

France Télévisions

Lettre ouverte des auteurs aux candidat(e)s à la présidence et à ceux qui procéderont à la nomination

A-t-on encore besoin d'un Service Public de Télévision ?

Pour nous, la réponse à cette question est, évidemment, oui, nous en avons besoin. Mais peut-on, aujourd'hui, éviter de s'interroger à ce propos: **à quoi sert-il ?**

S'il disparaissait, quels programmes parmi ceux qu'il offre aujourd'hui ne seraient pas proposés par des diffuseurs commerciaux ?

Si on n'approfondit pas cette interrogation peut-on vraiment définir, donc assurer, un avenir au service public de télévision ?

Si on se borne à des considérations sur le meilleur management possible d'une grosse entreprise, on peut certes répondre à des soucis d'économies et de gestion, mais, certainement pas remédier à la dérive du service public dans un paysage audiovisuel qui change, certainement pas proposer un véritable projet.

Qu'est-ce qui justifie, dans le contenu de chaque programme, dans sa forme, dans son ambition, dans sa différence, qu'on demande aux Français de payer une redevance spécifique ?

Sur quels critères, l'action de la future présidente ou du futur président sera-t-elle jugée ?

Sur un équilibre financier ?

Sur la "paix sociale" dans l'entreprise ?

Sur un engagement d'audience moyenne ?

Sur sa capacité à concurrencer les diffuseurs privés, notamment à leur arracher, par surenchère, des programmes qu'ils auraient diffusés ?

Sur le constat de sa différence et de sa singularité en matière de programmes et d'œuvres ?

Comment la présidente ou le président va-t-il (elle) motiver les équipes et les personnels ? Comment va-t-il (elle) rétablir la confiance ?

Les réformes successives, la crainte d'être désavoués lors d'un changement de dirigeant, ont déresponsabilisé les femmes et les hommes qui travaillent à France Télévisions. Comment leur rendre le sentiment de contribuer à un projet utile ? Comment évacuer la frilosité induite par les peurs récurrentes des plans sociaux et leur redonner le goût du risque et la fierté de participer à un projet utile à tous ?

Le service public de télévision a-t-il une responsabilité citoyenne ?

Quel rôle doit-il jouer dans la vie de la cité, notamment en termes d'éducation, de découverte, d'éveil, de réflexion collective ?

Quel doit être sa présence concrète dans la vie quotidienne ?

A l'heure du numérique et des réseaux sociaux, son modèle centralisé est-il encore légitime ?

Quel doit être son rôle dans la construction d'un imaginaire collectif et l'élaboration de références communes ?

Quelle sera sa propension à agir sur l'ensemble de la société, à améliorer le "vivre ensemble", provoquer des débats, éduquer, susciter des œuvres inédites et originales, cultiver le goût de la différence ?

Que lui demandera-t-on en termes d'audience ?

Face à la multiplication des écrans et à la profusion des images, un service public de télévision peut-il continuer en 2015 à viser la satisfaction moyenne d'un public large ou doit-il prendre le risque de chercher les satisfactions fortes de publics diversifiés ? Au nom de quelle règle obsolète parle-t-on encore de fédérer autour d'un écran familial ?

N'est-il pas inapproprié que, comme tous les diffuseurs commerciaux en quête de contrats publicitaires, le Service Public parle encore de sa "part de marché" ?

Ne devrait-il pas plutôt, contrairement aux habitudes de tous les services d'études qui ont pris trop de pouvoir sur ses antennes, communiquer sur le qualitatif plutôt que sur le nombre de spectateurs ayant vu un programme ou une œuvre ?

Quelle identité chaque antenne doit-elle garder ou inventer ?

Quelle est la responsabilité de chaque chaîne ?

Quels publics vise-t-elle ?

Va-t-on continuer à parler des chaînes comme de marques qu'il faut chercher à imposer comme des produits, ou doit-on chercher à leur donner une identité éditoriale et éthique, une ambition évidemment reconnaissable ?

Quelle place les œuvres doivent-elles avoir dans l'identité et la différence de chaque chaîne ?

Il est probable qu'à la fin du mandat de la présidente ou du président qui sera choisie, les modes de consommation des images auront encore été bouleversés.

La présidence ne devra-t-elle pas avoir pour mission d'anticiper et d'accompagner cette révolution? Comment agira-t-elle pour que les œuvres soient au cœur de la consommation individualisée des programmes? Comment compte-t-elle éditorialiser les programmes ?

Quelle est la place de la création dans un service public de télévision ?

Quelle place doit être réservée aux productions américaines dont on sait bien que les meilleures seraient de toute façon diffusées par les diffuseurs privés ? Est-ce le rôle du Service Public d'en faire monter les prix d'achats pour s'assurer quelques succès d'audiences ?

