

« Les fêtes de fin d'année à la télévision : l'invention d'une tradition, des années 1950 à aujourd'hui »

Géraldine Poels

Résumé : Rien de plus traditionnel, à première vue, que les programmes télévisés qui accompagnent les fêtes de fin d'année. Cette impression d'éternelle répétition occulte cependant un long processus d'invention de la tradition. Evolutions socio-culturelles et évolutions du système médiatique se conjuguent et expliquent les formes successives qu'ont prises les réveillons télévisés. En retour, ceux-ci se imposés comme des rituels désormais incontournables. A partir de l'exemple français, on peut distinguer trois moments, caractérisés à chaque fois par des programmes-phares, qui traduisent une conception spécifique du « meilleur de la télévision » et de son rôle, et qui répondent plus ou moins aux aspirations des téléspectateurs : les années cinquante (1950- 1963) qui voient la naissance du « réveillon » télévisé, les années soixante (1964-1972) marquées par les grands festivals des « fêtes de fin d'année », et, depuis la fin des années soixante-dix, les fêtes placées sous le signe de la concurrence, et, apparemment, d'un certain désenchantement. Cette étude enrichit l'histoire culturelle des rituels sociaux et du rôle des médias à leur égard, en faisant l'hypothèse que la télévision est l'une des institutions qui contribuent à donner son sens, et même à définir, ce moment particulier du calendrier social -au point qu'une représentation fidèle du folklore de Noël devrait presque inclure, à côté du sapin, un poste de télévision.

English Title : New Year Television Programmes on French Television, 1950-2010: the Invention of a Tradition

Abstract : At first sight, nothing appears more 'traditional' than the television programmes which annually appear around the time of Christmas and the New Year on French television. However, the impression that these programmes are merely annually automatically re-occurring hides the the long process which has produced such a tradition of programming. In fact, the various different forms taken on by end-of-year programmes over the decades are explained by changes both in French society and culture and by changes in the media system, which taken together have created a situation in which end-of-year programmes have come to appear as immovable and permanent rituals. A case-study of French Christmas and New-Year programming over the decades reveals that there have been three main periods, each typified by an emblematic show or program, embodying current understanding of what should be shown as the 'best of television' in the annual end-of-year prime-time schedules, and reflecting the tastes of viewers. These three periods are: the 1950s (1950-63) during which the 'televised' year-end was initially invented; the 1960s (1964-72), characterised by the major Christmas and New-Year television programs which defined the genre; and, since the 1970s, end-of-year programming subject to conflicting demands and pressures, and televised festivities being somewhat abandoned by viewers. This study contributes to the cultural history of social rituals and the contribution of the media to their creation and operation, suggesting that television is in fact one of the institutions which gives meaning and even defines this particular moment in the social calendar, even

to the extent that any proper understanding of Christmas and New Year should include, alongside a Christmas tree, a television set.

Mots clefs : television, programmes, Nouvel an, Noël, rituel, événement collectif

Keywords: television, programming, programs, New Year, Christmas, collective event

Auteur: Doctorante (4^e année), ATER. Thèse en cours, sous la direction de M. Christian Delporte : "Naissance du téléspectateur : une histoire de la réception télévisuelle des années 1950 aux années 1980". Laboratoire : CHCSC (Centre d'histoire culturelle des sociétés contemporaines) Université de Versailles Saint-Quentin

Mail : geraldine.poels@gmail.com

To quote - Pour citer : Géraldine Poels, « Les fêtes de fin d'année à la télévision : l'invention d'une tradition, des années 1950 à aujourd'hui », *Web Journal of French Media Studies*, Vol.8 (2010), <http://wjfms.ncl.ac.uk/enframes.htm>

