

Regards sur la télévision en Grande-Bretagne

Autor(en): **Abrecht, Peter**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue économique et sociale : bulletin de la Société d'Etudes Economiques et Sociales**

Band (Jahr): **12 (1954)**

Heft 1

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-134364>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Regards sur la télévision en Grande-Bretagne

par PETER ABRECHT

Dr ès sciences économiques et commerciales

La télévision (TV) est une des inventions importantes de notre époque. Désirée ou pas, cela importe peu. Elle existe et se développe à un rythme qui dépasse souvent les pronostics les plus audacieux.

La Grande-Bretagne nous en fournit un exemple particulièrement frappant. Le génie des ingénieurs britanniques en a permis une évolution remarquable. En 1936, la British Broadcasting Corporation (BBC) commença à Londres le premier service de télévision publique dans le monde avec des émissions quotidiennes régulières. Ce service, suspendu pendant la guerre, fut repris en 1946. Dans les années suivantes, il devait prendre en Grande-Bretagne un essor considérable. Aujourd'hui cinq émetteurs principaux et trois émetteurs auxiliaires sont répartis dans tout le pays. Environ 84 % de toute la population sont maintenant dans les rayons d'action de ces huit stations. Dans aucun pays du monde un pourcentage si élevé n'a été atteint jusqu'ici. Certains projets concrets se proposent même de porter ce chiffre à environ 97 %, par l'installation d'une dizaine de petits émetteurs nouveaux.

Le tableau suivant montre l'accroissement énorme du nombre des concessions combinées pour la radio et la télévision.

*Tableau n° 1 : Nombre de concessions combinées pour la radio et la télévision
(chiffres cumulatifs pour la fin de chaque année)*

Année	Nombre
1946	7.467
1947	32.994
1948	92.784
1949	239.345
1950	577.854
1951	1.162.359
1952	1.892.832
fin oct. 1953	2.727.070

A la fin de l'année 1953, on pouvait estimer le nombre d'appareils de télévision utilisés en Grande-Bretagne à trois millions, c'est-à-dire qu'il y a un récepteur par cinq familles.

La BBC, qui occupe environ 13.000 personnes, dont plus de 1500 exclusivement pour la télévision, dispose à Lime Grove (Londres) de cinq grands

studios de télévision remarquablement installés. Elle envisage même la création d'un véritable centre de télévision à White City (Londres), mais l'obstacle principal à un tel projet est d'ordre financier.

Le financement constitue un des problèmes majeurs de la télévision dont les immobilisations et l'exploitation exigent des capitaux considérables.

Au 31 mars 1953 (fin du dernier exercice), ses immobilisations se montaient à environ 40 millions de francs suisses. Pendant le dernier exercice, la télévision britannique a coûté 54 millions de francs environ, dont 11,5 millions se rapportent à de nouvelles immobilisations et 42,5 millions à des dépenses courantes. Ces dernières se subdivisent comme suit (pourcentages du total de 42,5 millions) :

Programmes (artistes, speakers, droits d'auteurs, salaires, etc.)	36 %
Services techniques (loyers pour installations techniques, entretien, salaires, etc.)	45 %
Immeubles (entretien, loyers, etc.)	11 %
Etablissements régionaux (salaires, etc.)	3 %
Direction et services centraux	3 %
Contribution à la caisse de pension du personnel et au fonds de bienfaisance.	2 %
Total des dépenses courantes	<u>100 %</u>

L'amortissement des immobilisations s'est élevé à près de 2,7 millions de francs pour le dernier exercice.

En revanche, la part des droits de concession destinée à la télévision n'a été que de 21 millions de francs environ. Le reste des dépenses de 54 millions a été couvert par un prélèvement sur les réserves et plus spécialement par l'utilisation d'une partie du revenu provenant des droits de concession pour la radio. Ainsi donc, la télévision britannique est actuellement financée partiellement aux dépens des auditeurs de la radio.

Le coût considérable de la télévision est particulièrement éloquent en ce qui concerne les reportages et les transmissions. A cet effet, la BBC possède plusieurs grandes voitures (appelées « unités mobiles »). Chacune d'elles est complètement équipée de trois caméras et de tout le matériel adéquat. Elles sont stationnées dans les diverses régions du pays. L'acquisition d'une telle station mobile coûte à peu près 800.000 francs et son exploitation (y compris une part des frais généraux) plus de 1,2 million de francs par année. Une seule unité occupe régulièrement quatorze personnes environ. Elles peuvent faire en moyenne deux reportages ou transmissions par semaine.

