

LA FEDERATION NATIONALE
LES VIDEOS DES PAYS
ET DES QUARTIERS



Préface de Patrick Champagne

Etude réalisée par
Guy Pineau

avec le concours
de Muriel Couton
et de Pierre Corset.

Direction de la recherche
Institut National de l'Audiovisuel

Mai 1993

PREFACE

On écrit et on enquête plus volontiers sur les grandes chaînes de télévision que sur les expériences de télévision locale qui sont entreprises avec peu de moyens, mais souvent avec beaucoup d'imagination. Il est vrai que les médias à diffusion nationale fascinent plus par le pouvoir, réel ou supposé, qu'on leur attribue : ils sont l'objet de l'attention des intellectuels qui ne savent que penser des effets que la télévision exerce sur la vie culturelle, mais aussi de tous les responsables politiques soucieux de la contrôler et, plus récemment, depuis l'apparition de chaînes privées, des grands groupes financiers qui y voient une source de profits potentiels importants.

Bien que l'on oppose souvent la télévision au livre, le regard *passif* du téléspectateur à l'œil agile et actif du lecteur, l'histoire, encore brève, du média télévision n'est pourtant pas sans évoquer celle, plus lointaine et déjà accomplie, du livre. L'imprimerie a d'abord servi à multiplier les textes canoniques et à faire oeuvre de culture en rendant accessibles aux élites les grands auteurs du passé et en contribuant à faire, par le biais des traductions de la Bible, les langues nationales. Puis sont venus les marchands qui y ont vu la possibilité de faire de bonnes affaires en imprimant, non pas une littérature immortelle, mais des *histoires à quatre sous* que les colporteurs allaient diffuser en grand nombre dans les campagnes. Avec les progrès techniques de l'imprimerie qui ont permis sa diffusion et la multiplication des petits ateliers artisanaux, les usages sociaux de l'imprimé se sont diversifiés, la demande suscitant dialectiquement l'offre. Plus personne aujourd'hui ne prétendrait imposer, comme on le fait pourtant encore pour la télévision, la définition de ce que doit être le contenu du livre. L'imprimerie sert à diffuser plus ou moins largement tout et n'importe quoi, les horaires des trains comme la littérature d'avant-garde, les romans pornographiques comme les ouvrages scientifiques, les livres religieux comme les manuels scolaires.

La télévision, après avoir été monopolisée par les Institutions étatiques puis par les grands opérateurs financiers, entre à son tour dans la voie de la diversification avec la multiplication des chaînes hertziennes mais surtout avec le câble. A la redevance obligatoire payée à l'Etat en tant que *citoyen* et à celle, plus cachée parce qu'incluse dans le prix des produits que l'on paye aux entreprises économiques en tant que *consommateur*, va progressivement se substituer une autre source de financement inaugurée par Canal Plus, celle qui consiste à payer seulement la chaîne ou même le programmes que l'on veut regarder.

Mais, à côté de cette multiplication des chaînes qui n'a pas toujours pour conséquence la diversification des programmes attendue, la concurrence en ce domaine unifiant parfois jusqu'à l'excès surtout lorsque des intérêts financiers considérables sont en jeu (on débâche à prix d'or les animateurs *qui marchent*, on se vole les idées d'émission qui font de l'audience, etc.), les progrès techniques en matière de vidéo ont permis depuis plusieurs années le développement de réseaux plus modestes, les *vidéos* de pays notamment, qui cherchent à répondre à des demandes généralement non prises en compte par les grandes chaînes, celles-ci se situant dans le temps court et à courte vue du profit économique et non pas dans le temps plus long de l'intérêt bien compris. Il est intéressant de noter par exemple que ces vidéos de pays se rencontrent particulièrement dans les régions en crise ou dans celles qui, comme la Bretagne, possèdent une forte identité. La dimension locale de ces réseaux permet l'erreur, la recherche, l'expérimentation, l'ouverture, bref ce qu'on peut appeler de manière non péjorative le *bricolage* qui est une source importante du changement. Mais elle permet aussi d'être en prise plus directe avec une population connue autrement que par des sondages d'audience abstraits qui réduisent le téléspectateur en simple source de profit.