Texte

Chacun sait que la période des fêtes de fin d'année se traduit à la télévision par une programmation particulière, à tel point que les souvenirs des Noëls passés sont aussi, pour les jeunes générations, en partie des souvenirs de téléspectateurs. Le petit écran promet en effet de contribuer à sa façon aux réjouissances en faisant « cadeau » d'émissions sortant de l'ordinaire. L'enjeu est considérable : les chaînes y jouent leur réputation et y trouvent une occasion d'améliorer leurs cotes d'écoute. L'histoire de ce phénomène montre que la télévision est l'une des institutions qui – comme l'Eglise ou les Galeries Lafayette – contribuent à donner son sens à ce moment particulier du calendrier social. En ce sens, elle nous apparaît comme un objet d'observation privilégié pour comprendre la forme contemporaine de cette fête, qui semble résister aux changements sociaux. En effet, cette apparente pérennité cache des mutations importantes, mais oubliées. A travers les programmes de fêtes, il s'agit de montrer comment la télévision contribue à l'invention d'une tradition : elle valorise ce caractère traditionnel, met en avant le retour du même en masquant les évolutions. Selon Eric Hobsbawm, une tradition est « un ensemble de pratiques de nature rituelle et symbolique qui sont normalement gouvernées par des règles ouvertement ou tacitement acceptées et cherchent à inculquer certaines valeurs et normes de comportement par la répétition, ce qui implique automatiquement une continuité avec le passé. »¹ L'objectif est de faire passer pour naturelle une institution dont les fonctions sont multiples : établir la cohésion sociale ou l'appartenance à des groupes, légitimer des institutions, inculquer des croyances, des systèmes de valeur et des codes de conduite.

Ce faisant, la télévision structure, d'abord, le calendrier social : le « marronnier » des fêtes représente un rendez-vous constitutif de véritables repères dans l'agenda télévisuel. En même temps, elle offre un modèle de communauté et met en scène des valeurs fondamentales. Enfin, ces moments où la télévision s'efforce de proposer ce qu'elle a de mieux permettent d'étudier la mise en scène d'une institution par elle-même, en montrant, à différentes époques, ce que la télévision définit comme ses meilleurs programmes.

La contribution de la télévision à la fabrication d'un rituel passe par la définition d'un temps particulier, celui de la « période des fêtes »². Celui-ci ne va pas de soi. Dans les années cinquante, cette période n'est pas encore bien identifiée comme telle : la télévision organise deux réveillons, de Noël et de Nouvel an, mais pas une *période* continue de fêtes. La coutume apparaît ensuite de proposer des programmes qui correspondent à une véritable période, qui coïncide avec les vacances scolaires. Celles-ci imposent leurs bornes (deux semaines, en général du 22 décembre au 3 janvier) au calendrier télévisuel, comme c'est souvent le cas pour les vacances nationales, qui sont l'occasion de programmations spécifiques à la télévision, en fonction de la disponibilité du jeune public. Or on aurait pu imaginer une autre scansion de cette période, en fonction d'autres repères : le début aurait pu être fixé au commencement de l'Avent, ou à la Sainte-Barbe (le 4 décembre), qui marque le début des festivités provençales notamment. La fin des « fêtes » a été fixée au jour de la rentrée, et non à celui de la fête des Rois (le 6 janvier, qui est une fête très importante et un jour férié dans plusieurs pays). Ainsi, la télévision ne s'est pas inspirée de la tradition catholique du « cycle des 12 jours » (de Noël à l'Épiphanie) qui était pourtant la plus répandue dans les folklores locaux. La « période des fêtes » des programmes télévisés est celle des vacances scolaires, et ses deux temps forts sont les réveillons de Noël et du jour de l'an.

¹ Eric Hobsbawm et Terence Ranger (dir.), *L'invention de la tradition*, Paris, Éditions Amsterdam, 2005, p. 11-12.

² D'autres historiens ont ainsi travaillé sur l'invention de « temps sociaux » : André Rauch sur les vacances (*Vacances en France de 1830 à nos jours*, Paris, Hachette, 2001), Robert Beck sur le dimanche (*L'Histoire du dimanche de 1700 à nos jours*, Paris, Editions Ouvrières, 1997).

