

Sommaire

Avant-propos	13
<i>Gilles Delavaud et Denis Maréchal</i>	
Présentation	15
<i>Gilles Delavaud</i>	
Partie I. La télévision et la nation	
Une nation en construction	
Aux origines du drame télévisuel italien	31
<i>Milly Buonanno</i>	
La construction discursive de la télévision flamande comme média « national »	45
<i>Alexander Dhoest</i>	
La télévision des « Hellènes chrétiens »	
L'institutionnalisation d'un média en devenir	55
<i>Ioanna Vovou</i>	
Le modèle économique télévisuel français des années 1950	66
<i>Chantal Duchet</i>	
La télévision à l'Exposition nationale suisse de 1939	
Nation, science et genre dans la présentation d'une nouvelle technologie	85
<i>Anne-Katrin Weber</i>	
À la recherche de l'identité de la télévision, de la technique aux pratiques culturelles	
Le rôle d'Erik de Vries, pionnier de la télévision néerlandaise	102
<i>Sonja de Leeuw</i>	
Radio Télé Circus et la naissance de Télé Luxembourg	
La télévision se met en scène face au public	114
<i>Denis Maréchal</i>	

Des cow-boys américains à Paris

Les westerns pour enfants et les premières formes de mondialisation des médias 123

Michael Kackman

Partie II. Expériences pionnières

L'histoire des débuts de la télévision et les théories modernes de la vision 139

Doron Galili

Comment définir le média : la préhistoire de la télévision

au Royaume-Uni (1923-1936) 151

Jamie Medhurst

La télévision expérimentale à l'Alexandra Palace

La BBC et sa programmation de variétés 163

Emma Sandon

La télévision en Australie avant 1941

179

Nick Herd

On sauve un enfant : la télévision au seuil du réel

202

Mark Williams

De la *bobby-soxer* à *Gidget*

La première vague de programmes télévisés adolescents aux États-Unis 214

Mary Celeste Kearney

Archiver les débuts de la télévision allemande

226

Judith Keilbach

Partie III. L'invention des programmes

Naissance de l'information dans les télévisions ouest-européennes 237

Pierre Sorlin

Le spectacle sportif télévisé

Logiques d'innovation et de promotion 246

Fabien Wille

L'horreur en période de transition	
<i>Lights Out !</i> de la radio à la télévision	257
<i>Cynthia J. Miller</i>	
De <i>Lone Ranger</i> (1949) à <i>Gunsmoke</i> (1955)	
De l'invention à l'institution de la série télévisée américaine	267
<i>Henri Larski</i>	
Les premières séries policières en RFA	
<i>Stahlnetz</i> (« Coup de filet »), 1958-1968	277
<i>Jörg Türschmann</i>	
La mise en scène de soi à la télévision	
L'exemple du premier jeu télévisé sur ITV	285
<i>John Ellis</i>	
La parole du petit écran	
Quelques manifestations vocales dans les premières émissions de la Télévision Suisse Romande (1954)	299
<i>Alain Boillat</i>	
Partie IV. Le téléspectateur, le public	
Le dispositif télévision et la notion de téléspectateur	317
<i>Gilles Delavaud</i>	
« Orchestrez vous-mêmes votre soirée »	
Les publicités pour télécommandes dans les années 1950	328
<i>Laura Jacquelyn Simmons</i>	
La naissance de la télévision en Flandre vue par la presse (1951-1955)	339
<i>Hilde Van den Bulck et Steph Ackx</i>	
Images du public	
La construction du public à travers le processus d'institutionnalisation de la télévision italienne à ses débuts (1953-1955)	355
<i>Massimo Scaglioni, Luca Barra et Cecilia Penati</i>	

« Ceux qui, ayant confiance, ont aidé au départ de la télévision... »	
La naissance du téléspectateur	368
<i>Géraldine Poels</i>	
L'émergence de la presse spécialisée	380
<i>Claire Blandin</i>	
Le téléviseur : de l'objet de laboratoire à l'objet de convoitise	
Naissance d'un marché (1945-1955)	391
<i>Isabelle Gaillard</i>	
Partie V. Télévision, création, culture	
Logiques des genres de la télévision des débuts	403
<i>François Jost</i>	
L'avènement de la télévision	
La critique télévisuelle entre 1950 et 1955	414
<i>Marie-France Chambat-Houillon</i>	
L'UNESCO, le mouvement des télé-clubs et les usages multilatéraux des médias dans les années 1950	431
<i>Ira Wagman</i>	
« Les titans de notre système éducatif »	440
Les premières stars de la télévision éducative	
<i>Jacob Smith</i>	
Musique classique et télévision dans la première moitié des années 1950	
Vers une institutionnalisation ?	452
<i>Philippe Lavat</i>	
« Du Foyer de la Danse à la Danse au Foyer »	
L'expérience télévisuelle des Ballets de France (Jean Benoît-Lévy, 1951-1952)	461
<i>Laurent Guido</i>	
La télévision ou la modernité au quotidien	
Le design et la télévision américaine au milieu du xx ^e siècle	480
<i>Lynn Spiegel</i>	

