



## Études de communication

langages, information, médiations

8 | 1987  
Câble et stratégies éducatives

---

### Synthèse intermédiaire

Pierre Delcambre

---



#### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/edc/3012>

DOI : 10.4000/edc.3012

ISSN : 2101-0366

#### Éditeur

Université Lille-3

#### Édition imprimée

Date de publication : 1 avril 1987

Pagination : 78-79

ISSN : 1270-6841

#### Référence électronique

Pierre Delcambre, « Synthèse intermédiaire », *Études de communication* [En ligne], 8 | 1987, mis en ligne le 27 février 2012, consulté le 02 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/edc/3012> ; DOI : 10.4000/edc.3012

---

Ce document a été généré automatiquement le 2 mai 2019.

© Tous droits réservés

---

# Synthèse intermédiaire

Pierre Delcambre

---

- 1 Avant de démarrer cette demi-journée consacrée aux stratégies éducatives, je voudrais revenir sur la matinée d'hier. Pour plusieurs d'entre nous, la tonalité générale des discours a semblé être le pessimisme : comme si les déréglementations en vigueur ici et là entraînaient inéluctablement la disparition des institutions éducatives qui s'étaient lancées dans une production télévisuelle diffusée sur réseau câblé. Comme si la réflexion même sur les stratégies éducatives pour ces productions était devenue obsolète. Certes, il est indéniable qu'aujourd'hui, et c'est ce que nos collègues ont pu montrer, le câble semble être l'objet d'enjeux qui dépassent notre cadre d'action ; en particulier parce qu'il offre, avec le satellite, la possibilité de lancer des chaînes spécialisées, et que, dans cette course, ce sont les grosses firmes qui détiennent les clés de l'avenir, même pour l'« éducatif ». Ainsi on voit la Grande Bretagne, avec Olympus, s'apprêter à mettre en service une chaîne éducative européenne.
- 2 Mais pour autant, est-ce la mort de ce qui nous rassemble ici : la poursuite de productions correspondant à des pratiques éducatives dans un cadre localisé, et ciblé ? Nos questions pour ce colloque étaient bien celles-ci : « Dans un réseau câblé, correspondant à une aire géographique déterminée (et cette contrainte française présente dans le plan câble de 1982 est fort précise), quelle place pour l'éducatif ? » et « Quelles stratégies éducatives sont rendues possibles par une diffusion câblée, localisée et interactive » ? Pour ma part je ne pense pas que nos réflexions soient caduques, même s'il faut repenser notre place avec plus de réalisme.
- 3 Et je voudrais pour vous en convaincre ajouter au tableau qu'ont dressé nos collègues quelques éléments, glanés en particulier dans les documents sur les expériences en Amérique du nord, que Michel Pichette a pu nous communiquer. On y voit en particulier comment les sociétés commerciales de diverses sortes peuvent s'intéresser au câble, dans cette perspective localisée et ciblée. Car le câble, c'est aussi l'espérance de recettes, notamment pour un large secteur commercial, dont la télésurveillance (vol, incendie) est le plus connu. Insistons sur un point : un tel développement commercial est imaginable -

concurrentement au développement de chaînes transnationales à disposition d'un téléspectateur transnational, payant au prorata de ce qu'il consomme - parce que le câble permet plus d'interaction.

- 4 En effet l'interactivité permet de développer tous les systèmes de type médiamétrie, et le commerce a déjà pensé à en tirer partie. Deux exemples qui ont cours aux USA. La télévente d'abord : dans une aire localisée, vous faites une émission de promotion (prenons un produit culturel, ça fera plaisir : le livre) ; à la fin de l'émission, mettons de type « Apostrophes », non seulement vous donnez à voir les livres, mais vous questionnez les téléspectateurs : voulez-vous acheter, OUI/NON ? En utilisant les touches restantes de sa manette de commande à distance, dédiées à ces opérations de réponse, comme dans le système QUBE, celui-ci commande. Autre exemple : c'est la possibilité, pour un homme politique, de faire des émissions-test de nouvelles idées, sur un public restreint, et qu'il peut connaître : pour chaque intervention, on peut installer un système de médiamétrie, dont la mise en place est plus facile dans le cadre d'une interactivité par le câble que par un biais téléphonique.

On notera que les études de marché sont aussi intéressées par cela, puisque le public est plus aisément identifiable, le cablo-distributeur connaissant ses abonnés, surtout dans un système « pay for view ». Des problèmes déontologiques se poseront certainement, mais le fait est là : il y a un avenir commercial à la communication câblée. Le câble, ce n'est pas seulement un système-relais pour un arrosage général par satellite.

Il n'est donc pas inutile de s'interroger sur les types de produits que certains ont déjà mis en place, dans une perspective éducative. Car, que ce soit sous forme de service ou de programme, il faut trouver des formes qui répondent à des besoins publics ou de publics. Il nous faut explorer les possibilités de l'interactivité pour trouver les formes télévisuelles les plus adaptées à une réussite éducative, selon la perspective « éducative » que nous aurons choisie.

- 5 Aussi je laisse la parole à ceux qui, dans la situation et les contraintes spécifiques qui étaient les leurs, ont commencé cette exploration.

---

AUTEUR

PIERRE DELCAMBRE

**Pierre Delcambre**, Université de Lille III