Si la télévision est onéreuse pour la BBC, elle ne l'est pas moins pour le public, c'est-à-dire les spectateurs. L'achat d'un récepteur et l'installation (antenne spéciale, etc.) constituent déjà une dépense importante. Il est vrai que les postes les meilleur marché coûtent fr. 540.—. Mais ils sont alors très simples et n'ont qu'un petit écran. Pour un bon appareil il faut généralement compter entre fr. 800.— et fr. 1000.—. Il va sans dire que les modèles de luxe sont beaucoup plus chers. L'impôt sur le chiffre d'affaires (purchase

tax), inclus dans les prix, est de 50 % sur les prix de gros et presque 20 % sur les prix de détail, ce qui renchérit passablement les appareils.

Dans ces conditions, la tentation est grande pour les gens à revenu modeste en particulier d'acheter un récepteur à crédit. La vente à tempérament est propagée avec beaucoup de publicité. Légalement, un tiers du prix doit être versé lors de la livraison et le reste payé en acomptes, dont le dernier doit s'effectuer au plus tard dix-huit mois après l'acquisition de l'appareil. Des sondages ont permis de constater, en 1952, que la proportion des postes vendus à crédit varie de 30 à 50 %, selon la région et le moment de l'achat.

L'usage de la télévision ne se limite pas aux classes riches et aux classes moyennes. Le tableau suivant, établi par l'« Audience Research » (c'est-à-dire le service d'étude du « marché ») de la BBC ¹ atteste qu'elle se répand de plus en plus dans la classe ouvrière.

Tableau n° 2 : Répartition approximative des récepteurs de télévision dans cinq classes de revenu (1947-1951)

Revenu annuel du chef de fa- mille en £ 1 £ = Fr. 12.25	Fin 1947		Fin 1948		Fin 1949		Fin juin 1950		Fin juin 1951		Répartition approximative de la population dans régions desservies par TV (en %) ²
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	
plus de 1000	8.500	24	19.000	20	33.600	14	45.000	11	81.000	9	5
650-1000	8.500	24	20.000	21	45.600	19	65.500	16	126.000	14	10
400-650	9.000	26	29.400	31	79.200	33	152.000	37	243.000	27	23
225-400	7.250	21	22.800	24	72.000	30	123.000	30	405.000	45	54
moins de 225	1.750	5	3.800	4	9.600	4	24.500	6	45.000	5	8
Totaux	35.000	100	95.000	100	240.000	100	410.000	100	900.000	100	100

D'après ce tableau, le nombre absolu d'appareils a augmenté considérablement dans chaque classe sociale, mais les pourcentages des deux premières ont diminué d'une manière indiscutable. Il est aussi intéressant de comparer pour 1951 la distribution en pour-cent des appareils avec celle de toute la population des régions desservies par la télévision : chaque classe tend à être représentée dans le public de télévision proportionnellement à son importance numérique par rapport à la population totale.

Comme le niveau des salaires n'est pas très élevé en Grande-Bretagne, il est évident que les gens à revenu modeste qui acquièrent des récepteurs, sont obligés de comprimer une partie de leurs dépenses considérées normalement comme « vitales ». En outre, il y a lieu de relever qu'un assez grand nombre de femmes mariées travaillent, même si ce n'est pas strictement nécessaire à

¹ Cf. *BBC Quarterly*, printemps 1952, p. 32.

² En anglais : Estimated distribution of population in Service Area %.

l'existence du ménage, afin d'améliorer leur standard de vie et d'augmenter leur confort (p. ex. en vue d'acheter un appareil de télévision).

En Grande-Bretagne, le droit de concession pour un récepteur de télévision est modeste. Il s'élève à fr. 24.50 (y compris fr. 12.25 pour la radio). On envisage actuellement une augmentation à fr. 36.75 du coût de la concession combinée (radio-télévision).

Le courant électrique consommé par un appareil de télévision est minime : environ 1 à 2 centimes par heure. En revanche, les frais de réparation peuvent être élevés, notamment si le tube est défectueux. Mais on peut admettre qu'un bon récepteur fonctionnera généralement pendant plusieurs années, sans gros frais d'entretien.

La forte demande d'appareils a fait naître une industrie et un commerce très prospères. Une grande variété de marques, avec plus de 120 modèles différents se rencontrent sur le marché. Le nombre des récepteurs vendus par les fabriques s'est élevé à 803.000 en 1952 contre 712.000 environ en 1951. Le chiffre de 803.000 comprend près de 6000 postes exportés (principalement au Canada, mais aussi au Brésil). La production d'appareils de télévision en 1953 a atteint un record d'un million d'unités. Actuellement, elle égale grosso modo celle des appareils de radio, ce qui prouve d'une manière indubitable l'essor de cette nouvelle industrie.