C'est de ce foisonnement d'initiatives dispersées et souvent peu visibles que rend compte ici Guy Pineau. Au fil des pages qui font le bilan d'un travail d'enquête précis, on voit abordés quelques-uns de ces problèmes essentiels que pose le média télévision mais que les grandes chaînes s'ingénient à refouler : la production est-elle faite avec les gens ou sur les gens ? est-elle un miroir de la société ou un instrument pouvant la changer ? quels rapports

se nouent entre le niveau local et le niveau national ? quel est le bon financement de ce média ? etc.

Sans sous-estimer les problèmes financiers qui se posent à la plupart de ces réseaux ni les difficultés qui tiennent à une indispensable formation professionnelle, l'amateurisme en ce domaine ne pouvant pas être un choix mais seulement une lacune provisoire, ce travail insiste sur deux points qui, pour l'avenir, sont, me semble-t-il, très positifs. C'est, d'une part, la grande palette des expériences qui sont désignées derrière l'expression *vidéos de pays*, celle-ci manifestant une forte résistance aux modèles médiatiques dominants. C'est, d'autre part, le souci de ces associations locales de se regrouper pour échanger leurs expériences, diffuser leurs résultats, prendre connaissance de ce qui se fait ailleurs, y compris à l'étranger. A l'abri, ou à l'écart, du tapage des réseaux nationaux c'est sans doute là que s'inventent pour une part d'autres façons de faire de la télévision.

Patrick **CHAMPAGNE**

AVANT-PROPOS

Après quelques années de fonctionnement et de tâtonnement, la Fédération Nationale des Vidéos des Pays et des Quartiers a ressenti la nécessité d'un diagnostic-bilan qui l'aide à définir ses priorités d'aujourd'hui.

Cette étude a été confiée à Guy PINEAU de l'institut National de l'Audiovisuel en collaboration avec Muriel COUTON et Pierre CORSET. Leur attention fine et leur esprit de synthèse ont permis de démontrer comment, des 26 structures adhérentes ou sympathisantes de la Fédération avec des objectifs, des territoires, des fonctionnements, des financements, des équipements aussi différents, pouvaient naître quelques lignes de force et un projet commun à construire et à améliorer constamment.

Nous sommes au carrefour de contradictions et de tiraillements qui nourrissent notre détermination : de la vidéo-miroir à l'alternative militante, de la diffusion d'événements locaux à la production documentaire, de la reconnaissance locale à la solidarité internationale.

Nous voulons créer en France un réseau qui, même s'il emprunte les chemins de traverse - ou peut-être grâce à cela, participe à faire appliquer réellement cet article des Droits de l'Homme, cité en fin d'étude, sur la liberté d'expression, d'opinion, de communication, sans ingérence des pouvoirs publics et sans considération de frontières.

Nous accueillons dans ce réseau les organismes de formation audiovisuelle, les télévisions locales, les bibliothèques-vidéothèques publiques, les ateliers et entreprises de production, réalisation et diffusion de films, les canaux locaux des télévisions câblées qui ont en commun cette volonté.

Notre outil est la vidéo, notre terrain, le local et ses prolongements, contre l'idée même d'une information centralisée, normalisée, standardisée.

Nous remercions pour leur soutien moral et financier le Ministère de la Culture en la personne de Michel DUVIGNEAU et Jean-Christophe THEOBALD ainsi que le Ministère de l'Agriculture en la personne de Jean-François AYATS.

Pour le bureau des VDP, HELENE LIOULT

SOMMAIRE

PRESENTATION DE L'ETUDE	8
PREMIERE PARTIE : QUI SONT LES VDP ?	11
Eléments du contexte historique des VDP	11
La vidéo	11
Les radios libres	13
La télévision hertzienne	14
Les objectifs des VDP	15
Le développement socio-économique et culturel	15
Un outil de communication de proximité	16
Un travail de formation	17
Télévision de pays et cinéma	18
La notion de territoire	19
Un changement de perspective territoriale :	
le territoire de l'alternatif	21
Les caractéristiques socio-économiques des VDP	22
La (Les) structure (s) de fonctionnement	23
La production et les sujets traités	24
La diffusion	27
Le financement	32
Bénévolat et salariat : permanents, Intermittents et bénévoles	40
VDP, lieu de promotion, de formation et de professionnalisation	
L'équipement	41
Le poids des femmes et des hommes qui font la VDP ou la capacité d'animation de l'équipe	
autour du projet vidéo	42
De l'épuisement à pousser la brouette au renouvellement de la production	43
Les relations avec les autres médias	44
La Fédération, sa place au plan national et International	45
Une fédération régionale : l'Acta et Canal Est	45
Un lien fort avec l'international	47

