

Le documentaire à la télévision Trois exemples à méditer

Marco de Blois

Numéro 46, novembre–décembre 1989

Cinéma documentaire

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/24475ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (imprimé)

1923-5097 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

de Blois, M. (1989). Le documentaire à la télévision : trois exemples à méditer. *24 images*, (46), 26–26.

LE DOCUMENTAIRE À LA TÉLÉVISION: TROIS EXEMPLES À MÉDITER

PAR MARCO DE BLOIS

Au Québec, le documentaire n'intéresse pas les diffuseurs. Pourtant, les Anglais, les Français et les Américains sont là pour nous démontrer qu'il y a bel et bien un public pour le documentaire à la télévision. Les Américains fournissent l'exemple de PBS et de son émission *Point of View*; les Français celui de la chaîne de télévision payante Canal Plus (ou Canal +); les Anglais celui de la chaîne publique Channel Four.

POINT OF VIEW

L'émission *Point of View* (ou P.O.V.) est diffusée tous les lundis soirs sur les ondes de PBS, la télévision publique américaine. D'une durée d'une heure, elle présente des documentaires indépendants réalisés sur film et vidéo.

Cette émission se distingue de deux façons du reste de la télévision nationale américaine: elle occupe la seule case horaire consacrée au cinéma indépendant, et elle est un des rares moments où la subjectivité de l'information transmise est assumée. Ce n'est donc pas un choix innocent que de l'avoir intitulée *Point of View*.

Tous les sujets ou presque y sont abordés. Les films et les vidéos présentés sont d'intérêt public, pouvant être vus et compris par une vaste majorité de téléspectateurs. Ils ont une forme singulière, ne faisant donc pas du témoignage, de la voix off et de la reconstitution («dramatization») des conditions sine qua non à la crédibilité du propos. Un «Viewer's Guide», où il est question des réalisateurs et des sujets traités, est disponible gratuitement en téléphonant à la station.

CANAL PLUS

Il existe en France six chaînes de télévision nationales: deux publiques et quatre privées. La chaîne payante Canal + est la doyenne de ces dernières: apparue en 1984, elle jouit depuis, avec plus de deux millions d'abonnés, d'un succès stable. D'un fonctionnement semblable à Super Écran, elle investit aussi une partie de ses fonds dans la coproduction.

Cette chaîne donne dans le populisme high tech. C'est ainsi que les films présentés relèvent d'un choix éclectique, mêlant aussi bien le cinéma d'auteur, quelques classiques, que le plus pur cinéma commercial. La même variété caractérise

l'important temps d'antenne consacré aux sports.

Canal + tire ses fonds des abonnements et du «sponsoring». Cela signifie que l'on vend, à un annonceur, l'opportunité de présenter une émission: le nom de sa compagnie apparaîtra donc au début, avec un logo, un «jingle», etc.

Deux cases de sa grille-horaire sont consacrées au documentaire, dont une le dimanche soir, période de grande écoute. Autour du sujet abordé dans le documentaire sont souvent organisées des discussions en studio, auxquelles les spectateurs sont invités à participer. Le documentaire «d'auteur» est, bien entendu, privilégié.

CHANNEL FOUR

En Angleterre, il y a quatre chaînes publiques et deux chaînes privées; Channel Four fait partie de celles-ci. Mise en ondes en 1982, elle s'accapare aujourd'hui d'un peu moins de 10% de l'auditoire, tout en ayant fait sa marque dans la production du cinéma d'auteur (*Le sacrifice* d'Andrei Tarkovski, *My Beautiful Laundrette* de Stephen Frears...). 24% de la programmation de Channel Four vient de producteurs indépendants. Ses revenus proviennent de la vente de temps publicitaire.

Elle offre une alternative radicale aux autres chaînes (dont la célèbre BBC), se voulant une télévision des minorités. À titre d'exemple: peu après sa mise en ondes en novembre 1982, elle a diffusé un document traitant des problèmes des femmes dans les usines américaines durant la Deuxième Guerre mondiale, alors que se tenait la retransmission du concours Miss Monde à la ITV, autre chaîne publique. Une de ses stratégies consiste à reprendre les formules consacrées, tout en exploitant des thèmes inédits, comme en situant ses téléromans dans une communauté ethnique.

L'exemple de Channel Four apparaît le plus éclatant, car la chaîne, sans retenue, ose faire corps avec sa programmation. La situation diffère légèrement à PBS (on nous dit qu'il s'agit de l'opinion d'un réalisateur et non de la station) et à Canal + (on joue le jeu du pluralisme en englobant toutes les idéologies de façon indifférenciée). Néanmoins, en dépit de leurs imperfections, ces exemples ne peuvent que nous stimuler. ■