

**COMMISSION NATIONALE
DE LA COMMUNICATION
ET DES LIBERTÉS**

**DOUZE ANS DE TÉLÉVISION
1974-1986**

LA DOCUMENTATION FRANÇAISE

SOMMAIRE

	Pages
Préface	5
Avant-propos	7
Chapitre 1 L'état réglementaire des programmes publics	17
Chapitre 2 Le contrôle des programmes par l'Etat	45
Chapitre 3 D'autres états réglementaires	75
Chapitre 4 Programme et programmation	85
Chapitre 5 Télé monde : journaux, magazines, documentaires	119
Chapitre 6 Télé spectacle : cinéma et fiction, musique et divertissement	151
Chapitre 7 Télé sport : émissions et retransmissions	185
Chapitre 8 Télé junior : un programme dans le programme	211
Chapitre 9 Télé publicité : de la RFP au parrainage	223
Chapitre 10 Télé audience : du producteur au consommateur	239
Chapitre 11 1986 : terme d'une évolution ?	275
Conclusion	283
Bibliographie	289
Liste des tableaux et graphiques	295
Table des matières	297

Table des matières

	Pages
Préface	5
Avant-propos	7
Chapitre I	
L'état réglementaire des programmes publics	17
L'affirmation des principes fondamentaux du service public	19
Le principe de continuité	19
Sa nature et sa valeur juridique	19
Sa mise en œuvre par le service minimum	20
Le principe d'égalité	22
Son ébauche dans le cadre de l'ORTF	22
Sa mise en œuvre depuis 1974	23
Les relations entre organismes de l'audiovisuel public	30
Radio France	30
L'Institut national de l'audiovisuel (INA)	30
Radio-Télévision française d'Outre-mer (RFO)	30
La société FR3	30
La Société française de production (SFP)	30
Les fonctions des programmes	31
Informer et sensibiliser l'opinion	33
La grande cause nationale	33
La sécurité routière	33
La protection des consommateurs	33
La météo	34
Les régions	34
Eduquer	34
Les émissions scolaires et universitaires	35
L'action de formation professionnelle	35
Distraire et cultiver	36
La fiction télévisuelle	36
La fiction cinématographique	37
Les spectacles dramatiques, lyriques et chorégraphiques	40
La musique	40
Les variétés	41
Les émissions pour les enfants et les adolescents	41
Les émissions à caractère documentaire	42
Le sport	43
Remarques à propos de la publicité	43

Chapitre II

Le contrôle des programmes par l'Etat	45
D'une sanction financière délivrée par le Gouvernement au contrôle exercé par une autorité indépendante	47
Le processus de sanction financière aménagé de 1974 à 1982	48
Les organismes compétents	48
Les méthodes de sanction	50
Le contrôle spécifique de la Haute Autorité de la communication audiovisuelle ..	53
La réglementation de certaines parties de programmes	56
Les recommandations sur certains aspects des programmes	59
L'amélioration permanente de la connaissance des programmes	64
La connaissance des programmes (le SOP)	65
Une structure et un mode de fonctionnement stables	65
Des missions élargies	65
La connaissance de l'audience et de la satisfaction du public du CEO à Médiamétrie	67
Les rapports ou avis sur la qualité des programmes	70

Chapitre III

D'autres états réglementaires	75
Les chaînes multivilles	77
La première concession de service public : Canal Plus	77
France 5	79
TV6	80
Les télévisions locales	81
Une exigence : la diffusion d'un programme propre	82
Le soutien à la création cinématographique et audiovisuelle	83
La distribution de programmes sur les réseaux câblés	84
La publicité	84
La Sept	84

Chapitre IV

Programme et programmation	85
L'économie de la programmation	87
Des grilles rigides et des contraintes	87
Les contraintes	88
La recherche de l'équilibre	90
Les grilles se détendent	91
Les programmes s'allongent... ..	91
... mais suivent toujours les rythmes saisonniers	94
Les facteurs de continuité	95
La longévité	95

