Écrans et utopies

Éducation populaire et télévisions 1950-1987

Chantal de Linarès et Annie Oberti

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/edc/2881>

DOI : 10.4000/edc.2881

ISSN : 2101-0366

Éditeur

Université Lille-3

Édition imprimée

Date de publication : 1 mai 1987

Pagination : 39-57

ISSN : 1270-6841

Référence électronique

Chantal de Linarès et Annie Oberti, « Écrans et utopies », *Études de communication* [En ligne], 9 | 1987, mis en ligne le 19 février 2012, consulté le 05 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/edc/2881> ; DOI : 10.4000/edc.2881

Ce document a été généré automatiquement le 5 mai 2019.

© Tous droits réservés

Écrans et utopies

Éducation populaire et télévisions 1950-1987

Chantal de Linarès et Annie Oberti

NOTE DE L'AUTEUR

Ce texte reprend des éléments d'une recherche menée dans le cadre d'un contrat-programme INEP avec le ministère de la Recherche et de l'Industrie : Écrans et Utopies-Éducation Populaire et télévisions, 1982-1986. Ch. de Linarès, A. Oberti et B. Leconte. INEP, juin 1987. Cet article a déjà été édité dans le n° 61-62 des *Cahiers de l'animation*, numéro spécial, « Les chemins de l'animation, 1972-1987 », octobre 1987, et peut-être publié grâce à l'amicale autorisation de cette revue que, très sincèrement, nous tenons à remercier ici.

- 1 En 1986, Marcel Desvergnès, le dynamique secrétaire général du CREPAC d'Aquitaine, l'organisateur principal des célèbres « universités d'été de Carcans-Maubuisson », véritables rencontres et rentrée du monde médiatique, déclarait : « nous avons vécu sur un mythe ». Il parlait du secteur de l'Éducation Populaire et de ses relations avec le monde de la communication audiovisuelle. Relations dont on peut penser qu'elles existaient encore quelques années auparavant, puisque le même Marcel Desvergnès, en Octobre 1984, disait au contraire : « le secteur associatif a tout intérêt à jouer - je plaisante à moitié - comme une multi-nationale, c'est-à-dire qu'il a intérêt à mettre ses œufs dans plusieurs paniers (...) pas les associations parce que c'est trop petit mais au niveau des Fédérations, des institutions comme les nôtres, il faudra une stratégie multi-média. C'est, me semble-t-il, le seul problème aujourd'hui ».
- 2 Ces propos résument de manière lapidaire mais efficace cette histoire d'amour et de haine et surtout de fascination tissée par des années d'utopie entre l'Éducation Populaire et, pour dire les choses grossièrement, l'Audiovisuel. Histoire déjà conjuguée au passé, à l'heure où banquiers et industriels internationaux commencent à s'intéresser sérieusement au petit écran, quand l'Éducation Populaire se voit de plus en plus exclue du champ de la communication audio-visuelle.

- 3 À dire vrai, cette histoire n'est pas aussi récente que ne pourraient le laisser croire les avatars de la loi de juillet 82 et ceux du Plan-câble. Les discours un peu claironnants, l'importance accordée à la communication en ces temps d'industrialisation de l'audio-visuel¹ ont sans doute quelque peu accrédité l'idée d'une accélération inéluctable de l'histoire et du progrès technologique, au détriment d'une réflexion un peu lente sur l'évolution de l'Éducation Populaire vis-à-vis des media. Quant à définir ce secteur, avec rigueur, on voudra bien nous excuser de ne pas le faire ici. Nous nous référerons aux travaux d'historiens comme ceux de J.-P. Martin, pour qui l'Éducation Populaire est spécifique du contexte socio-politique français. Elle recouvre à la fois un ensemble de pratiques sociales, un système d'intentions, de représentations, voire de mythes. Ensemble flou cerné par d'autres champs qui le sont tout autant, évoluant au fil de l'histoire, « traversée de courants et de concepts voisins surgis à différentes époques, en partie superposables mais distincts (l'éducation ouvrière, l'éducation permanente, l'éducation des adultes, l'animation socio-culturelle, l'économie sociale), l'Éducation Populaire se forge une identité autour du référent démocratique. Elle est indissociable du projet républicain »². On ne s'étonnera donc pas outre mesure que nous évoquions l'animation socioculturelle, et le militantisme (gauchiste, féministe, etc...) à propos d'Éducation Populaire. L'éducation du citoyen, le référent démocratique nous semblent suffisants ici pour embrasser dans un même regard des secteurs distincts voire parfois en opposition. Nous considérerons l'Éducation Populaire comme un ensemble intégrant des sous-ensembles de nature distincte (associations, fédérations, services extérieurs du ministère de tutelle).

L'Éducation Populaire et la naissance de la télévision en France

- 4 Les premières interrogations de l'Éducation Populaire concernant la télévision datent des années 50. On en trouve la trace dans un document justement intitulé « Télévision et Éducation Populaire en France » paru en 1959. Si l'on en croit ce document, les mouvements d'Éducation Populaire définissaient leurs positions comme utilisation de la télévision dans leur action pédagogique par le biais de la création de télé-clubs. Envisagés sur le mode des ciné-clubs, ils ne résistèrent pas à la généralisation du parc des téléviseurs au sein de chaque famille. Les mouvements d'Éducation Populaire se voulaient aussi force de proposition dans la conception des programmes.
- 5 En décembre 1953, un stage se déroule au Centre National d'Éducation Populaire de Marly-le-Roi. « C'est pour la première fois, peut-être, que l'on essaya dans une réunion d'éducateurs d'approfondir les problèmes posés par l'utilisation, dans l'Éducation Populaire, des programmes de la télévision, qu'il s'agisse d'émissions spéciales ou des émissions courantes »³. Des mouvements d'Éducation Populaire tels que Peuple et Culture, la Ligue de l'Enseignement, le Centre National d'Éducation Populaire (devenu I.N.E.P.) et l'administration concernée, relevant alors du ministère de l'Éducation Nationale sont parties prenantes de cette opération avec le Centre d'Études Sociologiques. Il s'agissait d'aboutir à la réalisation par la télévision d'une série expérimentale d'émissions d'Éducation Populaire.
- 6 Cet effort de l'Éducation Populaire pour infléchir ses pratiques en tenant compte de la télévision et pour faire en sorte que la télévision remplisse « un grand et noble dessein :

contribuer à l'éducation permanente de la Nation tout entière »⁴, mobilisera non seulement ses propres structures mais aussi les professionnels de la télévision jusque dans les années 60. Si une telle rencontre fut possible entre deux services publics et des militants associatifs, c'est que le modèle de communication sur lequel fonctionnait alors la télévision a permis, entre 1953 et 1964, que se développe une génération de réalisateurs ayant une conception pédagogique et éducative de ce media dont certains, comme Étienne Lalou, sont aussi militants d'Éducation Populaire. L'ouvrage « Regards Neufs sur la télévision » est publié à l'époque dans la collection Éducation Populaire de Peuple et Culture⁵.

