou diffusion par satellite de programmes éducatifs multimédias.

Les ministères concernés pourront valider des formations dispensées sous l'égide des établissements placés sous leur tutelle ou agréés par eux, ou par d'autres intervenants.

Il apparaît que si l'éducation nationale est une pièce indispensable du système français de télévision d'accès au savoir tel que le conçoit la mission du Sénat, et doit donc occuper une place importante en son sein, ce système, par sa souplesse, son pragmatisme et les synergies qu'il favorisera, ne pourra qu'encourager la modernisation nécessaire de notre système éducatif.

5. Quelle organisation européenne bilatérale et multilatérale ?

L'accès au savoir et l'industrie de programmes correspondante ne peuvent se développer au niveau souhaitable en Europe à la seule initiative de la France. Il est donc nécessaire d'infléchir la politique communautaire vers une incitation puissante en la matière car nous sommes convaincus qu'il s'agit là d'une des industries majeures des années à venir, appelée sans doute à devenir plus importante même que de grandes industries manufacturières telles que l'automobile ou les industries liées à l'énergie.

De cette nouvelle priorité les politiques nationales ou européennes devront tenir compte et une action énergique mise en oeuvre pour y parvenir et sensibiliser les instances des différents pays communautaires à cet enjeu, est certainement indispensable.

La mission du Sénat estime qu'en ce domaine, son action vers de nouvelles missions devrait se poursuivre.

IV - CREER UNE INDUSTRIE DE PROGRAMMES D'ACCES AU SAVOIR PUISSANTE

En matière d'échange de programmes audiovisuels et cinématographiques, le déficit de la communauté européenne à l'égard des Etats-Unis est passé de 2,1 milliards de dollars en 1988 à 3,5 milliards en 1990 (1).

Ce déséquilibre est avant tout l'indice de la très faible compétitivité de l'industrie européenne des programmes face au système américain. Lorsque l'on sait que la firme Microsoft a proposé aux Musées de France de filmer en images numériques leur patrimoine artistique - avec bien sûr une exclusivité -, on peut s'inquiéter.

Dans ce cadre général, nos insuffisances en matière de programmes éducatifs sont encore plus sensibles et alarmantes, et plus encore en France que dans d'autres parties de l'Europe.

1. Une production artisanale

Toute ambition en matière de télévision d'accès au savoir ne pourra être atteinte que si une véritable industrie des programmes voit le jour dans notre pays.

Or la faiblesse de la France en ce domaine est flagrante, malgré de multiples initiatives, parfois de grande qualité.

On peut ainsi rappeler qu'à l'heure actuelle, le programme d'apprentissage du français comme langue étrangère qui est le plus vendu dans le monde entier est produit par la BBC.

2. Menaces sur la francophonie

Si comme le rappelle, parlant de l'invasion des programmes audiovisuels américains, le rapport du Commissariat général au Plan, "La création face aux systèmes de diffusion" : *"à travers cette immersion permanente, un certain nombre de références s'estompent : langue, valeurs, jusqu'à des substituts techniques et culturels presque*

1. Source : IDATE, *Le marché mondial du cinéma et de l'audiovisuel*, 1992.

indécelables tant ils semblent inattaquables", qu'en est-il lorsqu'il s'agit de programmes éducatifs qui par définition structure notre mental.

N'y-a-t-il pas péril pour la pérennité de notre culture ?

Et qu'en est-il pour la diffusion de notre culture au-delà de nos frontières ?

Au cours de ces auditions, la mission du Sénat a pu mesurer l'importance de la demande en programmes éducatifs dans le monde de la francophonie, et la difficulté de répondre à cette demande de façon cohérente.

Qu'il s'agisse des Canadiens qui attendent une alternative à l'industrie de l'image anglo-saxonne pour alimenter leurs chaînes éducatives, ou encore de pays du sud de la méditerranée qui voient dans l'audiovisuel un moyen de faire face aux limites quantitatives de leurs systèmes d'éducation et de formation, tous espèrent, tous attendent.

Faute de répondre à ces attentes, nous prenons le risque de voir le rayonnement de notre langue et de notre culture s'amenuiser.

3. Un besoin de nouveaux programmes

Les stocks de programmes éducatifs sont nombreux en France. Plusieurs institutions, qu'il s'agisse de l'INA, du CNRS, du CNDP, ou encore du CNED en possèdent à profusion. Mais sont-ils au goût du jour ? Sont-ils adaptés aux besoins ?

Pour faire une télévision d'accès au savoir il ne suffit pas de piocher dans les programmes existants : l'utilisation massive de ceux-ci, si elle peut présenter un intérêt économique, risquerait en fait de réduire l'audience d'une telle chaîne.

En effet dans le stock existant, nombreux sont les programmes vieillissés, datés pour ne pas dire périmés. Il faut par ailleurs se poser la question de leur pertinence par rapport aux besoins.

La programmation du satellite Olympus en programmes éducatifs a montré les limites de l'usage du stock existant. Ces limites correspondent à moins de 500 heures de programmation !

Or, les 500 canaux satellitaires que les nouvelles techniques de compression nous permettent désormais, correspondent à plus de 5 000 heures par jour de programmes. Une chaîne de télévision a besoin

de programmes "frais". Pour intéresser et séduire son public il lui faut s'habiller au goût du jour et sur mesure.

La production de nouveaux programmes nationaux sera également impérative pour répondre aux obligations légales des chaînes concernant les quotas de production.

Une politique de production efficace de nouveaux programmes est donc indispensable.

C'est de concert avec les acteurs intéressés, au premier rang desquels figurent les ministères (Education nationale, Recherche et enseignement supérieur, Culture, Travail, Ville, Aménagement du territoire, Industrie), mais également les collectivités territoriales, les assemblées consulaires, les profession et l'ensemble des organismes de formation, qu'il faudra mener une réflexion afin d'associer ceux qui ont des responsabilités pédagogiques et ceux qui ont des compétences en matière d'audiovisuel, dans des sociétés d'édition.

Ces structures devraient permettre d'appuyer et de fédérer les producteurs, éditeurs, auteurs et réalisateurs afin de rassembler les énergies et les savoir-faire. Une chaîne comme France 3 qui a une expérience certaine comme productrice de programmes éducatifs pourrait jouer avec d'autres entreprises publiques et privées un rôle d'entraînement appréciable dans de telles structures. Ces sociétés pourraient être ouvertes à des producteurs étrangers comme la BBC éducation ou encore le programme allemand Telekolleg pour ne citer qu'eux, afin de faciliter les coproductions et de bénéficier de savoir-faire établis.

Réunir au mieux les moyens existants n'est sans doute pas superflu si l'on a pour ambition de viser un marché mondial en plein développement.

On peut, à titre d'illustration, citer nos voisins britanniques qui ont compris que plus un programme est ambitieux, plus il est coûteux et plus il est attractif et susceptible d'être exporté. Ils ont, pour cette raison, visé le marché mondial et ainsi pu élaborer des programmes éducatifs de grande qualité.

4. Les aides envisageables

L'appui d'un système d'aides à la production est certainement indispensable pour favoriser le développement d'une industrie de programmes éducatifs dans notre pays.

Il constitue une condition nécessaire, mais bien évidemment pas suffisante - l'existence de possibilités de diffusion en est la deuxième condition - pour amorcer un tel développement.

Ces aides pourraient prendre la forme d'avantages fiscaux (mécanisme de Sofica), de subventions (COSIP) et de **crédits d'impôt pour l'accès au savoir** du type de ceux existants pour la recherche.

a) *Les sofica et l'audiovisuel éducatif*

- **L'éligibilité des programmes éducatifs**

Pour bénéficier d'un financement SOFICA, une oeuvre audiovisuelle doit être agréée par le ministère de la culture. Sont exclus :

- les oeuvres cinématographiques ou audiovisuelles utilisables à des fins publicitaires,

- les programmes d'information, les débats d'activité ou les émissions sportives ou de variétés,

- tout document ou programme audiovisuel ne comportant qu'accessoirement des éléments de création originale,

- les films classés pornographiques ou de violence.

Les programmes éducatifs ne figurent manifestement pas dans cette liste. On peut s'interroger sur la pertinence d'un agrément du ministère de la culture dans ce domaine car ceux-ci concernent autant la recherche et l'enseignement supérieur et l'éducation nationale et l'industrie. Il serait logique que la fondation soit chargée de cette mission pour le compte commun des ministères concernés.

- **Infléchir le mécanisme ?**

On peut estimer le mécanisme actuel assez favorable à la production éducative : la durée d'amortissement de celle-ci peut être inférieure dans de nombreux cas à celle du reste de la production audiovisuelle dans la mesure où le renouvellement rapide des émissions est nécessaire pour leur conserver un caractère attractif. Par ailleurs,

l'existence d'un débouché garanti sur la chaîne éducative est une incitation sérieuse à l'investissement.

S'il ne semble donc pas indispensable d'infléchir le mécanisme des SOFICA, en revanche, la mission souhaite qu'une obligation minimum d'investir dans le domaine éducatif soit mise en place dans le cadre du régime des SOFICA.

b) Le compte de soutien financier de l'industrie cinématographique et de l'industrie des programmes audiovisuels

Les programmes éducatifs ayant obtenu le label de la fondation auront accès aux mécanismes de soutien de l'industrie de programmes audiovisuels.

Ils devraient pouvoir bénéficier en particulier de subvention au titre de l'aide du "troisième guichet" qui concerne la production de programmes pour la jeunesse.

En créant cette aide particulière, financé par dotation de l'Etat, la volonté du Gouvernement était clairement de favoriser la réalisation de programmes pour la jeunesse, qui soient de qualité. Cette volonté ne peut qu'être approuvée.

Personne n'en contestait l'utilité puisque la production de fiction, d'animation ou de documentaires pour la jeunesse trouve plus difficilement que les autres fictions un financement.

Un tel raisonnement est également valable pour les programmes éducatifs. Ceux-ci pourraient être soutenus par ce "troisième guichet" sous réserve que sa dotation progresse.

La mission estime indispensable qu'une volonté affirmée du Gouvernement pour soutenir une industrie de programmes éducatifs s'accompagne d'une augmentation du soutien financier du compte de soutien à destination de cette catégorie de programmes qui pourrait passer par une augmentation de la dotation de l'Etat, au titre du 3ème guichet.

Un crédit d'impôt "d'accès au savoir" semblable dans son fonctionnement au crédit d'impôt recherche créé il y a dix ans pourrait également être mis en place et prendre en charge une partie du développement d'un programme d'accès au savoir qui aurait reçu le label de la fondation. Le crédit d'impôt recherche qui atteint à ce jour quelque 30 milliards de francs a montré toute son efficacité pour permettre à nos entreprises les plus innovantes de mieux résister dans

un contexte international particulièrement difficile. **Comme la recherche, l'industrie "d'accès au savoir" doit devenir une priorité nationale.**

Une partie de l'emprunt d'Etat, dit "emprunt Balladur", pourrait en outre constituer un capital dont les intérêts seraient utilisés au soutien des programmes éducatifs. L'argent souscrit massivement par les Français serait ainsi investi pour préparer l'avenir.

CONCLUSION

La mission du Sénat a choisi de ne pas limiter sa réflexion au seul usage de la télévision pour contribuer à la formation. Elle a estimé qu'elle devait s'attacher à concevoir une architecture qui permette de fédérer les initiatives et de favoriser l'accès au savoir de toutes les composantes de la population.

C'est dans ce schéma que s'insère la stratégie proposée pour les médias en matière d'accès au savoir, telle que définie dans le rapport et la création d'une puissante industrie moderne de l'édition de programmes interactifs.

La France pourra, à partir de cette colonne vertébrale développer un réseau d'accès au savoir qui devrait nous permettre d'apprendre aux utilisateurs à maîtriser les techniques et de relever le défi de la rencontre entre l'audiovisuel, l'informatique, les télécommunications et toutes les nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Créer des réseaux de diffusion avec de multiples points d'entrées. Favoriser l'établissement d'une égalité géographique dans l'accès au savoir, composante essentielle d'une politique efficace d'aménagement du territoire.

Contribuer à la cohésion sociale et développer le civisme centré sur l'apprentissage et l'échange des modes de connaissances.

Préparer notre pays à la révolution culturelle qui est en cours et que concrétise la fulgurante explosion des nouvelles techniques d'information et de communication.

Construire une industrie française de programmes éducatifs pour répondre à un marché intérieur et prendre une place de choix dans le marché mondial des produits éducatifs qui est en train d'exploser.

C'est aussi créer les emplois et les richesses de demain.

Il faut ainsi contribuer à une action commune européenne et méditerranéenne en la matière, car ce nouveau marché de l'accès au savoir ne doit pas être l'apanage des Etats-Unis et du Japon, mais le coeur du vieux monde, source de la civilisation occidentale se doit d'être à la pointe de cette Renaissance nouvelle.

Il s'agit d'une priorité nationale, d'une priorité pour l'Europe, d'une nécessité pour l'équilibre culturel de l'humanité future.

Chaque Français doit prendre conscience que tous les "nouveaux métiers" du XXI^e siècle seront étroitement liés à nos capacités d' "accès au savoir" et que la qualité des programmes d'accès au savoir produits en France jouera un rôle déterminant pour la place de la France dans le monde, pour le siècle prochain.

* *

*

Réunie le 23 juin 1993, sous la présidence de M. Pierre Laffitte, Président, la mission d'information sur la télévision éducative a adopté les conclusions présentées par M. René Trégouët, Rapporteur

ANNEXE I

L'EXPERIENCE FRANÇAISE

L'EXPERIENCE FRANÇAISE

I- RAPPEL HISTORIQUE

A - LE DECLIN DE LA TELEVISION EDUCATIVE EN FRANCE

Pour éclairer la situation actuelle, il n'est pas inutile de rappeler, même brièvement, l'histoire de la Radio-Télévision Scolaire (RTS), première expérience française de télévision éducative.

Après l'évocation depuis ses débuts de l'activité télévisuelle de la RTS, un développement sera plus spécialement consacré à "RTS/Promotion", qui fut son volet à destination des adultes et demeure moins bien connu.

1. L'histoire de la télévision scolaire française : une leçon pour le présent

Historiquement, la France a été l'un des pays précurseurs, en matière de télévision scolaire. Pourtant, après avoir connu une apogée dans les années 1960, la RTS est entrée dans une phase de relatif déclin jusqu'à nos jours.

a) Les débuts précoces de la télévision scolaire

La télévision scolaire n'est pas née en France d'un acte officiel, mais de l'initiative d'un groupe d'enseignants parisiens faisant un usage innovant des programmes de la télévision publique naissante. Elle n'eut, dans un premier temps, qu'une existence de fait,

d'ordre coutumier, avant que les pouvoirs publics prennent conscience de son intérêt et favorisent son expansion.

Dès le 1er octobre 1945, une section "Enseignement" est créée à titre expérimental au sein de la radiodiffusion-télévision française. Avec le concours d'un unique speaker, elle diffuse une heure de programme par semaine. En 1949, elle prend le nom de "Télévision éducative".

En avril 1951, la responsabilité de cette télévision éducative est transférée de la radio-télévision française à l'Education nationale, où elle devient un service intégré au département des moyens audiovisuels du Centre National de Documentation Pédagogique (CNDP). Elle n'a toujours droit qu'à une heure d'antenne hebdomadaire.

En octobre 1952, sa diffusion est portée à une heure et demi d'antenne par semaine, et se décompose en trois émissions d'une demi-heure chacune, à destination respectivement des classes du second degré, de l'enseignement technique et du primaire.

Ce n'est que le 28 août 1953 qu'est consacrée juridiquement l'existence de la télévision scolaire, de façon incidente, par une circulaire du ministre de l'Education nationale, André Marie, visant à réglementer et guider le choix des téléviseurs dans les écoles.

En octobre 1953, Henri Dieuzeide est nommé chef du service de la télévision éducative au CNDP. Les émissions trouvent alors un horaire de programmation fixe : les mardi, mercredi et samedi à 14 heures. Désormais, il est fait appel pour la production à du personnel enseignant, tandis que la fabrication est confiée à un réalisateur spécialement recruté par le CNDP et secondé par un assistant-réalisateur de la RTF. Les tournages se font en grande partie au laboratoire de pédagogie audiovisuelle de l'Ecole normale supérieure de Saint-Cloud. C'est aussi le début d'une information systématique des enseignants, un "Service de relations avec les utilisateurs" étant créé au CNDP.

En 1956, la démission de son réalisateur attiré oblige la RTS à recourir dans un premier temps aux réalisateurs de la RTF, puis à développer ses propres moyens de production. Cette autonomisation accompagne une nouvelle phase de croissance de la télévision scolaire.

b) L'expansion de la télévision scolaire

Un arrêté du 22 mars 1956 institue auprès de l'école normale supérieure de Saint-Cloud une section du CNDP spécialisée dans l'étude, le perfectionnement et la production des moyens audiovisuels d'enseignement, ce qui a pour effet de mettre à la disposition de la RTS sa propre équipe de tournage. Révélatrices de l'intérêt que les pouvoirs publics portent désormais à la télévision scolaire, deux circulaires du 9 octobre 1957 et du 8 janvier 1958 en définissent les programmes pour le premier et le second degré. Conçues comme un complément à l'enseignement susceptible d'être utilisé directement en classe, les émissions sont préparées par des enseignants, sous le contrôle constant des commissions pédagogiques instituées auprès du CNDP. Les sujets sont choisis en fonction des programmes scolaires.

Dès 1958, 2.800 établissements scolaires utilisent régulièrement les services de la RTS. Le volume d'émissions diffusées passe à deux heures hebdomadaires en 1956-57, puis à 4 heures par semaine en 1960-61. Cette année-là, apparaissent en marge des programmes de la RTS les toutes premières émissions de "promotion sociale" à destination des adultes, qui donneront naissance en 1964 à "RTS/promotion".

Au cours de l'année 1961-1962, 24 émissions consacrées à l'enseignement des mathématiques en classe de 5ème sont réalisées dans les studios de Lille et diffusées par l'émetteur local. Une expérience identique est menée peu après à Bordeaux. L'évaluation de ces expériences, en permettant de mieux connaître les réactions d'un auditoire scolaire, a beaucoup contribué à la définition d'une politique d'enseignement par la télévision.

Cette politique se voit dotée d'un organisme de coordination et de promotion par l'arrêté du 5 juin 1963, qui institue auprès du Premier ministre une commission chargée de poursuivre l'étude des problèmes d'enseignement et de formation par les techniques audiovisuelles, de formuler des recommandations et de proposer les mesures propres à leur mise en oeuvre. Un arrêté du 19 juin 1963 crée une commission permanente analogue auprès du ministre de l'Education nationale.

Le CNDP, devenu Institut Pédagogique National (IPN), est chargé de présenter une proposition de plan d'équipement des établissements, dans le cadre des mesures d'extension décidées en comité interministériel, qui font bondir le volume horaire hebdomadaire de la RTS à 9h30 en 1963-64, puis 13h30 en 1964-65. Les programmes de la télévision scolaire comportent alors trois catégories d'émissions : des émissions documentaires destinées à l'enseignement élémentaire, ainsi qu'aux 1er et 2ème cycles du second degré ; des émissions de complément destinées à aider les jeunes professeurs et maîtres auxiliaires des lycées et collèges ; des émissions d'information des professeurs portant sur des disciplines ou des techniques pédagogiques nouvelles. Les professeurs qui restent dans leur établissement pour les regarder sont rémunérés en heures supplémentaires

Une lettre du 18 novembre 1964 adressée au ministre de l'Education nationale, Christian Fouchet, par le premier ministre Georges Pompidou, trace un programme d'essor pour la RTS et évoque déjà "pour un avenir plus lointain", l'éventualité d'une chaîne éducative à part entière.

En 1970, la programmation de la télévision scolaire culmine à 20 heures d'émissions par semaine.

c) Le relatif déclin de la télévision scolaire

La loi du 16 juillet 1971 sur la formation permanente met l'accent sur la nouvelle vocation de la RTS à l'égard des adultes. Les émissions destinées à ces derniers sont augmentées, aux dépens de la production destinée au primaire ou au secondaire, fortement réduite. C'est l'époque de l'essor de "RST/Promotion", dont le temps d'antenne passe à 8h. Mais cet effort ne sera pas maintenu et les émissions de formation continue iront en diminuant dès les années suivantes : 6h en 1975, 3h30 en 1977.