	Pages
La rediffusion	96
Producteurs et animateurs	96
Changement et continuité	97
Les nouvelles télévisions	98
Canal Plus	100
France 5	101
TV6	102
La réalité des programmes	103
Un problème de nomenclature et une méthode d'analyse	103
Description générale de l'offre télévisuelle	105
L'image de chaque programme	108
TF1 et A2 : des images différentes mais conjointes	111
FR3 : une image brouillée	112
Production et programme	115
 Chapitre V	
Télé Monde : journaux, magazines, documentaires	119
L'information	123
Les journaux télévisés	123
Pour une histoire du style des journaux télévisés	127
Les sujets traités	130
Les invités des rédactions	132
Les temps de parole	135
Les nouvelles formes de journaux	135
Les émissions spéciales	138
Les magazines	138
TF1	139
Antenne 2	140
FR3	141
Les émissions de service	142
Les magazines différents	143
Les documentaires	144
Evolution de la programmation documentaire	144
De « La vie des animaux » à « Sexy folies »	146
 Chapitre VI	
Télé spectacle : cinéma et fiction, musique et divertissement	151
Cinéma et fiction	153
Le cinéma au petit écran	153
Le cinéma offert	156
Les émissions sur le cinéma	164
« Je t'aime, moi non plus »	165
La fiction télévisuelle	169
Sa programmation	169
La fiction TV est-elle bien un genre majeur ?	172

Son succès d'audience	174
La création	174
L'aide aux industries de programmes	175
Musique et divertissement	177
Musique télévisuelle	179
Variations sur les variétés	180
A quoi joue-t-on ?	182
Chapitre VII	
Télé sport : émissions et retransmissions	185
Le sport dans les programmes	187
L'offre	187
L'organisation : les services des sports	189
TF1	189
A2	190
FR3	191
La participation de consultants	191
Les émissions sur le sport	192
Les émissions régulières de TF1	192
Les émissions régulières d'A2	195
Les autres émissions	197
Les émissions d'initiation au sport	198
Les retransmissions	199
TF1 et A2 en compétition	199
Tennis	199
Football	200
Cyclisme	201
Rugby	202
Automobile	203
Image et réalité sportives	203
L'inflation des coûts	206
De nouveaux spectacles sportifs	206
FR3	206
Les nouvelles télévisions	208
Chapitre VIII	
Télé junior : un programme dans le programme	211
Une programmation spécifique et rythmée	213
Les rendez-vous quotidiens	214
Le mercredi, jour des enfants	215
De nouvelles plages pour les enfants	216
Les fêtes	217
Des programmes variés... et une fiction particulière	217
D'autres ouvertures pour les jeunes	221

Chapitre IX

Télé publicité : de la RFP au parrainage	223
Le domaine de la RFP	225
Le volume des messages	227
La programmation des messages	229
La forme des messages	232
Une expérience de communication institutionnelle	233
L'autre publicité	233
Un ménage à trois : sport, télévision et publicité	234
Le partenariat a le vent en poupe	235
Publicité, expression majeure	237

Chapitre X

Télé audience : du producteur au consommateur	239
Rapport coût/audience	241
La télévision reçue	243
Les indicateurs d'audience « classiques »	246
L'audience cumulée	247
L'audience moyenne	247
La durée moyenne d'écoute par individu	248
La durée moyenne d'écoute par auditeur	248
Le volume d'écoute	249
Exemples d'interprétations autorisées par ces indicateurs	250
Evolution de l'audience globale au cours de la décennie	251
L'audience aux différents moments de la journée	253
Une typologie du public	258
Les gros consommateurs	258
Les faibles consommateurs	258
Les téléspectateurs de la soirée	258
Les téléspectateurs de la journée	259
Les téléspectateurs de « récréation »	259
Les téléspectateurs « sérieux »	259
Interprétation des groupes par une analyse des correspondances	259
L'audience et la satisfaction par genre d'émission de 1981 à 1985	260
Remarque méthodologique	260
Calcul des notes de satisfaction	261
Evolution parallèle de l'offre, de l'audience et de la satisfaction	261
La qualité des programmes, vue par le public	269
Comment mesurer demain ?	272



	Pages
Chapitre XI	
1986 : terme d'une évolution ?	275
Une programmation charnière	277
Un décalage des images	280
Conclusion	283
Pour un bilan hexagonal	283
Vers une télévision européenne	285
Bibliographie	289
Liste des tableaux et graphiques	295

*Ouvrage réalisé en édition électronique
Système EDITO : La Documentation Française*

Achévé d'imprimer sur les presses de Graphic Expansion s.a. - 54000 Nancy - d.l. n° 1730 - 3° tr. 87

302

T 12 155 000

12 155 000