Les fêtes sont des moments déterminants dans le sentiment que la télévision fait masse. A cette occasion, elle promeut un sentiment de communauté, même si l'étendue et la nature exactes de cette communauté sont variables. D'un côté, la fête de Noël, notamment, est représentée comme une célébration à vocation universelle. Ainsi, s'il est courant de diffuser des reportages sur les « noëls d'ailleurs » (à l'étranger, sous les tropiques, et dans tous les lieux les plus improbables et les plus éloignés culturellement du folklore occidental), il est impensable de diffuser un reportage sur le thème des (nombreuses) communautés qui *ne fêtent pas* Noël. Parfois, pourtant, c'est la coloration plus ou moins nationale de la fête est discutée – par exemple lorsque sont rappelées les origines anglo-saxonnes d'un certain nombre de traditions, sujet épineux dans l'après-guerre, en ces temps où la télévision est censée promouvoir la culture et l'identité françaises. Au début de la Ve République, la télévision fait de ces réveillons des événements clairement nationaux. Elle inscrit Noël et le Nouvel An directement dans l'agenda politique, tout comme les élections ou les diverses fêtes commémoratives du cycle annuel. Calendrier social, politique et télévisuel coïncident à cette occasion. En effet, la présence à l'écran des chefs d'Etat fait désormais partie des traditions. Le 24 décembre, la télévision ne manquera de consacrer quelques minutes à l'arbre de Noël de l'Élysée, lors duquel le Président offre un spectacle à des jeunes enfants et les reçoit pour un goûter. Mais en France, le principal moment de communication politique des fêtes a lieu au soir du 31 décembre, avec les vœux présidentiels retransmis de l'Élysée depuis 1960. Ce rituel participe de la sacralisation de la fonction présidentielle³.

La télévision, enfin, donne un écho national à des traditions folkloriques régionales. Deux régions sont particulièrement mises à l'honneur : la Provence et l'Alsace. Le folklore provençal de Noël, autour de la crèche et de la pastorale, a beaucoup été utilisé à la télévision dans les années cinquante et soixante, avant de disparaître des écrans. Depuis les années quatre-vingt dix, en revanche, la mode des marchés de Noël contribue à remettre en avant les traditions alsaciennes. Le Noël télévisé, ancré dans le « terroir » bien français, alimenté par des traditions apparemment immuables apparaît donc en réalité sensible aux modes. Ce souci du caractère national et « bien de chez nous » des fêtes de fin d'année est caractéristique de l'époque de la télévision de service public. Il n'est plus d'actualité sur les chaînes privées, que leur logique économique pousse à privilégier les programmes dont le succès est garanti : ce qui revient souvent, alors que la production française décline faute de moyens, à privilégier des programmes américains. Ainsi, la culture anglo-saxonne continue d'exercer une influence essentielle sur les célébrations de Noël, comme cela a été le cas au XIXe siècle (la France importe alors des représentations anglaises, qui font de Noël une fête de la famille) et après la Seconde Guerre mondiale (ce sont alors les Américains qui promeuvent le Père Noël et la profusion des cadeaux). Finalement, les fêtes sont l'occasion de montrer comment la télévision peut contribuer à l'uniformisation culturelle (d'échelle au moins nationale, voire mondiale) : même si le folklore local est parfois mis à l'honneur, la tendance générale est à l'uniformisation des manières de célébrer les fêtes et à l'effacement des particularismes régionaux.

Si la télévision contribue à définir une communauté, c'est aussi parce que les fêtes sont l'occasion de mettre en scène des valeurs plus générales et d'affermir l'ordre social. La télévision relaie en effet un certain « esprit de Noël » qui a été défini au XIXe siècle. Depuis cette époque, Noël est présenté comme la célébration de la famille, de l'enfance, de la charité. Elle est portée par une idéologie de la réconciliation et de la solidarité. A travers cette esthétique, il s'agit de faire l'éloge de deux piliers de la société : l'harmonie sociale et la morale domestique⁴. Martyne Perrot⁵ a montré que le rituel, inspiré par la bourgeoisie urbaine, devait lui permettre de célébrer ses valeurs et de moraliser les foyers ouvriers. Relayant ce discours normatif, la télévision entend jouer de son pouvoir régulateur

· Même si la France se distingue à cet égard des autres pays par le choix de la fête laïque : au Royaume-Uni, en Belgique et aux Etats-Unis, c'est à Noël qu'ont lieu les vœux télévisés du chef d'Etat.

· Cf. François-André Isambert « Du religieux au merveilleux dans la fête de Noël », *Archives des sciences sociales des religions*, 25 (1), 1968, p. 23-37.

· Cf. Martyne Perrot, *Ethnologie de Noël, une fête paradoxale*, Paris, Grasset, 2000.

et conformiste. Il faut maintenant se pencher plus en détail sur l'histoire de ces programmes de prestige qui ont contribué à faire des fêtes le rituel social que nous connaissons. Derrière le thème de la tradition, en effet, se cachent des évolutions flagrantes, mais oubliées, quant à la conception que la télévision et son public se font des programmes de réjouissance adéquats.