Partie VI. La télévision, le cinéma, les stars

« Je me suis toujours demandé à quoi ressemblaient les rêves... »	
Le mythe de la télévision dans le cinéma hollywoodien des années 1930	513
<i>Stephen Tropiano</i>	
Entre promesse et menace : le cinéma regarde la télé	525
<i>Viva Paci</i>	
Les stratégies d'intégration du marché télévisuel par Hollywood dans les années 1950	
Le cas de la TheaterTV	
et les premières tentatives de télévision payante	533
<i>Kira Kitsopanidou</i>	
Alfred Hitchcock, théoricien de la télévision	546
<i>Jan Olsson</i>	
« Une élégance... presque envahissante »	
Le glamour et les débats autour des premières vedettes féminines de la télévision	559
<i>Mary R. Desjardins</i>	
« ... Les célébrités de la télévision doivent être jugées selon les critères de la télévision, en oubliant tous les autres »	
L'invention de la « personnalité de télévision »	570
<i>James Bennett</i>	
Un moment expérimental, un moment international	583
<i>Jérôme Bourdon</i>	
Les auteurs	593

Avant-propos

Cet ouvrage est issu d'un colloque¹ organisé conjointement par l'Institut national de l'audiovisuel (INA) et par le Centre d'études sur les médias, les technologies et l'internationalisation (CEMTI) de l'université Paris 8. Il s'est tenu à l'INA, à Paris, en mai 2009. Pendant plusieurs jours, quarante-cinq chercheurs et chercheuses, de douze pays, ont présenté leurs travaux et confronté leurs points de vue sur cette période de l'histoire de la télévision que nous avons appelée « le moment expérimental » et qui, « de l'invention à l'institution », couvre approximativement deux décennies.

Alors qu'après un demi-siècle de relative stabilité la télévision est entrée dans une phase de transition, il nous a paru important de faire le point à la fois sur les connaissances acquises et sur les recherches en cours concernant le tout début d'un média qui devait s'imposer irrésistiblement dans la seconde moitié du xx^e siècle. Si cet ensemble de textes témoigne incontestablement de la vitalité et de la diversité des recherches télévisuelles au plan international, il constitue aussi, espérons-nous, et par ses lacunes mêmes, une incitation à poursuivre l'exploration.

Le centre de consultation de l'Inathèque de France, sur le site François-Mitterrand à la BNF, dispose de l'ensemble des enregistrements sonores du colloque ainsi que de nombreux documents audiovisuels visionnés à l'occasion des séances.

Gilles Delavaud
Denis Maréchal

1. Le comité scientifique était composé de Jérôme Bourdon (université de Tel Aviv), Gilles Delavaud (université Paris 8), François Jost (université Paris 3), Denis Maréchal (Institut national de l'audiovisuel), Jean-Michel Rodès (INA/Inathèque de France), Pierre Sorlin (université Paris 3).

Présentation

Gilles Delavaud

Université Paris 8, CEMTI

Les études réunies dans le présent volume visent un double objectif : éclairer une période de l'histoire de la télévision encore mal connue, et dans le même temps donner un aperçu des recherches actuelles sur la télévision ainsi que de la diversité des approches pratiquées. Il ne s'agit donc pas d'un ouvrage de synthèse, mais, conformément à l'esprit du colloque dont il est le prolongement, d'un ensemble de contributions originales qui, pour la plupart, apportent des vues inédites.

Les recherches sur la télévision ont pendant longtemps porté principalement sur les différentes phases de son développement depuis son avènement au milieu du siècle dernier. Récemment, des chercheurs se sont intéressés à la préhistoire de la télévision ; dans une perspective archéologique, on a ainsi pu considérer le *télévisuel* comme constitutif de l'horizon d'attente de la fin du XIX^e siècle¹. C'est à un autre moment de l'histoire du média que cet ouvrage est consacré : à sa phase de gestation et d'émergence dans les années 1930 et 1940, ainsi qu'à celle de son premier essor à partir de la fin des années 1940 et au cours des années 1950. Par *moment expérimental*, on entend donc la période, variable selon les pays, qui va de la conception et de la diffusion de programmes proprement expérimentaux, jusqu'à la reconnaissance d'une légitimité institutionnelle se traduisant par une première stabilisation de l'offre de programmes, du mode de programmation, du public, de la fonction critique.

La télévision et la nation

Un premier ensemble de contributions met en évidence une caractéristique fondamentale de la télévision des débuts : son rôle dans l'affirmation, voire la construction d'une identité nationale. Le cas de l'Italie est ici remarquable : **Milly Buonanno** montre comment, dans un « pays naguère fragmenté, mais

1. William Uricchio, « La place de la télévision dans l'horizon d'attente du XIX^e siècle », *Dossiers de l'audiovisuel*, n° 112, « Un siècle de télévision. Anticipation, utopie, prospective », INA/La Documentation française, novembre-décembre 2003, p. 19-22.

devenu depuis peu une nation », la dramatique (adaptation littéraire ou drame historique) « a été une composante cruciale de la stratégie de la “construction nationale” », contribuant efficacement à « l’unification linguistique et donc culturelle des Italiens ».