Les pratiques alternatives de l'Éducation Populaire

- 7 Les années 70 constituèrent une autre période spécifique des relations entre télévisions et Éducation Populaire. Mieux connue et mieux analysée que la précédente, c'est la période où l'Éducation Populaire est traversée par le courant de l'animation socio-culturelle et colorée par le militantisme⁶. La télévision française se développe sous forme d'un lourd monopole d'État concernant la programmation et la diffusion. C'est une période où l'Éducation Populaire dénonce les effets aliénants et mystificateurs de la télévision. On peut à cette époque relever une certaine homogénéité de position de dénonciation de l'Éducation Populaire sous des pratiques diverses : l'éducation critique du téléspectateur dans les milieux scolaires et hors école, le recours à la vidéo-animation dans les zones nouvellement urbanisées pour créer des liens sociaux et pallier la désagrégation des relations. La vidéo militante se fait le relais des luttes diverses : mouvements féministes, conflits du travail, marginaux, militants régionaux, milieu carcéral, etc. Toutes ces actions portées par différents acteurs au sein de l'Éducation Populaire convergeaient vers un espace commun de dénonciation, de lutte contre « l'image, mauvais objet » pour reprendre l'expression de A. Bergala⁷. Le monopole public qui gérât la télévision permettait à l'Éducation Populaire de se construire une spécificité concurrentielle, homogène dans des pratiques d'éducation critique, de communication horizontale, de parole restituée au nom d'une démythification urgente de la culture de masse aliénante.
- 8 La décennie 70-80 est marquée par cette dénonciation et des pratiques organisées autour de deux pôles : la vidéo militante et la vidéo-animation. Malgré ses discours contestataires importés du champ militant, la vidéo-animation se caractérise par des pratiques soutenues par les pouvoirs publics voire directement impulsées par des administrations comme celles de la Culture et plus encore du ministère de la Jeunesse et des Sports. La vidéo dans cette période reçoit le label de l'État pour intervenir comme outil de régulation sociale.

La vidéo militante

- 9 C'est ce courant qui donna à la vidéo-animation son empreinte et contribua à l'aider à forger son discours alternatif de légitimation. Cela fut d'autant plus aisé que des individus charnières établissaient des relations de l'un à l'autre : animateurs salariés dans une institution socio-culturelle, certains étaient aussi militants dans un groupe plus ou moins formel. Alors que les expérimentations sociales impulsées par l'État et les collectivités locales en matière de vidéo font l'objet d'une littérature évaluative et descriptive pléthorique, il n'en va pas de même pour le courant militant en vidéo et cinéma dont

l'idéologie d'intervention laisse relativement peu de traces écrites⁸. Il faudra attendre 1978 pour que paraisse la revue *Cinémaction* sur des thèmes sociaux et politiques comme le cinéma du féminisme (1979), le cinéma de l'émigration (1982), les cinémas paysans (1982), les cinémas homosexuels (1985). De même, ce n'est qu'au début des années 80 qu'une tentative d'organisation de la production audiovisuelle indépendante (le M.A.I. devenu la F.A.I.)⁹ produit des textes aidant à l'analyse du phénomène de la vidéo militante. Pour connaître ce que furent ces groupes de vidéo militante nous devons avoir recours soit aux produits réalisés, soit à quelques rares analyses secondaires, soit encore à la mémoire des acteurs eux-mêmes. Le témoignage de Yvonne Mignot-Lefebvre prend ici toute sa valeur.

- 10 « En effet, loin d'être une spectatrice même engagée, j'ai participé directement dès 1971 aux premières utilisations de la vidéo légère avec un groupe vidéo militant - Vidéo 00 - puis à la création d'une coopérative de communication - l'A.C.E.T. - tout en poursuivant dans le cadre du C.N.R.S. des recherches sur l'approche audio-visuelle des phénomènes d'innovation sociale (en Inde, en Afrique et en France). Je me suis donc associée aux mouvements sociaux qui ont agité les années 70, mouvements d'inspiration autogestionnaire : Lip, Larzac, écologie, décentralisation des pouvoirs vers les régions, les communes ; comités d'usagers, d'habitants, de citoyens... J'ai repris à mon compte certaines (mais pas toutes) de leurs illusions et contribué, en la partageant, à façonner leur idéologie. J'ai suivi leur évolution, tiré certains bilans et j'assiste aujourd'hui, comme beaucoup d'autres acteurs, à leur désintégration progressive »¹⁰.

La vidéo-animation

- 11 Le début des années 70 voit l'État poursuivre sa politique d'animation socio-culturelle en promouvant dans certains secteurs l'utilisation de la vidéo dans une perspective d'innovation et d'expérimentation sociale. Le dispositif du Fonds d'Intervention Culturel permet de repérer les initiatives et de coordonner les moyens. Durant cette période, l'animation se professionnalise à grands pas par une intervention soutenue des pouvoirs publics et des collectivités locales. Les animateurs pensent trouver dans la « vidéo-animation l'objet de leur rêve, la baguette magique »¹¹ et c'est tout naturellement à la périphérie des grandes agglomérations, dans les villes nouvelles qu'ils vont tenter de redonner vie à la cité et droit à la parole aux citoyens.
- 12 Dans la perspective de favoriser l'intégration des habitants nouvellement installés, de créer une communauté urbaine, de pallier l'absence de relations de voisinage et de vie locale, dès 1971 une action de pré-animation dans les villes nouvelles est engagée, action qui laisse toute sa place à l'utilisation de la vidéo comme outil : « l'audio-visuel et plus spécialement jusqu'ici la vidéo, a été pris en compte dans les actions et les projets d'animation », lit-on dans le rapport d'évaluation des actions d'animation des villes nouvelles¹².
- 13 On retrouve les signes de la politique d'incitation à l'innovation et au recours à la vidéo dans la décision de désigner sept villes pilotes – dont les villes nouvelles – pour expérimenter la télédistribution. L'expérience la plus poussée restera celle de Grenoble qui verra pendant quelque temps fonctionner la réalisation, la programmation et la diffusion locales.
- 14 Déjà, les perspectives d'utilisation de réseaux câblés, qui seront stoppées brutalement, conduisent le CNAJEP (regroupement d'associations de jeunesse et d'Éducation Populaire) à prendre position sur les risques de division et d'inégalité entre une France riche et

pauvre, sur la nécessité d'intégrer le câble dans un dispositif général d'animation culturelle et locale, sur l'accès des groupements formels et informels au réseau. Dans la même optique, Guy Gauthier militant de la Ligue de l'Enseignement reprend les espoirs nés autour du câble. « Pour l'instant le câble n'est qu'une promesse de communication audio-visuelle authentique... L'image d'une association culturelle, d'un syndicat ou d'un groupement politique se présentant au studio avec sous le bras une bande magnéscope exprimant leur point de vue n'est plus une vue de l'esprit. Il se trouvera peut-être un censeur pour la leur refuser mais le dialogue au moins sera direct et le résultat dépendra du rapport des forces et de la combativité des demandeurs »¹³.