Environ 6000 magasins de détail, organisés dans la « Radio and Television Retailers Association » distribuent les récepteurs. Voici le nombre moyen d'appareils vendus mensuellement par chaque magasin pendant le premier semestre de l'année 1953 :

janvier	février	mars	avril	mai	juin
10	8	8	10	19	8

La hausse du mois de mai reflète l'empressement du public à acquérir des récepteurs afin de suivre à la télévision les cérémonies du Couronnement du 2 juin¹. Tandis que le programme du Couronnement a partout trouvé un accueil chaleureux, les émissions ordinaires font souvent l'objet d'une vive critique dans la presse et dans le public. Certes, la triple tâche de la BBC — information, éducation et distraction — n'est pas facile, d'autant plus qu'elle cherche à guider le goût du public au lieu d'être influencée par lui. Il est impossible de satisfaire tout le monde. Mais il faut reconnaître que la BBC présente des programmes assez variés. Voici la composition des émissions diffusées du mois d'avril 1952 au mois de mars 1953 (total de 35 heures par semaine en moyenne :

¹ Si le Couronnement eut une importance considérable pour le commerce de la télévision, il fut le grand événement pour les spectateurs. A l'occasion de cette manifestation, la BBC présenta un programme remarquable qui suscita des éloges unanimes. Nous avons pu suivre à Londres cette émission qui dura près de sept heures et qui nécessita le concours de 21 caméras.

Films de distraction	4 %
Reportages et transmissions autres que sportifs	6 %
Reportages sportifs	14 %
Actualités et films documentaires	13 %
Emissions religieuses	1 %
Emissions pour les enfants	20 %
Conférences, démonstrations et programmes documentaires	14 %
Emissions légères, y compris comédies musicales	11 %
Théâtre	14 %
Opéra, musique classique et ballet	3 %
Total	<u>100 %</u>

La BBC estime qu'un programme normal de soirée est suivi par environ la moitié de toutes les familles qui possèdent un appareil. A l'occasion de certaines émissions populaires, cette proportion augmente fortement.

Le niveau culturel du service de télévision britannique peut être considéré comme étant relativement élevé, si l'on tient compte du fait que la grande masse des spectateurs réclament surtout des émissions légères, des pièces policières, etc. Les programmes documentaires, les reportages, certaines pièces de théâtre et des scènes de ballet sont en général de bonne qualité. La chorégraphie paraît se prêter particulièrement bien à la télévision.

D'autre part, il y a des émissions dont l'effet sur le public est certainement nocif, en ce sens notamment que les spectateurs sont habitués de plus en plus à abandonner des activités de loisir créatrices et à se contenter de jouer un rôle purement passif. Au lieu de faire des jeux eux-mêmes, les spectateurs regardent des jeux qui sont faits à leur intention dans le studio de télévision...

Lord Simon of Wythenshawe, ancien président de la BBC, relève ce danger dans son ouvrage « The BBC from Within »¹, en citant la lettre suivante, qui se passe de tout commentaire, écrite par un cheminot :

« La télévision m'intéresse vivement comme spectateur. Elle doit avoir transformé les habitudes de milliers de travailleurs, comme elle a changé les miennes. Elle a ouvert de nouveaux horizons et des possibilités d'éducation auxquels nous n'aurions jamais pu aspirer. Je n'écoute plus jamais la radio et je sors rarement le soir ; je ne suis allé qu'une fois au cinéma en dix-huit mois. En fait, je suis heureux de la télévision. Mais j'aimerais vous aider davantage. — P.-S. : J'ai également démissionné du Conseil communal et ne m'occupe plus de politique. »

On commente beaucoup l'effet de la télévision sur l'industrie des cinémas. Il y a quelques mois, un membre du Gouvernement britannique déclarait, lors d'une conférence de presse, que la télévision enlèverait la moitié de la clientèle des cinémas. C'est un fait que nombre de ces entreprises ne font plus de bonnes affaires. 236 des 550 cinémas de la J. Arthur Rank Organisation (le trust) travailleraient aujourd'hui à perte. Dans la lutte contre la télévision, cette organisation a fait un film « antitélévision » (« Meet Mr. Lucifer »). Les

¹ Page 130.

associations de la branche réclament une diminution de l'impôt sur les divertissements — qui est assez lourd en Grande-Bretagne — afin d'assainir cette industrie. Des sondages ont permis de constater que, dans une certaine mesure, la télévision retient le public à aller au cinéma ¹.