Cependant l'ORTF, chargée par la loi de 1971 d'intervenir en matière de formation permanente concurremment avec les établissements d'enseignement, veut accroître son action éducative. Elle s'inquiète maintenant des incursions de la RTS sur "son terrain", liées à l'évolution de la pédagogie, avec des émissions d'information économique et sociale ou de sensibilisation aux arts plastiques. En fait, le dialogue est difficile entre deux monopoles jaloux de leurs prérogatives : monopole de l'antenne contre monopole de l'école.

Pour régulariser leurs relations, une convention est signée entre Joseph Fontanet, ministre de l'Education nationale, et Arthur Conte, président de l'ORTF.

La télévision éducative en sort perdante : si le droit à l'antenne de la RTS est reconnu, l'ORTF obtient en échange un droit de regard sur le contenu des émissions au nom de sa responsabilité de programmateur. Cette convention marque le début du désengagement de l'ORTF à l'égard des émissions de la télévision scolaire, perçues comme un corps étranger dans ses grilles de programme. Elle leur fait des difficultés croissantes : changements d'horaires, annulation voire censure de certaines émissions, augmentation exponentielle du prix de location d'antenne.

La RTS rencontre par ailleurs des obstacles qui lui sont propres. L'effort d'accroissement et de maintenance du parc de récepteurs dans les établissements n'est guère soutenu par le ministère de l'Education nationale : en 1980, 58% des matériels ont été acquis hors dotation de l'Etat, c'est-à-dire sur les fonds propres des établissements ou grâce aux taxes d'apprentissage et de formation continue, ou aux subventions des collectivités locales.

Il apparaît que l'organisation rigide des emplois du temps à partir de la sixième ne permet pas de s'adapter aux heures imposées de diffusion des émissions. Aussi la RTS se recentre-t-elle sur le primaire.

Enfin, les productions de la télévision scolaire ne sont pas toujours bien adaptées à leur public et pèchent trop souvent par un excès de didactisme ou d'artifice. La grande majorité des enseignants s'est avérée pour le moins dubitative à l'égard de la télévision scolaire, convaincue que l'enseignement doit rester fondé sur l'écrit, et surtout sur une relation inter-personnelle.

Au début des années 1980, la RTS entreprend une réduction méthodique de ses activités. Seuls subsistent, considérablement réduits, deux secteurs : le primaire et la formation continue, pour un total de 3h30 hebdomadaires. Les activités de "RTS/Promotion" prenant fin à partir de 1985, le volume de programmation de la télévision scolaire tombe au niveau de 2 heures hebdomadaires, niveau qu'il a conservé jusqu'à aujourd'hui avec l'émission "Parole d'école".

d) Les prémices d'un renouveau de la télévision scolaire

Cependant, à partir de 1985, un courant d'idées se dessine en faveur d'un renouveau de l'audiovisuel éducatif, qui a été ponctué d'une série de rapports officiels ainsi évoqués par Pierre Trincal, président du CNDP, à l'occasion de sa participation au colloque organisé par la mission d'information sénatoriale, le 25 mai 1993 :

«Nombreux ont été les rapports officiels concluant à la nécessité d'offrir aux français des émissions éducatives de qualité, et qui dénonçaient l'inertie des chaînes privées et publiques en ce domaine, ainsi que le désengagement du ministère de l'Éducation nationale.

Dans un rapport adressé au Président de la République en 1985, le collège de France préconisait l'usage intensif et méthodique des techniques modernes de diffusion de la culture, mais recommandait avant tout le recours à la vidéocassette dont il préconisait d'encourager la production massive.

Jacques Pomonti, dans un rapport remis en 1989 au ministre de l'Éducation nationale, voulait réconcilier l'école et la télévision. Il recommandait d'agir à la fois en faveur de la consommation télévisuelle à l'école, par un effort de signalement des oeuvres et de rachat par le ministère des droits de représentation publique et d'usage pédagogique des émissions de télévision. Il prévoyait en outre le succès du câble qui devait selon lui, privilégier les chaînes thématiques, et donc la télévision éducative. Il demandait que la formation des maîtres à l'audiovisuel soit enfin assurée. Mais ses nombreuses propositions, trop imprécises, appelaient un financement important, alors que le ministère consacrait toutes ses ressources à la revalorisation des métiers de l'enseignement.

Annette Bon et Michel Kuhn de leur côté, avaient, dans un rapport consacré à l'enseignement technique, proposé tout un ensemble de recettes pour introduire les nouvelles technologies de la communication dans les établissements techniques et pour développer l'audiovisuel. Leurs conclusions avaient accompagné celles de J. Pomonti, mais le volontarisme qui les inspirait n'a pas trouvé d'acteurs à la mesure du rôle, dans une période de mutation qualitative du système éducatif français, mutation encore accélérée par la loi du 10 juillet 1989 sur l'éducation.»

C'est dans ce climat redevenu plus favorable que le CNDP a pu en 1990 négocier avec FR3 sur de nouvelles bases, qui ne le placent plus dans la situation d'un simple locataire d'antenne, mais dans celle d'un partenaire de la chaîne. Producteur, le CNDP apporte à FR3 des programmes, coproducteur, il lui apporte des financements ; la chaîne, pour sa part, diffuse les émissions de télévision scolaire en veillant à ce qu'elles s'intègrent harmonieusement à sa programmation, et accorde au CNDP les droits de diffusion sur cassettes vidéo, pour le système éducatif, de certaines de ses émissions sélectionnées d'un accord commun.

Ce dernier point est révélateur d'un changement de stratégie de la télévision scolaire, autorisé par la banalisation du magnétoscope et la nouvelle attitude des enseignants. Loin des stéréotypes qui les présentent comme hostiles et jaloux à l'égard de la télévision, les professeurs font montre à l'orée des années 1990 d'une attitude relativement ouverte. Considérant la télévision comme une réalité impossible à nier, et une aide potentielle sous réserve de certaines précautions, les enseignants sont 57% à déclarer souhaiter qu'elle prenne plus de place dans l'enseignement, selon une enquête CSA effectuée pour Télérama et le CNDP.

Ce sont ces considérations qui ont conduit le CNDP à prolonger sa production d'émissions scolaires par l'exploitation systématiquement de certaines émissions de qualité de la télévision généraliste, qui n'ont pas été conçues à l'origine pour une utilisation en classe, mais s'y prêtent cependant fort bien. Dans cette optique, un hebdomadaire "Télescope" a été lancé par le CNDP en janvier 1992 en partenariat avec Télérama et l'association APTE (Audiovisuel Pour Tous dans l'Enseignement) qui apporte aux enseignants une aide à l'intégration de la télévision généraliste en classe : signalement des émissions, analyse de certaines d'entre elles, articles d'éducation aux médias, rencontres avec les professionnels...

Enfin, la participation fin 1992 du CNDP au projet Eurêka finalement avorté, n'est que le dernier épisode de la longue histoire de la télévision scolaire, qui pourrait encore rebondir.

B - "RTS/PROMOTION" UNE EXPERIENCE MECONNUE DE TELEVISION EDUCATIVE POUR ADULTES

L'action du CNDP à destination des adultes est moins connue que son action envers les publics scolaires. Pourtant de 1964 à 1985, sous le nom de "RTS/Promotion", des émissions de télévision éducative pour adultes ont été produites par le CNDP (successivement IPN, puis OFRATEME, puis à nouveau CNDP) et diffusées sur le réseau national à l'intention de publics peu ou moyennement scolarisés.

Cette première expérience française de télévision éducative pour adultes est aujourd'hui quelque peu oubliée, essentiellement en raison de ce qu'il faut bien appeler son échec, patent déjà longtemps avant son interruption définitive. C'est le mérite de Mme Viviane Glikman, chercheur à l'INRP, que d'avoir tiré les leçons de cette tentative dans sa thèse de doctorat en sciences de l'éducation, soutenue en 1989 et intitulée "Histoire de RTS/Promotion, une expérience française de télévision éducative pour adultes (1964-1985)". Les analyses suivantes lui sont dues.

1. Des débuts modestes suivis d'une expansion trop rapide (1964-1970)

Les premières séries d'émissions télévisées spécifiquement conçues pour un public d'adultes non enseignants apparaissent en 1964, comme une activité très marginale de la Radio-Télévision Scolaire (RTS). Elles s'adressent prioritairement à des téléspectateurs isolés (non inscrits dans les organismes de formation) et faiblement instruits. Les contenus traités concernent des matières de l'enseignement général ou technique : langues vivantes (anglais et allemand), expression française, économie, dessin technique, ... Des documents écrits d'accompagnement, distribués gratuitement doivent permettre aux téléspectateurs de compléter l'initiation proposée par les émissions.

La diffusion se fait sur les chaînes nationales, les heures étant louées à l'ORTF. De une heure par semaine (le samedi après-midi) en 1963-64, le temps d'antenne passe à 2 heures en 1966-67, puis à 5 heures hebdomadaires dès 1967-68. La télévision, qui commence seulement à se développer et qui se veut un outil d'éducation et de culture, accepte volontiers d'ouvrir son antenne, encore très partiellement occupée, à des émissions de formation.

Les responsables de RTS/Promotion à l'IPN (Institut Pédagogique National, précurseur du CNDP), Henri Dieuzeide et Roland Garnier, sont des enseignants militants de l'éducation populaire et de la promotion sociale, qui sont convaincus que la télévision peut assurer une mission éducative. Aussi, les intentions des émissions sont-elles explicitement didactiques, tandis que des recherches formelles parfois très novatrices s'efforcent de mettre en oeuvre la diversité des moyens offerts par la télévision en vue de créer des "spectacles pédagogiques".

Dans le reste de l'Europe et en Amérique du Nord, la plupart des pays proposent désormais des systèmes de télévision éducative, scolaire et/ou pour adultes, avec des contenus extrêmement variés mais, contrairement à ce qui se passe en France, la responsabilité des productions incombe généralement aux sociétés de télévision de ces pays et non à leur ministère de l'éducation. RTS/Promotion participe à cet essor général. Elle s'autonomise et ses forces s'accroissent. Les projets se multiplient et se diversifient, avec des séries sur l'expression orale. Les méthodes de travail, la législation du travail, l'électronique, les automatismes, les mathématiques et les statistiques.

Par un effet en retour, l'augmentation soudaine du temps d'antenne, qui atteint six heures par semaine en 1969-70, entraîne une dangereuse accélération de la production. Les enseignants nouvellement recrutés, qui n'ont souvent reçu aucune formation dans le domaine de l'audiovisuel et connaissent mal les problèmes spécifiques de la formation des adultes peu scolarisés, produisent dans la hâte des émissions dont les objectifs demeurent didactiques, mais dont la plupart n'ont ni la séduction, ni l'originalité recherchées au début. L'expansion s'est faite au détriment de la réflexion sur le public, sur ses difficultés d'appropriation des contenus proposés et sur ses attentes en matière de valorisation de la formation acquise.

Cependant, malgré une information insuffisante sur l'existence des émissions, leur audience est relativement élevée (jusqu'à un million de téléspectateurs dans une France moins équipée qu'aujourd'hui en récepteurs) et les documents d'accompagnement sont largement diffusés (150.000 à 200.000 chaque année).

Les études de public soulèvent toutefois progressivement le problème de l'écart entre le public-cible, peu scolarisé, et le public effectivement touché, dont le niveau d'instruction est surtout moyen ou supérieur, et plus généralement le problème de l'inadéquation entre certains des moyens mis en oeuvre et les objectifs affirmés.

2. La dérive vers une "télévision de communication" s'accompagne d'un lent déclin (1970-1985)

En septembre 1970 l'OFRATEME (Office Français des Techniques Modernes d'Education) est issu d'une partition de l'IPN. RTS/Promotion devient en son sein une "Unité de la formation continue". Ses budgets continuent d'augmenter, son équipe de s'étoffer jusqu'à regrouper une quarantaine de personnes, ses heures de diffusion de s'accroître jusqu'à atteindre 8h30 en 1972-73.

Cependant la loi de 1971 sur la formation professionnelle continue a entraîné un total renouvellement du discours sur la formation permanente. L'éducation populaire et même la promotion sociale sont remises en cause. La formation des adultes apparaît de plus en plus comme relevant de la responsabilité du patronat, dans le cadre de la politique contractuelle. Les pouvoirs publics ne se préoccupent plus guère de la promotion individuelle vers laquelle se sont jusqu'alors orientées les activités de RTS/ Promotion. Dès lors, plus aucun responsable politique de haut niveau ne s'intéresse à la télévision éducative, abandonnée aux mains de ses administrateurs, qui n'ont guère de vision stratégique de l'audiovisuel, ni de réel pouvoir de décision.

Le phénomène télévisuel, de son côté, a changé de nature. La télévision s'impose comme principal moyen de communication de masse. L'ORTF (Office de Radio-Télévision Française) commence à vivre sur le mode de la publicité et de la concurrence entre les chaînes, et considère désormais la télévision scolaire et éducative, alliée des premiers temps, comme une pesante contrainte. Un équilibre précaire sera trouvé après de longues et difficiles négociations, aboutissant à une convention qui, bien que préservant l'accès à l'antenne des émissions du ministère de l'éducation nationale, les placent en situation de dépendance par rapport à l'ORTF. Ces accords n'empêcheront pas une forte augmentation du coût de location de l'heure d'antenne et la désorganisation de la grille de diffusion.

Le désir de rentabilité ne traduit pas des modifications de la formule des émissions et des augmentations successives du prix des documents d'accompagnement, qui ont cessé d'être gratuits et se renouvellent peu, entraînant une forte baisse du nombre des demandeurs individuels. Par ailleurs, les contenus didactiques des séries télévisées sont remis en cause. Dans le cadre d'un effort de "déscolarisation", expression à la mode depuis 1968, les nouvelles séries se présentent plutôt comme une ouverture sur le monde contemporain. La forme des émissions se modifie également et fait davantage appel aux témoignages, aux débats, au direct. Or, l'audience des émissions n'a pas été accrue par ces modifications, le public-cible n'a pas mieux atteint, tandis que le grand public n'est toujours pas au rendez-vous.

A partir de 1985, la télévision éducative, qui ne parvient à se situer ni dans les nouveaux enjeux du système de formation continue, ni dans l'univers chaotique de la télévision grand public, entre dans un lent processus de dépérissement. En 1976, l'OFRATEME reprend l'appellation de Centre National de Documentation Pédagogique (CNDP) : la disparition dans le nom de l'expression "techniques modernes d'éducation" traduit une certaine désillusion par rapport à ces techniques.

Par ailleurs, l'éclatement de l'ORTF en sept sociétés a exacerbé la concurrence entre les chaînes de télévision, ce qui renforce le rejet de l'ensemble des émissions éducatives vers des horaires réduits et de moins en moins favorables. Celles-ci cherchent en vain à augmenter leur audience par des productions adoptant des formes semblables à celles de la "vraie" télévision, qui, sous couvert de communication et d'échanges font primer le bavardage. Ces nouveaux modèles télévisuels présentent surtout l'avantage d'être peu coûteux, dans un contexte de réduction du budget et de diminution du temps d'antenne, limité à 3 heures hebdomadaires à partir de 1975-76.

Avec l'abandon des contenus didactiques, le vocable "RTS/Promotion" disparaît et les livrets d'accompagnement, dont la diffusion s'était réduite à une dizaine de milliers d'exemplaires, cessent d'exister.

A partir de 1981-82 une association pour l'audiovisuel éducatif (APAVE), regroupant de nombreux producteurs et réalisateurs du CNDP, essaie de promouvoir un nouveau type d'actions télévisées "de qualité", proches de la "vraie" télévision. Il s'agit aussi de prouver la capacité du CNDP à s'insérer dans un projet de chaîne "éducative et culturelle", projet qui n'aboutira pas. La production se réduit désormais à une seule émission, d'une durée de trois heures, bientôt restreinte à deux, diffusée le samedi après-midi

sur la troisième chaîne, qui s'intitule "Entrée libre". Une personnalité invitée sert de fil conducteur à une série de séquences qui visent à "éduquer" tout en distrayant le "grand public", téléspectateurs de tous âges et de tous niveaux.

Enfin, de nouvelles restrictions budgétaires entraînent à la fin de l'année scolaire 1984-1985 la suppression de ce programme dont les taux d'audience demeuraient dérisoires au regard des objectifs proclamés.

II - ETAT DES LIEUX

Pour dresser le panorama de la télévision éducative, il faut au préalable préciser cette notion fort élastique comme le montre la diversité des projets soumis au CSA sous cet intitulé ou présentés à la Mission d'information sur la télévision éducative comme des concrétisations possibles de l'ambition de relancer en France l'accès au savoir par la télévision.

Les télévisions généralistes ont une fonction diffuse d'éducation par les émissions culturelles, d'information, les documentaires, les émissions pour la jeunesse qu'elles offrent à leur public. On ne saurait pour autant les considérer comme «éducatives», quelle que soit la qualité de ces programmes, pas plus que l'on ne peut attribuer ce caractère aux chaînes thématiques telles que Canal J, Arte ou Euronews. La télévision culturelle, en particulier, est, pour reprendre une expression d'Annette Bon et de Michel Kuhn, une télévision "de plaisir" proposant des programmes qui ont une forte chance de toucher surtout ceux qui bénéficient déjà des codes d'accès aux savoirs "gratuits" dont elle traite (1).

Sans exclure nécessairement les programmes généralistes de sensibilisation, d'ouverture, d'information, la télévision éducative doit avant tout proposer à des publics ciblés des dispositifs pédagogiques répondant à leurs besoins. La notion de progression pédagogique est au coeur de ces programmes qui peuvent être très divers.

Le colloque organisé le 25 mai 1993 a permis d'esquisser la liste des domaines qui devraient être pris en considération par le réseau français d'accès au savoir par la télévision dont le présent rapport décrit l'architecture : l'information sur la formation, les métiers et l'emploi ; la formation scolaire et universitaire, pièce essentielle mais non suffisante d'une télévision éducative performante ; la formation professionnelle continue ; la formation à l'utilisation des médias ; l'insertion et la remise à niveau des groupes mal intégrés ou en difficulté.

Dans aucun de ces domaines la France n'a su jusqu'à présent construire un dispositif significatif, cohérent et efficace de télévision éducative. Le repli des efforts entrepris dans les années 1960, rappelé ci-dessus, a fait place à une floraison d'expériences dispersées et souvent sans suite dont la poursuite a néanmoins

(1) *Médias, multi-médias et télévision au service des formations techniques et professionnelles.*

l'intérêt de permettre l'émergence progressive d'un savoir-faire qui assurera à la télévision éducative de demain un socle solide.

A - UNE FLORAISON D'EXPÉRIENCES DISPERSÉES ET SOUVENT SANS SUITE

Les émissions entrant dans le champ potentiel de la télévision éducative occupent une très faible part de la programmation des différents moyens de diffusion télévisuelle : faisceaux hertziens, câble, satellite.

Le contraste est frappant entre cette pauvreté et la diversification de l'offre de programmes télévisés qui a abouti en dix ans à une situation dans laquelle les Français bénéficient de six chaînes nationales hertziennes dont cinq en accès libre, d'une dizaine de chaînes locales et d'une vingtaine de chaînes thématiques diffusées par le câble ou le satellite, pour la plupart nuit et jour.

Au sein de cette masse les émissions éducatives les plus significatives en quantité, celles diffusées sur France 3, ne représentent que quelque 450 heures de programmes par an. Les autres programmes, limités en volume, ont un caractère essentiellement expérimental.

1. Des expériences multiples.

Les émissions existantes sur les différents moyens de diffusion couvrent, quoique de façon très lacunaire, toute la gamme de l'éducatif audio-visuel. Un panorama schématique en fait apparaître l'extrême diversité.

- le réseau hertzien

L'essentiel est diffusé sur France 3 dans le cadre de l'émission "Continetales" suivie de l'émission "Parole d'école" prise en charge par le Centre national de documentation pédagogique (CNDP).

Cette vocation de France 3 est assez récente.

Jusqu'en 1989, les seuls programmes éducatifs présents sur FR3 étaient ceux de la télévision scolaire proposés par le CNDP, intitulés "Le chemin des écoliers" et diffusés le matin sous forme de quatre émissions hebdomadaires de 20 minutes programmées par Espace 3 pendant 35 semaines par an (location de l'antenne FR3 facturée 2,5 MF pour un volume annuel d'environ 46 heures).