- 15 Ce qui naît en vidéo est bien proche de l'idéologie de l'animation socioculturelle, soutenue un temps par une politique incitative des pouvoirs publics. Toutefois, ces actions qui se développent restent à la marge et sont marquées du sceau de l'innovation, de l'expérimental. Elles se heurtent, tout comme la vidéo militante, à l'absence de débouchés et de diffusion. C'est que la télévision est encore du ressort du monopole d'État et la loi de 1984 qui à bien des égards prépare la période ultérieure, semble pourtant renforcer ce monopole.
- 16 Épuisés par cette absence de diffusion, de plus en plus gênés par la qualité médiocre des produits réalisés, militants et animateurs se retrouvent de fait de plus en plus exclus du champ médiatique, et malgré des discours laissant espérer une contre-télévision, les moyennes de consommation télévisuelle ne cessent de croître. On comprend donc comment tout est en place pour qu'une amorce d'ouverture permette aux acteurs de l'Éducation Populaire de passer d'une attitude de contestation à une attitude beaucoup plus positive, voire participative. Or des signes d'ouverture dans le domaine des télévisions, la période qui a suivi 1981 en a proposé plusieurs : la loi de juillet 1982, la régionalisation de FR3, le Plan-câble.

Vers une participation ?

La loi de juillet 1982

- 17 La loi de juillet 1982 ouvre apparemment une nouvelle ère pour la télévision. La possibilité de faire entendre d'autres voix que celles soupçonnées être les voix du pouvoir, de la censure, semble enfin acquise. En tant que composante essentielle de la vie sociale, le secteur de l'Éducation Populaire avec d'autres secteurs sociaux, peut espérer sinon accéder à une existence médiatique, du moins peser directement ou indirectement sur les décisions et orientations concernant la télévision et la communication audio-visuelle. Cet espoir naît de deux innovations contenues dans la loi : tout d'abord l'abandon du monopole de programmation avec l'affirmation du principe de la liberté de la communication audio-visuelle (art. 1), ensuite la place explicitement accordée aux associations : la loi prévoyait la mise en place du « Conseil national de la communication audio-visuelle » composée de cinquante-six membres représentant les « forces vives de la nation » dont les associations culturelles, familiales, d'Éducation Populaire, de consommateurs. Ce conseil, sans avoir de rôle décisionnaire ou exécutif, a toutefois un rôle consultatif tant auprès de la Haute Autorité que du gouvernement. Par ailleurs, au niveau régional, on retrouve le même souci chez les législateurs de prendre en compte les acteurs de la vie associative dans l'élaboration d'une politique audio-visuelle régionale,

avec la création des comités régionaux de la communication audio-visuelle (art. 29, 30, 31 – chapitre III).

La loi du 2 mars 1982

- 18 Relative aux droits et libertés des communes, des départements et des régions, elle ne concerne pas directement les questions de communication audio-visuelle. Toutefois, dans la mesure où l'action culturelle, l'éducation, la formation professionnelle sont des secteurs d'intervention de l'État faisant l'objet de transferts de compétence, on a pu espérer dans cette décentralisation des libertés et des responsabilités nouvelles, des effets possibles dans le domaine précis des contenus et fonctionnements de télévision.

La régionalisation de FR3

- 19 L'article 51 de la loi de juillet 1982 prévoit la création de douze sociétés régionales de télévision : les anciennes stations de FR3 doivent peu à peu devenir sociétés régionales de télévision, sociétés autonomes chargées dans le ressort territorial d'une ou plusieurs régions, de la conception et de la programmation des œuvres et documents audio-visuels du service public. En fait l'ouverture la plus évidente pour les téléspectateurs et les partenaires régionaux a été celle du temps d'antenne de FR3 qui le 5 septembre 1983, est passé de trente minutes à deux heures trente pour chacune de ses stations régionales. Dans la mesure où les moyens en finances et en personnels n'étaient pas augmentés dans les mêmes proportions, et dans la mesure où FR3 devait parallèlement s'ancrer régionalement, les acteurs sociaux, associatifs et indépendants ont espéré que les professionnels, responsables, programmeurs, producteurs de FR3 feraient appel à eux pour que la télévision régionale devienne le miroir de la société locale.

Le Plan-câble

- 20 À l'appareil législatif s'ajoutent des décisions d'action : le 3 novembre 1982, le conseil des ministres adopte le Plan-câble, destiné à concrétiser le développement de la vidéo-communication en France, le cadre juridique ayant été défini dans les articles 77 et 78 de la loi de juillet 1982. Les enjeux de ce Plan-câble sont économiques, industriels, mais l'accent est largement mis, de la part des promoteurs, sur les enjeux de la communication. Le choix de la fibre optique, objet de polémique entre spécialistes est présenté comme un pari industriel mais aussi comme un choix de communication interactive. Cette possibilité technique suscite des espoirs d'expression, de communication, de concertation locales auprès des acteurs sociaux de l'Éducation Populaire dont la finalité est justement la richesse du dialogue local.
- 21 Ainsi toute cette période a été marquée par un élan, un espoir vis-à-vis de l'espace audio-visuel considéré comme un espace public plus ouvert, plus accessible au tissu social, un lieu de communication pluraliste où tout naturellement le secteur associatif pourrait mieux assumer sa fonction de médiation sociale, reconnue de surcroît aux termes mêmes de la loi.

