Zeitschrift: Générations : aînés
Herausgeber: Société coopérative générations
Band: 35 (2005)
Heft: 6

Rubrik: Télévision : les seniors en vedette

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

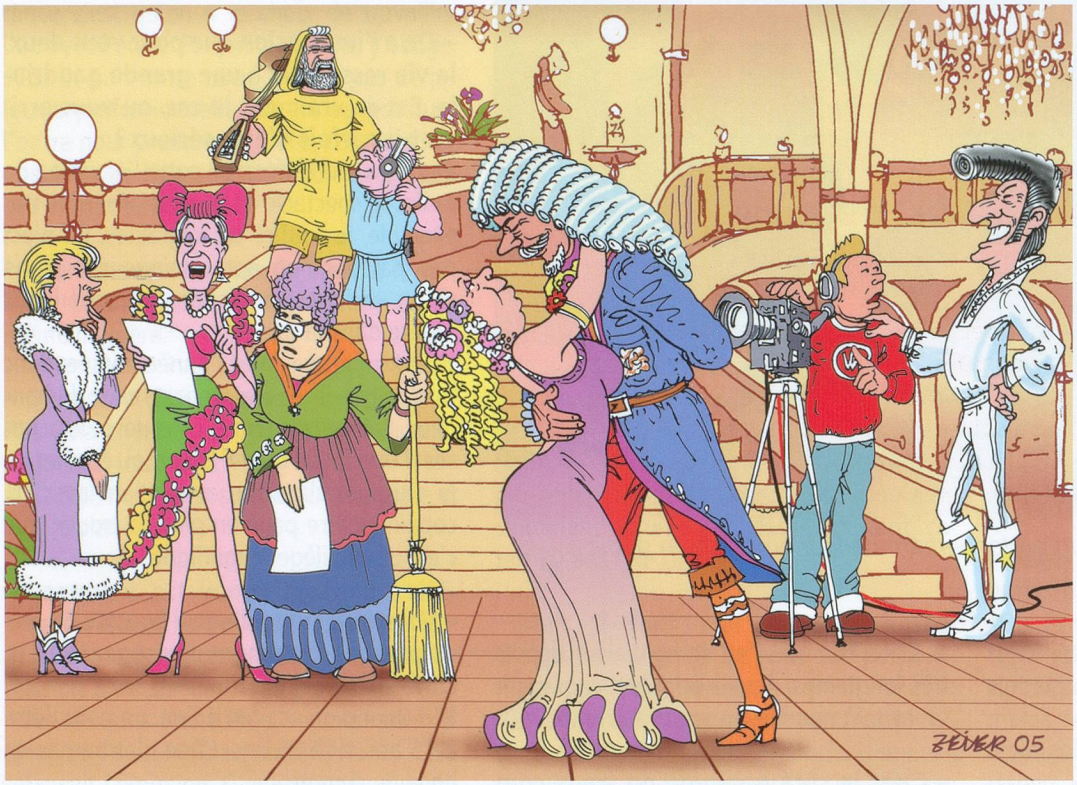
Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 10.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Télévision

Les seniors en vedette



Treize retraités âgés de 60 à 77 ans participent en ce moment à l'enregistrement de *Super Seniors*, la nouvelle émission de Béatrice Barton. But de l'opération: présenter une image réaliste des personnes âgées.

Depuis qu'ils représentent un large pouvoir d'achat, qu'ils vivent mieux et plus longtemps, les seniors sont à la mode. Pas étonnant donc que «votre» télévision décide d'en faire des vedettes à part entière. Les candidats à l'enregistrement de *Super Seniors* se sont bousculés au portillon. Près de trois cents retraités ont répondu à l'appel lancé par la Télévision romande. «Nous en avons retenu cent vingt, puis vingt-quatre et finalement treize», déclare Béatrice Barton, productrice de l'émission et spécialiste de la télé-réalité à la sauce romande (elle avait déjà produit le *Mayen 1903* il y a deux ans).