En 1989, FR3 créait, sur ses seules ressources, une émission éducative hebdomadaire de 60 minutes intitulée "Fastoche!" ou "Le plaisir d'apprendre" et diffusée le samedi à 15 heures. Le volume de programmes éducatifs diffusés sur FR3 se trouvait de ce fait multiplié par deux.

En 1990, l'arrivée de la Sept sur FR3 entraînait la suppression de l'émission "Fastoche!"

La direction de la chaîne décidait d'ouvrir quatre créneaux éducatifs nouveaux, les lundi, mardi, jeudi et vendredi matin, sous le titre générique de "Continetales". Le financement du programme était totalement pris en charge par FR3. Par rapport à 1988, le volume des programmes éducatifs diffusés était multiplié par 10.

La partie "Télévision scolaire", prise en charge par le CNDP, passait dans le même temps de 100 à 120 minutes par semaine.

En 1993, la programmation des programmes éducatifs est la suivante :

- CONTINETALES : du lundi au vendredi de 8H00 à 9H30 ;
- CONTINETALES CLUB : chaque samedi vers minuit ;
- EUROJOURNAL (35') : les lundi, mardi jeudi, vendredi en fin de soirée ;
- PAROLE D'ECOLE (Programme du CNDP) : lundi, mardi, jeudi et vendredi de 10H30 à 11H.

Les principales langues européennes sont présentées sous des formes diverses : documents en VO sous-titrés en français, magazines et documentaires européens (journal européen multilingue, séries "culte"), apprentissage linguistique de base à destination des enfants et des adultes, anglais des affaires, remise à niveau en anglais par le jeu et par la sitcom ("Cousin Williams") série sur l'orthographe et la stylistique française.

Pour ce qui est de la formation professionnelle et des métiers, FR3 a coproduit avec la DFP et l'INA la série "Histoires d'apprendre". Quant à l'orientation, "Continetales" a diffusé à partir de septembre 1992 "Eurojob" (coproduction avec l'ONISEP).

L'information sur l'Europe constitue enfin une partie importante de "Continetales" : enseignement pratique sur ce qui va changer avec le marché unique et projet de série sur les études et les stages en Europe.

En termes de télévision de connaissance, "Continetales" a produit et diffuse des séries relevant tant des sciences exactes que des sciences dites humaines : entretiens avec Hubert Reeves, ou Hubert Montagner, série Antartica, magazine Omniscience ou histoire de la guerre d'Algérie, nouvelle approche des mathématiques ou géographie humaine, etc...

En termes de télévision de découverte, Continetales propose une ouverture sur le monde avec des programmes achetés aux télévisions chinoise, japonaise, indienne, australienne, brésilienne, etc...

On observe, sur la durée, une régression des programmes strictement éducatifs que M. Alex Taylor, producteur de l'émission, auditionné par la Mission d'information sur la télévision éducative, a expliqué d'une part par l'épuisement des programmes disponibles et d'autre part par le souci de la chaîne d'orienter l'émission vers un public plus large. La mission éducative de "Continetales" se réduit ainsi aujourd'hui principalement à l'enseignement des langues.

"Paroles d'école", programme du CNDP, est conçu pour les écoles maternelles et élémentaires ainsi que, dans une moindre mesure, pour les collèges.

Par ailleurs, France 3 diffuse quelques programmes éducatifs régionaux :

- Sur France 3 Rhône Alpes Auvergne et Bourgogne Franche-Comté, "Campus", émission bimensuelle consacrée aux questions d'éducation et de formation.

Les thèmes abordés (ex : l'évolution du niveau des études, la discipline, l'orientation scolaire, les échanges internationaux, etc...) font parfois l'objet de coproduction avec les Centres régionaux de documentation pédagogique.

- Sur France 3 Aquitaine, l'opération "Classe Infos" en Aquitaine, lancée en septembre 1990, à l'initiative de la DATAR dans le cadre de son programme "nouvelles techniques de communication"

se traduit par la mise à disposition des 370 établissements scolaires publics de l'Académie de Bordeaux de documents d'archives régionales télévisuelles produites et diffusées par France 3 Aquitaine.

Les enseignants disposent d'un catalogue de 4.000 sujets. Ils commandent ces sujets à France 3 qui diffuse une sélection 5 jours sur 7 entre 6h et 7h du matin en crypté.

- Sur France 3 Alsace est diffusée l'émission "Ecoles", rubrique hebdomadaire de 5' à 6' dans la tranche 12h05 à 12h30 dont le but est de faire connaître au public alsacien les réalisations et les projets de l'académie de Strasbourg de la maternelle à l'université.

- Sur France 3 Sud, "ramassez les copies". Depuis deux ans, plus de vingt lycées et collèges ont accueilli l'émission, à chaque fois autour d'un thème (ex : la formation spécifique aux métiers du bois à Aubin, à ceux de l'hôtellerie à Souillac, le bilinguisme avec le lycée international de Colomiers) réalisée en collaboration avec l'Education Nationale, les Rectorats de Toulouse et de Montpellier et la MGEN, l'émission touche les 1.000 établissements scolaires des deux régions.

- Sur France 3 Lorraine Champagne Ardenne est mis en place un catalogue d'émissions - à vocation pédagogique - de Continentales qui seront reprises dans les lycées et les collèges en collaboration avec le Conseil Régional.

- Sur France 3 Limousin Poitou Charentes, "Atout lycée" est insérée dans la séquence jeune de l'émission "Autour de midi" diffusée entre 12h05 et 12h45. Elle est produite en collaboration avec le conseil régional et le CRDP de Poitou-Charente. Le but est de montrer la richesse des initiatives prises par les différents membres des communautés éducatives.

Ce recensement fait apparaître la faiblesse de l'éducatif sur la chaîne hertzienne qui lui consacre le plus d'efforts.

Le reste du réseau hertzien se signale à cet égard par une grande vacuité. Il est intéressant de signaler l'existence sur M6 de l'émission "la Tête de l'emploi", programme consacré à la formation et aux métiers. Il s'agit d'un magazine bimensuel de 26 minutes diffusé le dimanche matin et le mercredi après-midi et réalisé en co-production avec l'ONISEP. Son objectif est de mettre en évidence l'existence de métiers porteurs d'emploi. Après quelques 40 émissions, l'audience est estimée à un million de téléspectateurs dont beaucoup de jeunes en âge de s'orienter.

M6 a aussi abordé le domaine éducatif avec l'émission "E=M6", considérée comme une réussite pédagogique. Par ailleurs,

Canal Plus a diffusé l'émission "V.O." de perfectionnement en anglais. Les télévisions hertziennes locales sont aussi présentes, avec des fortunes diverses sur le créneau éducatif. Il convient de signaler en particulier la diffusion, sur la chaîne savoyarde 8 Mont-Blanc, d'une formation multimédias à l'anglais destinée aux professionnels du commerce et du tourisme, "Tea for two", réalisée avec l'aide de la délégation à la formation permanente (DFP). La série comporte 40 émissions de 20 minutes diffusées pendant 8 semaines en octobre et novembre 1992 à raison de 5 émissions par semaine. Chaque émission comporte des clips correspondant à un domaine d'apprentissage et insérés dans des plateaux conçus sur le modèle des jeux télévisés. L'évaluation du projet a fait apparaître des résultats mitigés : il était prévu de former 1.000 à 1.500 personnes regroupées dans 80 clubs animés par 40 formateurs. En définitive, si quelque 50% des téléspectateurs potentiels auraient été en contact avec l'émission, 150 personnes seulement se sont inscrites à la formation d'accompagnement et 15 clubs ont été mis en place.

De façon générale, les difficultés économiques auxquelles sont confrontées les chaînes hertziennes locales, on sait la situation du groupe Lucie SA dont fait partie 8 Mont-Blanc, apparaît comme un frein à l'extension de telles expériences dont seule la durée pourrait assurer le succès à terme.

- le câble et le satellite.

La diffusion par câble et par satellite apparaît comme un moyen privilégié de l'éducatif audiovisuel. Elle permet en effet d'atteindre des publics ciblés et répond ainsi à l'une des conditions essentielles de l'efficacité en matière d'enseignement et de formation. De fait, de très nombreuses expériences sont en cours sur le câble et sur le satellite dont on rendra compte en présentant quelques exemples significatifs.

● *la sensibilisation à la formation.*

L'émission "Roule-ta-bosse", diffusée sur deux réseaux câblés locaux, Canal Marseille et C9 télévision (Nord-Pas-de-Calais) a été conçue par l'AFPA avec l'aide de la DFP. Il s'agit de 10 magazines de 52 minutes axés sur la pratique des métiers. Des "kits" ont été constitués, que chaque câblo-opérateur illustre à l'aide de reportages et de débats, autour de trois thèmes. L'émission présente d'abord une interview sur un grand sujet : la reconversion des femmes, la création d'entreprises, avec la participation de responsables des secteurs concernés - ANPE, délégation aux droits de la femme, chambre des métiers, direction du travail... Vient ensuite un petit clip d'une

minute trente consacré à un métier. Enfin, une séquence "innovation" vise à faire connaître un métier du futur.

Cette expérience a connu plusieurs développements. En association avec l'ONISEP, les clips présentant les métiers sont progressivement regroupés sur un film présenté dans divers lieux publics au moyen d'une "borne vidéo-interactive".

Autre expérience, le projet Dupan et Duron, diffusé sur les chaînes locales câblées de la région lilloise, a pour objectif de sensibiliser à la formation un public défavorisé. Chaque émission comporte un feuilleton de 10 à 12 minutes retraçant sur le mode humoristique les aléas de la condition de chômeur, la courte présentation d'un métier, l'interview d'un jeune en formation ;

● *la formation d'insertion*

Le projet Canal 6 conçu sur appel d'offres de la DATAR et piloté par le Centre Université-Economie d'éducation permanente (CUEEP) de Lille, a pour objectif de démultiplier une formation d'insertion d'illettrés en mettant en relation, sur le réseau câblé, les formateurs et les formés présents sur 5 sites de réception dans l'agglomération de Roubaix-Tourcoing ;

● *la formation professionnelle*

On ne citera que quelques exemples d'émissions. Un programme multimédias d'initiation à l'électronique destiné aux électriciens de niveau V a été diffusé en 1992 sans susciter de demandes de formation subséquente sur le réseau câblé de Marseille. Le projet Formacâble, diffusé sur le réseau de Montpellier a été conçu comme une vidéothèque de 200 documents destinés aux formateurs en vue d'une intégration dans des formations présentielles destinées à des adultes peu ou moyennement qualifiés.

De nombreuses expériences ont aussi lieu sous l'égide de la communauté européenne. On peut citer ainsi l'opération Europace dans la cadre de laquelle des programmes de formation de haut niveau scientifique et technologique ont été diffusés par le satellite Eutelsat, les opérations Eurostep et Saturn, les programmes COMETT et Delta.

● *L'éducation initiale*

On peut citer dans ce domaine la vidéothèque autoprogrammable Educâble, conçue à partir de 1987 par le CNDP avec différents partenaires, dont France 3. Il s'agit d'un catalogue de 600 films couvrant la plupart des matières enseignées de la maternelle à la terminale et accessible à tout enseignant exerçant sur un des 13 sites câblés desservis.

Sur le satellite, il convient de mentionner le programme de vidéotransmission poursuivi depuis 3 ans par le CNED à partir du Futuroscope de Poitiers. Dans ce cadre sont diffusées en direction d'établissements scolaires des émissions réalisées pour la plupart sous forme de table ronde avec un intervenant principal entouré de plusieurs autres ainsi que d'élèves ou d'étudiants.

Le CNED a ainsi pu se doter d'un ensemble de programmes touchant l'histoire, la ville ou la campagne, le big bang, la justice, programmes établis avec le concours d'historiens ou de témoins de l'histoire, de représentants de la DATAR, d'astrophysiciens ou de juristes.

De nombreuses autres expériences sont en cours dans le domaine éducatif. Dans le cadre d'un appel d'offres lancé en 1990 par la DATAR, sur le thème des "Nouvelles techniques de communication et services innovants pour l'aménagement du territoire", on relève ainsi la délocalisation vers Dunkerque d'un enseignement scientifique de DEUG dispensé à l'université des sciences et techniques de Lille (USTL). Cette expérience emprunte le réseau câblé du campus de l'USTL et le réseau fibre optique de France Télécom entre Lille et Dunkerque.

Ces expériences trouvent souvent un prolongement dans l'utilisation des nouvelles techniques de communication dont la première partie du rapport de la mission d'information sur la télévision éducative évoque le surgissement. L'appel d'offres de la DATAR a ainsi donné lieu à plusieurs projets éducatifs combinant les moyens offerts par l'ordinateur, le réseau NUMERIS, le vidéodisque...

D'autres expériences sont poursuivies par ailleurs, certaines solidement charpentées. Il faut ainsi citer le cas d'ARDEMI.

Fondée en 1984, ARDEMI (Association pour la Recherche-Développement de l'Enseignement Multimédia Informatisé) a été la première institution en France à organiser un partenariat permanent public-privé pour développer des produits et outils de formation multimédia. L'opération ARDEMI s'est inscrite dans le cadre du premier Contrat Etat-Région Rhône-Alpes, avant que l'Etat via la

Délégation à la Formation Professionnelle ne lance en 1987 une politique nationale des multimédias pour la formation.

Fédérant depuis dix ans au plan national une soixantaine de grandes entreprises et organismes de formation, ainsi que le réseau de formation continue des établissements de l'Enseignement supérieur et de l'Education Nationale de Rhône-Alpes, ARDEMI a développé un ensemble de produits et outils de formation multimédia représentant un millier d'heures de formation et couvrant tous les champs de la formation professionnelle et continue. Elle élabore les cahiers des charges, organise les partenariats et les financements public-privé, et pilote la production elle-même ainsi que la mise en place des dispositifs de formation multimédia. La diffusion commerciale des produits est assurée par des éditeurs.

L'expérience de Neurope-Lab est aussi intéressante. Il s'agit d'un consortium européen à but non lucratif, créé il y a quatre ans, qui regroupe différents acteurs issus du monde industriel et des sociétés de service, des collectivités publiques et des institutions éducatives. Parmi les membres fondateurs et les partenaires qui financent l'infrastructure et les projets de Neurope Lab, on trouve la Caisse nationale du Crédit agricole, Digital équipement Europe, EDF-GDF, Hewlett-Packard et IBM Europe, le Conseil d'Etat de Genève, aussi bien que la région Rhône-Alpes et le conseil général de Haute-Savoie ainsi que l'université de Genève et le groupe école supérieure de commerce de Lyon. Neurope Lab met en oeuvre des actions de recherche et de développement à travers des expériences telles que le projet Delta qui développe des formations de toute sorte particulièrement en direction du Crédit agricole ; une expérience dans le domaine médical, sur les maladies chroniques, dans laquelle le logiciel JITOL (Just In Time Open Learning) permet de formaliser l'information et d'instaurer le dialogue entre l'hôpital et le malade ; une expérimentation avec EDF sur la motivation de l'individu dans son contexte professionnel en matière de savoir-faire et de compétence qui permet de travailler sur la représentation des collectifs de savoir ; le projet Téléprésence, auquel est associé la région Rhône-Alpes, qui concerne l'expérimentation des technologies pour la téléprésence dans le domaine médical du travail et de l'enseignement.

Neurope-Lab a aussi développé une réflexion sur la grammaire visuelle qui doit donner accès à une véritable formation à l'image, un projet intitulé «la villa Balthazar Castiglione» fondé sur le tryptique entreprise-technologie-culture, qui a pour but d'inventer un nouveau métier «d'aménageur de l'espace du savoir», enfin un programme, en collaboration avec Atena, d'ingénierie pédagogique (table ronde et séminaire) en direction des responsables des collectivités territoriales et publiques utilisant la télévision interactive.

Atena est une association des utilisateurs de nouvelles technologies pour l'éducation et la formation à distance.

Créée en 1989, Atena fédère les acteurs et structure les actions dans le domaine de l'enseignement à distance aux niveaux régional et national en relation avec l'international. Elle fournit information, conseil et assistance à ses adhérents et permet d'identifier les derniers développements dans le secteur, de faire connaître et valoriser ses expériences et ses projets, d'avoir accès à un réseau d'expertise en France et en Europe, de construire des partenariats, de se positionner sur le marché et participer au développement du secteur, d'établir des synergies entre décideurs, opérateurs, et usagers.

Atena propose ainsi des rencontres (séminaires, journées d'études, groupes de travail ad hoc), des publications (la lettre d'Atena, les cahiers d'Atena) et des études.

2. Des expériences lacunaires et dispersées

Quoique couvrant la plus grande partie du domaine potentiel de la télévision éducative, et en dépit de leur multiplicité, les expériences évoquées ci-dessus sont lacunaires, bien évidemment en raison de leur faible ampleur, mais aussi faute d'apporter une réponse spécifique à deux besoins qu'il paraît nécessaire à la mission d'information sur la télévision éducative de mettre en évidence :

● *la formation à l'utilisation des médias*

Dans un monde où l'offre d'informations est sans cesse croissante, la maîtrise de l'utilisation des médias est indispensable. La télévision a un rôle à jouer à cet égard, particulièrement pour former les jeunes à son propre déchiffrement. Les relations entre les jeunes et la télévision sont l'objet d'un débat traditionnel. Les enseignants considèrent souvent celle-ci comme une incitation à la passivité. Certains éthologues, pédopsychiatres, ont une vue plus nuancée. Quoiqu'il en soit, la France en est encore, dans ce domaine, au stade des débats théoriques quand certains pays voisins ont entrepris un remarquable effort d'éducation des jeunes à l'usage de la télévision (cf. Annexe II).

On peut rappeler, en ce qui concerne la France, l'exécution, dans les années 1979 et 1980 du programme interministériel "Formation du jeune téléspectateur actif" (JTA), à l'initiative du fonds d'intervention culturelle. Son objectif visait à

développer chez l'enfant et l'adolescent un comportement actif devant la télévision, à leur permettre de mieux maîtriser le choix des programmes, à les former à la lecture des messages audiovisuels, à favoriser leur compréhension du monde de la télévision à travers la découverte des différentes fonctions de production, diffusion, programmation.

A cette fin, un dispositif administratif a été mis en place au niveau national et au niveau local afin de piloter et de mener des expériences de formation et de pratique pédagogique dans 11 lieux différents. On estime que quelque 40.000 jeunes de 9 à 14 ans ont été touchés par le programme.

Cette expérience d'envergure n'a pas donné lieu à des suites opérationnelles. Les études, plus modestes, se succèdent. Ainsi, une étude réalisée par l'INA, Diapason et Médiamétrie a été publiée en 1991 sur "les jeunes et leur télévision" ; à l'automne dernier, le CNDP a réuni un colloque sur le thème "Ecole et télévision, la guerre est finie".

Rien n'est pas cependant fait dans le concret pour permettre aux pédagogues de dévoiler les artifices du petit écran et de révéler à leurs élèves comment le roi audiovisuel est nu, à peine quelques initiatives limitées : le CNDP a ainsi lancé un hebdomadaire, *Télescope*, comportant des informations sur les émissions télévisées et une initiation aux divers médias. Cette réalisation a suscité près de 10.000 abonnements ;

● *la francophonie*

Dans ce domaine, l'action de la France apparaît d'une dangereuse timidité alors que nul n'ignore que derrière les soucis culturels, les questions de formation et d'apprentissage, se dessinent des enjeux économiques bien compris par nos principaux partenaires concurrents comme le montre l'effervescence que l'on constate depuis plusieurs années. De nombreuses opérations sont en effet montées avec le soutien de gouvernements ou de la communauté européenne, par exemple Channel E, canal éducatif anglais, qui sera diffusé sur ASTRA ; la R.A.I. s'implique dans une opération appelée R.A.I.SAT ; EUROPACE qui utilise le satellite EUTELSAT, association européenne dont le siège est à Paris mais qui est essentiellement anglo-saxonne et dont tous les cours sont diffusés en langue anglaise ; plus récemment, il y a eu l'opération HISPASAT, en Espagne. Ce satellite diffuse sur toute l'Europe mais est également destiné à une diffusion sur le continent américain. Des chaînes éducatives américaines cherchent à s'implanter aussi en Europe, la plus importante, N.T.U. (National Technological University) essaie de

passer des accords pour diffuser en Europe ses programmes largement amortis aux Etats-Unis et pour préparer les étudiants européens à des diplômes américains.