DEUXIEME PARTIE : LA FEDERATION DES VDP,PASSE ET AVENIR 50

**La Fédération des vidéos des Pays :
condamnée à préciser sa fonction et son rôle**

La Fédération, club de rencontres et d'échanges des VDP 52

Une Fédération de producteurs locaux 52

**La logique de diffusion ou l'espace public
de communication de proximité 53**

**EN GUISE DE CONCLUSION :
QUELQUES REMARQUES SUR LE TERREAU DE LA
DEMARCHE : L'IDEOLOGIE COMMUNICANTE 56**

ANNEXES

Annexe 1 liste des personnes rencontrées 59

Annexe 2 les vidéos des pays et des quartiers 61

(liste des adhérents et **des** structures affiliées)

PRESENTATION DE L'ETUDE

La Fédération des Vidéos des Pays a demandé à la Direction de la Recherche de l'INA d'étudier les *perspectives d'un développement cohérent* et les orientations possibles *du point de vue des modes de production et de diffusion des structures membres*.

En outre, l'INA a réalisé une présentation des 23 structures des vidéos des pays adhérentes ou *sympathisantes* de la Fédération (cahier des charges de la lettre de commande du 19 octobre 1992)¹.

Il s'agissait moins de rédiger une monographie par structure, que de chercher à dégager les lignes de forces, les éléments qui permettraient de donner une plus forte unité à cette nébuleuse que constitue la Fédération des VDP.

Mais s'agit-il bien d'une nébuleuse, c'est-à-dire d'une sorte *d'amas de matières raréfiées de forme irrégulière* (pour reprendre la définition du petit Robert)?

Ne s'agit-il pas plutôt d'un ensemble à *solidarité variable*, à la fois spontané et organisé qui permet à ses membres de se parler, de partager des problèmes, des préoccupations communes, de se soutenir mutuellement, bref de communiquer au sens étymologique ? Il n'en reste pas moins que *l'arc VDP* est très large, puisque d'Aqui TV, télévision de plein exercice, aux petites structures à budget modeste, il existe une grande gamme de situations, d'amplitude d'autant plus étendue que la dimension historique n'est pas la même pour les différentes structures. Certaines ont déjà capitalisé une longue expérience, d'autres sont dans le bonheur (et, quelquefois, la difficulté) des commencements. Ces anciennetés et ces différences pèsent fortement sur la conception d'une structure fédérale commune.

Le présent rapport comporte deux grandes parties .

La première présente les réponses à différentes questions que se posent les membres de la Fédération Nationale des Vidéos des Pays (FNDVDP) : le contexte du développement et les objectifs des différentes VDP, le territoire concerné par chacune ; le(s) type(s) de structure(s) de fonctionnement ; la production et les sujets traités ; la diffusion ; le financement ; l'équipement ; le bénévolat et le salariat ; l'identité de ces femmes et de ces hommes qui font la télévision locale , la formation et la professionnalisation ; l'équipement ; les relations avec les autres médias. Enfin, leur dimension nationale et internationale.

La seconde partie tentera de cerner ce qu'a été jusqu'à présent la Fédération Nationale des VDP et de proposer des orientations pour l'avenir.

La Fédération apparaît comme un lieu à préserver. Ses membres l'apprécient pour sa convivialité et sa chaleur ; lieu d'échanges tour à tour organisés ou informels, de frottements d'expériences, de présentation du travail, de critiques et d'encouragements ; lieu où se nouent des relations d'émulation, quelquefois de rivalités stimulantes au travers de points de vue divergents sur l'analyse de la réalité, les finalités, les rapports aux pouvoirs institués et les orientations à venir. Ce lieu et cette période correspondent à une sorte d'"étape, encore trop brève, celle d'avant la *maturité institutionnelle*, qui cogne à la porte. Cette phase à venir risque d'être plus pesante avec la nécessité d'une plate-forme commune plus contraignante, accompagnée de lourdeurs administratives et procédurales, de luttes avivées pour une reconnaissance plus marquée, un pouvoir plus affirmé, appelées par la logique d'un positionnement national.

¹ Ce travail est publié par ailleurs.