Pourquoi voit-on sur les antennes de France Télévisions aussi peu d'œuvres venues des autres pays européens, dont pourtant beaucoup sont très réussies ? Notamment, pourquoi ne voit-on pas celles qui ont obtenu des prix dans les grands festivals internationaux ?

Le rôle d'un Service Public de télévision est-il de concurrencer les diffuseurs privés et surenchérir pour acheter des "concepts" qui ont fait leurs preuves d'audiences dans d'autres pays ou le droit de dupliquer leurs œuvres ?

Y-a-t-il une fatalité à ce que le nombre d'œuvres inédites diffusées chaque année sur le service public diminue ?

Avoir une politique de diversité assumée et renforcée dans le choix des œuvres, dans les formats et dans les heures de programmation ne permettrait-elle pas d'élargir et renouveler les publics de la fiction ?

N'est-ce pas le rôle du Service Public de protéger et de promouvoir le savoir-faire, le talent et la liberté des acteurs de l'audiovisuel, en considérant que c'est non seulement une des richesses - reconnue à l'étranger - de notre pays, mais que ça représente aussi un nombre important d'emplois aujourd'hui et pour les générations futures?

Quelle est la place et le rôle des auteurs dans un service public de télévision ?

Comment recréer un lien de confiance avec les auteurs de télévision ? Sont-ils là pour répondre avec obéissance aux "besoins" définis par les services des études, ou peuvent-ils redevenir de véritables forces de propositions ?

Est-il satisfaisant que 70 % de la production de fiction de FTV soit faite de "policiers"?

Quelle place auront les œuvres hors suspens et polars qui parlent du passé, du présent ou de l'avenir ?

Le Service Public de télévision a-t-il une responsabilité spécifique d'exploration, de renouvellement et d'audace ?

Un responsable d'un secteur de programme, ou un conseiller de programme, c'est-à-dire celui qui est en charge de choisir quelles œuvres vont naître ou pas, doit-il se sédentariser dans cette fonction, au risque de ne plus vouloir prendre de risques ?

Ne devrait-on pas considérer qu'il s'agit plutôt d'une fonction provisoire qu'une personnalité peut exercer, un temps limité, au profit de l'intérêt général et de la création ?

Pourquoi le Service Public de télévision est-il si peu fier de son rôle, de son travail et de son passé, qu'il ne consacre aucune émission, aucun programme, construits sur le patrimoine audiovisuel ?

Après plus d'un demi-siècle, la télévision a une histoire, de grandes œuvres, des souvenirs collectifs. Doit-on continuer à les ignorer ?

La télévision, productrice de programmes et d'œuvres depuis si longtemps, ne doit-elle pas aussi se revendiquer comme un pan de la culture commune ?

Pourquoi le Service Public de télévision a-t-il renoncé à proposer de grandes émissions culturelles ?

Pourquoi, en dehors de "talk-shows" promotionnels, ramenant toute information culturelle à un show soumis aux applaudissements programmés d'un public docile, n'y a-t-il plus de magazines ou de documentaires d'investigation culturelle ?

Le traitement du cinéma à la télévision doit-il se borner à des émissions de bandes annonces ou au passage au JT d'acteurs dont le film sort ce jour-là ?

Peut-on parler de rajeunir les antennes sans accueillir des expressions culturelles foisonnantes, qui s'expriment sur tout le territoire, notamment sur les scènes et sur le web, trop ignorées par les antennes publiques ?

Un Service Public de télévision ne doit-il pas être à l'affût de ce qui bouge, provoque ou interpelle notre société ?

Comment redonner au spectacle vivant une place de choix sur le service public ?

La nuit et l'été. La dénonciation n'est pas récente mais elle garde sa pertinence : trop souvent, le théâtre, l'opéra, la danse, le cirque, les spectacles de l'espace public ne trouvent leur place que dans les grilles d'été ou alors très tardivement.

Le spectacle vivant, ne doit-il pas avoir une vraie place sur France Télévisions ? En dehors des captations, ne devrait-il pas y avoir des programmes pour chaque public consacrés au spectacle vivant ? Informer et instruire les enfants, les ados, les adultes sur les spectacles et les métiers liés à ces spectacles n'est-ce pas une mission du service public ?

Comment rénover la conception de la programmation sur FTV ?

Est-il raisonnable de considérer comme plus prudent de s'inscrire dans le même sillon que celui des télévisions commerciales et de leurs nécessités publicitaires ? L'éditorialisation et la diffusion des œuvres doivent-elles être pensées en fonction de la diversité des publics ou ne viser que la fédération du plus grand nombre aux mêmes heures que les chaînes privés ?

N'est-ce pas le rôle du Service Public d'inventer et promouvoir la télévision de l'avenir, celle qui apportera une réponse originale aux défis d'une surconsommation d'images, informer de façon approfondie et éthique, divertir avec une ambition différente, être complice des créations vivantes, et initiateur des œuvres qui construiront nos références communes et notre imaginaire collectif ?