Afin de faire figurer la France dans ce concert, des initiatives expérimentales et dispersées ont été prises. En particulier, sous l'impulsion du ministère des affaires étrangères et avec le concours de Canal France International (C.F.I.) la France a participé de février 1990 à décembre 1992 au programme Olympus. Cette opération, pilotée par l'Agence spatiale européenne, devait expérimenter la possibilité d'une chaîne éducative européenne par satellite. Absente au départ de l'opération, la France s'y est jointe en cours d'exécution et a diffusé sur le satellite 569 heures de programmes dont 471 en première diffusion.

Auditionné par la mission commune d'information sur la télévision éducative, M. Fouad Benhalla, président de C.F.I., a rappelé que C.F.I. avait été chargé de la programmation du satellite Olympus et qu'à cette occasion, avait effectué un recensement complet des programmes éducatifs diffusables existant en France, soit 464 heures réalisées par une vingtaine de producteurs différents.

M. Fouad Benhalla a aussi constaté qu'à l'étranger, des demandes concernant des programmes éducatifs français existaient, notamment pour l'enseignement de la langue française, mais que notre pays ne disposait pas actuellement d'un programme audiovisuel d'apprentissage du français performant. Il a considéré qu'il s'agissait d'une carence regrettable dans un domaine où se joue la défense de la francophonie. Il a donné un dernier exemple de cette carence, en rappelant que la France s'était trouvée dans l'impossibilité de répondre aux demandes exprimées par les pays de l'Est pour obtenir des programmes éducatifs sur l'Etat de droit et l'économie de marché.

On trouve une autre manifestation de cette situation avec la faiblesse des programmes éducatifs dans la programmation de la chaîne francophone TV5, créée en 1984, qui rassemble sept actionnaires, France 2, France 3, le consortium de télévision Québec-Canada, l'Institut national de l'audiovisuel, la radio-télévision belge francophone, la Sofirad, et la télévision suisse SSR. La diffusion de TV5 couvre 40 pays d'Europe et du bassin méditerranéen, l'Afrique, l'Amérique du Nord. Dans sa grille de programmes, l'accent est mis sur l'information (un tiers des programmes), la culture (un tiers des programmes), ainsi que la fiction et la musique (10% chaque). Peu de programmes éducatifs sont diffusés.

A cet égard, quelques tentatives infructueuses ont été lancées : il y a eu en 1991 une tentative de monter des matinées thématiques scientifiques. Cette initiative n'a pu aboutir faute de relais dans les administrations. TV5 a alors tenté, avec le concours de

l'association des universités partiellement ou entièrement de langue française (AUPELF) de valoriser l'utilisation pédagogique de la grille de programmes. En outre, quelques émissions éducatives ont été créées : une émission sur la connaissance de la science a été élaborée avec l'AUPELF pour une diffusion mensuelle. Par ailleurs, une émission hebdomadaire sur l'actualité de la science est en cours d'élaboration avec la Cité des sciences de la Villette. Une émission hebdomadaire d'une heure sera consacrée, avec le concours des organisations non-gouvernementales françaises, au développement et aux grands problèmes du Sud. Enfin, une émission de 26 minutes sur l'Europe, élaborée avec le concours du Parlement européen, est diffusée tous les quinze jours. TV5 diffuse en outre un certain nombre d'émissions éducatives fournies par ses actionnaires pendant une dizaine d'heures par semaine.

Il faut signaler aussi le projet UNISAT Formation élaboré par l'AUPELF-UREF en collaboration avec TV5. Il vise à dispenser des formations diplômantes à des étudiants de troisième cycle.

En septembre, en coproduction avec le CNED, va débiter ainsi une première formation doctorante sur les maladies parasitaires et tropicales sous la responsabilité scientifique de l'université Pierre et Marie Curie (Paris VI).

Lacunaires, les actions menées en France dans le domaine de l'accès au savoir par la télévision se ressentent surtout de l'absence de structure publique susceptible de développer une action cohérente, de proposer une vue d'ensemble du développement de la télévision éducative, de réunir des efforts trop dispersés en un réseau constitué d'information réciproque entre acteurs impliqués dans des projets comparables ou complémentaires, de dépasser le caractère expérimental des actions menées ici et là.

Des pôles de compétence apparaissent certes, le CNAM, le CNED, le CNDP, sont souvent impliqués dans les projets de télévision éducative, il faut aussi relever le rôle fédérateur des appels d'offres de la délégation à la formation professionnelle et de la DATAR. Dans l'éducation nationale la remarquable dispersion des initiatives a tendu à reculer au profit d'une certaine coordination avec la création récente de la mission à l'audiovisuel. Une direction du ministère devrait être bientôt chargée expressément des nouvelles technologies. Sur le plan local des efforts de coordination sont aussi poursuivis. La mission commune d'information sur la télévision éducative a ainsi eu connaissance, entre autres actions, du projet PLEIADE dans les pays de Loire, qui vise sous l'impulsion du conseil régional à donner une certaine cohérence aux expériences impliquant l'audiovisuel éducatif dans la région.

L'absence d'une structure globale d'impulsion de rencontre et d'échange n'en est pas moins sensible.

3. Des expériences souvent sans suite

L'absence de prolongement des efforts tentés de façon disparate et la déperdition des ressources mises en oeuvre est la conséquence inévitable d'une situation où l'expérimental se confond souvent avec l'embryonnaire. Multiples et dispersées, comme nous l'avons vu, les expériences réalisées en France ne présentent, au dire des observateurs les plus avertis de la télévision éducative, "aucune garantie de continuité. Lancées grâce à des financements occasionnels à durée limitée, plusieurs d'entre elles ont dépassé les budgets prévisionnels et aucune n'a été véritablement rentabilisée jusqu'à présent, ni financièrement, ni socialement"⁽²⁾.

La sévérité de ce constat n'exclut pas tout optimisme : les insuffisances d'aujourd'hui préparent peu à peu le savoir-faire de demain.

(2) Viviane Glikman - Actualité de la formation permanente.

B - L'EMERGENCE PROGRESSIVE D'UN SAVOIR-FAIRE

Le terrain paraît assez bien préparé, où se développera une véritable télévision d'accès au savoir. On constate, de la part de ses utilisateurs potentiels, une meilleure réceptivité à ses techniques, de la part de ses concepteurs probables une ouverture certaine aux méthodes incontournables du partenariat. Les conceptions de la démarche à mettre en oeuvre s'affinent d'autre part. Seule l'impulsion politique fait encore défaut.

1. Les acteurs

● *Les utilisateurs*

La connaissance des méthodes audiovisuelles tend à s'améliorer aussi bien chez les formateurs que chez les formés.

La formation des enseignants à l'audiovisuel a reçu une nouvelle impulsion depuis 1990. Le ministère de l'Education nationale s'est attaché à introduire de façon systématique des formations à l'audiovisuel dans les Instituts universitaires de formation des maîtres (IUFM), pour l'ensemble des enseignants stagiaires. Ainsi, tout nouvel enseignant devrait être en mesure de savoir repérer et mobiliser les connaissances que transmet aux élèves la télévision, de connaître dans le domaine de l'audiovisuel les ressources spécifiques à sa discipline, et enfin de savoir manipuler les matériels.

La formation continue des enseignants fait également une place à l'audiovisuel, mais relativement modeste, puisque les actions effectuées au titre de l'audiovisuel ne représentent que 2,5% de l'ensemble de la formation continue des maîtres de l'enseignement primaire, et 5,4% de celle des enseignants des lycées et collèges. Parmi celles-ci, la part des actions consacrées à la maîtrise des techniques audiovisuelles reste encore prépondérante, même si la part des actions correspondant à l'objectif de diffusion de l'usage du document audiovisuel dans les disciplines et la pédagogie en général, tend à croître.

Parallèlement, l'Education nationale s'est efforcé d'améliorer le parc des équipements audiovisuels dans les établissements, dans le prolongement logique de son effort de formation des enseignants. Ainsi, en 1990-91, 80% des écoles ont au

moins un récepteur et 30% au moins un magnétoscope, tandis que le taux d'équipement des collèges et des lycées est de 2 appareils de chaque catégorie en moyenne par établissement.

Une enquête réalisée début 1991 par la SOFRES auprès d'adultes suivant à titre personnel une formation assurée selon les cas par le CNAM, le CNED, l'AFPA ou l'Education nationale, a montré un certain intérêt de ce public pour les moyens multimédias. En effet, 56% des personnes interrogées se sont déclarées à coup sûr intéressées par l'utilisation de nouveaux supports d'information. Le livre reste cependant le moyen de formation préféré (90%) suivi de près cependant par le micro-ordinateur (88%) et le magnétoscope (84%). Le premier avantage perçu des formations multimédias est qu'elles permettent de mieux gérer son temps, leur plus grande efficacité liée à l'interactivité ne venant qu'en second. Toutes les personnes interrogées s'accordent enfin pour juger indispensable l'intervention d'un formateur, quand bien même ce serait à distance et de façon ponctuelle.

● *Les producteurs*

De même que l'on constate aujourd'hui chez les utilisateurs potentiels une plus grande familiarité avec les moyens multimédias, on observe chez les producteurs les progrès d'un certain savoir-faire. Plus importante encore que les compétences acquises au cours des expériences limitées déjà évoquées, est l'habitude que les producteurs ont pu ainsi prendre de travailler en partenariat avec les autres acteurs de l'audiovisuel éducatif.

En effet, la production de produits pédagogiques, notamment multimédias, est un travail d'équipe, tant pour la conception que pour la production.

Or, il existe d'ores et déjà un embryon de marché du programme culturel et éducatif où a pu s'amorcer la dynamique entre les compétences des chaînes de télévision, des entreprises, des centres de formation, des associations professionnelles, des collectivités, des éditeurs spécialisés, des producteurs audiovisuels ou informatiques...

M. Jean-Pierre Cottet, directeur général de "Caméras continentales" constatait lors de son intervention au colloque organisé par la mission d'information sénatoriale, que le marché du programme culturel s'était ouvert grâce à l'existence de la Sept et à l'action de France 3". Ces antennes, particulièrement lorsqu'elles ont travaillé en synergie, ont donné aux producteurs français la possibilité de produire des programmes haut de gamme et d'attaquer le marché international avec une production patrimoniale dont le

contenu était universel". Il se déclarait alors convaincu que "ces deux chaînes, si elles en avaient le projet commun, pourraient être dans le secteur éducatif des coproducteurs décisifs et impulser une politique originale de programmes éducatifs expérimentaux."

Le projet dévoilé par M. Hervé Bourges devant la mission d'information du Sénat au cours de son audition du 22 avril, et à nouveau évoqué par Mme Dominique Alduy lors du colloque du 25 mai, est tout à fait représentatif de cette pratique du partenariat. Il s'agit pour France 3 d'utiliser au mieux son potentiel de diffusion national et local, ainsi que son potentiel de production, en mettant ses moyens en commun avec le CNDP pour proposer à la rentrée 1993 une programmation par voie hertzienne et sur le câble. L'objectif est ambitieux, puisqu'il s'agirait de diffuser trois heures dans la matinée des lundi, mardi, jeudi et vendredi sur l'antenne nationale ; 8 heures par jour et sept jours sur sept sur le câble ; sans oublier d'éventuels décrochages régionaux et locaux, qui seront proposés aux collectivités décentralisées et aux organismes de formation.

C'est le CNDP qui assurerait principalement la fonction d'édition, en recourant éventuellement aux fonds de l'INA et des télévisions éducatives étrangères, France 3 veillant cependant à la conservation d'un style généraliste conforme à la vocation globale de la chaîne.

Autre illustration de l'ouverture croissante au partenariat, le CNDP, opérateur du ministère de l'Education nationale en matière d'audiovisuel, s'est engagé en 1990 dans une réforme profonde qui devrait en faire un partenaire efficace de la production éducative audiovisuelle. Le décret du 17 janvier 1992 l'a décentralisé en 29 établissements public nationaux, en confiant la personnalité et l'autonomie aux centres régionaux, et en faisant du CNDP le coordonnateur de la fédération ainsi constituée. De nouvelles procédures de sélection des produits des centres, ainsi que de nouvelles règles de commercialisation ont donné vigueur au réseau national de distribution du CNDP, qui comporte 116 points de vente, répartis sur la France entière (DOM inclus).

Un comité national de l'édition, au sein duquel siègent les directeurs pédagogiques du ministère de l'Education nationale et du ministère des enseignements supérieurs et de la recherche, ainsi que des professionnels de l'édition, de la production audiovisuelle, de l'informatique, oriente les productions du réseau en validant leur pertinence éducative.

Un effort de renouvellement et de professionnalisation de ses personnels a été fait d'autre part par le CNDP qui s'est doté de nouvelles structures, estime se gérer désormais comme une

entreprise, est membre du syndicat national de l'édition et de l'union syndicale des producteurs audiovisuels.

2. Les ressources

Le recours aux ressources documentaires existantes pour réaliser l'extension des programmes éducatifs de France 3 à l'automne prochain, a été noté ci-dessus. Il existe un savoir-faire dans le domaine du reformatage, du sous-titrage, en un mot de la réutilisation des documents existants à des fins éducatives. L'unité de production de France 3 à Nancy se consacre largement à cette activité. On pourrait estimer disposer ainsi, à faible coût, de la matière première indispensable au lancement d'une télévision éducative d'envergure.

Ne fait-on pas état, en effet d'un fonds de l'INA représentant 300.000 heures d'images d'actualité, de magazines, de documentaires, de fictions ?

Des tentatives de valorisation sont d'ores et déjà en cours.

Dans le cadre du protocole signé en 1991 entre l'INA et le ministère de l'Education nationale, l'INA a lancé, sous le label "Voir et savoir", une collection destinée à l'usage scolaire. Cette collection, qui comportera bientôt une centaine de titres est aujourd'hui en libre accès dans les Centres de documentation et d'information d'environ mille deux cents établissements scolaires.

Par ailleurs, l'opération "Classe-infos" mise en oeuvre en Aquitaine, à l'initiative de la DATAR, par l'INA, France 3 Aquitaine, le rectorat de l'académie de Bordeaux et le conseil régional d'Aquitaine, confirme l'intérêt du patrimoine social, culturel, économique d'une région comme matière pédagogique, les documents audiovisuels étant en l'occurrence accessibles sur le réseau hertzien hors des horaires d'ouverture de l'antenne.

De son côté, l'ORAVEP (observatoire des ressources audiovisuelles et multimédias de l'éducation permanente), outil commun à l'INA, à la délégation à la formation professionnelle, au centre INFFO et au CNDP, a recensé environ 40.000 documents pédagogiques audiovisuels et en a analysé 2.000.

Il convient aussi de citer, dans le domaine scientifique et technique, les catalogues diffusés par le centre d'études et de diffusion

par le film d'information (CEDFI) et par la cinémathèque des entreprises (CEFILM).

Les professionnels de l'audiovisuel ayant touché à l'éducatif mettent cependant en doute la possibilité d'exploiter ce gisement.

Dans leur rapport (précité) d'octobre 1989, Annette Bon et Michel Kuhn estimait qu'"on a typiquement là une fausse richesse : beaucoup de titres mais une quasi impossibilité de choisir, pour un formateur, avec les seules indications fournies par la plupart des catalogues existants". Par ailleurs, "l'information vieillit vite du fait de la vitesse des évolutions techniques. Bien des documents actuellement en circulation sont obsolètes et la plupart n'ont pas été produits à des fins spécifiquement didactiques". Ce rapport insiste aussi sur le coût du travail à réaliser sur le document brut pour en faire un véritable produit pédagogique.

De son côté, Jean-Pierre Cottet, directeur général de "Caméras continentales", estimait, lors du colloque réuni le 25 mai par la mission commune d'information sur la télévision éducative, nécessaire de "tempérer le discours optimiste parfois lénifiant qui assure que les images et les programmes existent et qu'il suffit de piocher dans des catalogues pour satisfaire une programmation. C'est généralement faux, faux en France comme faux à l'étranger. Les catalogues sont nombreux, la liste des titres est impressionnante mais il ne suffit pas de lire les titres, il faut visionner les émissions qui se cachent derrière. La majeure partie de ces programmes est obsolète, mal formatée, inaccessible pour des raisons de droits d'auteur ou tout simplement les droits de diffusion ne sont pas libres. Dans le meilleur des cas et avec quelques craintes pour l'intérêt du public, dans le cas d'une chaîne qui émettrait huit heures par jour, la première année de diffusion, on peut évaluer à 30% des 3.000 heures de programmation, la part réservée à la diffusion de programmes acquis sur le marché des programmes ou auprès d'organismes chargés de l'archivage. Le reste doit être produit ou coproduit."

On notera aussi les modestes résultats, rappelés ci-dessus, du recensement de programmes éducatifs français opéré par CFI en vue de la programmation d'Olympus.

L'expérience incite ainsi à une grande prudence s'agissant de la possibilité de remplir d'emblée la grille de programmes d'une chaîne éducative.

3. Les méthodes

Le lent apprentissage de la télévision éducative par les acteurs potentiels d'une véritable politique d'accès au savoir par la télévision, a permis de dessiner avec précision les méthodes à mettre en oeuvre.

Lors du colloque du 25 mai, Viviane Glikman, maître de conférences à l'INRP, a recensé celles-ci dans ces termes :

1. Des productions nouvelles (si des émissions existantes peuvent servir de sources d'images, elles ne peuvent, en aucun cas, compte tenu de la production française actuelle, être utilisées telles quelles).

2. Non seulement la réalisation d'émissions et de "produits dérivés", mais de réels dispositifs de formation globaux et cohérents dans lesquels seront, dès l'abord, planifiées les modalités d'utilisation des médias et, en particulier, de la télévision.

Dans ces dispositifs, les finalités éducatives doivent être prioritaires et les outils familiers doivent être privilégiés. Les expérimentations technologiques faisant appel à des moyens sophistiqués, souvent séduisantes pour des spécialistes, sont aussi coûteuses, déroutantes pour les publics dont il est question ici, et difficilement généralisables.

3. Des partenariats étroits et équilibrés entre des institutions de formation, des producteurs audiovisuels, des éditeurs et des diffuseurs, partenariats qui devront être inscrits dans un cadre institutionnel spécifique.

4. Un maillage du territoire à partir d'opérateurs locaux, de centres de ressources et de regroupements, de tuteurs, etc., car moins le public est qualifié, plus des contacts interpersonnels, des liens sociaux, indissociables de tout processus d'apprentissage, doivent être rendus possibles dans des lieux géographiquement proches.

5. La mise en place de formations spécifiques, visant à professionnaliser dans cette perspective des acteurs du système médiatique et/ou éducatif, car on ne s'improvise ni concepteur médiatique, ni formateur "multimédia", ni tuteur dans une formation à distance.

6. Au-delà des traditionnelles études "de marché" ou "de besoins", des études préalables en profondeur, de tests, des feed-back, des évaluations et des recherches finalisées, sur les usages, les usagers et l'impact des émissions et des dispositifs, études qui doivent en permanence accompagner les actions et dont les résultats doivent, si possible, être pris en compte.

Ces orientations, formulées principalement à l'intention d'une télévision d'insertion des adultes faiblement scolarisés, sont applicables mutadis mutandis à toutes les formes de télévision éducative.

ANNEXE II

LES EXPERIENCES ETRANGERES

LES EXPERIENCES ETRANGERES

Les télévisions éducatives ont connu, dans les années soixante, un développement remarqué dans plusieurs pays industrialisés. Il s'agissait principalement et presque exclusivement de télévisions scolaires, celles-ci se présentant, dans la plupart des cas sous la forme d'émissions diffusées par des chaînes publiques existantes, et très rarement comme une chaîne exclusivement éducative -cas de la seconde chaîne de NHK au Japon-.

Une seconde vague, plus récente, qui s'est développée au cours des dix dernières années, est venue ajouter à ces programmes scolaires, des programmes d'accès au savoir à destination d'autres publics, et tout particulièrement des adultes, qu'il s'agisse de formations universitaires -dont l'Open University britannique constitue à la fois l'inspiratrice et le modèle- ou de formations continues.

Ainsi, aujourd'hui, les formes de télévision d'accès au savoir, de part le monde, sont extrêmement variées et s'adressent à des publics divers.

On peut toutefois observer la présence de plusieurs caractéristiques récurrentes.