Car, d'une manière diffuse, il semble bien que le vécu de cette période ne fera pas retour. Les adhérents à la Fédération éprouvent confusément, certains avec plus de détermination, qu'il importe d'inventer un autre mode d'organisation, plus efficace, pour bénéficier d'une capacité d'intervention plus forte si l'on veut débloquer certains verrous, atteindre des objectifs plus ambitieux, exister différemment.

La période actuelle est, bien entendu, le résultat d'une histoire, celle des structures d'abord qui s'inscrivent dans des parcours Individuels et institutionnels, propres à chacun. D'autant plus que l'histoire de certaines vidéos de pays se confond assez fortement avec celle de leur animateur fondateur.

Le parti pris méthodologique de cette étude, marquée par les limites du contrat de recherche, a consisté à mener des entretiens semi-directifs auprès des responsables de structures des VDP² avec l'objectif de tracer les perspectives de ce regroupement fédératif. Ces entretiens, pour la plupart, ont pu avoir lieu à l'occasion des Rencontres de Plaugastel Daoulas (Finistère) du 22 au 25 octobre 1992. Ils ont été complétés par une mission en Alsace (Sélestat), des rencontres à Paris à l'occasion de passages de responsables locaux et par un entretien téléphonique.

Chemin faisant, en abordant les thèmes retenus, des points de vue seront suggérés, des pistes ouvertes. Il serait bon qu'ils donnent lieu à un travail complémentaire avec les membres de la Fédération si ceux-ci le souhaitent. Cette rencontre pourrait utilement permettre de conclure la réflexion, d'affiner des directions, tout comme la pratique sociale et culturelle de la vidéo peut permettre un retour sur soi-même.

PREMIERE PARTIE : QUI SONT LES VDP ?

Le contexte, les objectifs annoncés et les fonctions latentes ; le territoire concerné et la question de la proximité et de l'alternative ; les caractéristiques socio-économiques des territoires des VDP ; les structures de fonctionnement la production et les sujets traités ; la diffusion ; les trois modes de financement bénévolat et salariat ; ceux qui font la télévision locale ; formation et professionnalisation ; l'équipement ; la relations avec les autres médias ; la place de la Fédération au plan national et International.

ELEMENTS DU CONTEXTE HISTORIQUE DES VDP

Il convient de situer rapidement le cadre historique dans lequel a pris naissance les VDP afin de mieux saisir ce qu'elles sont aujourd'hui.

La vidéo

Les pratiques de la vidéo légère qui se sont développées en France à partir de la fin des années soixante, grâce à la mobilité et la maniabilité des outils, ont généré des interventions locales, rapides, appropriables par des personnes et des groupes jusque là exclus de ce mode d'expression. En effet, pendant des années Ils étaient tenus à l'écart d'une télévision de monopole, centralisée, largement parisienne et descendante. Le manque flagrant de

² *Liste des entretiens réalisés en annexe.*

pluralisme au sens le plus large (culturel, politique, esthétique ...) où *le régional* et encore plus le local n'avaient pas droit de cité, créait une tension qui s'est exprimée dans des initiatives en tous genres ³. Des pratiques alternatives se sont développées, appuyées par des mouvements et des expériences politiques et culturelles. De nombreuses Initiatives naquirent, portées par des militants de gauche et d'extrême gauche ou par des régionalistes, utilisant la vidéo comme outil de contre-culture. Parmi celles-à, on peut citer des expériences de diffusion sur le câble, avec les canaux locaux de la Villeneuve à Grenoble-Echirolles en 1972-74, à CergyPontoise et à Rennes au milieu des années soixante-dix. D'autres actions se développent autour de préoccupations militantes : conflits sociaux de toutes Sortes, luttes féministes, mouvement antiracistes, alternatives pédagogiques et hospitalières (psychiatriques) ⁴.

A la même époque, des télévisions hertziennes pirates apparaissent de manière évanescente, dans la région parisienne et dans le sud de la France, dans l'Hérault en particulier.

Cette époque voit éclore, en milieu rural, des structures nouvelles, pionnières telles que : l'ACAV de Saint Cadou (Finistère) en 1976 qui épaulera en 1984 le lancement de la vidéogazette An Tanbouliner, Airelles Vidéo (Alpes du Sud) qui voit le jour sous forme de collectif en 1978. Cette même année le cinéma itinérant du Saugeais dans le Jura développe son activité avant de devenir Télé Saugeais un peu plus tard.