Des discours de légitimation

- 22 Analyser les événements conjoncturels énoncés ci-dessus nous permettent de mettre en évidence comment un ensemble de mesures relevant d'une volonté politique ont été soutenues par des discours de légitimation qui ont effectivement rencontré l'Éducation Populaire et ont pu y trouver un écho.
- 23 Ce discours, de légitimation, nous l'avons dit est fondé sur la résolution de la crise, tant économique que sociale :
- la communication audio-visuelle moderne va offrir de nouveaux emplois, et permettre la (re)conquête d'un marché intérieur des programmes. De ce point de vue le ministère de la Culture, comme la Mission-câble, l'INA, la DATAR, ont servi de relais efficace pour une mobilisation sur les industries de programme,
 - les nouvelles techniques de communication vont offrir un remède à l'anomie sociale, raviver un lien originel perdu (et supposé idyllique), vont enfin permettre une véritable « démocratie audio-visuelle » grâce à l'interactivité et à la possibilité de réseaux de communication locaux, gérés par les collectivités locales.
- 24 On peut remarquer que la thématique d'ensemble de ces discours n'est pas sans rapport avec celle qui fondait l'opposition de l'Éducation Populaire à la télévision : la communication horizontale de proximité (contre la passivité du téléspectateur isolé dans son univers privé) et l'importance accordée au tissu local. L'abolition du monopole de programmation de la télévision par la loi du 29 juillet 1982, l'ouverture du temps d'antenne sur FR3 régions (assortie de discours sur « FR3 miroir régional »), les incitations économiques du ministère de la Culture (par un système d'aides et de subventions à des actions, cumulatif avec d'autres aides), la mise en place de ce Plan-câble avec la présence de la mission interministérielle active dans l'élaboration d'une politique de contenus pour les réseaux locaux, et enfin, la loi sur la décentralisation du 2 mars 1982 transférant des compétences importantes aux collectivités locales, tout cela formait un ensemble de modifications des outils technologiques, de cadres juridiques et administratifs, appelant à des pratiques nouvelles, et instaurant des enjeux nouveaux, industriels certes, mais aussi d'ordre symbolique. L'impact de ces dispositions dans l'organisation sociale est réel, l'efficace des discours de légitimation est largement probable ; se pose alors la question de l'émergence de nouvelles formes de médiations sociales, de nouveaux modèles de communication. Or, l'Éducation Populaire s'appuyant sur une antériorité de pratiques différentes de communication peut – saisissant cette opportunité historique – se faire le garant symbolique de cette communication « moderne », en se proposant comme médiateur privilégié pour établir de nouveaux espaces de communication où circuleraient des paroles minoritaires, ou s'établiraient des identités locales.

La gauche et la modernité

- 25 Ainsi, sans renier l'héritage des utopies des années soixante-dix, les militants de l'Éducation Populaire ont pu croire en la communication comme définition moderne des rapports sociaux. Qu'ils aient abordé le champ de la communication en ordre dispersé et selon des stratégies et des positions hétérogènes¹⁴, c'est bien vrai. Que très souvent les

forces réelles de l'Éducation Populaire face à un secteur en voie d'industrialisation aient été sur-estimées, c'est aussi la réalité. Mais pour ce qui est d'accorder de l'importance à la communication, l'Éducation Populaire ne s'est pas montrée plus « conservatrice » que d'autres acteurs du monde de l'industrie, de l'éducation ou du commerce. Le discours de l'air du temps, souvent intériorisé par les acteurs de l'Éducation Populaire, eux-mêmes acharnés à dénoncer le « ringardisme » de leur secteur, rend bien mal compte d'une situation complexe. La plupart ont relativement partagé une croyance collective : la communication comme étape de la modernité.

- 26 C'est très tôt que de nombreuses rencontres ont fait résonner des discours sur les nouvelles technologies de communication (« Audio-visuel 83 », « Vidéo des Pays » et, bien sûr, l'« Université d'été de Carcans-Maubuisson » en sont des exemples). Dans ce brusque repositionnement, on ne peut sous-estimer l'importance des données conjoncturelles : l'arrivée de la gauche au pouvoir en 1981 n'a pas seulement donné lieu à des décisions législatives, réglementaires et politiques, elle a, pour reprendre l'analyse de Mattelart¹⁵, probablement transformé la représentation du champ social d'un certain nombre d'acteurs sociaux, et permis un désenclavement de leurs positions. Ce n'est d'ailleurs pas seulement l'abandon progressif d'une conception de pratiques alternatives spécifiques à l'Éducation Populaire auquel on a assisté, mais à la naissance d'une représentation toute nouvelle du champ de la communication comme lieu de pratiques innovantes. Avec l'arrivée de la gauche, c'est une nouvelle modernité qu'il s'agit d'inventer, modernité dont les Nouvelles Technologies de Communication sont justement la plaque sensible. Toute la période entre 1982 et 1986 est marquée par la hantise de l'adaptation à la modernité, par les promesses du troisième millénaire et par une conscience aiguë de l'importance qu'allaient prendre ces nouvelles technologies de communication.

La crise - l'entrée dans une logique économique

- 27 Tout ce mouvement de « modernisation », il ne faut pas l'oublier, s'est fait sur fond de crise et il ne faut pas le perdre de vue pour comprendre pourquoi l'Éducation Populaire a prêté une oreille attentive à des discours sur l'entreprise qu'elle avait pu honnir et dénoncer quelques années auparavant.
- 28 Les indices de cette logique économique dans laquelle a tenté de s'inscrire ce secteur sont multiples : naissance de SARL à côté d'associations (majoritaires au Conseil Administration de la SARL), constitution de sociétés commerciales (la station de radio CFM en a été un exemple non télévisuel, mais médiatique tout de même), contrats avec des administrations de l'État, des collectivités locales ou des sociétés privées. L'État lui-même donne l'exemple, si l'on peut dire, puisque le ministère de la Jeunesse et des Sports a demandé à l'IDATE, après une évaluation des Ateliers de la Communication Sociale, d'élaborer un tableau de bord permettant de suivre ce que l'on peut appeler le « rendement économique de ces ateliers ». Faut-il en conclure, un peu rapidement, que l'héritage idéologique capitalisé autour de la convivialité et de l'humanisation des rapports sociaux ait été abandonné avec l'introduction de ces nouvelles pratiques ? Il semble que la restauration officielle et assez partagée de l'Économie sociale ait correspondu à une tentative de résoudre cette difficulté.
- 29 Cet affranchissement de la tutelle de l'État, revendiqué haut et fort par certains acteurs, supposait un démarquage tout aussi ferme d'une logique économique vouée au seul