En premier lieu, il s'agit principalement de chaînes ou d'émissions diffusées sur des chaînes publiques. Les initiatives mixtes, mariant le secteur public et le secteur privé, qu'elles prennent la forme de fondation ou de société sans but lucratif existent toutefois.

Enfin, l'initiative privée n'est pas absente. Elle a échoué au Japon, après s'être manifestée de façon précoce, mais a trouvé une nouvelle vigueur avec le développement des chaînes câblées et satellitaires, notamment aux Etats-Unis.

Il convient d'ailleurs d'observer, qu'à l'exception du Japon, les chaînes exclusivement consacrées à l'accès au savoir, utilisent

principalement les nouveaux supports que sont le câble ou le satellite plutôt que la diffusion hertzienne.

Les programmes sont pour l'essentiel des programmes scolaires, ou universitaires, ou encore de perfectionnement ou de formation professionnelle. Certaines télévisions, mais elles sont rares, associent également à leurs programmes éducatifs, des émissions culturelles ou de découvertes.

La production des émissions est très souvent réalisée par des producteurs extérieurs. Ceci permet certainement de limiter les coûts de production en permettant de limiter les structures administratives des chaînes. On notera également que la pratique de la rediffusion au cours de la semaine, mais également dans certains cas, d'une année sur l'autre, constitue une pratique habituelle, si bien que sur le total des heures diffusées annuellement, la part de production originale est relativement faible.

Les liens avec le monde de l'enseignement et de la formation, sont très développés dans de nombreux cas, l'exemple de la BBC constituant certainement un modèle, avec d'une part la présence d'enseignants ayant un rôle de conseillers pédagogiques à l'intérieur de la structure de BBC éducation et d'autre part, la prise en compte systématisée des demandes et appréciations des enseignants.

La diffusion d'outils pédagogiques d'accompagnement est également largement répandue, et constitue d'ailleurs dans certains cas -channel four notamment- un revenu de complément appréciable pour la chaîne.

Enfin, dans certains cas, les enseignements dispensés s'insèrent dans le cadre d'une formation diplômante. Le succès de l'Open University est très certainement lié à ce dernier élément, et a sans doute inspiré d'autres pays, puisque dans la plupart des cas, les formations validantes concernent l'enseignement universitaire, et non la formation professionnelle.

Exemples internationaux de chaînes et d'émissions éducatives

| PAYS | CANADA | | | ETATS-UNIS | | | AUSTRALIE | | JAPON | |
|---|--|--|--|---|-----------------------------------|---------------------------|--|-----------------------------|-----------------------------------|---|
| | KNOWLEDGE NETWORK | ACCESS NETWORK | T.V. ONTARIO | P.B.S | LEARNING CHANNEL | MIND EXTENSION UNIVERSITY | ABC | PROGRAMME EDUCATION OUVERTE | NHK chaîne éducative | HOSO DAJOAKU |
| Création datant de moins de 10 ans | oui | oui | non | non | oui | oui | non | oui | non | non |
| publique/privée | publique | publique | publique | publique | publique/privé | privé | publique | publique | publique | publique |
| publics visés | - enfants scolarisés - adultes | - enfants scolarisés | - enfants scolarisés - adultes | - enfants scolarisés - adultes | - enfants scolarisés - adultes | adultes | - enfants scolarisés - pré-scolaires - adultes | adultes | - enfants scolarisés - adultes | adultes |
| chaîne ou émission | chaîne | chaîne | chaîne | émissions | chaîne | chaîne | émissions | émissions | chaîne | émissions |
| type d'enseignement | - scolaire - formation professionnelle - universitaire | - scolaire - formation professionnelle - universitaire | - culture - scolaire - universitaire | - scolaire - universitaire - formation permanente | - scolaire - universitaire | - universitaire | - scolaire - apprentissage de formation de base | - universitaire | - scolaire - culture | - universitaire |
| production interne/externe | externe | interne et externe | externe | interne | externe | externe | interne | externe | interne | interne |
| participation du monde enseignant | oui | oui | oui | oui | oui | oui | oui | oui | oui | oui |
| nombre d'heures de programmes diffusés annuellement | 5 800 | 4 000 | 6 000 | / | / | / | / | 140 | 7 800 | / |
| documents d'accompagnement | / | / | / | oui | oui | oui | non | oui | oui | oui |
| type de support | câble satellite | câble satellite hertzien | hertzien câble satellite | hertzien satellite | câble | câble | hertzien | hertzien | hertzien | cassettes, câble diffusion hertzienne limitée/Satellite prévu pour 1995 |
| formation diplômante | non | non | oui | non | non | oui | non | oui | non | non |

Exemples internationaux de chaînes et d'émissions éducatives

| PAYS | GRANDE-BRETAGNE | | | | ALLEMAGNE | PAYS-BAS | | | SUEDE |
|---|---|---------------------------|-------------------------------------|-----------------|---------------------------------------|-----------------|--------------------------------|---|-----------------------------------|
| CHAÎNES OU PROGRAMMES | BBC EDUCATION | BBC SELECT | CHANNEL FOUR | OPEN UNIVERSITY | PROGRAMME TELLEKOLEG | NOT | KINDERNET | TÉLÉAC | U.R. |
| Création datant de moins de 10 ans | non | oui | oui | non | oui | non | oui | non | non |
| publique/privée | publique | publique | privée à but non lucratif | publique | publique | public /privé | privé | publique /privé | publique |
| publics visés | - enfants scolarisés - adultes | Adultes | - Enfants scolarisés | Adultes | Adolescents et adultes | 4/18 ans | moins de 13 ans | Adultes | - enfants scolarisés - adultes |
| chaîne ou émission | émissions | chaîne | émissions | émissions | émissions | émissions | chaînes | émissions | émissions |
| type de programme | - scolaire - social | formation professionnelle | - scolaire - social - civique | Universitaire | - Perfectionnement études secondaires | scolaire | - scolaire - divertissement | - Universitaire - formation continue | - scolaire - formation adulte |
| production interne/externe | au minimum 25 % confiés à production indépendante | externe | externe | externe | interne | interne | externe | externe | interne |
| participation du monde enseignant | oui | / | oui | oui | oui | oui | / | oui | oui |
| nombre d'heures de programmes diffusés annuellement | 1 750 | 300 | 330 | 700 | 230 | 190 | 1 000 | 230 | 425 |
| documents d'accompagnement | oui | oui | oui | oui | oui | oui | non | oui | oui |
| type de support | hertzien | hertzien crypté | hertzien | hertzien | hertzien | hertzien /câble | satellite | hertzien | hertzien |
| formation diplômante | non | oui | non | oui | oui | non | non | non | non |

I - LES PROGRAMMES EDUCATIFS SUR LES CHAINES DE TELEVISION BRITANNIQUE

Le paysage audiovisuel et britannique se caractérise par l'importance des émissions éducatives dans la programmation des chaînes aussi bien publiques de la BBC que sur celles du réseau indépendant d'ITV. La richesse de la Grande-Bretagne en matière de programmes éducatifs s'explique également par l'usage important qui en est fait, par l'Open University, puissante institution d'accès au savoir de l'outil audiovisuel.

“ Diffusion de programmes éducatifs aussi bien sur les chaînes publiques que privées, savoir-faire et professionnalisme incontestables, fruits d'une expérience déjà ancienne et de moyens conséquents, concertation avec les enseignants, telles sont les principales caractéristiques de la télévision éducative anglaise.

1. BBC Education

a) BBC school television

BBC Education est un département de la BBC qui regroupe la radio éducative, la télévision scolaire (BBC school television), la télévision pour les adultes (BBC Continuing Education) et le centre de production de l'Open University (BBC OUPC). BBC Education assure 1.750 heures annuelles de programmes dont 270 heures de production originale par an. Le poids des rediffusions est important.

Les programmes scolaires bénéficient de cinq heures quotidiennes de diffusion (9 heures - 14 heures) du lundi au vendredi sur BBC2. Les différents niveaux et âges sont couverts (de 5 à 18 ans). Pour l'école élémentaire, les sujets traités sont variés en rapport avec les apprentissages fondamentaux (anglais, maths), les enseignements artistiques (musique), la connaissance de soi (éducation sexuelle) et la connaissance des autres (environnement...). Pour le secondaire, toutes les disciplines sont traitées, aussi bien les mathématiques que l'histoire et l'anglais ; l'éducation religieuse et la psychologie de l'adolescent sont également abordées. Il s'agit toujours de programmes d'enrichissement de cours, jamais de substituts de cours.

La production est toujours organisée en séries plus ou moins longues (4 à 10 numéros) accompagnées de documents écrits destinés à l'enseignant. La durée des émissions varie entre 13 et 20 minutes.

La mise en place de programmes nationaux d'enseignement est une grande nouveauté pour le Royaume Uni. La télévision éducative est mobilisée pour en faciliter l'application. La BBC a produit des émissions pour les enseignants et les nouvelles séries pour les élèves sont conçues en référence directe à des points précis de programmes.

BBC Education revendique une large audience (90 % des établissements scolaires suivent les émissions). L'information sur les programmes d'une année scolaire est envoyée en avril de l'année précédente à tous les établissements (catalogues en 10 exemplaires) accompagnée d'un bon de commande pour les documents écrits. Ceux-ci sont adressés quelques semaines avant la diffusion des séries. Chaque trimestre une grille de programmes actualise cette information. La BBC édite enfin un journal de télévision hebdomadaire "BBC News" qui présente tous les programmes.

La BBC est indépendante, néanmoins BBC Education s'efforce de répondre aux besoins des enseignants et des élèves qu'ils connaissent grâce à des "educational officers", enseignants détachés à la BBC qui font le lien entre la télévision et les établissements scolaires. Ces "educational officers" assurent la remontée des besoins et des réactions des enseignants aux émissions ; ils aident à la définition des projets.

Un "School Broadcasting Comitee" composé d'experts extérieurs se réunit deux fois par an pour examiner le nouveau plan de production.

La production elle-même est assurée par les "Executive producers" qui peuvent remplir les fonctions de producteurs et de réalisateurs. La nouvelle loi sur l'audiovisuel impose aux sociétés de programmes de confier au minimum 25 % de la production à des producteurs indépendants.

La commercialisation de tous les produits de la BBC (vente des droits, des cassettes, des livres et documents d'accompagnement) est assurée par BBC Enterprise qui est également éditeur. BBC Enterprise intervient dans les choix de production et de programmation.

Une réflexion est en cours sur l'avenir des programmes éducatifs liée aux évolutions technologiques et aux préoccupations

économiques : développement d'une production modulaire dans la perspective du CDI et de l'essor des coproductions internationales (séquences courtes faciles à utiliser dans des contextes différents), expérience de diffusion de nuits d'émissions scolaires. Parallèlement, face à la concurrence, le souci d'une forme plus attractive est très prégnant ; les responsables veulent que le style des émissions de télévision scolaire ressemble aux émissions distractives qu'aiment les enfants.

b) BBC Continuing Education : action sociale et qualification de base

Le quart de la production du Département Éducation de la BBC est désormais constitué par des campagnes d'action sociale, réalisées en partenariat avec des organismes publics et privés, et dont la nécessité s'est fait sentir il y a quelques années déjà. Les thèmes de ces campagnes dénommées Self Action Broadcasting sont très variés et ils sont destinés à changer durablement les comportements du public. Ainsi a été lancé un programme de qualification pour faciliter l'apprentissage de la lecture, de l'écriture et du calcul. Ce programme, mis en oeuvre en collaboration avec le ministère de l'Éducation et le ministère de l'Emploi, a comporté toute une série d'émissions télévisées de 10 à 25 minutes à l'intention des publics les plus divers, doublée d'émissions radiophoniques à l'usage particulier des professeurs, à quoi s'ajoutait la fourniture de matériels pédagogiques mis à la disposition des 70 centres de formation établis en Angleterre et au Pays de Galles. Cette campagne a suscité quelques 51 000 appels téléphoniques aux numéros spéciaux qui avaient été ouverts, elle a donné lieu à l'envoi d'environ 26 000 ouvrages et elle a touché plus d'un million et demi d'auditeurs, avec des résultats très significatifs.

Autre exemple : une campagne pour sensibiliser parents et éducateurs aux dangers toujours possibles d'accidents domestiques. Des documentaires d'une demi-heure ont été réalisés ; d'autres d'une durée plus réduite - 10 minutes environ - ont été diffusés à des heures de grande écoute. Dans chaque cas, il s'agissait de mettre en valeur le caractère dangereux de certains comportements ou de certains accessoires.

Enfin, BBC Continuing Education a également produit une série destinée à encourager les adultes à retourner à l'école. Cinq documentaires de trente minutes ont été projetés à la télévision, ainsi que quinze petits sketches de quatre-vingt-dix secondes illustrant de façon amusante l'idée d'un retour en apprentissage. Le slogan de l'ensemble était : «Saisissez une deuxième chance». On a compté jusqu'à 8 millions de téléspectateurs aux heures de pointe. 57.000 d'entre eux ont appelé au téléphone pour avoir des renseignements

complémentaires, dont 42 % ont par la suite repris une formation. L'opération a donc été couronnée de succès.

Selon Mme Jane Straw, conseillère pédagogique à BBC Continuing Education, les recettes d'une télévision d'action sociale sont les suivantes :

- préserver une indépendance éditoriale tout en travaillant avec les organismes de terrain ;

- mobiliser tous les agents de pouvoir et d'influence dans la société en même temps ;

- utiliser les heures de plus grande écoute à la télévision et à la radio pour atteindre le plus de personnes possible ;

- développer un ensemble de supports pour renforcer le message (émissions, prospectus, livrets, lignes d'information, ateliers, séminaires) ;

- s'assurer que le message et la façon dont il est délivré seront adéquats et atteindront autant de personnes que possible. Enfin, reconnaître le pouvoir de la télévision lorsqu'il s'agit de changer les gens et la société.

c) BBC Select : une réponse spécifique aux besoins en matière de formation professionnelle

Au sein du département de l'éducation de la BBC, tous les dimanches matin, un programme d'une heure, intitulé «The training hour», consacré au monde de la formation. Cette émission a accueilli des séries consacrées à l'organisation personnelle de son temps, à la gestion d'une petite entreprise, et aux connaissances de base nécessaires pour le travail (comment se servir d'un téléphone, comment traiter un client, ...). Il existe des séries diffusées dans la soirée à destination de larges audiences qui contribuent également à l'information du travailleur britannique, par exemple «Business Matters».

Mais la BBC, depuis le printemps 1992 a expérimenté une nouvelle forme de réponse à des besoins de formation professionnelle très "pointus" : BBC Select, une télévision à péage qui émane du département de l'Education. Cette chaîne émet la nuit pendant les heures inutilisées par BBC 1 et BBC 2. Pour bénéficier des services de BBC Select, les abonnés ont besoin d'un décodeur, le BBC Selector, et doivent payer un abonnement pour chacune des émissions qu'ils souhaitent recevoir (1) .

(1) Environ 450 livres (abonnement, fourniture du décodeur) pour l'enseignement des langues, 600 livres pour la formation à la comptabilité, 1000 livres pour la formation spécialisée à l'intention de juristes.

La plupart des émissions de BBC Select sont ciblées sur des niches d'audience spécifiques, par exemple les avocats, les comptables, les cadres d'entreprise, les informaticiens ou les étudiants en langue avancés. La mise à jour des connaissances et la formation sont les principaux objectifs des programmes et des supports écrits qui leur sont liés. Chaque service est géré comme une affaire indépendante selon ses règles propres.

Prenons l'exemple d'Accountancy. Il s'agit d'un consortium des cinq principaux organismes de formation dans le secteur comptable ou Royaume-Uni, en association avec un éditeur et la BBC. L'éditeur a apporté le financement, les organismes déterminent le contenu éditorial des programmes et sont responsables de la commercialisation du service auprès de leur clientèle d'experts-comptables.

Executive Business Club est un service analogue, à l'usage des cadres moyens - ceux qui effectuent des tâches de direction sans avoir le titre de directeur. Il a été mis sur pied par une société de Manchester dotée d'une bonne expérience dans le domaine de la formation à la gestion, en association avec BBC Select.

Dans ces deux cas, on a une heure hebdomadaire de programme spécialisé diffusé en direction d'une audience finement définie - il s'agit en effet de télévision à diffusion restreinte («narrowcast television»).

Cette forme de partenariat - un diffuseur national associé avec des organismes spécialisés dans la formation, et avec un financement extérieur est particulièrement innovante et intéressante.

2. Les programmes éducatifs sur Channel Four

Channel 4 est une société à but non lucratif dont le statut prévoit l'exécution de missions de service public (ch. 1^{re} éducative et culturelle). La loi (broadcasting act) de 1990 lui a transféré les missions de la société ITV en matière de télévision éducative. Cette activité est financée par la publicité, depuis la loi précitée qui a modifié le type de financement de Channel 4.

Channel 4 ne reçoit pas de fonds publics, son financement est uniquement publicitaire. Il n'y a pas de spot publicitaire durant les heures de diffusion de programmes scolaires. En revanche, les plages publicitaires sont plus importantes en soirée, ce qui permet à

la chaîne de s'assurer des recettes publicitaires plus importantes sur ces créneaux. Il est encore trop tôt pour évaluer le produit de la vente du matériel pédagogique écrit. L'objectif est de réaliser un petit bénéfice en 1992.

L'autorisation d'émettre de Channel 4 prévoit la diffusion de 330 heures de programmes scolaires par an et le maintien de la qualité du service éducatif précédemment offert par ITV. A cet effet, Channel 4 a passé contrat avec la société E.T.C. (Educational Télévision Company) qui fournit les services annexes accompagnant les émissions éducatives. ETC, d'autre part, fournit quelque 45% des nouveaux programmes de Channel 4 pendant les trois premières années de fonctionnement de ce nouveau service. Pour l'année scolaire 1993-1994, 70 heures de nouveaux programmes ont été commandées, dont 30 heures sont fournies par ETC et 40 heures sont fournies par des producteurs indépendants. La programmation est définies par le département éducation de la chaîne et des appels d'offre sont ensuite lancés auprès de sociétés de production indépendante qui assurent la production des émissions (2).

- Les émissions éducatives sont diffusées du lundi au vendredi, de 9h.30 à midi. Pour l'année scolaire 1993-1994, quelques programmes seront diffusés la nuit, entre 4 et 6 heures. Les émissions destinées aux écoles primaires durent 15 ou 20 minutes, celles destinées aux écoles secondaires durent 20 ou 25 minutes. Elles sont calquées sur les programmes scolaires, d'Angleterre, du pays de Galles et d'Irlande du Nord, et sur les orientations de programmes de l'Ecosse. Elles couvrent aussi certains aspects plus généraux de la vie scolaire, tels que la santé, l'éducation «socio-civique», la réussite scolaire. Des films réalisés par les étudiants sont aussi diffusés.

A titre d'exemple, les principaux éléments du programme de 1993 sont : l'apprentissage de la lecture pour les 4 à 6 ans, la Grèce ancienne, l'espace, une série sur les Tudors pour les 7-11 ans, une série sur les paysages du pays de Galles, une série policière en 10 épisodes tournée en France pour l'apprentissage du Français dans le secondaire, 10 documentaires sociaux pour les 14-16 ans, 4 films sur l'implication des jeunes dans la protection de l'environnement. Les programmes de printemps couvriront la science, la technologie, l'histoire et la géographie pour les 4 à 6 ans, les mêmes émissions pour les 7 à 11 ans, des émissions générales sur le Japon ainsi que sur les jeux et jouets, Shakespeare, l'histoire européenne, la science et la géographie africaines pour les 11 à 14 ans, l'éducation sexuelle, l'Anglais, l'initiation aux affaires pour les 14-16 ans.

(2) Un cahier des charges a été diffusé aux producteurs en novembre 1991 et un appel d'offre a été diffusé et inséré dans «The Guardian». Plus de 1.200 offres ont été présentées et 28 sociétés de production ont été retenues.

- La société ETC, dont les principaux actionnaires sont Channel 4 et ITV, produit des catalogues de programmes destinés aux écoles, ainsi que des supports pédagogiques (manuels destinés aux enseignants, logiciels informatiques, manuels des élèves, cassettes vidéo). Les commandes de matériel pédagogique par les écoles sont effectuées par un bulletin de commande inséré dans les catalogues. Cette activité est rentable et ses bénéfices sont partagés entre ETC et Channel 4.