Les exemples étrangers ont pesé dans les Initiatives françaises. Ils ont constitué des modèles et ont fécondé ainsi la réflexion de nouvelles initiatives en France. En premier lieu, au cours des années soixante, plusieurs animateurs de médias alternatifs se sont rendus au Québec pour observer les expériences des télévisions et des radios communautaires ainsi que celles des réseaux câblés. La Belgique a également constitué un terrain privilégié d'observation avec ses différentes expériences. Celles-ci, fondées sur des concepts d'éducation et d'information de proximité, cherchent la voie d'une démocratie locale. Ces Initiatives communautaires virent le jour grâce au développement des réseaux de télédistribution et à l'introduction des équipements de vidéo légères. Ces démarches coïncidèrent avec le mouvement favorable aux autonomies régionales en matière culturelle⁵

A côté de cet aspect *outil d'intervention* sociale, des artistes ont considéré la vidéo comme un instrument d'intervention, comme le rappelle Anne-Marie Duguet ⁶ : *Explorant ses ressources expressives, ils se sont livrés à toutes sortes de manipulations critiques à l'égard des codes de représentation dominants. De telles recherches d'écriture ont tendance aujourd'hui à s'affirmer davantage et, commencent à concerner d'autres secteurs que celui de l'art vidéo*. La démarche de certains vidéastes vise à travailler sur l'intervention sociale en même temps que sur les codes de représentation de la réalité sociale. C'est le sens du travail *d'artistes-activistes vidéastes* en France ou à l'étranger⁷

³ La fameuse formule qualifiant l'ORTF de 'voix de la France' exprimée à deux reprises par Georges Pompidou (en 1971 et 1973) traduit cette conception forte et enracinée dans la tradition centralisatrice française où il y a amalgame entre monopole public, service public, appareil d'Etat centralisé et partis politiques au pouvoir. La création des Bureaux Régionaux d'information (BRI) en 1965 sous De Gaulle traduisait une conception fortement contrôlée de l'information. Celle de FR3 en 1973 sera également très marquée par le pouvoir. Cf. Guy Pineau : 'La voix de la France et la @ des affaires' In Société Française n°20, septembre 1986.

⁴ Voir le travail du collectif de diffusion Mon œil qui a recensé les actions dans ce domaine ainsi que de nombreux vidéogrammes (20, avenue d'Alembert, 75014 PARIS).

⁵ Cf. Lionel Levasseur *in Région d'Europe* et Télévision sous la direction de Pierre Musso Ed. Miroirs, Lille 1991.

⁶ Anne-Marie Duguet *Vidéo au poing*, Hachette Littérature, L'envolée belle. Paris. 1981.

⁷ Le Groupe Régional d'investigation Vidéo (GRFV) d'Orléans, qui ne fait pas strictement partie du corpus retenu par cette étude, perpétue à sa manière ce courant, puisqu'il se donne pour objectifs d'assurer la

Les radios libres

L'aventure la plus récente de la radio ne doit pas être négligée parmi les éléments marquants de l'explosion de la communication locale. En effet, après une période de stabilité jusqu'à la fin des années 70, le paysage radiophonique français a connu d'importantes transformations.

Le champ radiophonique, après avoir été longtemps partagé entre le service public de la radio et les radios périphériques, a connu au cours des années soixante-dix une forte poussée des *radios libres* illégales. Après l'accession de la Gauche au pouvoir, et sous la pression des nombreuses radios illégales, l'autorisation d'émettre est accordée, en novembre 1981, aux radios locales privées (RLP).

En dix ans, la *révolution radiophonique* fait basculer les auditeurs du côté de la FM. En 1984, le droit de recourir à la publicité leur est accordé, et dès lors apparaissent des structures commerciales et des réseaux. Les radios qui restent associatives bénéficient d'une subvention de l'Etat. Ainsi, les RLP entrent dans l'ère de la commercialisation. L'évolution est rapide, avec course à l'audience pour les radios qui choisissent la voie du tout commercial. Certaines sont rachetées par un groupe ou travaillent en franchise. Le monde de la FM connaît une forte concentration même si la loi la limite. Le CSA, dans son dernier rapport d'activité en 1991, constatait *que bien des obstacles subsistent à la constitution d'un paysage radiophonique diversifié, cohérent et harmonieux, dans lequel chacun puisse écouter la radio de son choix. Les équilibres locaux en particulier sont quotidiennement menacés par les pratiques de dumping sur le prix des messages publicitaires, par les difficultés de gestion rencontrées par les radios non commerciales, par les problèmes financiers des radios commerciales indépendantes et par les tentatives occultes et illégales de prise de contrôle.*

Dans ses propositions, le CSA retient des voies nouvelles de soutien aux radios non commerciales⁸.