profit. Mieux encore, l'économie sociale (dont une des figures de proue a été jusqu'en 1984 le « tiers-secteur ») représenterait cette troisième force, entre l'État et le marché, capable d'animer, de donner vie à ce moment obligé de compétition économique. Nous employons à dessein ce terme d'animer, parce qu'il nous semble que l'économie sociale a représenté, pour l'Éducation Populaire, un champ possible d'intervention dans la continuité de l'animation, sous la pression de l'économisme général. Bien sûr la résurgence de l'économie sociale a commencé dans les années soixante-dix, mais dès le début des années quatre-vingts on a assisté à une sorte d'inflation du terme, en même temps qu'à une institutionnalisation du fait. Les mesures officielles : création de la Délégation Interministérielle à l'économie sociale en 1981, loi du 20 juillet 1982, création de l'Institut de Développement de l'économie sociale, décret du 9 juillet 1984, tout cela a bien entendu donné une légitimité et une force à l'économie sociale, mais en même temps contribué à entretenir une certaine ambiguïté. L'Éducation Populaire ne s'est jamais totalement confondue avec l'économie sociale même si elle y participait, soit à travers des actions économiques, soit à travers un discours, quelquefois un peu flou, qui mettait l'accent sur la légitimité pour les associations d'acquiescer une responsabilité économique. Mais elle a tenté de trouver là dans ce mythe ressurgi, pour reprendre l'analyse de Jacques Chevallier¹⁶, un ancrage idéologique crédible et opératoire. Ce label « économie sociale » permettait de céder peu à peu au discours dominant sur l'entreprise, le privé, le marketing, les créneaux porteurs, sans pour autant perdre une identité construite à partir de valeurs conviviales, d'attention portée à tous, de décisions démocratiques. En fait, à regarder de près ce qui s'est passé, ce mouvement ne pouvait se faire sans contradictions. La « modernité » dans le domaine de la communication est essentiellement industrielle et commerciale. Il fallait donc, pour relever le défi de la modernité et s'intégrer véritablement au champ de la communication, entrer dans une logique commerciale. Cela, bien des militants l'ont compris et ce n'est pas seulement par goût de la mode qu'ils ont peu à peu tenu le discours de l'entreprise. Mais, et c'est là probablement l'une des sources des difficultés rencontrées, entre le discours de l'entreprise et le fonctionnement de l'entreprise, il y a une marge impossible à gommer. Toute la vie de l'entreprise est finalisée par la rentabilité, y compris l'organisation relationnelle et qualitative. La convivialité, le pouvoir exercé par délégation, la non-lucrativité sont, par principe, au cœur de la vie associative, et s'il y a bénéfices c'est pour que perdure ce modèle d'activité collective. Qu'il y ait dans certaines entreprises des liens conviviaux, des formes subtiles et « progressistes » de négociation, et, dans bien des associations, des luttes acharnées pour le pouvoir et des simulacres de débats démocratiques voire parfois une organisation aliénante, c'est une autre question. Certes elle est essentielle, mais du ressort de l'analyse des inconscients collectifs et individuels et elle ne doit pas masquer que les logiques fondamentales, entrepreneuriales ou associatives sont bel et bien, malgré les torsions multiples, difficiles à ajuster. Si l'on ajoute qu'une entreprise ne naît pas dans un ciel peuplé d'anges aériens et que le « marché » se nourrit de compétition féroce, de stratégies et de savoir-faire précis, de positionnements réfléchis, on peut imaginer que les discours du temps, l'ouverture et le travail ne suffisent pas, que des rapports de force impitoyables font l'essentiel de la loi du marché. En d'autres termes, un certain nombre de dysfonctionnements dans l'Éducation Populaire sont apparus, au cours de cette période, qui ne sont pas dus à la nature de la communication audiovisuelle, mais en partie à son caractère industriel et commercial. Parmi ceux-ci, nous en retiendrons deux :

- les difficultés dans la gestion du personnel,

- les difficultés de financement.

- 30 À une légitimité de délégation, de mandat associatif, acquise au sein même du secteur sur des critères d'activités associatives, de rayonnement personnel, s'est substituée progressivement une légitimité professionnelle acquise par la compétence en audio-visuel et le sens de l'initiative. À cela près que le fonctionnement traditionnel des associations n'a pas, dans l'ensemble, été remis en cause, si bien que des freins puissants ont entravé une marche « normale » d'entreprise, à des niveaux différents. Le mode de décision collégial, démocratique, habituel dans une association peut soit entraîner de très vifs conflits, si la structure est légère et coutumière de débats internes intenses, soit retarder par des procédures longues, lourdes, une décision finale. Dans les deux cas, une intervention rapide, opérationnelle est plus aléatoire, sauf à accepter l'arbitraire du choix de quelques-uns. De plus, il n'est pas toujours facile à une association, pour de multiples raisons, de salarier au prix du marché un « vrai professionnel de l'audio-visuel ».
- 31 Habitues à vivre de financements publics, de subventions, les associations ont accepté peu à peu l'idée qu'il leur faudrait trouver des sources de revenus diversifiées. Outre des relations plus contractualisées avec l'État, cela signifiait aussi des alliances de natures variées en région (dont les liens entre le CREPAC et le Conseil régional¹⁷ sont un exemple). Mais, de fait, dans bien des régions, le marché régional d'audio-visuel n'était pas encore développé. Les incitations sur le modèle de l'appel d'offres de la DATAR¹⁸ étaient-elles suffisantes pour créer une industrie de programmes télévisuels ? Dans une certaine mesure, discours ou actions de ce type semblent avoir plutôt contribué à entretenir une confusion. Faire de l'audio-visuel coûte très cher, et les opérations ponctuelles, tractées entre représentants des pouvoirs publics ou de FR3, sur la base de relations affinitaires, de liens institutionnels¹⁹ ont occulté la nécessité de penser à long terme pour ces « nouveaux entrepreneurs », et certains « montages de coups » ont occulté la nécessité d'avoir une vraie trésorerie d'entreprise. De fait, plus qu'une perte totale de subventions, c'est un changement de nature de subventions ou de ressources²⁰ qui s'est présenté à l'Éducation Populaire, avec un autre rapport à l'argent que dans les décennies précédentes. Quelles que soient les lignes économiques que trouvera l'Éducation Populaire pour survivre, le mythe entrepreneurial aura été positif sur un point : la prise de conscience aiguë de la nécessité de gérer, sinon comme une entreprise, du moins en structure responsable, les subventions aussi bien que les revenus divers (formation, sponsoring, etc...).

Media, médiations, les malentendus

Public/privé

- 32 Les revendications d'autonomie durant cette période, de la part de structures associatives, la satisfaction explicite devant l'abolition du monopole de programmation, ne doivent pas faire illusion. Le secteur de l'Éducation Populaire, en réalité, n'a jamais pensé à une privatisation de la télévision, du moins telle que nous la voyons se faire aujourd'hui. Ce qui était revendiqué et recherché, c'était bien plus une modification d'une télévision ressentie comme trop lourde, trop bureaucratique, une « forteresse » pour reprendre une image souvent employée. En fait, la conception traditionnelle, un peu pédagogique de la télévision de service public n'était pas remise en cause. Il était bien question d'ouverture à des acteurs non-professionnels ou à des professionnels issus du

secteur associatif. La loi le prévoyait d'ailleurs (chapitre IV - article 30) à travers l'une des missions des comités régionaux de la communication audiovisuelle qui consistait à « émettre des avis sur (...) les moyens d'encourager la communication sociale et de promouvoir l'identité régionale dans le respect de ses différentes composantes culturelles, spirituelles, philosophiques et linguistiques ». C'était la communication sociale qui était censée être le garant de cette ouverture.