Pour nous faire une idée de la situation, nous avons établi le tableau suivant :

Tableau n° 3 : Télévision et cinémas

Année	Nombre de concessions pour la TV	Recettes des cinémas britanniques en millions de £		Nombre de spectateurs dans les cinémas « Rank » (en milliers)	Index des prix d'entrée des cinémas
		aux prix courants	aux prix de 1948		
1	2	3	4	5	6
1946	7.467	121	121	1.635	100
1947	32.994	108	108	1.462	100
1948	92.784	112	112	1.514	100
1949	239.345	105	105	1.430	100
1950	577.854	107	107	1.396	100
1951	1.162.359	110	105	1.365	105
1952	1.892.832	113	102	1.312	111

Les chiffres des colonnes 4 et 5 du tableau n° 3, comparés avec ceux de la colonne 2 montrent que la régression d'affaires des cinémas n'est pas considérable de 1949 à 1952, c'est-à-dire dans les années du grand essor de la télévision. Jusqu'ici, cette dernière n'a donc pas exercé une très importante influence sur la fréquentation des cinémas, surtout lorsque les films sont bons. La diminution des recettes durant les premières années d'après guerre s'explique par le fait qu'au cours des hostilités les biens de consommation étaient rares tandis que les services (cinémas, etc.) étaient relativement abondants ; les gens allaient donc souvent au cinéma. Avec l'allègement d'après guerre dans le secteur de la consommation, le public a modifié ses habitudes. La récente diminution des recettes de cinéma (1951 et 1952) peut être partiellement attribuée à l'augmentation des prix d'entrée (colonne 6 du tableau n° 3).

Les théâtres se plaignent également de la concurrence de la télévision. Quelques-uns commencent à réduire leurs prix d'entrée, afin d'attirer davantage de spectateurs. Il est évident que leur situation n'est pas sans présenter d'étroites analogies avec celle des cinémas.

Une des questions les plus controversées en Grande-Bretagne à l'heure actuelle, est celle de la télévision commerciale. Jusqu'à présent, il n'y avait qu'un seul programme, celui de la BBC, qui jouit d'un monopole en matière de télévision. Récemment, le Gouvernement britannique a publié le plan

¹ Nous nous abstenons de donner des chiffres qui ne nous paraissent pas très représentatifs de la situation.

d'un second programme, préparé par des sociétés privées, mais contrôlé par une corporation de droit public. Son financement se ferait par des émissions de publicité commerciale. Il est trop tôt pour juger déjà de la télévision commerciale, telle qu'elle est envisagée en Grande-Bretagne. Tout ce qu'on peut dire pour le moment, c'est qu'elle rencontre, non sans raison, une forte opposition dans divers milieux.

L'introduction d'un second programme de télévision et l'extension du premier programme à la presque totalité du territoire britannique préoccupent très sérieusement le Gouvernement. Ce n'est probablement qu'après la réalisation de cette phase que la télévision en couleur sera introduite, bien qu'elle soit déjà assez développée aux Etats-Unis d'Amérique. Il y a un certain danger que la Grande-Bretagne reste en arrière à cet égard.

Par contre, la BBC a remporté des succès remarquables en ce qui concerne la télévision internationale. Pour la première fois, elle a diffusé, en 1952, simultanément avec le service français de télévision, des programmes transmis directement de Paris, en surmontant de grosses difficultés techniques, entre autres celle de convertir l'image du système français de 819 lignes en image du système britannique de 405 lignes.

La télévision ouvre d'importantes perspectives nouvelles. Du point de vue technique, elle est admirable ; c'est une des merveilles de notre temps. Mais il faut être assez lucide pour en découvrir les très grands dangers sociaux et culturels, car elle aura, dans les années à venir, une influence considérable dont on ne saurait encore juger toute la portée. On peut affirmer que la télévision apporte au public un monde nouveau, sans que beaucoup de spectateurs — dans leur rôle purement passif — soient conscients que ce n'est pas le monde réel dans lequel ils sont appelés à vivre qui leur est offert. Les dangers du cinéma et de la radio se trouvent réunis et même fortement accrus par la télévision. Celle-ci sera ce que nous en ferons. Puisse-t-elle être mise au service du progrès !

SOCIÉTÉ FIDUCIAIRE LÉMANO

G.-A. Schaefer, adm.

LAUSANNE

12 bis place St-François

Tél. 23 66 22

● *Spécialistes en matière fiscale*

Société reconnue par le Conseil fédéral comme institution de revision au sens des articles 732, 764 et 874 C. O.

Discrétion absolue