En Belgique, les communautés flamande et française créent chacune leur propre chaîne et diffusent, indépendamment l’une de l’autre, des programmes respectivement en néerlandais et en français. **Alexander Dhoest** explique comment, en Flandre, la télévision se donne pour but d’unifier la société flamande en valorisant sa culture ; elle entend contribuer ainsi à son développement comme nation au sein de l’État belge : elle est clairement un « instrument de nationalisme culturel ».

En Grèce, les premières émissions expérimentales n’ont lieu qu’en 1960, à l’occasion de l’Exposition internationale de Thessalonique. Comme le souligne **Ioanna Vovou**, la télévision grecque est, dès le commencement, publique *et* commerciale. Elle s’institutionnalise dans la seconde moitié de la décennie, sous un régime dictatorial dont elle sert à promouvoir l’image.

La télévision française, à ses débuts, souffre d’un cruel manque de financement. **Chantal Duchet** analyse le modèle économique original mise en place en 1951 pour compléter l’insuffisance des ressources fournies par la redevance sur les téléviseurs : tout en se gardant d’employer le terme de publicité, le gouvernement incite les industriels à financer la télévision publique en lui fournissant des programmes destinés à défendre et à promouvoir l’économie nationale.

Lorsque la télévision est présentée à l’Exposition nationale suisse de 1939, à Zurich, ce n’est pas un nouveau moyen de communication et de diffusion qui est dévoilé aux yeux du public, c’est une invention technique qui est célébrée, ce sont des téléviseurs qui sont exposés. **Anne-Katrin Weber** met au jour les enjeux politiques, culturels, sociaux, institutionnels de l’événement : il s’agit notamment, à la veille de la Seconde Guerre mondiale, « de promouvoir les valeurs nationales à l’intérieur ainsi qu’à l’extérieur des frontières helvétiques ».

La télévision est-elle fondamentalement et nécessairement un média national? **Sonja de Leeuw** nuance cette idée. Centrant son approche de l'histoire culturelle de la télévision néerlandaise sur la carrière d'Erik De Vries, elle montre comment celle-ci s'est développée, des années 1930 aux années 1950, en réaction à la lutte des différents protagonistes (industrie, gouvernement, professionnels, diffuseurs) pour s'approprier l'espace culturel. Pour le pionnier de la télévision aux Pays-Bas, celle-ci est par excellence un média transnational, « un moyen de créer une communauté de spectateurs, réunie autour d'une programmation qui les encourageait à regarder par-delà leurs frontières ».

On pouvait sans doute penser, en 1955, que la création de Télé Luxembourg allait affirmer l'identité nationale luxembourgeoise. **Denis Maréchal** décrit, à partir d'une expérience singulière, *Radio Télé Circus*, comment la transposition habile d'émissions radiophoniques et la quête de l'audience ont surtout permis à cette télévision privée, transnationale et populaire de se poser en rivale des télévisions publiques française et belge.

Aux États-Unis, à la fin des années 1940, émerge une culture enfantine qu'accompagne, nous dit **Michael Kackman**, un discours sur « l'identité nationale, la citoyenneté et le consumérisme ». C'est dans ce contexte que deux séries de westerns pour enfants, *Hopalong Cassidy* et *The Cisco Kid*, vont « exporter la conception américaine de l'enfance » à travers le monde ; ces deux programmes, avec leurs produits dérivés, constituent « les premières formes de mondialisation de l'industrie des médias ».

Expériences pionnières

L'étude du contexte culturel des premières expériences sur « la vision à distance par l'électricité », et l'analyse des discours qui les accompagnaient, conduisent **Doron Galili** à avancer l'idée selon laquelle « la découverte, au début du XIX^e siècle, de la structure de la rétine et de ses cellules nerveuses a joué un rôle crucial dans la conception des premiers modèles de technologie télévisuelle ». D'où le fait que les pionniers de la transmission d'images, comme certains auteurs de fiction de la fin du XIX^e siècle qui anticipaient la mise en œuvre effective de l'invention, aient pensé celle-ci comme un prolongement du corps humain.

Au Royaume-Uni, la télévision est lancée à titre expérimental en 1936. **Jamie Medhurst** retrace les différentes étapes qui, depuis les premières démonstrations de Baird dans les années 1920, en ont jalonné le développement. Il décrit l'intérêt que la télévision a immédiatement suscité dans la presse et chez les amateurs passionnés, dans un contexte politique marqué par les tensions persistantes entre la Baird Television Company et la BBC.