La communication sociale

- 33 S'il y a un concept qui a permis tout à la fois la mobilisation des acteurs de l'Éducation Populaire, en même temps que les débats les plus ambigus, c'est bien celui de communication sociale. En fait, cette notion a émergé au moment des travaux de Vatican II²¹ et s'est déployée largement par la suite dans les milieux chrétiens. Au départ, il s'agissait de reconnaître l'importance des mass-media considérés comme un forum moderne « la communication sociale doit, à travers l'information honnête sur les événements (fondée sur la vérité) et l'expression des légitimes diversités d'opinion (s'appuyant sur la liberté), concourir à la communication et à l'unité du genre humain, c'est-à-dire en définitive, à la construction de la justice et de la paix dans l'amour que Dieu a révélé aux hommes »²². Cette prise en compte des media allait de pair avec une nécessaire présence des chrétiens pour un témoignage bien moderne lui aussi : « À la demande du secrétariat général de l'Épiscopat en 1969, prenant acte que les media constituaient la véritable place publique de notre civilisation et que les chrétiens se devaient d'y être présents, naissait en 1971 la Fédération des Organismes de Communication sociale (FOCS). Elle avait pour mission de mettre en œuvre les demandes explicites de l'instruction pastorale « communion et progrès »²³.
- 34 Il n'est peut-être pas inutile de revenir un peu en arrière à propos de « communication sociale » dans la mesure où la plupart des acteurs associatifs ou d'Éducation Populaire ont oublié l'origine chrétienne de cette expression, et en perdant l'origine, ils en ont fait un usage polymorphe. Tantôt réservée aux animateurs socio-culturels ou aux milieux associatifs pour désigner un « plus » qualitatif de la communication audio-visuelle, ou un trait humaniste ajouté à l'acte de communiquer, tantôt utilisée sans plus de précision pour l'opposer à la communication politique, elle était pleine de l'espoir en l'expression multilatérale des groupes qui cherchaient à rompre la communication unilatérale des media de masse. Ce qui n'empêchait pas certains auteurs de lui donner un tout autre sens : celui d'outil du changement de comportement social, par exemple²⁴. En fait, dans les milieux de l'animation, elle a semblé désigner des activités de communication audio-visuelle dont les finalités étaient proches de celles de l'animation socio-culturelle. Mais cela n'a jamais été explicité, tant et si bien que les uns s'en sont réclamé pour accéder à l'antenne et que les autres s'en sont démarqués pour accéder à une communication plus « moderne ». La communication sociale et la communication moderne n'étant pas clairement définies, les atermoiements autour d'enjeux confus n'ont pas contribué à ce que le secteur associatif puisse réellement remplir une fonction de médiation sociale revendiquée par tous les acteurs d'Éducation Populaire, quelles que soient leurs stratégies.

La communication locale

- 35 Comme la communication sociale figurait dans la loi comme mission des comités régionaux, elle est devenue communication sociale locale, sans que là encore soient précisés les contenus précis du terme. D'abord employée à propos de FR3, l'expression s'est parfois confondue avec le droit d'expression à la télévision, d'associations éducatives, culturelles, sociales qui pensaient représenter ces courants pluralistes et répondre à la mission des comités régionaux de la communication audio-visuelle ; elle a nourri aussi les espoirs de vidéastes venus du secteur socio-culturel ou des « indépendants » armés de cette légitimité pour discuter avec les responsables de FR3. Or FR3 n'a finalement pas fait montre de l'ouverture tant attendue, sauf exceptions.
- 36 Devant cette ouverture réduite de FR3, l'Éducation Populaire aurait pu espérer trouver une légitimité dans une participation aux réseaux câblés, pour des raisons historiques tout d'abord : en effet, dans les années 73-74, les expériences du câble étaient portées par ceux qui espéraient voir s'instaurer de nouvelles pratiques sociales, centrées sur de nouveaux échanges entre groupes sociaux, sur l'activité du citoyen, la constitution d'une « vraie communication » intégrant contradictions locales, hétérogénéité des discours, ouvertures à d'autres champs de discussion que ceux délimités par les media de masse dominants. Le câble pouvait donc, normalement, réveiller des utopies et provoquer une mobilisation. Ensuite, au moins dans l'énoncé des discours promotionnels, les pouvoirs publics avaient repris largement la thématique de la localisation de la communication et de l'interactivité à laquelle le plus souvent était accolé, sans précaution d'explication, l'adjectif « sociale ». Les usages dominants à telle ou telle période de cette préhistoire du câble en France sont assez révélateurs des ajustements successifs et de l'évolution de la Mission-câble jusqu'en 1986. La « production locale » sur le « canal local » prioritaire dans les discours du début a cédé le pas à la « programmation locale ». La présentation des objectifs de la Mission, les incitations explicites de son directeur, le 12 décembre 1985, étaient en ce sens dépourvues d'ambiguïté. Les exigences de qualité professionnelle pour ces programmations locales ayant été soulignées, la réalité et la hauteur des coûts ayant été corollairement mises en évidence, il restait à faire valoir l'existence de programmes disponibles « en kit » en quelque sorte, utilisables localement. Il ne s'agit plus du tout, on le voit, du câble communautaire ou de télévision de proximité. Les enjeux s'étaient peu à peu déplacés : il faut un marché de programmes dont les programmeurs locaux seront les acheteurs « naturels ». Or, on vient de le voir, les discours d'incitation pour élaborer ces programmes se sont modifiés au cours du temps et leur augmentation implicite ou explicite renvoyait à l'industrialisation de l'audio-visuel et se présentait comme un épisode de la « guerre des images ».
- 37 La guerre est internationale, disait-on, et la nation, l'Europe sont sollicitées pour monter au front. Les termes du débat étaient posés sur un champ de bataille international, les armes, pour poursuivre la métaphore, devaient être nationales (les programmes), mais les destinataires des discours et les soldats convoqués étaient les élus locaux. Les enjeux étant économiques et internationaux, tout s'est passé comme si les partenaires les plus sollicités, les élus locaux, étaient en même temps invités à oublier ce qu'est la gestion du local, au quotidien, avec ses enjeux spécifiques. Les questions de choix d'infrastructures, complexes, techniques, traitées et tranchées par les PTT semblent avoir occulté celles du contenu, d'où cette confusion, ces multiples témoignages contradictoires sur les

résistances ou au contraire l'adhésion des élus au Plan-câble. Comme l'a fait remarquer Bernard Miège, les programmes ont été structurellement dominés par les réseaux, avec toutes les conséquences que cela a pu entraîner dans l'ordre de la normalisation, de la qualité professionnelle, etc. Et la question des réseaux, pour le coup, a échappé totalement aux citoyens qui n'en percevaient pas les enjeux, pour la bonne raison qu'ils n'avaient accès qu'aux discours de légitimation autour des enjeux culturels et sociaux. C'est ainsi que tout doucement pendant que les uns rêvaient encore de programmes et de productions locales, les autres peu à peu pris dans une logique de réseaux et de compétition industrielle croissante, prônaient de plus en plus une localisation délocalisée exportable. On était loin de la télévision de proximité.