Dans les années cinquante en effet, la télévision invente la soirée de réveillon pour ses quelques téléspectateurs –et surtout pour les plus jeunes d'entre eux. Elle s'inspire des habitudes radiophoniques et cherche à proposer deux soirées qui sortent de l'ordinaire. Dans les années soixante, les « fêtes de fin d'année » voient se succéder, pendant une dizaine de jour, les programmes les plus prestigieux d'une télévision qui veut offrir le meilleur d'elle-même. Les grands noms de l'ORTF déploient tout leur savoir-faire, et les téléspectateurs attendent désormais du petit écran qu'il contribue à l'esprit de Noël : consensus et féerie sont de mise... Enfin, depuis les années soixante-dix, si la télévision prétend toujours reproduire la magie des Noël d'antan, le cœur du public n'y est plus : sous la pression de la concurrence entre les chaînes, les programmes de fêtes perdent de leur spécificité, tandis que le sentiment de communauté s'étiolle devant la profusion de l'offre de programmes. Ainsi, en toile de fond de cette histoire des réveillons télévisés, apparaissent les aléas des relations entre la télévision française et son public, entre émerveillement, désenchantement, et nostalgie.

- **Les années cinquante (1950- 1963) : l'invention du « réveillon » télévisé**

A ses débuts, la télévision ne propose pas de programmes de « fêtes », mais seulement deux soirées de réveillons, entre lesquelles elle diffuse ses programmes habituels. Il faut les faibles taux d'équipements : en 1963, 27% des foyers sont équipés, et le numéro de Noël 1956 de *Télémagazine* est tiré à 62 300 exemplaires seulement. Il ne s'agit pas encore d'un numéro spécial : les programmes de fêtes ne font pas l'objet d'un édito, ni de critique particulière. Les réveillons sont célébrés selon des habitudes qui ne doivent encore rien à la télévision. D'ailleurs, celle-ci récupère des traditions qui lui préexistent : elle s'inspire des coutumes, du folklore, et de la radio, qui diffuse déjà pour le réveillon des émissions de contes, de musique classique, et la messe. Le 25 décembre est entièrement consacré aux enfants, pour lesquels sont prévus contes et dessins animés. Pour l'occasion, les contes sont spécialement adaptés d'œuvres célèbres de la littérature enfantine : *Cendrillon*, en 1953, par Claude Barma et Gilles Margaritis, *Les contes du chat perché*, de Marcel Aymé, en 1958, par Jean-Christophe Averty. Rappelons également que les émissions de télévision ne débutent qu'en fin d'après-midi, il ne s'agit pas de journée entière de fête.

L'époque est marquée par l'importance des traditions provençales et religieuses : la télévision propose toujours une pastorale. Celle de 1954, réalisée par Claude Barma d'après Marcel Pagnol, doit rendre hommage aux téléspectateurs du Sud de la France récemment reliés au réseau. La messe de minuit est un programme phare : l'une des premières émissions retransmises hors studio de la télévision française fut justement une messe de Noël, celle de 1948. Les bulletins de presse de la RTF commentent longuement l'esprit du lieu symboliquement choisi, les aspects techniques de la retransmission etc. Ces programmes exceptionnels sont déjà, pour la télévision française, l'occasion de démontrer son savoir-faire. A travers la retransmission de la messe, il s'agit de donner une certaine image de la France, qui dépasse la signification religieuse de l'événement : « la Télévision Française a voulu non seulement, transmettre avec le plus de respect possible le sacrifice de la messe, mais également faire sentir aux autres pays la spiritualité d'une communauté française et la qualité esthétique et humaine d'un tel lieu. »⁶

Mais progressivement se mettent en place des éléments qu'on retrouvera longtemps et qui seront des facteurs de continuité. D'abord, comme les réalisateurs sont très peu nombreux, ce sont les mêmes noms que les téléspectateurs retrouveront chaque année au générique –ceux de Barma, Tarta,

· Bulletin de presse 1954

Chatel, Averty, Bluwal... Le menu-type des réveillons s'établit : le soir de Noël, il y aura une dramatique, de préférence une adaptation originale d'un classique littéraire bien connu (en 1955, Barma adapte *Le tour du monde en quatre-vingt jours* ; en 1956 il choisit le *Christmas Carol* de Dickens), puis un programme musical alternant variétés et chants de Noël, puis la messe de minuit. A la Saint-Sylvestre, les téléspectateurs verront une pièce de théâtre comique, puis des variétés mettant en scène les vedettes de l'humour et de la chanson, parmi lesquelles on trouvera systématiquement Charles Trenet, Yves Montand, Robert Rocca et Jacques Grellot, Fernand Raynaud, Jean-Marc Thibaut et Roger Pierre, Jean Poiret et Michel Serrault... C'est aussi l'occasion de passer en revue les événements de l'année sur un ton humoristique. Et en 1959, à 12h15, est retransmis pour la première fois le concert du nouvel an à Vienne, qui deviendra un classique du 1^{er} janvier.