Ce sont les phases suivantes de la télévision britannique qu'étudie **Emma Sandon** : les trois années d'avant-guerre puis la période d'après-guerre, jusqu'à la création de ITV, chaîne commerciale et « populaire ». Elle souligne l'importance des programmes de divertissement à la BBC : contrairement à une opinion répandue, « le service de télévision de la BBC est le premier à avoir répondu à la diversité des goûts du public ». Loin d'être de simples adaptations de la radio, les émissions de danse, de musique et les variétés ont été l'occasion de développer une esthétique télévisuelle. ITV, à partir de 1955, a su profiter de l'expertise de la BBC.

En Australie, les premières émissions régulières ne commencent qu'en 1956, la télévision étant conçue comme une extension du système de radiodiffusion. Mais pour en reconstituer la longue et riche histoire, où l'État joue un rôle primordial, **Nick Herd** remonte jusqu'aux travaux de l'australien Henry Sutton qui, dans les années 1885-1890, « fut l'un des premiers à envisager la télévision comme une forme de divertissement public ».

À la fin des années 1940, aux États-Unis, alors que les *networks* n'atteignent pas encore la côte Ouest, Los Angeles dispose de plusieurs chaînes locales, dont KTLA détenue par Paramount Pictures. **Mark Williams** relate le déroulement d'un événement survenu en 1949 et devenu légendaire : la retransmission par cette chaîne, en direct et en continu, du sauvetage d'une fillette âgée de trois ans. Il en analyse la portée historique, explique pourquoi et comment cet événement transforma profondément la conception que l'on se faisait alors de la télévision : celle-ci apparaissait soudain, aux professionnels des médias aussi bien qu'à la communauté des spectateurs, comme « la promesse d'un accès au *réel* ».

Alors que les séries adolescentes de la télévision américaine des années 1990 ont été abondamment commentées, il n'en est pas de même de la « première vague », celle des années 1960, et encore moins des tout premiers programmes pour adolescents, apparus vingt ans plus tôt. C'est d'abord à ces derniers que **Mary Celeste Kearney** s'intéresse : ses investigations portent sur l'évolution de la figure de l'adolescent dans les années 1930 et pendant la Seconde Guerre mondiale, puis sur l'émergence d'une culture adolescente dans l'après-guerre. Elle montre notamment comment les premières séries adolescentes ont su exploiter une jeunesse dotée d'un pouvoir à la fois économique, social et culturel.

Partant du fait que « notre compréhension de l'histoire dépend étroitement de nos archives », **Judith Keilbach** s'interroge sur la manière dont on a écrit l'histoire de la télévision allemande. Elle étudie l'accessibilité des archives, les critères qui ont présidé à leur collecte, ou les raisons qui expliquent leur absence. Comparant ces deux institutions très différentes qu'étaient la télévision d'Allemagne de l'Est et celle de l'Allemagne de l'Ouest (la première centralisée, la seconde composée de chaînes régionales), elle montre en particulier en quoi la restriction d'accès aux archives peut conduire à mythifier le passé, et souligne à la suite de William Uricchio comment « la conception historique de la télévision nazie diffère selon que l'on consulte les archives de l'Allemagne fédérale ou celles de la RDA ».

L'invention des programmes

Comment l'information télévisuelle est-elle née en Europe ? **Pierre Sorlin** répond : « De façon improvisée, sans qu'on se demande en quoi elle allait consister, ni comment elle serait présentée ». Le premier journal télévisé est celui de la BBC, en 1947. Suivent ceux de la RTF en France, de l'ARD en Allemagne fédérale, de la RAI en Italie, de la chaîne privée ITV en Grande-Bretagne, puis celui de l'Espagne. Par-delà leurs différences, ils ont « un air de famille », marqués par l'héritage de la radio et le prestige de la BBC. Pierre Sorlin décrit les formes variées d'un rituel appelé à se perpétuer ; surtout il met l'accent sur l'invention, dans chaque pays, de magazines réellement audiovisuels et ayant chacun leur spécificité : à la fin des années 1950, « les contours d'une information télévisuelle étaient fixés ».

À la télévision française, observe **Fabien Wille**, près d'un journal télévisé sur deux, en 1949, traite de sport; et en 1950, trois rendez-vous quotidiens sont consacrés au Tour de France cycliste. Parce que l'information sportive et les retransmissions en direct obligent à l'exploit technique et à l'innovation, le sport télévisé ne constitue pas seulement un soutien à l'industrie de l'électronique : dans la phase expérimentale de la télévision, il contribue efficacement à la notoriété de celle-ci et à sa crédibilité.