ETC emploie une équipe de 11 «Education officers» qui supervisent la production du matériel pédagogique et favorisent leur utilisation en organisant des cours de formation des enseignants. Ils restent en contact constant avec les enseignants, les conseillers d'éducation, et les principales administrations de l'éducation.

ETC participe à des co-productions avec des éditeurs. Ce sont en particulier des éditeurs qui réalisent et financent les manuels destinés aux élèves dont Channel 4 assure la diffusion contre redevance (en moyenne 15.000 exemplaires par série). Le manuel de l'enseignant est préparé par un conseiller pédagogique et édité à 3.000 ou 4.000 exemplaires. Les cassettes vidéo sont tirées à 400 exemplaires maximum. Les logiciels sont fabriqués, sous contrat, par une société privée.

Deux journaux spécialisés, «The Education Guardian» et «The Time Education Supplement» publient les programmes hebdomadaires. Enfin, une évaluation est périodiquement effectuée afin de déterminer l'audience des programmes.

- Le point de départ de l'expérience de Channel 4, en matière de télévision éducative, a été la conviction que la télévision est un outil puissant pour motiver les enfants, spécialement les enfants en situation critique sur le plan scolaire. Ses domaines d'élection sont l'apprentissage de la langue maternelle et des langues étrangères, l'histoire, la géographie, la science et la technologie, l'art et la musique, l'éducation socio-culturelle. Elle permet de répondre aux besoins des enfants en difficulté, et peut aider à la formation du public à l'utilisation critique de la télévision.

Le budget de Channel 4 pour les programmes éducatifs est équivalent à 10 millions de livres et finance les programmes, la diffusion, et la publicité assurés auprès des établissements scolaires.

- Des réunions de coordination ont lieu avec la BBC afin d'éviter les doublons.

3. L'Open University

L'Open University est une université à part entière qui prépare aux diplômes de l'enseignement supérieur. Cent mille étudiants ont obtenu une licence depuis la fondation. Elle dispose d'un campus, d'un corps enseignant complet, d'un centre de recherche. C'est une université à distance. La plupart des étudiants sont des salariés qui consacrent de 6 à 8 ans pour la préparation d'une licence à raison de 12 heures de travail par semaine. L'Open university est financée à hauteur de 65% par l'État, le reste étant assumé par des ressources propres (droits d'inscription comprenant l'achat du matériel de cours, prestations diverses...).

L'Open University s'est rendue célèbre par l'usage de la télévision (700 heures par année). Mais la télévision n'est en fait qu'un des moyens associé à d'autres, tels que l'informatique, les bandes vidéo d'enseignement à distance. C'est, selon les responsables de l'Open University, un complément indispensable qui doit être utilisé en cherchant à faire des étudiants des spectateurs actifs. Les émissions sont plus ou moins nombreuses selon les cours, toujours conçues en fonction de l'apport spécifique de l'image par rapport à un domaine scientifique ; certains cours l'utilisent très peu voire pas du tout.

La production audiovisuelle est assurée par l'Open University Production Center (OUPC) qui appartient au département éducatif de la BBC. Les réalisateurs sont tous des spécialistes des domaines qu'ils ont à traiter et font équipe avec un universitaire. Les programmes ont une durée de vie importante (50% ont plus de 5 ans) mais l'Open University s'efforce de retirer ceux qui sont trop anciens et dont la facture peut ternir son image et celle de la BBC.

Il existe aujourd'hui, au sein de cette institution pionnière en matière de télévision éducative et, sous la pression des financiers, un débat sur le recours à la télévision et son importance pourrait être réduite au profit de l'utilisation des cassettes vidéo. En tout état de cause, tout le monde est d'accord pour reconnaître à la télévision le rôle de vitrine de l'Open University (40% des étudiants inscrits ont connu l'Open University par la télévision) et pour admettre que de nombreux programmes intéressent un public large.

II - LA TELEVISION EDUCATIVE EN ALLEMAGNE

En Allemagne, il n'existe pas de chaîne spécifiquement éducative, mais certaines chaînes publiques diffusant des programmes éducatifs.

1. Le programme de formation des enfants au bon usage des médias

Ce programme intitulé "les enfants aiment la télévision" est divisé en trois volets, et vise trois tranches d'âge différentes : les enfants de moins de six ans, ceux qui ont entre six et onze ans, enfin les adolescents de douze à seize ans

Le programme a été réalisé à partir d'émissions de la télévision bavaroise auxquelles l'Office de la jeunesse de Bavière avait participé.

Sa réalisation a bénéficié du concours financier des pouvoirs publics car ceux-ci ont considéré qu'ils avaient mission de contribuer à la formation aux médias.

L'école et l'université ont à familiariser la jeunesse avec le monde environnant et à leur donner les moyens d'organiser au mieux leur existence. La façon d'accueillir les informations diffusées par les médias fait partie de la formation de la jeunesse. Les jeunes adultes doivent réagir à l'offre médiatique et apprendre à la maîtriser. L'utilisation des médias dépend de l'éducation assurée par les parents et par l'école.

Cependant l'Etat, en Allemagne, n'a pas le moyen d'influer sur les programmes diffusés à la télévision. Il ne peut qu'aider les jeunes gens à maîtriser l'avalanche d'images qui se déversent sur eux. Pour les y aider, il doit commencer par former les enseignants. A cette fin, il a créé une grande bibliothèque. En commun les länders ont créé des instituts qui réalisent des produits audiovisuels à l'intention des élèves du secondaire et des étudiants de l'université. En ce qui concerne le financement des programmes, l'Etat reste en retrait car la Constitution allemande ne lui permet pas d'influer sur le contenu des émissions de télévision mais les sociétés de télévision sont tenues de respecter les directives pédagogiques fixées par l'Etat.

2. Le "Telekolleg"

La sudwest 3 diffuse dans le sud-ouest de l'Allemagne 26 heures de programmes éducatifs par personne. Ces programmes peuvent s'adresser aussi bien à des téléspectateurs cultivés qu'à des personnes qui veulent obtenir une nouvelle qualification.

L'un des plus notable est un programme destiné à des adultes et intitulé "Telekolleg".

Le Telekolleg (cours de perfectionnement d'allemand, de mathématiques, de géographie, etc.) permet aux téléspectateurs de préparer l'examen de fin d'études secondaires qui ouvre l'entrée aux études supérieures. C'est un cours qui dure deux ans et qui est diffusé par trois organismes d'émission de l'Allemagne du Sud.

Il se compose d'émissions, de livres d'accompagnement et d'un enseignement direct dispensé environ toutes les trois semaines.

Les émissions sont diffusées du lundi au vendredi à 8 h 30 et en début de soirée. En deux ans elles ont atteint le nombre de 470, se rapportant aux différentes matières. Des livres d'accompagnement sont édités par une association de maisons d'édition, fondée spécialement à cette fin. L'enseignement direct et les examens sont organisés et financés par les ministères des affaires culturelles des Länder.

Le Telekolleg exige de ceux qui suivent ces cours un très fort engagement, étant donné qu'ils seront mis en concurrence avec des salariés qualifiés par la voie d'une formation normale.

Le Telekolleg a permis un heureux partage des tâches, en effet : la télévision réalise des émissions qu'elle diffuse sur un réseau public, mais quarante écoles de Bavière assurent une seconde diffusion et le contenu de ces émissions, complété par un matériel pédagogique adéquat, permet aux élèves de préparer certains diplômes.

3. L'information pour les enfants : Logo

La chaîne nationale ZDF diffuse des émissions éducatives (cours de langues et cours de mathématiques) qui sont reprises sur certaines radios. A cette émission s'ajoutent un journal quotidien d'information pour enfants d'une durée de 10 minutes : "Logo".

"Logo" s'adresse aux enfants entre 9 et 13 ans. Une des finalités de cette émission est de faire regarder les informations aux jeunes téléspectateurs.

Observant que les enfants regardent les informations pas forcément d'une manière consciente, les responsables de ce programme ont constaté une incertitude des enfants vis-à-vis des informations qu'ils ne comprennent pas tout à fait et la peur d'un monde menaçant. Les enfants ne sont pas enthousiasmés par les actualités : elle sont ennuyantes, incompréhensibles et passent au-dessus de la tête des enfants.

- "Logo" veut démontrer que les actualités concernent chaque individu - les adultes autant que les enfants.

- "Logo" veut rendre les enfants capables de participer aux discussions de sujets actuels ou, au moins, de poser des questions.

La rédaction de "Logo" espère que les enfants réalisent à l'aide de "Logo" que dans notre société démocratique il n'est pas seulement nécessaire, mais avantageux d'être informé.

- "Logo" est diffusé régulièrement, quatre fois par semaine du lundi au jeudi (vers 16 h 30) au milieu du programme pour les enfants : une heure facile à retenir et à retrouver.

"Logo" est produit chaque jour et peut ainsi prendre en compte les informations les plus récentes.

- "Logo" est fait d'une manière professionnelle : diffusé par le studio des informations de la ZDF, avec toutes les capacités dont dispose la rédaction des informations et soutenu par les journalistes de la ZDF dans le monde entier.

- "Logo" essaie d'éviter toute forme d'infantilisation.

Pour être compréhensible, elle s'efforce :

- d'utiliser une langue concrète, facile, proche de celle des enfants, en évitant des mots étrangers ou une syntaxe compliquée.

- d'éviter tout ce qui contrarie l'intelligibilité et la clarté : l'écart entre le texte et l'image, les "flourishes de rhétorique" propre aux informations habituelles, la phraséologie des politiciens, etc.

- d'expliquer en éclaircissant les arrières-plans des événements et établissant des cohérences, afin que les enfants puissent classer les événements.

Elle s'efforce de ne pas être ennuyeuse en :

- Intégrant des sujets du monde des enfants - ceux qui s'attachent directement aux intérêts des enfants.

- Trouvant un accès particulier aux sujets du monde des adultes : un accès qui tient compte de la perspective et des nécessités des enfants.

- Présentant à côté des sujets d'information des sujets amusants, récréatifs, qui peuvent réveiller et retenir l'attention des enfants.

- Permettant des possibilités de participation : les enfants participant aux reportages ou aux commentaires.

*

* *

En Allemagne, les ministères des affaires culturelles des Länder, responsables de l'enseignement devant les Parlements, ont à autoriser les livres scolaires. Ils ne peuvent en revanche autoriser de même les émissions de la télévision scolaire car, pour des raisons économiques, ils ne pourraient se permettre d'interdire une émission qui vint d'être produite, en raison de son coût ; d'autre part, l'Etat n'a pas, en Allemagne, à autoriser les émissions de télévision. On a donc inventé une procédure qui concilie des exigences contraires ; elle a été fixée par une convention conclue en 1971 entre les ministères des affaires culturelles et les organismes de radio-diffusion.

Elle permet à travers des comités, commissions et groupes de travail d'arrêter les objectifs du programme, son financement et sa mise en application. Elle insiste toujours sur la nécessité de concilier l'efficacité du programme et son caractère attrayant, l'attrait ne devant surtout pas supprimer le caractère instructif de l'émission.

III - LA TELEVISION EDUCATIVE AUX PAYS-BAS

1. La NOT

La NOT (Nederlandse Onderwijs Televisie) a été constituée à l'initiative de trois fondations à vocation éducative, publique ou privée : la BOO (fondation de la communication audiovisuelle pour les écoles publiques et privées), l'ACKO (fondation de la communication audiovisuelle pour les écoles catholiques et l'APCO (fondation de la communication audiovisuelle pour les écoles protestantes). Ces trois fondations siègent au conseil d'administration de la NOT.

a) Les principales activités de la NOT

La NOT compte environ 55 employés et a pour mission de :

- Développer des programmes télévisuels pour l'école ainsi que le matériel éducatif d'accompagnement. A cette fin, la chaîne emploie 14 spécialistes de l'éducation.
- Produire, concevoir et diffuser des programmes éducatifs.
- Produire et distribuer le matériel éducatif d'accompagnement à un prix coûtant. A titre d'illustration, la NOT dispose d'environ un million de manuels éducatifs.
- Conduire des recherches afin d'évaluer les effets de la télévision scolaire. A ce titre, depuis 1989, un panel a été mis sur pied.

b) Le contenu des programmes

70 % des programmes scolaires conçus par la NOT sont destinés à tous types d'écoles. Les 30 % restants sont développés en coopération avec le comité de programmes des trois fondations ABO, ACKO et APCO et sont plus particulièrement destinés aux écoles catholiques, aux écoles protestantes ou aux écoles publiques et privées.

Le public visé par la NOT est constitué d'enfants et d'adolescents de 4 à 18 ans. Les thèmes des programmes diffusés sont issus pour une large part d'enquêtes réalisées auprès des écoles primaires et secondaires. Chaque année, la grille de programmes est composée à 60 % de rediffusions et à 40 % de productions fraîches.

La NOT diffuse près de 190 heures chaque année, soit environ 350 programmes dont l'essentiel le matin. Chaque programme a une durée moyenne de 20 minutes. La NOT diffuse ses programmes éducatifs presque tous les jours de classe par l'entremise de la chaîne publique Nederland 3.

Le programme débute à 10 heures le matin les lundis et mardis, et à 9 heures les mercredis, jeudis et vendredis. Les lundis et mardis, la NOT diffuse ses programmes également à 14 heures. Il est à noter que bien souvent, les sujets abordés sont directement liés aux programmes étudiés dans les écoles, notamment en géographie, en biologie ou en anglais, en histoire, en religion, en informatique, en sciences sociales, en musique, en physique, en dessin, en chimie ou encore en instruction civique.

c) La nature des projets

La télévision éducative offre la possibilité d'informer, d'apprendre et de stimuler les activités de la classe. Mais cette télévision éducative offre plus que des programmes télévisés. Presque toutes les émissions sont assorties d'un matériel pédagogique à l'attention des élèves mais aussi des professeurs. Le matériel d'accompagnement peut éventuellement être composé de cassettes, de diapositives, de disques, de jeux, de pliages, etc...

d) L'audience

Sachant que 97 % des écoles primaires et secondaires sont équipées de téléviseurs et que plus de 90 % sont équipées de magnétoscopes, la réception des programmes de la NOT s'avère tout à fait satisfaisante. Les élèves peuvent le cas échéant suivre chez eux les programmes de la NOT s'ils sont souffrants dans la mesure où ils reçoivent Nederland 3 par voie hertzienne ou par câble.

Pour l'année scolaire 1987-1988, 90 % des écoles primaires sont impliquées dans au moins un des projets éducatifs de la télévision. S'agissant des écoles secondaires, la participation est de l'ordre de 83 %. Par ailleurs, chaque année, la NOT est notée par les écoles de manière à évaluer la qualité des programmes offerts.

Globalement, plus des 2/3 des écoles estiment les programmes de qualité satisfaisante, le tiers restant les jugeant de qualité moyenne. Aucune des écoles interrogées n'a estimé les programmes proposés de qualité insuffisante ou médiocre. Enfin, toutes les écoles néerlandaises reçoivent, à raison de quatre fois par an, le guide détaillé des programmes pour la période à venir.

2. Kindernet

Il existe également, aux Pays-Bas, depuis novembre 1987, une chaîne privée de télévision par satellite pour enfants qui s'intitule Kindernet.

Cette chaîne diffuse 7 jours sur 7, le matin de 7 heures à 10 heures. 4,3 millions de foyers peuvent capter cette station.

Ses programmes sont composés d'émissions éducatives, d'aventures, d'actions, de jeux et de divertissements. Ils sont destinés aux enfants de moins de 13 ans. Les émissions éducatives sont diffusées de 9 h 30 à 10 h les jours de semaine.

Le taux d'audience de cette chaîne a été en 1992, pour les moins de 5 ans de 4,6 % et pour les enfants de 6 à 12 ans de 3,3 %.

3. La télévision éducative pour adultes aux Pays-Bas

La fondation Téléac diffuse aux Pays-Bas des programmes éducatifs pour adultes ainsi qu'une large gamme de cours multi-médias. Téléac propose ces cours à la radio et à la télévision à raison de 233 heures pour la télévision et de 260 heures pour la radio.

a) Quelques repères historiques

La fondation Téléac a été créée en 1963. Son premier cours a été suivi par 1 440 000 téléspectateurs et 3 516 étudiants. La nature des programmes diffusés à cette époque était très orientée sur les cours magistraux. Par la suite, Téléac a proposé à ses étudiants des livres et un matériel pédagogique conséquent. Les programmes étaient réalisés à partir des installations de la télévision publique

néerlandaise. Aujourd'hui, la programmation est partagée entre les cours magistraux et les enseignements de formation continue.

b) Organisation interne

L'organisation de la fondation Téléac s'articule autour de 7 services :

1. le service de la recherche et de la documentation
2. le service production télévisuelle
3. le service production radio
4. le service du matériel pédagogique et des prestations aux étudiants
5. le service de la coordination et du développement
6. le service de la communication (interne et externe)
7. le service financier.

c) Le contenu des programmes

Chaque année, Téléac offre une grande diversité de cours dans de nombreuses disciplines pour des niveaux très variés. Le département de la recherche et de la documentation reçoit spontanément beaucoup de suggestions de cours de la part du public. Sur l'ensemble de ces suggestions, environ une centaine sont examinées dans le détail. Les suggestions sont retenues au regard des considérations suivantes :

1. le besoin social du cours
2. la capacité du cours à faire progresser les étudiants dans l'étude de la discipline
3. l'adéquation du cours au format télévisuel.

Chaque programme annuel est défini et arrêté deux ans à l'avance afin de préparer le matériel pédagogique et de bien spécifier les caractéristiques du programme. En général, le cours sont proposés sur une base hebdomadaire. Ils sont accompagnés d'une bibliographie, ainsi que d'un manuel, ou d'autres documents tels que des magazines, des compilations d'articles, des brochures... Le matériel d'accompagnement peut également être composé de disques, de cassettes, de compact disques, de diapositives ou de kits spécifiques à la nature du cours. Téléac offre également la possibilité de corriger le travail réalisé à la maison par l'entremise d'un ordinateur.

Les programmes de Téléac sont diffusés sur la deuxième chaîne publique néerlandaise (NED 2) presque tous les jours ouvrables.

IV - LA TELEVISION EDUCATIVE EN SUEDE

Depuis déjà plusieurs décennies, signe précoce et tangible des préoccupations sociales et "pédagogiques" de l'Etat suédois, la radio et la télévision suédoises ont proposé à la communauté éducative du pays des programmes destinés aux adultes dans un premier temps, puis à l'ensemble du public scolaire.

En effet, dès 1925, les premières émissions éducatives étaient diffusées par la Radio suédoise. Trois ans plus tard, une radio scolaire était lancée.

Les programmes éducatifs télévisés firent leur apparition en 1956 en visant, comme pour la radio en 1925, le public des adultes ; mais la télévision scolaire ne fut véritablement créée qu'aux débuts des années 60.

UR, Utbildningsradion, la "Radiotélévision Educative" proprement dite, existe depuis 1978.

Cette radiotélévision éducative, dont la popularité chez les élèves et les enseignants, mais aussi dans le grand public, impressionne l'observateur étranger (le taux d'audience est élevé et chaque établissement scolaire suédois utilise abondamment les programmes diffusés) a une source unique de financement : la redevance. 4,8 % de celle-ci sont versés à Utbildningsradion qui se voit interdire toute recette publicitaire et tout système de parrainage.

Ainsi, on estime que chaque famille suédoise participe au financement de cette institution nationale à raison de 200 US/dollars annuellement.

La Radiotélévision éducative suédoise est remarquablement dotée en matériels très sophistiqués et dispose de studios d'enregistrement particulièrement performants. Trois cents personnes y travaillent, la plupart à Stockholm.

Les programmes diffusés sont produits par UR (environ un tiers des émissions), coproduits avec les autres télévisions scandinaves, mais aussi avec les télévisions des pays dont les langues sont enseignées en Suède, ou bien encore achetés purement et simplement à ces mêmes pays.

Ces émissions sont diffusées sur les deux chaînes publiques de la télévision suédoise (Kanal 1, TV2) et sur les trois stations de la radio nationale. Vingt-cinq radios régionales, et plus récemment quelques stations privées, diffusent plus largement encore ces programmes éducatifs sur tout le territoire.

En 1991, Utbildningsradion a produit 158 heures d'émissions télévisées, 196 heures de programmes pour les stations de la radio nationale, 626 heures pour les radios locales,

UR a diffusé durant cette même période 426 heures d'émissions sur les deux chaînes publiques de la télévision. 590 heures sur les ondes de la radio nationale, 706 sur celles des radios régionales et locales.