A partir de 1957, la formalisation et la mise en valeur de ces programmes progresse. *Télémagazine* sort pour la première fois un numéro « spécial Noël » de soixante-huit pages, qui propose une série d'articles de circonstance (les listes de cadeaux des vedettes de la télévision, le shopping de la speakerine Jacqueline Caurat, un conte de Noël pour enfants...)⁷. A la télévision, la soirée de réveillon est placée sous la responsabilité d'un réalisateur, qui lui donne une unité en coordonnant l'ensemble des programmes. En 1957, ce seront Claude Barma et Stellio Lorenzi pour Noël et François Chatel pour le Nouvel an ; en 1958, Marcel Bluwal sera chargé de Noël et François Chatel de nouveau du Nouvel an... L'échelle de programmation est donc la « soirée de réveillon », conçue comme une séquence, ce qui introduit une première unité – mais on ne parle pas encore de la « période des fêtes ». De plus, le caractère exceptionnel de ces soirées est désormais davantage mis en avant. La télévision organise des événements : une nouvelle speakerine est présentée au public à la Noël 1958, la nouvelle pendule en 1959. Elle met en avant les moyens mobilisés pour les émissions de prestige. Ainsi, à propos des *Trois Mousquetaires* de Claude Barma, dramatique diffusée le 25 décembre 1959, le bulletin de presse souligne fièrement que

« certains chiffres donnent une idée de l'importance des moyens mis en œuvre pour la réalisation de cette émission : 2 studios de « direct » au centre des Buttes Chaumont ; un tournage en extérieurs à l'hôtel de Juigne, rue Thorigny, dans le Marais ; 20 décors ; 40 acteurs ; 65 figurants ; 8 caméramen ; 8 assistants ; une double équipe de lumière et de son, etc. (...) une distribution exceptionnelle (...) Jean-Paul Belmondo, vedette de la « nouvelle vague », Daniel Sorano, du TNP, Robert Hirsch de la Comédie Française » ... (20/12/1959)

La télévision, déjà, revêt ses habits de fête. Mais avec l'augmentation de ses moyens (humains, techniques et financiers) et l'élargissement du public, c'est dans les années soixante qu'elle va pouvoir jouer un rôle de véritable maître de cérémonie des fêtes de fin d'année.

- **Les années soixante (1964-1972) : les grands festivals des « fêtes de fin d'année »**

1964 marque un tournant. Alors que les Français sont de plus en plus équipés en télévision, les plus chanceux pourront, pour la première fois, choisir, pour leur réveillon, entre les programmes de deux chaînes. Mais surtout, la télévision invente cette année-là la « période des fêtes » à la télévision : elle ne fait plus seulement se succéder deux réveillons, mais une véritable période, qui coïncide plus ou moins avec les vacances d'hiver, placée sous la responsabilité d'un réalisateur unique. Les programmes de fêtes sont désormais bien individualisés : il s'agit de créer une ambiance exceptionnelle. L'ORTF communique beaucoup sur ces programmes pour créer l'événement. Claude Santelli, qui en est chargé, donne de nombreuses interviews à la presse. C'est aussi lui qui formalise une véritable définition de l'« esprit de Noël » à la télévision. Celui-ci commence d'ailleurs à être discuté par les journalistes et les téléspectateurs, qui entendent donner leur avis sur ce qu'il convient ou non de diffuser pendant cette période à part.

⁷ *Télémagazine*, 113, 22/12/1957.