Pour cette nouvelle émission, Béatrice Barton s'est inspirée d'un concept créé par la télévision norvégienne, qui mettait en scène des retraités vivant dans un huis clos durant dix semaines. «A l'issue de la diffusion d'une quarantaine d'épisodes, les producteurs norvégiens ont constaté que l'émission avait radicalement changé l'image des seniors auprès des jeunes.»

A la TSR, on a donc prévu d'effectuer un sondage avant et après la série diffusée cet automne. Ces deux enquêtes devraient permettre de déterminer quelle est la perception des des retraités par les jeunes aujourd'hui et, a posteriori, constater une éventuelle modification.

Contrairement aux émissions de «télé-poubelle» diffusées sur les chaînes privées, les notions de compétition, d'élimination ou de récompense sont bannies du concept proposé par la TSR. Les participants mettront en commun leurs talents et leurs connaissances pour animer une émission qui se veut populaire, conviviale et créative.

Place au spectacle!

Pour l'heure, les treize personnes sélectionnées (sept femmes, six hommes) vivent dans un hôtel situé au-dessus de Champéry, où l'on procède à l'enregistrement des émissions qui seront diffusées dans le courant de l'automne. Mais rassurez-vous, les participants ne restent pas cloîtrés durant huit semaines et aucun jury n'intervient dans le déroulement de cette expérience. Le but de l'émission doit permettre de mettre en valeur les qualités des seniors, de démontrer que l'âge n'a pas de prise sur leurs passions, qu'ils sont capables de créativité, voire d'un soupçon de folie.

«En outre, ajoute Béatrice Barton, les treize participants effectueront de fréquentes incursions à travers la Suisse ro-

Les super seniors à la TV

L'émission *Super Seniors* sera diffusée dès le 15 octobre, tous les samedis à 20 h 10, jusqu'en décembre.
La revue, créée et jouée par les super seniors, sera diffusée dans le cadre de la grille des fêtes de fin d'année. Une tournée du spectacle est envisagée au début 2006 à travers la Suisse romande. Vous pourrez faire plus ample connaissance avec les participants et suivre l'évolution de l'émission au fil des mois dans *Générations*.

››› Rendez-vous hebdomadaire sur notre site: www.magazinegenerations.ch

mande, de manière à élargir leur horizon et diversifier les sujets. Nous organiserons des activités variées et originales, qui permettront de découvrir quelques facettes de leur personnalité.»

Durant deux mois, les treize superseniors vont également participer à la création d'une revue. «Ils en choisiront les thèmes, en écriront les textes et la joueront, déclare la productrice. Nous avons donc sélectionné des personnes qui avaient l'habitude de la scène. Mais uniquement des amateurs...»

Pour cette «Star Ac'» de l'âge d'or, on a donc engagé des professeurs. Et pas n'importe lesquels. Pierre Naftule, créateur de la *Revue de Genève* fonctionnera comme conseiller et animateur, la comédienne Bérangère Mastrangelo et la chorégraphe Brigitte Matteuzi feront profiter les candidats de leur expérience en leur inculquant les bases du jeu, du chant et de la danse.

A l'issue de ces deux mois de préparation, les superseniors présenteront un spectacle d'une heure qui sera diffusé sur la TSR à la fin de l'année. «Si tout se passe bien, nous prévoyons même d'effectuer une tournée à travers la Suisse romande», conclut Béatrice Barton.

Des instants de vie

Le spectacle ne représente qu'un aspect de l'expérience. Car les thèmes abordés dans la revue sont directement liés aux problèmes que rencontrent au quotidien les seniors dans notre société. «Chaque participant a sa propre histoire, son propre vécu, explique Béatrice Barton. Nous avons donc prévu de réaliser des interviews, sortes de documents de société où les seniors parleront de leurs relations avec leurs petits-enfants, de leurs maladies, des décès, mais aussi de leurs joies et de leurs passions. L'objectif est de capter des instants de vie, sur le vif, et de les diffuser entre deux scènes de répétition.»

