



cette fois bien accueillie : elle est dite, « plus variée », « plus intelligente ».

Au fil des ans, ces programmes vont suivre l'évolution générale de la télévision et vont connaître leurs propres heures de gloire, avec notamment *Bonne nuit les petits* (1963), *Bayard*, *Thierry la Fronde*...

Toutefois, la question de la violence ne tarde pas à se poser. En 1964, *Télérama* y consacre un dossier spécial : « *A la télévision, ne présentez pas à nos enfants des scènes de violence inquiétant les lecteurs* ». Mais « *Toute violence n'est*

publicité parce que consommateurs et prescripteurs.

90 % des Français reçoivent la télévision en 1967. La couleur fera son entrée dans les programmes jeunesse avec *Colorix*, la publicité de marque en 1968.

Progressivement, une télévision de « *gestionnaires* » va se substituer à une télévision dite de « *salimbanques* », ceci ne sera pas sans effets sur les contenus des émissions enfantines. Déjà, on pressent les enfants comme des cibles privilégiées pour la

lant les habitudes, les repères culturels et sociaux, il supporte de nombreuses critiques, de la part de l'opinion publique et du milieu de la recherche. Ce dessin animé donne lieu à un ouvrage écrit par une psychosociologue : Seul, à cinq ans avec *Goldorak*. Les enfants desincent des robots à la place de leurs habituels têtards, ils jouent à *Goldorak* dans les cours de récréations. Tout cela est perçu comme un phénomène inquiétant. Bombardements émotionnels, imprégnation des conduites violentes vues à la télévision, sont les points essentiels sur lesquels on attire l'attention des parents, éducateurs et enseignants.

En revanche, ce qui passe inaperçu, c'est le langage inédit que véhicule cette série : un langage préfabriqué que les enfants mettent peu de temps à intégrer, mais qui échappera totalement aux parents « astérohache, jûlguropoint... », creusant ainsi le fossé entre les générations.

La première loi de libéralisation de l'audiovisuel annonce que la « *communication audiovisuel est libre* » (29 juillet 1982). Cela se traduit par l'arrivée de chaînes privées : Canal+, chaîne à péage, puis La Cinq, M6... Silvio Berlusconi, qui se voit confier la Cinq, inaugure des méthodes de programmation inusitées jusqu'alors en France. Carlo Freccero, programmeur de la chaîne, expose ses objectifs de cette manière : « *La vie quotidienne doit être complètement régulée par le rythme de la télévision. Il faut arriver à une véritable physiologie de la consommation télévisuelle.* » Dès lors, c'est véritablement une autre conception du public qui se met en place, en même temps qu'un autre rapport à ce public. Les jeunes téléspectateurs n'échappent pas à cette logique de rationalisation de l'audience.

C'est au cours de cette période, c'est-à-dire entre 1982 et 1986 que sont mis en place les premiers programmes matures destinés aux enfants.

En 1986, la décision est prise de privatiser une des chaînes publiques, le choix se porte sur TF1. En termes d'émissions pour les enfants, cela se traduit pour TF1 par une refonte complète du service jeunesse. Un contrat est passé avec la société AB Productions qui fournira clé en mains la quasi-totalité des émissions jeunesse diffusées, par la chaîne. L'animatrice en est Dorothee. Fictions japonaises et américaines constituent l'essentiel des contenus diffusés dans *Le Club Dorothée*. Avec *Le Club Dorothée*, les programmes jeunesse connaissent une rationalisation marchande sans précédent.

Les fictions japonaises diffusées dans le cadre de ce programme jeunesse livrent parfois des images d'une grande violence.

Nous noterons au passage l'évolution des représentations de la violence à la télévision dans les programmes destinés à la jeunesse. Une surenchère heureusement stoppée, au moins pour ce qui concerne les programmes jeunesse, grâce à la mobilisation de l'opinion.

Outre le problème de la violence, cette histoire, longue d'une cinquantaine d'années est parcourue par des questionnements récurrents, ils concernent :

– **les tranches d'âge** : la jeunesse est un concept aux contours flous qui peut subir des fluctuations selon les représentations que l'on se fait de l'enfance et selon les intérêts en jeu. En d'autres termes : qui décide des catégories d'âge ? Les émissions pour les préscolaires sont-elles différenciées des émissions pour les tranches d'âges supérieures ? Pourquoi s'adresser maintenant aux bébés ?

– **le choix des contenus** : les programmes jeunesse offrent une diversité des genres ou, au contraire, tendent à une standardisation et à une uniformisation. Qu'est-ce qui préside aux choix successifs en matière de réalisation, de production et de diffusion de fictions pour la

jeunesse ? Pourquoi cette émission-là ? À ce moment-là ? Pour ce public-là ?

– **la mission des émissions jeunesse** : éducation et/ou divertissement. Pourquoi s'orienter-t-on vers le divertissement plutôt que vers l'éducatif ? Une combinaison du divertissement et de l'éducatif est-elle possible ?

– **la responsabilité sociale à l'égard des enfants** par rapport à la télévision (pouvoirs publics, professionnels des médias, parents, enseignants...), qui l'assume ? Comment se la partage-t-on ?

Ces questionnements sont toujours à l'œuvre aujourd'hui et peuvent s'étendre aux autres médias ainsi qu'aux technologies de l'information et de la communication. Car l'évolution que nous connaissons est celle du multimédia et du multi-équipement, (Internet, téléphone portable, jeux vidéo, lecteurs MP3, etc.). Par ailleurs, les écrans ont non seulement intégré l'univers familial, mais ils ont fait leur entrée dans les chambres des enfants et ce, à un âge de plus en plus avancé. La télévision ne se contente plus de réserver quelques cases au public des enfants, des chaînes entières leur sont dédiées ; les programmes jeunesse ne se contentent plus de cibler les enfants de 4 à 10 ans, la télévision les cible dès leur naissance, etc.

C'est un fait incontestable, les médias et les technologies de l'information et de la communication occupent désormais une place importante dans la vie des familles. Les supports à destination des enfants et de leurs parents sont nombreux et les contenus variés, mais quantité ne rime pas nécessairement avec qualité.

Pour les parents, la question centrale est de savoir comment se situer dans cet univers composite et parfois déroutant ? Comment faire « *avec* » sans se laisser dépasser ? Quelle attitude parentale adopter face à ces jeunes générations à l'ini-