Pour fréquente qu'elle soit à la fin des années 1940, l'adaptation d'un programme radiophonique pour la télévision s'avère une entreprise périlleuse. Parmi les grandes réussites de la télévision américaine : *Lights Out!*, une série d'horreur diffusée sur NBC que présente ici **Cynthia J. Miller**. Comment passer « du haut-parleur à l'écran » sans perdre le pouvoir de suggestion propre à la radio? Comment inventer des solutions tenant compte à la fois, pour les professionnels, des contraintes de la télévision directe, et pour le public, du fait qu'il lui fallait « apprendre à déchiffrer cette nouvelle grammaire qu'était le langage télévisuel »? En exprimant à travers des réalisations brillantes les angoisses politiques et sociales de l'époque, *Lights Out!* permettait à l'Amérique d'être « en conversation avec elle-même ».

Les toutes premières séries américaines qu'évoque **Henri Larski** ont des origines très diverses. Le héros de la première série de western, *The Lone Ranger* (1949), avait précédemment « fait carrière » au cinéma dans des *serials*, eux-mêmes issus de programmes radiophoniques des années 1930. *Dragnet* (1951), produit, réalisé et interprété par Jack Webb, est le prototype de la série policière s'inspirant de faits réels. *I Love Lucy* (1951) n'ouvre pas seulement la voie au tournage des sitcoms à Hollywood (sur film 35 mm et en multicaméras) : en mettant en scène sa propre grossesse, en faisant coïncider son accouchement avec la naissance du bébé de l'héroïne qu'elle incarnait, la star et productrice Lucille Ball montrait tout le parti que la télévision pouvait tirer de l'effacement de la frontière entre fiction et réalité.

En 1958, *Dragnet* est « copié » par la télévision ouest-allemande qui diffuse *Stahlnetz*, série policière semi-documentaire basée sur des rapports de police authentiques. L'analyse qu'en fait **Jörg Turschmann** relève les nombreux emprunts de la série allemande à son modèle américain, notamment sur le

plan de la mise en scène, mais souligne également ce qu'elle doit à la tradition cinématographique héritée de Fritz Lang dont l'œuvre compte plusieurs cycles sériels ; avec cette différence que la figure centrale de la série télévisée n'est pas un criminel mais un policier qui s'adresse directement au spectateur et doit lui inspirer confiance.

Si les comédiens professionnels ont su s'adapter au petit écran, remarque **John Ellis**, « les membres du public qui se retrouvaient à la télévision étaient confrontés à un dilemme » : lorsque l'on est une personne ordinaire, quel comportement adopter, comment être « soi-même » face, à la fois, au présentateur de l'émission, au public présent dans le studio et aux téléspectateurs ? L'analyse du premier jeu télévisé sur ITV, et plus précisément du premier épisode diffusé la semaine même du lancement de la chaîne en 1955, est très révélatrice des difficultés qu'il restait alors à surmonter pour la « mise en place de formes de prestation adaptées à la télévision », c'est-à-dire à un média qui « brouillait les frontières entre le public et le privé ».

Donner au spectateur le sentiment que son univers quotidien et le monde de l'écran sont dans le prolongement l'un de l'autre, ou solidaires l'un de l'autre, n'est pas seulement affaire de scénario ou de performance. En étudiant le rôle de la parole dans les premiers programmes de la Télévision Suisse Romande, en mettant en évidence l'étonnante diversité des usages de la voix, **Alain Boillat** montre comment, dans des émissions filmées, l'une des fonctions de la voix-*over* est de simuler « une inscription dans le *hic* et *nunc* du représenté télévisuel ». La voix contribue ainsi à résorber l'écart temporel entre le monde de l'écran et le spectateur : elle crée un effet de direct qui favorise l'instauration d'une relation de proximité et d'intimité. Plus largement, ces émissions à la fois découvrent et exploitent, souvent de manière ludique, le « potentiel d'oralité » de la télévision, libérant une inventivité dans les relations entre la parole et l'image qui rappelle les pratiques orales du cinéma des premiers temps ou celle des débuts du cinéma parlant, et dont les cinéastes de la Nouvelle Vague se souviendront.

Le téléspectateur, le public

Dès la fin des années 1930, derrière les débats théoriques sur l'identité artistique de la télévision, se profile avec insistance une préoccupation plus

pragmatique que **Gilles Delavaud** résume ainsi : « comment retenir l'attention d'un spectateur non captif? » Il développe l'hypothèse selon laquelle la recherche de solutions à ce problème – intéresser le spectateur coûte que coûte – a été un profond stimulant pour la découverte des ressources expressives propres au nouveau média. L'examen, dans des réalisations aussi bien françaises qu'américaines, de procédés de mise en scène destinés à susciter la participation du téléspectateur et à l'impliquer dans la représentation est à même de révéler quelle conception du téléspectateur se faisaient les premiers professionnels de la télévision et, plus fondamentalement, à quelle sorte de *dispositif* ils pensaient avoir affaire.