Enfin, 100 centres audiovisuels régionaux enregistrent toutes ces émissions et les distribuent gratuitement dans les établissements scolaires qui en font la demande.

Trois départements, le premier consacré à l'apprentissage des langues étrangères, le second aux programmes scolaires, le troisième à l'enseignement aux adultes, produisent et diffusent les émissions en matinée et en fin d'après-midi.

L'apprentissage des langues étrangères vient en priorité, intégré pour certaines émissions aux programmes scolaires, mais aussi à ceux destinés aux adultes.

Une vingtaine de producteurs (dont 6 pour le français) assistés de rédacteurs et de techniciens élaborent des programmes dans les langues suivantes : anglais, allemand, français, espagnol, italien, russe.

Le département des langues vivantes souhaite de plus en plus travailler en coproduction avec les instances éducatives des pays dont la langue est enseignée en Suède. Ainsi, à Stockholm, les représentants du British Council, le Goethe Institut, le Bureau de Coopération Linguistique et Educative, collaborent étroitement avec UR.

En ce qui concerne la langue et la culture française, retenons principalement, suite à un accord passé avec la Délégation Générale à la Langue française et France 2, la diffusion bi-hebdomadaire de France TV-Magazine sur les deux chaînes publiques de la télévision suédoise, la diffusion de vidéogrammes français (en accord avec la SNEP), et plus récemment, la coproduction d'une méthode multimédia nordique d'apprentissage du français.

Cette méthode multimédia sera diffusée début 1995 par toutes les télévisions et radios scandinaves.

Il s'agit là d'un événement dans le domaine de l'audiovisuel éducatif suédois où la langue française était devenue, ces dernières années, le "parent pauvre", conséquence de la priorité donnée à l'anglais.

Les deux autres Départements, tournés distinctement vers le public scolaire captif et le public adulte, présentent des programmes ayant trait à l'histoire, à la géographie, aux problèmes sociaux et politiques contemporains, ainsi qu'à l'histoire et à la construction européenne.

Des émissions sont produites et diffusées pour les différentes classes d'âge du public scolaire : enfants du préélémentaire (de 3 à 7 ans) en favorisant particulièrement les activités d'éveil, enfants de 9 à 12 ans avec une initiation à l'histoire nationale de la Suède, adolescents de 13 à 16 ans à travers une découverte des multiples aspects de la société américaine contemporaine (la langue anglaise dont l'apprentissage est obligatoire à 10 ans le sera dès l'âge de 6 ans à partir de la rentrée prochaine).

Enfin, les émissions destinées aux adultes en formation initiale ou continue portent sur le développement culturel, social et politique du pays dans une perspective résolument européenne.

L'ensemble de ces programmes est particulièrement suivi dans les établissements scolaires où ils sont systématiquement réexploités, mais aussi dans les foyers, d'une part parce que diffusés aux heures de grande écoute, et d'autre part parce que la formation permanente en Suède est une véritable institution nationale restée bien vivante.

Evolutions en cours

Pour des raisons tout à la fois budgétaires et politiques (l'intégration dans la Communauté Européenne est devenue une priorité, sinon la priorité) UR, liée directement à la puissance publique, semble de plus en plus s'orienter vers une forme de partenariat avec ses homologues scandinaves, ainsi qu'avec les radios, télévisions, centres et instituts des pays dont les langues sont enseignées en Suède.

La signature d'accords avec le monde éditorial est fortement recherchée. La production de méthode d'apprentissage des langues, en raison des coûts très élevés, conduit tout naturellement à cette solution.

Ceci est sans doute à mettre en relation avec la refonte de UR, dorénavant divisée, suite à une décision du parlement suédois qui devait prendre effet à compter du 1er janvier 1993, en trois sociétés : Télévision, Radio, Education.

L'autonomie financière de ces sociétés semble avoir quelques difficultés à se mettre en place et se manifeste par une réduction relativement importante des moyens financiers et des personnels. La sacro sainte gratuité des prestations offertes par UR semble être remise en cause.

UR reste cependant, au niveau régional (en y incluant les pays baltes) largement prépondérante, sinon dominante. Les élèves et les enseignants des pays scandinaves voisins n'hésitent pas à reprendre les émissions diffusées par UR qui apparaît comme un instrument non négligeable de la politique gouvernementale de ce pays dans ses relations avec ses partenaires scandinaves et baltes.

Les deux priorités affirmées : enseignement à distance et enseignement des langues étrangères entrent également dans cette politique régionale, traditionnelle mais toujours réactivée de "leadership", mais aussi, beaucoup plus récemment, européenne, avec une volonté affichée d'internationalisation de tout le système éducatif (de l'enseignement obligatoire à l'enseignement pour adultes) ; ce qui passe nécessairement par le renforcement de l'enseignement des langues vivantes dans ce pays.

V - LES CHAINES EDUCATIVES AUX ETATS-UNIS

En matière de programmes éducatifs audiovisuels, les Etats-Unis se caractérisent par l'absence de tout a priori à l'égard de cet instrument que représente la télévision. Elle est conçue par les enseignants comme un outil parmi d'autres. Il n'y a pas de réticence du monde enseignant à l'égard de ce mode d'apprentissage.

Cet état d'esprit s'explique sans doute par des données historiques et géographiques qui ont conduit à considérer la télévision comme une béquille susceptible de pallier les considérables inégalités de formation selon les Etats (zones rurales défavorisées), contribuant ainsi à l'équilibre national.

Aux Etats-Unis, on considère généralement qu'il vaut mieux un cours d'apprentissage de l'espagnol à la télévision que pas de cours du tout, ou encore qu'un cours avec un professeur maîtrisant mal cette langue. La télévision devient un moyen de combler les lacunes évidentes d'un système scolaire déficient. Elle est la "rustine" pour les formations de base (lecture, écriture) du système éducatif. Elle s'adresse aussi bien aux enfants qu'aux élèves d'universités ou aux adultes.

La diffusion des programmes éducatifs aux Etats-Unis utilise une très grande variété de vecteurs : stations hertziennes, réseaux câblés, chaînes satellites, réseaux micro-ondes, téléphonie, etc...

Ceci s'explique d'une part par le fait que la production et la programmation des émissions éducatives aux Etats-Unis relèvent d'un grand nombre d'agences et d'associations publiques et privées aux niveaux fédéral, régional et local, et d'autre part par le choix d'une approche souple et pragmatique qui passe par la recherche du vecteur le plus adapté.

On peut ainsi citer parmi quelques exemples : les réalisations du SERC (**S**atellite **E**ducational **R**esources **C**onsortium) destinées à pallier le manque d'enseignants qualifiés dans certaines matières (ex. : japonais), et plus généralement à offrir aux élèves des régions rurales ou défavorisées un enseignement de qualité. Les programmes interactifs du SERC sont produits dans 6 centres régionaux et distribués par satellite à 600 écoles dans 28 Etats.

Mais l'essentiel des programmes audiovisuels éducatifs américains passe par les deux vecteurs principaux que sont, d'une part, le réseau hertzien PBS (**Public Broadcasting System**) et, d'autre part, les chaînes thématiques éducatives du câble.

1. Les programmes éducatifs du réseau PBS (Public Broadcasting System)

Fédération de 348 stations publiques caractérisées par une très grande diversité, le réseau PBS est, historiquement, le principal acteur public de la télévision éducative aux Etats-Unis. Les émissions scolaires et universitaires constituent, en effet, l'une des activités essentielles de PBS : utilisées "à la carte" par 87 % des stations, celles-ci occupent plus de 20 %, en moyenne, de la programmation.

Le réseau PBS, organisation fédérale de la télévision publique américaine qui vient de fêter ses vingt-cinq ans d'existence, a été constitué pour compenser la pauvreté générale des émissions de la télévision commerciale et pour s'adresser à ceux que les stratégies de marketing des grands réseaux avaient laissé de côté. Ainsi, les enfants, mais aussi les adultes pour la formation sont apparus comme étant des publics tout désignés.

Parmi les "sept commandements" de la chaîne newyorkaise WNET 13, qui est l'une des principales du réseau PBS, on note les principes suivants :

- servir ceux qui sont mal servis : les rejetés de l'enseignement, les populations illettrées et la jeunesse urbaine ,
- soutenir les opportunités d'apprendre, toute la vie durant ;
- favoriser une citoyenneté responsable.

PBS dispose d'un réseau hertzien réparti sur 348 stations qui chacune est libre de sa programmation, et d'un service spécial crypté "point à point" par satellite, à destination de 2 000 établissements scolaires.

Les émissions de ses stations répondent à des demandes institutionnelles (les programmes éducatifs scolaires ou de formation permanente) ; elles promeuvent également des initiatives soutenues par les réseaux socio-économiques : insertion de la femme dans la vie professionnelle, actualisation des connaissances en informatique...

Chacune des stations régionales est regroupée dans une des quatre associations qui recourent l'ensemble du territoire américain. Ainsi, l'association des stations du Sud a un programme spécifique de télé-enseignement pour les zones rurales défavorisées avec une interactivité par téléphone. La Pacific Mountain Network (PMN), qui regroupe toutes les stations de la façade pacifique organise, pour sa part, chaque année à Denver, le "First View", salon international de vente de programmes éducatifs, où se traitent 80 % des transactions mondiales.

Le réseau PBS constitue un exemple particulièrement intéressant de financement mixte.

En effet, ses recettes globales sont constituées :

- à 21 % de membres cotisants (soutien financier des téléspectateurs ⁽³⁾ et remontées des cotisations scolaires ⁽⁴⁾ ;
- à 22 % de subventions publiques locales
- à 18 % de subventions publiques fédérales ;
- à 17 % de donations effectuées par des entreprises ;
- à 4 % de donations effectuées par des fondations ;
- à 1 % de produits du parrainage des émissions ⁽⁵⁾ et des déclinaisons multimédia.

3. Le réseau PBS étant considéré comme une fondation, les dons donnent droit à des avantages fiscaux.

4. L'affiliation d'un établissement scolaire au réseau PBS comprend généralement un droit forfaitaire annuel par établissement (2 500 dollars) auquel s'ajoute un droit par étudiant de 5 à 25 cents. Les ressources ainsi recueillies vont pour 50 % au diffuseur (PBD, et pour 50 % au producteur (stations locales PBS, producteurs indépendants).

5. Ainsi la firme NIKE a été partenaire d'une initiative pour apprendre à lire, et à cette occasion a édité un fascicule à 20 millions d'exemplaires.

2. Les chaînes éducatives sur le câble

Avec le développement du câble (60 % des foyers sont câblés), plusieurs chaînes thématiques éducatives se sont développées aux Etats-Unis : "Learning Channel", "Mind Expansion University", "Arts and Entertainment".

La chaîne "C-Span" qui diffuse les débats du Congrès et est présente sur tous les réseaux câblés a également tendance à développer les programmes éducatifs.

- **The Learning Channel** : créée à l'origine sur fonds fédéraux, avec pour mission de renforcer le système éducatif dans les zones rurales défavorisées des Appalaches, The Learning Channel a connu, avec l'essor du câble, un développement très rapide. Société de droit privé au capital mixte depuis 1986, cette chaîne illustre ainsi les synergies public/privé qui font la force de la télévision éducative aux Etats-Unis. Sa grille de programmation comprend, d'une part des émissions généralistes éducatives, et d'autre part des programmes spécifiques destinés à s'insérer dans un cursus universitaire.

The Learning Channel est actuellement reçue par 20 millions de foyers câblés américains et plus de 1 500 établissements d'enseignement supérieur, et connaît l'un des taux de croissance les plus élevés de toutes les chaînes câblées.

La chaîne ne délivre pas de diplômes, contrairement à l'**Open University** britannique, et pratique, tout comme PBS, le partenariat avec les institutions d'enseignement. Ces relations prennent la forme de consultations "en amont" des utilisateurs, et de mécanismes de suivi systématique "en aval" (appui logistique, séminaires de formation, etc...).

- "**Mind Extension University**" est une chaîne qui propose, en association avec 23 universités, un système de formation diplômante.

Toute la stratégie de développement du câble passe par une segmentation de l'audience de plus en plus fine grâce à des programmes très spécialisés, qui lui permettent d'augmenter ses parts de marché.

A cet égard, les chaînes facilitant un accès au savoir permettent incontestablement d'apporter une plus-value intéressante aux téléspectateurs du câble : en complétant l'offre du câble, elles entraînent de nouvelles prises d'abonnement.

Le phénomène de la "**business TV**" -télévision de formation à l'écoute des entreprises- prend, aux Etats-Unis, de l'importance, en raison notamment des énormes besoins de ce pays en matière de formation professionnelle continue.

Ce type de programmes permet de suivre, sur le lieu de travail, une formation de qualité qui n'est pas trop onéreuse pour l'employeur. Ainsi, depuis l'Université de Stanford, sont diffusés par satellite des cours de haut niveau dans des domaines tels que les mathématiques ou l'économie, qui sont reçus et décodés par les grandes entreprises à travers tout le pays, dans leurs différentes filiales, pour leurs cadres ou leurs techniciens.

Cette offre nouvelle et accrue de programmes de formation est sans doute une des pistes les plus prometteuses pour le développement d'une télévision de services, dans la perspective de l'offre audiovisuelle élargie que permettront les nouvelles technologies de diffusion.

Les principaux cablo-opérateurs considèrent que le secteur des services éducatifs audiovisuels représente un marché de l'avenir.

D'autre part, toute décision de production d'un programme inclut, dès à présent, une déclinaison du programme sur différents supports (livre pour le professeur ou l'étudiant, CD Rom, etc...).

Concernant l'évolution du paysage audiovisuel américain, deux tendances favorables au développement d'une télévision d'accès au savoir semblent se dégager :

- le fractionnement du public avec une offre de contenus de plus en plus finement adaptés aux besoins de petits groupes de consommateurs ;

- l'information et la formation qui tendent à devenir un service aussi indispensable que l'électricité ou l'eau, et dont la diffusion devra être assurée de manière aussi large et souple. Cet état de développement passera, sans doute, à terme, pour quelque chose qui sera la conjonction de la télévision, de l'informatique et du téléphone.

VI - LES CHAINES EDUCATIVES CANADIENNES

Il existe au Canada trois chaînes éducatives provinciales, qui ne diffusent pas de publicité et sont financées essentiellement par les contributions des gouvernements provinciaux. Ce sont : **TV Ontario**, **Access Network**, en Alberta, et **The Knowledge Network**, en Colombie-Britannique.

Ces chaînes tirent également quelques revenus de campagnes de levée de fonds, de sponsors, d'adhésion de membres et de la vente de programmes (surtout dans le cas de TV Ontario). Elles sont obligatoirement distribuées, dans leurs provinces respectives, sur le volet de base du câble, en vertu d'un règlement de l'autorité de régulation de l'audiovisuel canadienne, le CRTC.

Elles travaillent en étroite collaboration, pour l'élaboration des programmes pédagogiques et la formation à l'utilisation de l'audiovisuel, avec les milieux éducatifs de la province (l'enseignement étant de compétence provinciale au Canada) : ministères de l'éducation et de l'enseignement supérieur, conseils scolaires et écoles (enseignants et parents d'élèves). Leur collaboration s'étend également aux réseaux socio-économiques dont elles soutiennent les initiatives.

La programmation de ces chaînes se répartit en trois catégories de programmes plus ou moins bien représentés selon les cas :

- enfance et jeunesse (programmes pédagogiques destinés à être utilisés en classe et émissions de divertissement ou d'enseignement informel) ;

- formation à distance (cours d'université, cours pour étudiants adultes à temps partiel (actualisation des connaissances en informatique par exemple), cours de recyclage des adultes, insertion de la femme dans la vie professionnelle) ;

- grand public (fiction, documentaires, émissions à caractère pratique, etc...).

Notons que certaines émissions, en particulier dans le domaine du divertissement ou du documentaire, se retrouvent sur plusieurs de ces chaînes, comme **Polka Dot Door**, **Degrassi High**, **Sesame Street** ou **OWL/TV** par exemple.

1. The Knowledge Network

Créé en 1980, The Knowledge Network (KN) fait partie, depuis trois ans, de l'Open Learning Agency, organisme qui comprend également The Open University et The Open College. Parmi les trois, seul The Knowledge Network est un radio-diffuseur, dont le signal est diffusé par satellite et câble dans 90 % des foyers de Colombie Britannique. Certaines émissions proviennent cependant des deux autres institutions.

The Knowledge Network diffuse environ 5 800 heures de programmes chaque année, dont 55 % de "public education" et 45 % d'émissions reliées à un programme d'enseignement secondaire (11 %) ou supérieur (34 %).

La chaîne achète la majorité de ses programmes auprès de producteurs indépendants qui peuvent profiter de ses installations techniques, et produit quelques programmes comme KidZone, magazine de documentaire, fiction et musique rock pour les 7 à 12 ans, présenté par des jeunes.

The Knowledge Network compte 60 personnes, et fonctionne avec un budget de 5 millions de dollars, qui provient principalement du ministère de l'enseignement supérieur. La chaîne opère sans licence du CRTC, mais suit tout de même ses recommandations en matière de code d'éthique.

2. Access Network

Installé à Edmonton, Access Network diffuse 112 heures hebdomadaires de programmes pour enfants et pour la jeunesse (34,7 %), de programmes éducatifs (25 %). Elle diffuse également, entre 1 heure et 7 heures du matin, des programmes scolaires destinés à être enregistrés par les professeurs puis utilisés pendant la journée. Sa grille comprend un certain nombre d'émissions produites par les universités de l'Alberta.

La majorité des programmes est acquise au Canada ou à l'étranger, Access produisant environ 130 heures par an. La chaîne est tenue par le CRTC de diffuser au moins 60 % de programmes canadiens.

Access emploie 220 personnes, pour un budget de 16,5 millions de dollars, dont 90 % proviennent du gouvernement provincial. La chaîne a récemment demandé au CRTC de l'autoriser à diffuser de la publicité, tablant sur des recettes de 3 millions de dollars d'ici 1994, qui seraient réinvesties directement dans la production et l'acquisition.

Access est retransmise par satellite et câble, ainsi que par voie hertzienne à Calgary, depuis 1989, et bientôt à Edmonton. Les sondages la crédite d'un auditoire de 343 000 spectateurs, soit un pourcentage de 14,4 % de la population albertaine (20 % des personnes pouvant recevoir le signal).

3. TV Ontario

TV Ontario est la plus importante de toutes les télévisions éducatives. Créée en 1970, elle est la première chaîne de télévision publique provinciale bilingue et compte, en réalité, deux signaux : TVO, en anglais, et, depuis 1987, un service continu en français, appelé "La Chaîne". Actuellement, les quelque deux millions de spectateurs qui chaque semaine regardent ses programmes en font l'une des trois chaînes éducatives les plus importantes d'Amérique du Nord (les deux autres étant américaines et privées). On estime ici que TV Ontario représente 20 % du marché éducatif américain, ses ventes annuelles aux Etats-Unis rapportant à la chaîne six millions de dollars canadiens.

Pour le dernier exercice financier, le budget d'exploitation s'élevait à 86 millions de dollars, dont plus de 60 millions provenaient de subventions de la province de l'Ontario, essentiellement du Ministère de l'éducation et de celui des communications. "La Chaîne", à elle seule, bénéficie d'une subvention exceptionnelle, provinciale et fédérale, de 30 millions de dollars, répartie sur cinq années (1987-91). Au total, TV Ontario emploie environ 500 personnes.

Les émissions de TV Ontario sont utilisées dans la grande majorité des écoles de la province, et par les professeurs des collèges communautaires et des universités de l'Ontario. On estime ainsi que les trois quarts des enfants du primaire, et la moitié de ceux du secondaire utilisent TV Ontario, tandis que 14 % des ontariens ont suivi un télécours sur la chaîne. Environ 40 000 personnes sont inscrites à des cours de formation continue, sans compter les spectateurs non-inscrits.

La chaîne produit et diffuse 6 000 heures chaque année, et 1 000 heures de programmation originale dont les deux tiers sont achetés, et un tiers produit par TV Ontario. Le coût horaire moyen d'une production est de 50 000 dollars. Notons que grâce à son mandat éducatif, la chaîne parvient à négocier dans des conditions satisfaisantes des droits de quatre ans, en général renouvelables, pour des utilisations illimitées. Elle peut ainsi inciter les enseignants à dupliquer ses programmes tant qu'elle en détient encore les droits. Par ailleurs, les productions ont une durée de vie assez longue, jusqu'à dix ans, permettant un meilleur amortissement des investissements initiaux.