La communication industrielle en devenir

- 38 Une des difficultés majeures qu'a rencontrée l'Éducation Populaire pendant cette période, c'est bien qu'entre 1982 et 1986 le paysage audiovisuel a plus changé que dans les deux dernières décennies. Les nouveaux venus (réseaux câblés, chaîne à péage, chaînes privées, satellites) vont déplacer « le centre de gravité de l'audio-visuel européen sur le local, l'international et le privé, au détriment du national, du public », pour reprendre l'analyse d'Alain Le Diberder et Nathalie Coste-Cerdan²⁵. C'est la nature même de l'audio-visuel qui change, et le service public devient de plus en plus fragile sous la pression de la déréglementation internationale.
- 39 Les nouveaux modèles de télévision esquissés sous la gauche sont loin d'être fixés. Les chaînes généralistes qui vendent du temps aux annonceurs publicitaires révèlent aujourd'hui, avec la privatisation de la Une et les polémiques afférentes, à quel point les publicitaires sont des acteurs essentiels du monde de la communication. Canal Plus, malgré les ambiguïtés de sa gestion se rapproche plus d'un modèle de télévision qui vend des services à ses abonnés plutôt que du temps à des annonceurs. On attend que se dessine un modèle plus affirmé de chaîne câblée. Les acteurs du monde de la communication ne sont plus tout à fait ceux que commençaient à connaître et fréquenter les militants de l'Éducation Populaire ; ce ne sont plus seulement les administrateurs ou les professionnels classiques de l'image, mais des professionnels nouveaux, venus de la Lyonnaise des Eaux, de la Compagnie Générale des Eaux qui interviennent, ou des vendeurs de temps d'antenne aux publicitaires, cela suppose de nouveaux modes de négociation,

L'avenir n'est plus ce qu'il était

- 40 L'Éducation Populaire a essayé de participer à la naissance des « écrans pour tous », en d'autres termes, « d'utiliser les marges » comme disait très justement Marcel Desvergues pour donner aux nouveaux media une dimension démocratique. C'était considérer le champ médiatique comme un lieu où serait privilégié l'usage public de la raison, un véritable « espace public » pour reprendre l'expression d'Habermas. Cette représentation de la (ou les) télévision(s) comme forum critique rejoint toute une tradition héritée des Lumières ; il reste qu'on peut se demander si la marchandisation et l'industrialisation croissante de ce secteur sont tout à fait compatibles avec cette représentation quelque peu idéale. En réalité, en ces débuts de communication industrielle, l'Éducation Populaire a participé aux discours de légitimation et servi de relais à un programme volontaire de

développement industriel. En un sens, elle aura aussi servi à vaincre des résistances sociales à ces nouveaux media. Au passage, et entre-temps, l'Éducation Populaire dans son ensemble aura bougé vis-à-vis de la télévision, on l'a vu, vis-à-vis des journalistes qui sont de plus en plus devenus pour elle les « professionnels » dont il faut utiliser les compétences sinon emprunter les codes.

- 41 Il n'est pas question de jouer les prophètes alors qu'un vrai western se joue entre industriels et financiers. On remarquera au passage que le paysage audio-visuel français (PAF) a ouvert ses frontières à des industriels multi-media comme Berlusconi et Maxwell, ce qui permet quand même de supposer que les sollicitations faites à l'Éducation Populaire sont devenues - au moins pour le moment - des utopies de l'histoire. Il est toutefois un point important parce qu'il est aveugle : l'histoire des media nous l'a suffisamment montré, nous ne pouvons savoir le rôle que, dans un avenir proche ou lointain, joueront les usagers. L'histoire des media modernes ne pourra se faire sans eux, et ce qui apparaît aujourd'hui comme un créneau porteur pour une analyse marketing à court terme, fait un peu vite l'économie d'une autre histoire, plus souterraine, plus enfouie, plus longue, celle des téléspectateurs qui peuvent un jour échapper au pur consumérisme où dont le consumérisme pourrait prendre des formes inattendues.
- 42 La « société de connivence » dont parle Paul Beaud se repaît de « communication », au point que publicitaires, professionnels des media, gestionnaires de haut vol, finalement se retrouvent sur un espace commun, celui des nouvelles classes moyennes supérieures. À l'heure du sponsoring, dernière technique de ressources à la mode pour temps de crise, à l'heure où les associations risquent de voir le paysage associatif changer, selon que certaines constitueront pour des industriels un support de communication et d'autres non, alors que de « nouveaux professionnels » s'apprêtent à administrer les relations entre entreprises-sponsor et associations, que l'État se désengage de plus en plus, on ne peut que constater que la « communication sociale » qui a mobilisé, porté les rêves et les actions de tout un secteur est en train d'entrer tout à fait dans le passé²⁶.
- 43 Les acteurs de l'Éducation Populaire auront été entre 1982 et 1986 les hussards noirs de la communication qui, une fois le spectacle lancé, sont priés de se retirer sur la pointe des pieds.

BIBLIOGRAPHIE

Arents, P., (1959), « Télévision et Éducation Populaire en France », in *Cahiers d'Études de Radio Télévision*, Centre d'Études de Radio-Télévision, Flammarion.

Bergala, Alain, (1979), « Repérages pour une pédagogie de l'image », *Les Cahiers de l'Animation*, n° 24-25, 2^e et 3^e trimestre 1979.

Boullet, M., (1985), *Le choc des médias*, Desclée, p. 126.

Chevallier, Jacques, (1986), « Économie sociale et société civile », *La société civile*, C.U.R.A.P.P., PUF, pp. 206-243.