A travers ces petites séquences plus intimistes, l'émission tentera de présenter une image réaliste de la condition des retraités aujourd'hui et dans nos régions. La valeur de ces témoignages dépendra bien évidemment de la personnalité et du vécu de chacun des treize sélectionnés.

Quant à la motivation des participants, elle se trouve avant tout dans la curiosité et l'expérience personnelle. «Participer à une émission de télévision, c'est le rêve de leur vie, note Béatrice Barton. Nous ne voulions pas faire intervenir la notion de gain dans cette aventure. Les personnes sélectionnées sont nourries, logées et défrayées, mais il n'est pas prévu de leur octroyer un cachet.» En fait, comme le dit si joliment la formule d'usage: ils gagneront à être connus!

Une question reste ouverte: l'image des seniors sortira-t-elle modifiée, et plus particulièrement auprès des jeunes, à l'issue de la diffusion de cette série? Réponse à la fin de l'année, après onze rendez-vous à ne manquer sous aucun prétexte.

J.-R. P.

VAGABONDAGES — **PAR CLAUDE TORRACINTA**

Prière de me parler en français!

J'ai reçu récemment mon nouvel annuaire téléphonique. En fait, je devrais parler de mon nouveau *directories* car à Swisscom on ne parle plus français, mais franglais, comme d'ailleurs dans de nombreuses entreprises dont la publicité se fait de plus en plus en anglais comme si nos langues nationales étaient incapables de vanter les mérites de leurs produits.

J'aime me rendre aux Etats-Unis. Je trouve que Londres est une des capitales européennes les plus fascinantes et que la littérature anglo-saxonne est une des plus riches de ces cinquante dernières années. Mais cela ne justifie nullement que je doive accepter cette vague qui nous submerge, cette mode qui veut qu'on me parle en anglais. Certes notre langue doit évoluer, s'adapter aux nouvelles technologies et s'enrichir de nouveaux mots. Mais on n'en est plus là. Un avion d'une compagnie *low cost* ne s'écrase plus, il se *crashe*. Je ne vais pas dans une jardinerie, mais dans un *gardencenter*. Je ne reçois pas un courriel, mais un e-mail et une vedette oubliée ne fait plus son retour sur scène, mais son *come-back*. Trop, c'est trop!

Dans son dernier bulletin, l'Association défense du français recense les anglicismes utilisés par la Migros dans un dépliant publicitaire. Une liste sans fin de termes abscons dont le sens doit échapper à la majorité des lecteurs. Mais, le plus étonnant est la réponse de la Migros qui justifie ce recours à l'anglais par la mode et son souci d'utiliser une langue «neutre» pour s'adresser aux trois régions du pays. On croit rêver!

Au risque de passer pour un ringard et un conservateur, je prétends que cette dérive n'est pas acceptable et que nous devons être exigeants sur la défense des nos langues nationales si nous ne voulons pas qu'elles s'appauvrissent. L'exemple du Québec, réduit francophone dans un monde anglo-saxon, montre qu'il est en effet possible de freiner cette évolution. Dans les années soixante, le français y était en recul. La publicité était le plus souvent en anglais et dans les magasins de Montréal la plupart des vendeuses étaient incapables de vous répondre en français. Par une politique volontariste et des mesures législatives, les autorités du Québec ont réussi à stopper cette vague anglo-saxonne, à préserver l'identité et la langue.

Nous devons nous inspirer de cette politique. Il faut soutenir les parlementaires qui réclament une nouvelle loi sur les langues et estiment que l'administration doit donner l'exemple en bannissant les anglicismes de ses formulaires. Il faut que les médias renoncent au franglais qui envahit articles et émissions. Il faut protester auprès de toutes les entreprises qui, par facilité, préfèrent les anglicismes aux charmes du français, de l'allemand et de l'italien. Bref, il faut réagir avant qu'il ne soit trop tard!

Claude Torracinta

››› Association défense du français, Case postale 68, 1001 Lausanne