La télévision hertzienne

Quant au secteur de la télévision, la loi de juillet 1982, complétée par la loi de 1986, met fin au monopole de programmation et de diffusion. Elle instaure un régime d'autorisation délivrée par l'instance de régulation, permettant la diffusion hertzienne et par câble. La *télé brouette* ne nécessite pas d'autorisation puisqu'elle correspond à un visionnage collectif qui n'utilise pas l'espace public, hertzien ou câblé.

Enfin, pour bien situer le contexte général, il faut noter la tension forte entre le local et le global, amplifiée par la déréglementation qui déstructure l'existant pyramidal, à l'oeuvre depuis longtemps dans notre pays. La télévision, appareil essentiellement descendant, phénomène majeur de la société dite de communication en est, dans notre champ d'investigation, l'acteur central. Elle est la pratique culturelle d'information et de loisirs très largement dominante dans la plus grande partie de la population qui, pourtant, opère sans apprentissage.

promolkjdfsljtion d'artistes travailbnt sur support vidéo en Région Centre par la reproduction de leurs oeuvres, sensibiléer aux arts é@troniques les publics jeunes par la diffusion d'oeuvres. l'organisation de manifestait et b participation à des événements culturels.

⁸ Cf. *Le rapport annuel du CSA* (année 1991). La Documentatlon Française Paris, avrll 1992.

Enfin, il faut noter l'espoir soulevé par le plan câble (1982) qui n'a pas connu le développement attendu. Selon le Service Juridique et Technique de l'information (SJTI), au 1er janvier 1992, sur les 178 réseaux en fonctionnement, on recense 17 services locaux ou programmes propres. Après avoir été envisagée comme un élément moteur du plan câble en 1982, la programmation locale a pu bénéficier d'un certain nombre d'expérimentations de 1983 à 1986 sur des réseaux anciens (Grenoble, Gennevilliers, l'Isle d'Abeau et Avodoz etc.). Le décret du 18 janvier 1985 sur l'exploitation des réseaux a entériné ce mouvement favorable à la programmation de proximité. Avec les premiers réseaux mis en exploitation à partir de 1986, plusieurs télévisions de proximité démarrent à Cergy, Nice, Paris, Rennes, Mantes, Montpellier, Avignon, Grenoble, Saint-Cloud. Mais la montée en charge n'a pas suivi et ces chaînes ont été arrêtées ou *revues à la baisse*. La loi de 1986 n'impose plus au câblo-opérateur l'ouverture d'un canal local C'est l'instance de régulation (CSA) qui peut le décider⁹

LES OBJECTIFS DES VDP

Les objectifs affirmés des VDP s'insèrent dans une démarche d'ensemble. Au-delà de la vidéo, ou de la télévision locale proprement dite, la vidéo de pays représente pour certains le moyen de poursuivre autrement une action plus générale que la seule communication locale : **le développement économique social et culturel** constitue le plus souvent l'objectif moteur de cette démarche.

Le développement socio-économique et culturel

La VDP est alors *un instrument de lutte contre le sentiment d'échec, le manque de dynamisme, un moyen de participer à une démarche de développement* (Télé Millevaches). *L'animation de la vie locale est notre principal souci, faire sortir les gens*¹⁰ (Vidéo Animation Languedoc), *nous souhaitons donner la parole aux gens* (Canal Nord), *une télévision au service des habitants qui permette aux gens une meilleure adaptation, qui soit un empêchement de tourner en rond* (Maillebois-TV), *qui favorise la communication sociale et l'expression culturelle dans le développement local et urbain, car l'information est la clé du développement de la démocratie* (Airelles-Video). Malgré une situation économique et une démarche bien différentes, Creutzwald Vidéo Studio peut aussi affirmer : *Notre rôle c'est le développement social, culturel et économique.*

Il y a également dans la revalorisation d'une population concernée, l'idée de **réagir par rapport aux médias officiels**, qui ont tendance à porter un regard négatif sur la zone considérée. Ces médias ont d'ailleurs des difficultés à pénétrer dans certains endroits où la Population ne souhaite plus être *objéctivée* par les caméras¹¹ (9)

Un outil de communication de proximité

9

(7) Cf. Cécilia Joxe In *Vidéo, La Deuxième vague*. L'Harmattan - Vidéodéadoc. Paris, 1992.