TV Ontario est diffusée par satellite et câble, le signal anglais s'appuyant aussi sur une diffusion hertzienne. Le dimanche, à partir de midi, TVO diffuse des émissions françaises, tandis que "La Chaîne", diffuse en anglais. Cela permet ainsi aux téléspectateurs qui ne sont pas abonnés au câble d'avoir accès à un certain nombre d'émissions en français.

Les émissions d'origine canadienne représentent 70 % de la programmation en langue anglaise de TV Ontario, et 60 % de sa programmation en langue française.

A l'exclusion des programmes pour l'école, "La Chaîne" diffuse 22 heures hebdomadaires d'émissions pour les pré-scolaires, et 6 heures pour la jeunesse, soit 26 % de son temps d'antenne destiné aux 6-11 ans. 53 % de cette partie de la grille est composée de fictions dramatiques (Ritournelle, Robin et Stella), et 39 % d'animation.

Les débouchés de TV Ontario sur les marchés internationaux vont croissant, des Etats-Unis à la République Populaire de Chine en passant par la Suisse, l'Angleterre ou le Brésil. Un contrat de coproduction a été signé avec la chaîne japonaise NHK, en avril 1990.

Avec la France, TV Ontario entretient des relations suivies avec FR3 et le CNDP. TV Ontario achète des émissions françaises (Ex Libris ou Caractères, par exemple), en particulier des émissions musicales ou de variétés, des documentaires, des reportages et des dramatiques en série. Elle coproduit également avec des partenaires français : FR3 (Regard francophone), M6 (La santé dans le monde), l'INA, la SFP, la Sept, le CNDP ou des producteurs indépendants. La chaîne est représentée au conseil d'administration de TV5 Québec-Canada et fournit des programmes à TV5 Europe et TV5 Québec-Canada.

VII - LA TELEVISION EDUCATIVE EN AUSTRALIE

La télévision éducative existe en Australie depuis le début des années 1960. Elle a pris essentiellement la forme :

- d'émissions scolaires, les matins, sur l'une des deux chaînes publiques nationales, la chaîne A.B.C. (Australian Board Casting) ;

- d'émissions éducatives à destination des pré-scolaires sur les chaînes privées qui se justifient notamment par l'absence d'écoles maternelles ;

- d'une émission d'une heure tous les soirs pour l'aide à la recherche d'un emploi, diffusée sur la seconde chaîne publique S.B.S. (Special Broadcasting Service) et produite et financée par le ministère de l'éducation et de l'emploi ;

- d'un programme destiné aux personnes ayant des difficultés à lire ou à écrire.

Plus récemment, l'usage de la télévision pour l'accès au savoir a pris une forme nouvelle, avec le développement du programme dit "d'éducation ouverte", qui concerne l'enseignement supérieur.

Il s'agit d'une expérience globale qui touche tous les secteurs de l'éducation et de la formation. La télévision éducative fait partie intégrante d'un ensemble de mesures diverses mais complémentaires, dont le but est de faciliter le plus large et le plus flexible accès à l'éducation et à la formation professionnelle.

La politique de l'éducation ouverte, part des méthodes de l'éducation à distance, dans laquelle l'Australie, en raison de son étendue géographique, a une vieille tradition, mais s'organise dans un cadre plus grand, plus flexible et plus individualisé, dans lequel la télévision constitue un instrument privilégié mais pas unique.

La contribution de la télévision à cette expérience prend la forme de diffusion de cours, sur la chaîne nationale publique A.B.C. Les autorités australiennes ont choisi cette chaîne en raison de son image à la fois familière et sérieuse.

Les programmes sont diffusés tous les jours, sans interruption durant les périodes de vacances, entre 5 heures et 9 heures du matin, et repris le samedi et le dimanche.

Il s'agit principalement de cours filmés dans les universités.

Ils s'adressent en particulier aux personnes qui, n'ayant pas leur baccalauréat, ne peuvent pas s'inscrire à l'université, aux handicapés, et plus généralement aux personnes qui ne peuvent pas matériellement suivre de cours, étant occupées la journée, ou encore à des adultes qui désireraient tester leur capacité à suivre des cours, avant de s'inscrire dans une structure de formation.

Les individus intéressés peuvent s'inscrire auprès d'un groupement de cinq universités qui, ayant la charge de cette "éducation ouverte", fournit un soutien aux inscrits (documents d'accompagnement multimédia, inscription aux examens, entretiens par téléphone avec des professeurs,) et leur délivre un diplôme universitaire validant l'enseignement suivi.

La promotion des programmes de "l'éducation ouverte" a lieu sur la chaîne A.B.C. en même temps que les publicités de la chaîne, et est également reprise sur la radio et dans les journaux.

Au cours de sa première année expérimentale de mise en place, en 1992, l'opération "éducation ouverte" a recueilli 3.800 inscriptions et entre 50.000 et 150.000 personnes -sur 17 millions d'habitants- ont regardé les cours retransmis par la télévision.

L'opération est financée par une subvention de 52 millions de dollars sur trois ans, par le ministère de l'éducation et de l'emploi.

Le gouvernement australien, par cette initiative, souhaite, d'une part pallier le manque de places dans les universités -50.000 personnes n'ont pu s'inscrire en 1992-, mais surtout permettre à des adultes de suivre des formations qualifiantes et diplômantes, afin de préparer la société australienne à une évolution qui dans ce pays, comme ailleurs, supposera le maintien, tout au long de la vie d'un individu, d'un temps important consacré à la formation afin de suivre l'évolution des métiers.

VIII - L'ACCES AU SAVOIR PAR LA TELEVISION AU JAPON

1. Développement historique de la télévision éducative au Japon

Les premiers pas de la télévision éducative au Japon remontent en 1959, où apparaissent simultanément la chaîne de télévision éducative de la NHK (service public) et la première chaîne de télévision privée éducative "Nippon Kyoiku Terebi" (télévisoin éducative japonaise) à l'initiative du Journal Asahi.

- La NHK, financée uniquement par la redevance réserve depuis ce temps, une partie de son budget pour assurer cette mission figurant explicitement à son cahier des charges. Cette chaîne couvre actuellement la quasi totalité du pays.

- Le premier défi du secteur privé de faire financer par de la publicité une chaîne éducative ne dura que quelque temps avant la transformation de cette chaîne en chaîne généraliste.

En 1967, le ministère de l'Education étudie la possibilité de créer une université radio télédiffusée : Hoso Dalgaku. Cette nouvelle chaîne a diffusé ses cours à partir de 1984. Son public principal est composé d'étudiants qui doivent s'inscrire à un cursus d'enseignement supérieur pour obtenir les diplômes correspondants. Les cours sont mis à disposition de ces étudiants dans dix centres spécialisés sous forme de cassettes vidéo. La diffusion hertzienne est pour l'instant limitée à la région de Tokyo. Cependant, le ministère de l'Education espère pouvoir disposer d'un canal satellite vers 1995.

2. La chaîne NHK - Kyolku

La diffusion de cette chaîne assure la couverture de tout le pays à travers 3 400 émetteurs ou réémetteurs.

Les horaires quotidiens de diffusion vont de 6 heures le matin, à 24 heures.

Cette chaîne n'a pas de budget propre. Son fonctionnement est comptabilisé dans le budget général de la NHK. La part de budget réservée à la fabrication des programmes de cette chaîne est assez faible. Et le personnel employé est limité au strict minimum.

La programmation se décompose en deux grands ensembles :

- de 70 à 80 % de cours, généralement diffusés de deux à quatre fois.
- de 20 à 30 % de programmes culturels ou d'information.

Les principales émissions sont les suivantes :

- Cours pour écoliers d'études primaires, secondaires et supérieures (mathématiques, physique, sciences naturelles, musique, sciences, histoire, géographie, etc...). Ces cours sont souvent repris dans les écoles en particulier les écoles primaires.

- Cours de langue (anglais, américain, français, allemand, chinois)

- Cours de vie sociale (calligraphie, peinture, cuisine, pédagogie, broderie)

- Cours de sports (tennis, ski, golf, handball, etc...)

Les cours sont généralement réalisés par le personnel interne de la NHK bien que de temps à autre, des filiales de la NHK : NHK Educational et NHK Enterprises soient chargées de la réalisation de certaines productions. Les achats d'images sont rares.

Les programmes culturels sont principalement composés, soit des rediffusions des programmes spéciaux diffusés la première fois sur la chaîne principale de la NHK, soit des concerts ou des pièces de théâtre japonaises ou étrangères.

Les programmes sont généralement conçus pour une durée de 30 minutes à l'exception de certains cours de langue présentés en 20 minutes. Etant donné le faible budget attribué à la fabrication de ces émissions, la forme est généralement très simple.

Très souvent un professeur traite son cours devant un tableau comme il le ferait dans une salle de classe ordinaire ou bien un décor rudimentaire est planté devant lequel officient le professeur ou un spécialiste du thème traité et quelques figurants qui réalisent les exercices proposés par l'enseignant.

Les cours de langue sont généralement présentés par un professeur entouré de figurants du pays traité. Des sketches sont filmés en studio avec ces figurants.

Presque tous les cours ont un support écrit correspondant édité par une filiale de la NHK. Ces documents sont mis en vente dans les grandes librairies de tout le pays et des publicités y sont intégrées.

L'audience ne dépasse pas habituellement 1 %.

En fait, la NHK honore son cahier des charges avec cette chaîne éducative en y consacrant le minimum de moyens financiers. L'audience de cette chaîne est très faible et son existence est souvent remise en question. Si cette chaîne était pleinement justifiée après la guerre pour compenser le manque de moyens du système scolaire de l'époque elle ne semble plus véritablement répondre à un besoin, d'autant que les formes d'enseignement actuelles exigeraient des moyens importants pour la fabrication des programmes.

3. L'Université radio télédiffusée

Il existe, au Japon, un centre universitaire d'enseignement à distance par la radio et la télévision.

Sa diffusion est réduite à la région de Tokyo. Des diffusions sont également assurées par des réseaux câblés des régions voisines de Tokyo. Une diffusion satellite est envisagée vers 1995.

Une diffusion sur support vidéo est organisée dans 10 centres spécialisés répartis dans le pays (Sapporo, Sendai, Ishikawa, Gifu, Osaka, Hiroshima, Kagawa, Fukuoka, Kumamoto, Okinawa).

Les horaires de diffusion vont également de 6 heures à minuit.

Cette chaîne est financée à hauteur de 75 % par des subventions du gouvernement (ministère de l'Education principalement) et 25 % par les inscriptions des étudiants (35 000 étudiants).

Le budget annuel total est à environ 400 millions de francs.

La programmation se compose à 100 % de cours et conférences.

Les thèmes principaux en sont :

- Sciences du langage, sciences humaines et sociales
- Sciences mathématiques et de la matière
- Sciences économiques et juridiques
- Sciences de la vie.

Les cours sont réalisés principalement par le personnel de l'Université dont une grande partie des réalisateurs et des techniciens proviennent de la NHK. Les achats d'images et l'appel à des sociétés externes comme "NHK Educationnal" sont rares.

Les programmes sont généralement conçus pour une durée de 45, 60 ou de 90 mn.

Etant donné le faible budget attribué à la fabrication de ces émissions, la forme est généralement très simple. Un professeur traite son cours devant un tableau comme il le ferait dans une salle de classe ordinaire.

Les programmes sont réalisés en relation avec l'Institut de recherche multimédias.

Tous les cours ont un support écrit correspondant qui est fourni aux étudiants inscrits.

4. Les émissions éducatives sur les chaînes généralistes.

Les chaînes privées incluent dans leur grille de programmes, quelques émissions spécifiques de nature éducative.

Les responsables des chaînes publiques et privées sont conscients du fait que les créneaux d'antenne directement consacrés à la formation et à l'éducation ont une audience faible et un impact limité. C'est donc à travers l'ensemble des programmes que les notions indispensables à l'intégration du Japon au monde contemporain sont diffusées à tous les publics (jeunes, adultes et troisième âge).

Les messages concernant les langues étrangères, dont le Français et la France, n'échappent pas à cette pratique. Ainsi, en plus des émissions qui y sont spécifiquement consacrées, on trouvera, parsemés dans de très nombreux programmes à destination du grand public, des éléments d'information souvent plus incitatifs qu'éducatifs.

Ce sont par exemple de simples mots étrangers mis en valeur, ou bien des "flashes éducatifs" sur un point de grammaire, sans oublier les sous-titres incrustés sur des séquences en version originale malgré le coût supérieur à la réalisation d'un doublage. Ces choix permettent une première sensibilisation du public, déléguant aux programmes de télévision éducative le soin de proposer des compléments linguistiques et laissant à d'autres relais (écoles ou cours spécialisés) le soin d'une formation effective (à l'exception de l'Université radio télédiffusée dont le suivi des cours permet d'obtenir une formation universitaire dûment certifiée et reconnue).

IX - VERS UNE NOUVELLE BATAILLE INTERNATIONALE DES IMAGES

Le phénomène de restructuration lié au "big bang" numérique connaît une formidable accélération, aux Etats-Unis et au Japon.

L'industrie des systèmes d'information se recompose autour de deux pôles complémentaires : la télévision interactive et les réseaux haut débits.

Commencé il y a près de deux ans, le phénomène de fusion intersectoriel entre les mondes de l'audiovisuel, des télécommunications et le secteur de l'informatique, s'est très nettement accéléré au cours de ces derniers mois.

Les investissements des plus grands groupes de communication se mesurent en milliards de dollars et les alliances aboutissent à une vaste intégration où l'on trouve les fabricants de programmes, les distributeurs et enfin les constructeurs de matériel, de General Instrument à Sony ou Apple.

Comme tout "big bang", la refondation autour du "tout numérique" entraîne inévitablement une période de chaos. Elle est la phase que l'on traverse aujourd'hui et qui explique qu'il est parfois difficile d'interpréter les évolutions en cours, du fait de la multiplication des alliances.

Cependant, l'accélération des événements constatée depuis le début de cette année témoigne de l'importance de l'enjeu et promet des évolutions rapides.

Ainsi, l'avènement de la télévision interactive sera très certainement plus rapide que prévu, et l'usage de la télévision à des fins éducatives s'en trouvera radicalement bouleversé. Par ailleurs, la création de nouveaux produits et réseaux d'accès au savoir sera assurément porté par cette nouvelle vague, ainsi qu'en témoignent les premiers frémissements perceptibles.

Devant l'avancement des alliances en cours et la dimension technologique et économique des acteurs, l'industrie européenne risque bien d'être "laissée pour compte" lors du développement de ce nouveau marché.

- 1989 : SONY rachète les 2 800 titres du catalogue de COLUMBIA.
- 1990 : MATSUSHITA rachète les 3 500 titres du catalogue d'UNIVERSAL.
- 1992 :
 - Le nouveau président des Etats-Unis Bill Clinton, annonce un projet "d'autoroutes de données", véritable infrastructure nationale d'information.
 - T.C.I./General Instrument, le plus grand opérateur américain annonce qu'il utilisera la technologie numérique développée par General Instrument.
- Janvier 1993 : 3 DO/MCA/ATT/Time Warner. Les trois géants décident d'investir 15 millions de dollars dans 3 DO, dans le but de développer des machines multimédias interactives.
- Avril 1993 :
 - Sega/Time Warner/T.C.I. Objectif créer une chaîne de jeux interactifs en 1994.
 - Microsoft/Intel/General Instrument. Développement d'un boîtier de conversion intelligent doté des fonctionnalités d'un PC.
- Mai 1993 :
 - Accord entre General Instrument, Intel et Microsoft pour la mise en place d'un système de télévision interactif.
 - U.S. West, l'une des sept compagnies américaines de télécommunication, rachète 25 % du capital du holding Time Warner Entertainment, pour 13,5 milliards de francs.
 - U.S. West décide de consacrer, avec Time Warner, 1 milliard de dollars à la réalisation d'un réseau numérique.
 - Accord entre General Instrument, Intel et Microsoft pour la mise en place d'un système de télévision interactif.
- Juin 1993 :
 - T.C.I. et Time Warner (1er et 2ème câblo-opérateurs américains) annoncent la création d'une société commune destinée à la future norme de télévision interactive.
 - T.C.I. lance un plan de numérisation de son réseau de câbles, destiné à offrir 500 canaux différents à ses abonnés dès 1996. Coût envisagé, 2 milliards de dollars.
 - ATT et Viacom annoncent qu'ils vont lancer un premier essai commercial de chaînes interactives.

- Juillet 1993 : Microsoft annonce en juillet la création d'une joint venture, Cable Soft, avec TCI et Time Warner. Objectif : concevoir un standard de transmission pour la prochaine génération de programmes interactifs.

- Rapprochement Apple-ATT, Motorola, Sony, Matsushita et Philips autour d'un projet permettant de concevoir un standard de transmission pour la prochaine génération de programmes interactifs.

Dernier épisode : En septembre 1993, Viacom signe une promesse d'achat de Paramount Communication, pour former un nouveau conglomérat et devenir ainsi le sixième groupe de communication multimédia dans le monde après Time-Warner, Bertelsmann, Newscorp, le groupe de Rupert Murdoch, Walt Disney et Capital Cities-ABC.

Aussitôt, une bataille de grande ampleur pour la prise de contrôle de Paramount, -important producteur de films d'Hollywood qui détient un catalogue important- s'engage entre Viacom et QVC Network, une chaîne de télé-achats.

La bataille pour la conquête de Paramount est la dernière en date d'un long combat, celui du contrôle des studios de production et des catalogues audiovisuels, l'objectif étant de disposer d'un réservoir aussi grand que possible de programmes à un moment où l'évolution des technologies va donner aux usagers un choix très étendu de programmes.

L'Europe ne peut rester indifférente à cette course, car les images de demain façonneront les esprits de demain. Et l'Europe ne formera pas ses citoyens à sa culture et à son image, avec les images des autres.

OBSERVATIONS

**OBSERVATIONS PRÉSENTÉES PAR
M. IVAN RENAR, MEMBRE DE LA MISSION.**

C'est avec satisfaction que nous accueillons la décision du gouvernement de créer une chaîne d'accès au savoir, autrement dit une chaîne éducative.

Le travail important fourni par la mission du Sénat y a contribué.

Il est en effet paradoxal et anormal que la France reste lanterne rouge en Europe dans le domaine de la télévision éducative alors que la demande sociale de formation et d'éducation est en constante progression.

Cela étant, tout reste maintenant à faire et il importe de bien mesurer la tâche qu'il y a à accomplir et l'importance des moyens à développer.

Je voudrais en ce sens formuler quelques remarques :

1) La chaîne d'accès au savoir doit tout à la fois participer à l'effort d'éducation et contribuer dans un même mouvement à l'appropriation par tous du formidable outil d'éducation et de culture qu'est la télévision.

Cela implique que cette chaîne ne soit pas, d'une part un palliatif aux insuffisances du système d'éducation et de formation et d'autre part abandonnée à la responsabilité du secteur audiovisuel privé dont les règles de fonctionnement sont incompatibles avec les exigences de qualité, d'objectivité et d'égalité d'accès qui doivent prévaloir.

Seul le service public est en mesure de garantir ces exigences et rassembler les énergies nécessaires. C'est aussi la raison qui me conduit à être réservé sur la proposition de création d'une fondation.

2) Se pose en second lieu la question des programmes.

Les programmes éducatifs sont quasi-inexistants malgré les efforts de quelques pionniers.

Tout appelle donc à un développement sans précédent du système national de production.

D'autant que la chaîne éducative ne saurait exonérer les autres chaînes, publiques et privées, de leur responsabilité en matière de culture et de formation. Or, je ne peux qu'émettre des craintes, face à la privatisation de la SFP et les menaces du GATT, sur la production nationale.

La question des programmes est indissociable de celle du contenu. Plus que dans tout autre domaine, le respect du pluralisme est nécessaire. Voilà pourquoi je propose d'associer enseignants, élèves et étudiants, professionnels de la télévision... au choix des contenus.

3) Ma troisième remarque concerne les moyens financiers. Les besoins sont énormes et ne peuvent être satisfaits que dans le cadre d'une remise à plat des règles qui régissent l'audiovisuel français, substituant à la loi de l'audimat une responsabilité publique et nationale.