Autre représentation du téléspectateur : celle que promeuvent dans les années 1950, aux États-Unis, les fabricants des premiers téléviseurs équipés de télécommandes. **Laura Jacquelyn Simmons** analyse le discours des publicités pour les télécommandes : celles-ci sont présentées comme « un moyen pour le téléspectateur de contrôler son expérience télévisuelle », construisant ainsi « l'image d'un téléspectateur actif, maîtrisant aussi bien la technologie que le contenu des programmes ». Si ces publicités poursuivent évidemment un but commercial, elles n'en révèlent pas moins certaines préoccupations sociales de l'époque concernant l'automatisation et la mécanisation (la « crainte que l'Homme perde le contrôle »), la répartition des rôles masculin et féminin au sein de la famille (la télécommande est-elle faite pour les femmes?), la conception du téléspectateur comme consommateur.

L'analyse du discours de presse est l'une des manières d'appréhender comment une société donnée réagit à l'apparition d'un nouveau média. Pour comprendre comment, entre 1950 et 1955, l'arrivée de la télévision a été anticipée puis reçue dans la communauté flamande en Belgique, **Hilde Van den Bulck** et **Stef Ackx** ont sélectionné trois quotidiens et un hebdomadaire. Leur analyse est riche d'enseignements tant en ce qui concerne les aspects techniques et la programmation (l'intérêt porté à la télévision américaine et à la BBC, la compétition avec la télévision néerlandaise, l'ignorance de la télévision wallonne) que la critique des programmes. Une fois la part faite des commentaires positifs et négatifs de tous ordres, l'une des conclusions de l'étude est que « l'arrivée de la télévision était souvent évoquée en termes de bénéfice culturel ».

Comment définir « le public de télévision » ? Dans leur recherche sur les débuts de la télévision italienne, **Massimo Scaglioni**, **Luca Barra** et **Cecilia Penati** discernent, entre 1953 et 1955, deux images distinctes et opposées du public : « le public des bistrotts, des auberges et des bars de banlieue » et « le public urbain des grandes villes ». La télévision italienne a donc dû « jouer sur deux tableaux » et offrir à chaque public les programmes qui lui convenaient, tout en instaurant avec chacun une relation appropriée. Contrairement au préjugé selon lequel le téléspectateur des débuts était un spectateur passif, les émissions évoquées se révèlent fondées, d'une manière ou d'une autre, sur la participation du public : elles illustrent la variété des stratégies d'interaction alors mises en œuvre, avant que l'institution télévisuelle, relayée par la presse, ne construise une autre image du public.

Pour étudier les premiers publics de la télévision française, **Géraldine Poels** a choisi de « rendre la parole aux téléspectateurs ». Elle a considéré deux sources : d'une part, le courrier des téléspectateurs (ou plutôt la « synthèse » qui en était faite mensuellement à la RTF), d'autre part, les comptes rendus des séances de télé-clubs rédigés par leurs animateurs. Plusieurs contextes de réception s'en dégagent, correspondant à des publics distincts, ayant chacun une relation particulière au média, et dont on peut cerner les attitudes et les goûts. Il apparaît, par exemple, qu'être téléspectateur est « une activité hautement socialisée » (« même chez les particuliers, la télévision est regardée collectivement ») et un engagement : les premiers spectateurs, comme en témoigne leur courrier, sont prompts à la critique et à faire valoir leur expertise.

Les téléspectateurs français prennent aussi la parole dans les magazines hebdomadaires spécialisés, tels *Radio Cinéma Télévision* (1950) ou *Télévision Programme Magazine* (1955), qui, en plus de l'annonce des programmes et d'articles critiques, consacrent une rubrique abondante au courrier de leurs lecteurs. **Claire Blandin** présente ces publications et souligne l'importance déterminante des associations (confessionnelles ou non) dans leur genèse, notant que les télé-clubs « sont directement à l'origine d'une première génération de presse de télévision ». Elle rappelle également l'importance de la critique de télévision qui se développe au cours de cette période et grâce à

laquelle s'établit un dialogue indirect entre les téléspectateurs et les responsables de programmes.

Dans la France des années 1950, note **Isabelle Gaillard**, le public de la télévision est « restreint socialement et géographiquement » : « une France "rurale et agricole" vide d'émetteurs et de téléviseurs s'oppose à une France "urbaine et industrielle" en voie d'équipement ». En 1955, seulement 1 % des foyers possèdent un téléviseur. C'est à la naissance du marché des récepteurs de télévision qu'Isabelle Gaillard s'intéresse. Elle en décrit le développement très progressif et insiste sur le rôle décisif de l'État qui, tout à la fois, contrôle l'édification du réseau de diffusion sur le territoire, décide des normes techniques d'émission et de réception, conçoit et produit les programmes.

Télévision, création, culture

Si l'historien veut comprendre la naissance d'un nouveau média, écrit **François Jost**, il doit d'abord se demander quels ont été ses premiers programmes, et « enquêter sur la façon dont on les a nommés ». C'est à cette tâche qu'il s'est lui-même employé en étudiant, sur la période 1947-1951, deux sources écrites : les archives de la télévision française et le magazine hebdomadaire *Radio*. Son analyse minutieuse réserve des surprises, concernant par exemple la place du cinéma et des actualités cinématographiques, ou l'importance des « émissions radiophoniques télévisées ». Plus largement, en cernant comment s'articule dans le discours institutionnel ou critique des notions telles que « information », « art », « éducation », « culture », c'est une véritable « logique des genres » qui se dessine.