La spécificité de cette période repose sur un certain nombre d'éléments, qui sont rapidement considérés comme constitutifs d'une véritable tradition et apparaissent incontournables. Tout d'abord, les programmes de fêtes sont pris en charge par des équipes stables de réalisateurs, les grands noms de la télévision d'alors travaillant en collaboration. Leur prestige leur donne un véritable statut d'auteurs, et leurs émissions exceptionnelles sont présentées comme des œuvres, des morceaux de bravoure dominant l'ensemble de la programmation. Ces réalisateurs, influents à l'époque, voient dans la télévision un instrument de promotion du patrimoine culturel national, des « grandes œuvres », mais aussi de l'unité nationale. Les moyens, exceptionnels pour l'époque, qu'on leur accorde pendant les fêtes, la confiance des grands directeurs de la télévision (Albert Ollivier notamment), leur permettent de concrétiser ces principes avec virtuosité. Les programmes, préparés au moins un an à l'avance, sont annoncés par des campagnes de communication dans la presse, parfois dès le printemps⁸, créant ainsi un effet d'attente.

Or, ces réalisateurs ambitieux travaillent en fonction de leur conception des fêtes, et de la télévision, et non des impératifs d'audience. Par conséquent, ils n'hésitent pas à présenter des programmes de réveillons parfois austères. En 1964, la veillée de Noël se passera bien loin des paillettes, dans l'isolement et le recueillement du phare de Cordouan. L'année suivante, c'est une adaptation d'une pièce tragique de Claudel, *La jeune fille Violaine* qui est programmée pour la soirée. En deuxième partie de soirée, à la Noël 1969, Frédéric Rossif propose l'émission *Paix sur la terre aux hommes de bonne volonté*, une série de reportages sur les plaies du temps (du Vietnam au Biafra, en passant par Berlin et Jérusalem). Maurice Cazeneuve explique ainsi cette conception, en 1970 : « Nous souhaiterions que soit apparent l'esprit de fête qui anime ces programmes. Qui dit fête dit exaltation et joie. Mais qui dit joie ne signifie pas forcément licence ou débridement. La joie peut être sereine et quelque fois grave. Comme l'est notre temps, dans lequel nous vivons »⁹.

L'invention de la tradition passe par la récurrence de programmes-types, que l'on retrouvera systématiquement. Santelli formule ainsi en 1964 ce qu'il décrit comme un usage ancien, mais qu'en réalité il contribue à figer pour la première fois :

« Il existe dans notre Maison depuis bien des années une tradition quant aux émissions de Noël : on sait que le public attend en cette époque privilégiée, des émissions exceptionnelles, un air de fête, un rythme nouveau, un visage particulier. Bref, la Télévision se met en robe de fête et, de même que les grands magasins placent des automates prestigieux dans leurs vitrines pendant ces jours-là, il est d'usage que la télévision s'ingénie à offrir ses sortilèges, et son problème consiste à réunir pendant ces jours, l'unanimité du public autour de ses programmes »

En quoi consistent donc ces programmes exceptionnels ? La période se caractérise par l'importance des réalisations inédites, tournées spécialement pour l'occasion. Il faudra d'abord proposer un feuilleton spécialement diffusé pendant les fêtes, de préférence historique, de cape et d'épée ou d'aventure, et adapté d'œuvres littéraires : on peut citer, en 1972, *Les Thibault* (en six épisodes), sur la première chaîne, tandis que la deuxième chaîne diffuse la saga sentimentale des *Gens de Mogador*, mais aussi en 1964, *Les aventures de M. Pickwick*, d'après Dickens ; en 1965, *Thierry la Fronde* ; en 1966 *Le trompette de la Bérésina*, d'après le roman éponyme de Ponson du Terrail... Le deuxième morceau de choix est constitué des innombrables adaptations de classiques de la littérature – les auteurs privilégiés étant Charles Dickens, Jules Verne, Alexandre Dumas et Victor Hugo. Ces dramatiques s'inspirent en général de romans, mais on trouve aussi du théâtre filmé : dans ce cas, il y aura une pièce de Shakespeare ou de Molière, ainsi que du vaudeville de Labiche ou Feydeau. Au minimum, on mettra en scène un acteur de la Comédie française, Robert Hirsch par exemple, ou une

· Un exemple parmi d'autres : *Télé 7 Jours* annonce le 20 mai 1967 : « Votre programme de Noël est déjà établi », p. 92-93.

· ORTF, Bulletin de presse, 20/12/1970.

vedette du cinéma¹⁰. Certaines adaptations sont plus spécialement destinées aux enfants, comme en 1965 *Sans famille* de Claude Santelli, ou *Le capitaine Fracasse*, de François Chatel, en 1968.