- Gauthier, Guy**, (1972), « Télévision active, télévision passive », Ligue de l'Enseignement.
- Guisti, Julien, Mahieux, François**, (1976), « Les actions d'animation dans les villes nouvelles », Service des Études du ministère de la Culture, CNAV, préfecture de la région parisienne.
- Instruction pastorale**, (1971), « Communion et progrès » - « Sur les moyens de communications sociales », présentation de J. Gelamm. Introduction de Jules Gritti. Éditions du Centurion, p. 5.
- Le Diberder, Alain, Coste-Cerdan, Nathalie**, (1986), « La télévision », Paris, Éditions La Découverte, Collection Repères.
- Le Net, M.**, (1981), « l'État annonceur. Les éditions d'organisation », Coll. Management public.
- Martin, Jean-Paul**, (1986), « Histoire de l'Éducation Populaire et de ses représentations », in *l'Éducation Populaire : un pari pour la démocratie*. Document de l'I.N.E.P., n° 6.
- Mattelart, Armand et Mattelart, Michèle**, (1986), *Penser les médias*, Paris, Editions La Découverte.
- Miège, Bernard, Pajon, Patrick, Salaün, Jean-Michel**, (1986), *L'industrialisation de l'audiovisuel, des programmes pour les nouveaux médias*, Paris, Éditions Aubier.
- Mignot-Lefebvre, Yvonne**, (1984), « Nouveaux médias, nouveaux professionnels ? », *Autogestions*, n° 18.
- Service des études et recherche du ministère de la Culture**, (Décembre 1984), « *De la contestation à la communication, la naissance d'un nouvel artisanat audio-visuel en région* ».

NOTES

1. Bernard Miège, Patrick Pajon, Jean-Michel Salaün, *L'industrialisation de l'audiovisuel, des programmes pour les nouveaux médias*, Paris, Éditions Aubier, 1986.
2. Jean-Paul Martin, « Histoire de l'Éducation Populaire et de ses représentations, in *l'Éducation Populaire : un pari pour la démocratie*. Document de l'I.N.E.P., n° 6, 1986.
3. P. Arents, « Télévision et Éducation Populaire en France, in *Cahiers d'Études de Radio Télévision*, Centre d'Études de Radio-Télévision, Flammarion, 1959.
4. *Idem*.
5. Au sujet des modèles successifs de la télévision française, voir Jean-Louis Missika et Dominique Wolton, *La folle du logis*, Paris, Gallimard, 1983.
6. À l'évidence les groupes de vidéo militants ne se reconnaissent pas sous la dénomination Éducation Populaire. Néanmoins, les positions et les analyses portées par les groupes sont repris dans les discours des acteurs de l'Éducation Populaire.
7. Alain Bergala, « Repérages pour une pédagogie de l'image », *Les Cahiers de l'Animation*, n° 24-25, 2^e et 3^e trimestre 1979.
8. Si l'on excepte des revues comme les *Cahiers du Cinéma* marqués par le marxisme mais qui ne prétendaient pas à une spécificité de vidéo et de cinéma d'intervention. Ils analysaient l'ensemble de la production d'un point de vue militant.
9. M.A.I. Mouvement de l'audio-visuel indépendant. F.A.I. Fédération de l'audiovisuel indépendant.
10. Yvonne Mignot-Lefebvre, « Nouveaux médias, nouveaux professionnels ? », *Autogestions*, n° 18, 1984.
11. « *De la contestation à la communication, la naissance d'un nouvel artisanat audio-visuel en région* », Service des études et recherche du ministère de la Culture, Décembre 1984.

12. Julien Guisti, François Mahieux, « Les actions d'animation dans les villes nouvelles », Service des Études du ministère de la Culture, CNAV, préfecture de la région parisienne, 1976.
13. Guy Gauthier, « Télévision active, télévision passive », *Ligue de l'Enseignement*, 1972..
14. En ce qui concerne le détail des différentes stratégies on se reportera au rapport de recherche « Écrans et Utopies ». Document I.N.E.P., juin 1987.
15. Armand et Michèle Mattelart, *Penser les médias*, Paris, Éditions La Découverte, 1986.
16. Jacques Chevallier, « Économie sociale et société civile », *La société civile*, C.U.R.A.P.P., PUF, 1986, pp. 206-243.
17. Le CREPAC d'Aquitaine, émanation régionale de la Ligue de l'Enseignement est le principal organisateur des fameuses « Universités d'été » de Carcans-Maubuisson, mais cette organisation a toujours bénéficié de l'aide financière du conseil régional, de droite ou de gauche.
18. Communication et Aménagement du territoire. Ministère du Plan et de l'Aménagement du territoire. Appel d'offres. Opération T.V. locales. DATAR, fiche technique n° 94, février 1986. .
19. Créées notamment au sein de la commission animée par Pierre Mandrin, INA : Pierre Mandrin, Commission télévisions de communication et de services ; les relations des directions régionales de FR3 avec leurs partenaires de la communication et de la création audio-visuelle, Paris, INA, 1984.
20. Nous pensons aux incitations aux parrainages et au sponsoring.
21. les travaux de Vatican II ont eu lieu du 11 octobre 1962 au 8 décembre 1965.
22. Instruction pastorale, « Communion et progrès » - « Sur les moyens de communications sociales », présentation de J. Gelamm. Introduction de Jules Gritti. Éditions du Centurion, 1971, p. 5.
23. M. Boulet, *Le choc des médias*, Desclée, 1985, p. 126.
24. M. Le Net, « l'État annonceur. Les éditions d'organisation », Coll. *Management public*, 1981.
25. Alain Le Diberder, Nathalie Coste-Cerdan, « La télévision », Paris, Éditions La Découverte, Collection *Repères*, 1986.
26. Il nous semble symptomatique que la manifestation TV-Câble organisée par des militants de la Fédération de l'Audio-visuel Indépendant à Marnes-la-Vallée en 1982 se soit peu à peu déplacée au CNIT à la Défense, sous l'égide des grands professionnels et des commerçants. On remarquera aussi que ces manifestations avaient pour public beaucoup d'acteurs de l'Éducation Populaire. Faut-il préciser qu'ils étaient très rares ces dernières années ? On lira aussi le compte rendu d'Annie Oberti : « la communication sociale dans ses petits souliers », *Les Cahiers de l'Animation*, n° 51, juin 1985.

RÉSUMÉS

Au travers d'un historique du rapport entre l'éducation populaire et la télévision l'auteur explique que la première semble n'avoir pas pu suivre aussi vite que prévu les évolutions, notamment technologiques, de la seconde. L'auteur distingue trois périodes : la naissance de cet intérêt de l'éducation populaire pour la télévision dans les années 1950s, sa critique de la télévision d'État dans les années 1960s-1970s et, enfin, la libéralisation dans les années 1980s qui permet, notamment, le développement de politiques audiovisuelles locales. L'auteur analyse les causes de cette libéralisation et ce qu'elle implique pour l'éducation populaire qui a, un moment, pensé pouvoir occuper une place dans ce paysage médiatique en voie d'industrialisation.

INDEX

Mots-clés : télévision, éducation populaire, décentralisation, dérégulation, industrie des médias, communication sociale, communication locale

Keywords : television, popular education, decentralization, deregulation, media industry, social communication, local communication

AUTEURS

CHANTAL DE LINARÈS

Chantal de Linarès, INEP

ANNIE OBERTI

Annie Oberti, INEP