C'est précisément à partir de l'émergence du discours critique, entre 1950 et 1955, que **Marie-France Chambat-Houillon** s'efforce de rendre compte de l'avènement de la télévision. Quelles représentations se fait-on alors de la télévision française dans la presse spécialisée ? À quels aspects du nouveau média les journalistes s'intéressent-ils ? Sur quoi leurs jugements portent-ils et à quels critères d'évaluation ont-ils recours ? Que recouvrent exactement des catégories comme celles d' « originalité » et de « style » ? Répondre à ces questions conduit non seulement à observer au plus près « la marche vers l'autonomisation et la légitimation de la télévision française », mais aussi à

saisir le rôle déterminant qu'a pu jouer la critique, dans la première moitié de la décennie, dans ce processus d'affirmation progressive d'une identité médiatique.

Cette phase d'institutionnalisation de la télévision est en même temps celle de l'émergence de la figure du téléspectateur, un téléspectateur collectif dans le cas des télé-clubs qui se développent en France dans les années 1950 et qu'**Ira Wagman** aborde sous un angle inédit : à partir de l'implication de l'UNESCO dans cette aventure, et en formulant l'hypothèse que « l'intérêt de l'UNESCO pour le mouvement des télé-clubs français découle d'une autre expérience », celle des « forums agricoles » (*farm forums*) organisés par la radio canadienne dans la décennie précédente. Ce rapprochement ne permet pas seulement de faire ressortir les raisons, notamment géopolitiques, pour lesquelles l'UNESCO s'est intéressée aux usages de la télévision, à son impact éducatif et culturel, à l'élaboration de la notion de public « actif » ; il montre aussi à quel point cette institution est une source de première importance pour l'histoire des recherches sur la télévision dans la période de ses débuts.

Aux États-Unis, les premières réflexions sur le potentiel éducatif de la télévision sont contemporaines des premières formes de célébrité télévisuelle. **Jacob Smith** retrace le parcours de deux stars de la télévision américaine des années 1950 : d'une part, l'acteur Charles Laughton qui, dans l'après-guerre, avait fait revivre sur scène la tradition de la lecture publique et, en 1953, l'avait introduite à la télévision ; d'autre part, le professeur Frank Baxter qui, la même année, avec le concours de l'université de Californie du Sud, présentait avec succès sur une chaîne de Los Angeles l'émission *Shakespeare on TV*, permettant à des femmes au foyer ayant interrompu leurs études d'obtenir des crédits universitaires. La personnalité et la popularité de Frank Baxter n'ont pas manqué de susciter des interrogations : sur l'opposition entre culture moyenne et culture d'élite, sur le mélange entre divertissement et érudition, ou sur la « définition de l'universitaire ».

Ce n'est pas la question de la vulgarisation de la haute culture que soulève **Philippe Lavat** dans son enquête sur la musique classique à la télévision française dans la première moitié des années 1950, mais celle de la compatibilité même entre télévision et musique. La musique peut-elle être un (bon) objet

télévisuel? Comment téléviser la musique sans que la vision ne distraie de l'audition? Quelles sortes d'images faut-il convoquer pour illustrer une œuvre musicale? L'examen des programmes diffusés permet de découvrir comment « la musique classique s'est peu à peu fait une place sur les écrans de télévision », jusqu'à ce qu'on en vienne à « faire de l'interprétation musicale elle-même un spectacle télévisuel ».

Contrairement à la musique, la danse semble avoir une affinité particulière avec la télévision. **Laurent Guido** montre qu'elle y occupe immédiatement une place privilégiée, imposant sa présence « dans les présentations expérimentales, les discours prophétiques et les publicités liées à la télévision ». À partir de 1936, la BBC retransmet régulièrement des spectacles de danse classique ou contemporaine depuis l'Alexandra Palace, puis développe, dans l'après-guerre, des programmes « aux accents d'éducation artistique ». Cette perspective pédagogique est également celle de l'ambitieuse série *Ballets de France*, coproduite par la télévision française en 1951-1952 et réalisée sur film par le cinéaste Jean Benoît-Lévy. Loin de s'en tenir à une simple captation, comme l'explique Laurent Guido, les mises en scène de Benoît-Lévy sont entièrement pensées en fonction des exigences du petit écran, du public visé, et du rapport à instaurer avec le téléspectateur.