¹⁰ (8) Gens, ce terme que l'on retrouve fréquemment dans les entretiens réalisés pour cette étude. semble, le plus

souvent utilisé au sens que lui donne l'anthropologue Pierre Sansot dans *Les gens de peu*. Presses Universitaires de France, collection Sociologie d'aujourd'hui. Paris 1991 : *L'expression implique de la noblesse. Gens de peu comme il y a des gens de la mer, de la montagne, des plateaux, des gentilshommes. Ils forment une race.*

¹¹

Dans ces nombreuses démarches, il s'agit de participer à une action contre des situations défavorisantes : désertification, dévalorisation de la région, Chômage, Population non insérée, absence de communication médiatique, etc.

Dans tous les cas, **la notion de Proximité est prépondérante** : il s'agit de **valoriser le pays et ses habitants**, de leur offrir un espace de communication, de mettre en valeur les potentialités locales, de travailler à l'intégration des différentes composantes de la réalité sociale de l'aire concernée.

Selon l'initiative, qui peut être officielle, telle celle qui émane du pouvoir municipal (cf. les télé locales de l'Est de la France, UP Vidéo à Chenove, etc.), ou bien d'origine associative, reflétant ainsi une forme de militantisme communicationnel, on retrouve toujours de façon plus ou moins accentuée ces préoccupations liées à la valorisation du pays.

D'autres motivations animent certaines structures. Ainsi, pour Trégor-Vidéo l'objectif d'une télévision hertzienne locale est de sensibiliser la population à *Un outit de communication de proximité*. Il s'agit essentiellement de lutter contre les a priori opposés à une télévision locale. Cet objectif-là n'est pas lié au développement économique mais plutôt, semble-t-il, à des préoccupations de démocratie participative au niveau local. La télévision locale est une **autre manière de poursuivre cette pratique de citoyenneté** : ¹² s'informer, communiquer, intervenir dans le débat local public

Un autre cas de figure, plus spécifique, est d'emblée constitutif du projet fondateur celui **du renforcement de l'identité** de la zone concernée. Dans de nombreux cas, les VDP s'appuient sur une identité forte, déjà constituée : UP-Vidéo à Chenove, dans la banlieue de Dijon, vise le renforcement du lien social dans une ville éclatée, auprès de populations plurielles. UP Vidéo privilégie des productions qui travaillent sur la mémoire de la région et sur les liens à tisser entre des groupes humains de différentes origines (cf. infra, la production et les sujets traités lère partie). Toujours dans la même veine identitaire, on rencontre également des projets de type ethnologique. Envoyé souhaite collecter la mémoire des gestes et des gens d'un pays qui change. Télé Saugeais, AA Beaufortain ont également réalisé de nombreux sujets dans cette optique, qui constituent bien des jalons identitaires locaux, en quelque sorte une **anamnèse vidéo**.

Il y a bien sûr cette conception de TV psyché. Notre vocation est de servir de miroir à une population : une telle conception : peut considérablement améliorer les rapports sociaux au sein d'une communauté culturelle, proclame par exemple Georges Derocles devant le CSA lorsqu'il soutient la candidature d'Aqui TV¹³. Les reportages de TéléSaugeais sur Les Montagnous ou ceux du Tambouriner portaient

¹² Cf. les nombreuses dérives signalées sur ce rejet et les pratiques récentes qui résultent, comme celle qui consiste à rémunérer des *témoignages spontanés* pour nourrir des reportages (Voir *l'Envers des médias* qui, dans chacune de ses livraisons relève de nombreux cas de ce type). A cet égard on se reportera à Patrick Champagne, *La vision médiatique* (p.61) et *La Vision d'état* (p.261) in Pierre Bourdieu, *La Misère du Monde*, Le Seuil, Paris 1993.

(10) Voir Infra (conclusion), le *branchement* des médias sur des rapports sociaux préexistants.

¹³ d'un point de vue économique en parallèle à des contrats