Alors que l'avènement de la télévision a donné lieu à de multiples études sur ses relations avec le spectacle vivant ou avec le cinéma, c'est à un domaine inexploré que **Lynn Spigel** s'est intéressée : « la relation entre la télévision, l'art moderne et le design ». Partant du fait que l'essor de la télévision aux États-Unis est contemporain de l'essor du modernisme en peinture et dans les arts visuels, elle a voulu reconsidérer « ce que le public voyait réellement lorsqu'il regardait la télévision à cette époque ». Son enquête révèle l'importance de ces espaces d'expérimentation en matière de scénographie et de design qu'étaient alors les départements artistiques des *networks*, et leur rôle déterminant pour faire de la télévision une attraction visuelle et créer « une culture visuelle *commerciale* qui soit moderne ».

La télévision, le cinéma, les stars

L'industrie du cinéma s'est très tôt intéressée à la télévision. Dès les années 1930, Paramount investit dans le développement du nouveau média, tandis que

plusieurs productions hollywoodiennes (dont deux films Paramount) en font leur thème central. **Stephen Tropiano** resitue ces films dans leur contexte : d'un côté, ils répondent à l'impatience du public envers une invention depuis longtemps annoncée, de l'autre ils nourrissent son imagination et ses craintes vis-à-vis de cette technologie inconnue. Celle-ci est présentée tantôt comme une source de rivalité entre pays, avec le risque qu'elle « tombe dans des mains ennemies », tantôt comme un « bon objet », « capable d'unir les hommes et les nations ». Dans le même temps, en présentant la télévision comme un média interactif, ces films font aussi directement écho aux recherches et expérimentations de l'époque.

C'est la période suivante, celle de l'après-guerre et des années 1950, que **Viva Paci** a choisi d'examiner. Elle aborde la question des relations entre cinéma et télévision selon deux points de vue complémentaires : la présence du cinéma à la télévision, la représentation de la télévision au cinéma. Sous ces deux aspects, la télévision apparaît, pour le cinéma, à la fois comme une promesse et comme une menace. Viva Paci invite à un rapprochement avec une autre période expérimentale, celle du tournant des années 2000.

Comment l'industrie hollywoodienne a-t-elle réagi face à l'essor de la télévision? Deux stratégies sont expérimentées à la fin des années 1940 et mises en œuvre : la *Theater Television* (télévision en salle), qui va permettre de retransmettre des spectacles de Broadway ou des événements sportifs dans les grandes villes des États-Unis, et la télévision payante (par paiement à la séance ou abonnement). **Kira Kitsopanidou** retrace le développement de ces alternatives à la télévision des *networks*. Elle met l'accent sur les enjeux économiques ainsi que sur les obstacles réglementaires qui ont entravé ces tentatives, conduisant à l'échec de la prise de contrôle du nouveau média par l'industrie hollywoodienne. Dans les années 1950, c'est une autre stratégie qui réussira : Hollywood vend ses films à la télévision et surtout devient producteur de programmes.

Alfred Hitchcock, en 1955, est le premier grand cinéaste hollywoodien à produire pour la télévision. L'immense succès de la série *Alfred Hitchcock Presents* fait de son présentateur une star du petit écran. **Jan Olsson** dresse le portrait d'Hitchcock en théoricien de la télévision interrogeant les fonctions de

communication et de transmission du média, tout en faisant des séquences de présentation (prologues et épilogues) un espace d'expérimentation ludique.

Qu'est-ce qu'une « star de télévision »? À partir des discours de la presse spécialisée et grand public, **Mary R. Desjardins** reconstitue la complexité des débats et polémiques qui entourent le concept de célébrité télévisuelle aux États-Unis à la fin des années 1940 et au début des années 1950. Elle décrit les différentes interprétations, variables selon le contexte, de l'opposition entre le « glamour » et l'« ordinaire », et analyse le regard porté sur les présentatrices des émissions de mode et sur les animatrices de talk-shows. Elle s'arrête sur la figure de Gloria Swanson, ancienne star de cinéma, qui fait du plateau de son émission un « véritable salon », mais aussi un « lieu d'échange intellectuel, où une femme à la mode préside débats et échanges d'idées ».

Le *personality system* de la télévision n'est pas le *star-system* du cinéma. Pour comprendre « comment on peut construire la simplicité et jouer le naturel », conjuguer glamour et simplicité, **James Bennett** a étudié le rôle joué par la BBC dans « cette invention hybride qu'est la célébrité télévisuelle », depuis le recrutement des premières speakerines dans la période d'avant-guerre jusqu'à la période des années 1950 où il apparaît que « concilier service public et glamour devint clairement un problème ». Une des conclusions de cette étude est d'inviter à prendre davantage en compte un aspect de la télévision : sa « dimension de spectacle visuel ».

À la lecture de ces études sur l'émergence ou l'essor de la télévision dans des pays très différents les uns des autres, on peut se demander si la notion de moment expérimental a un sens en dehors d'un contexte national. Ou doit-on, au contraire, considérer le moment expérimental de la télévision comme un moment international? Pour répondre à ces questions, **Jérôme Bourdon** commence par relever certaines caractéristiques internationales ; puis il observe un ensemble de « convergences » qui, à ses yeux, justifient que l'on puisse parler d'un « moment expérimental global ».