D'autres émissions sont moins prestigieuses mais tout aussi attendues. Les films, par exemple, ne dominent pas encore la programmation, mais il y aura toujours au moins un *Robin des bois*, ou un *Zorro*. On préfère alors le principe du « festival » centré sur une vedette. La formule est inaugurée en 1964 autour de Marlene Dietrich, puis viendront Greta Garbo en 1966, Gérard Philippe en 1967... On privilégie quoi qu'il en soit des réalisateurs classiques, français ou étrangers (René Clair) et la crème des acteurs « populaires » : Gabin, Bourvil, Louis de Funès. Les variétés, ensuite, sont également sous la responsabilité de réalisateurs connus : Averty propose ses *Passing show* de 1965 à 1968 (« une rétrospective du jazz et du music hall américain de 1880 à 1940 »), Maritie et Gilbert Carpentier mobilisent pour les réveillons une pléiade de vedettes récurrentes, mêlant habilement la chanson française classique et les yéyés. On trouve également des ballets, de la musique classique, de l'opéra et des opérettes – là encore, uniquement le répertoire le plus connu (Tchaïkovski, Offenbach, Bach, Beethoven et Mozart), sous la direction de chorégraphes et de chefs d'orchestre prestigieux. La période se prête aux émissions de « gala de charité », comme le gala de l'opération Perce-Neige (1965), ou celui de l'UNICEF (1966). A Noël, la messe de minuit est désormais diffusée en eurovision, chaque année en direct d'un pays différent. Entre les deux réveillons, enfin, prendront place des rétrospectives. Il peut s'agir d'un passage en revue des événements de l'année, mais aussi, déjà, des meilleures émissions de l'année (en 1964). Simplement, dans ce palmarès, ce sont les grandes dramatiques qui sont mises à l'honneur, bien loin des « *best of* » que nous connaissons aujourd'hui.

Au fil des ans se formalise l'opposition entre les deux réveillons. Si Noël doit être placé sous le signe de la poésie et du recueillement, au Nouvel an, comme en 1964, doivent régner le divertissement et la gaieté : on verra donc un show Henri Salvador plein de « drôlerie, humour et chansons », une comédie de Labiche, une revue de fin d'année animée par Pierre Tchernia qui verra alterner « chansons, sketches, gags, danses amenés par des enchaînements humoristiques sur l'actualité de 1964 »¹¹. La télévision, en tout cas, prétend se conformer à cette tradition qu'elle contribue en réalité à inventer, celle de l'« esprit de Noël ». Elle définit le programme de fête, autour de la notion centrale de « grande œuvre populaire », formalisée notamment dans un rapport d'activité du comité de programme en 1966. Ce dernier rappelle aussi « une double exigence : celle d'un climat de fête dominé par la gaieté, et celle du recueillement, de même que la nécessité de donner une unité de ton à ces programmes. »¹²

L'intérêt de ces programmes est qu'ils permettent plus généralement d'étudier ce qui est considéré à l'époque comme prestigieux et consensuel. En effet, les fêtes sont peut-être le moment où les réalisateurs ressentent le plus l'existence de leur public idéal, le « grand public », et travaillent sur la notion de programmes fédérateurs, sur ce qui fait l'unité de la communauté nationale. Claude Santelli fait de cette communion un élément fondamental de l'esprit de Noël :

« *Croyants ou incroyants, parisiens ou provinciaux, jeunes ou moins jeunes, il est certain que tous les téléspectateurs, si peu que ce soit, participent durant ces quelques jours à la mythologie traditionnelle de Noël (...) Appelons cela « l'esprit de Noël » comme disait Charles Dickens. »*¹³

Alors que l'élargissement du public remet en cause son homogénéité, les fêtes sont l'occasion de remobiliser l'idéal (sinon le mythe) de la communauté, de l'unanimité du « grand public ». A travers

- Comme dans *Délire à deux*, pièce de Ionesco diffusée sur la Une le 22 décembre 1968, avec Michel Piccoli, *Le neveu de Rameau*, diffusée sur la Deux le 30 décembre 1968, avec Pierre Fresnay et *Le Bourgeois gentilhomme*, diffusée sur la Trois le 28 décembre 1968, avec Michel Serrault.

- ORTF, Bulletin de presse, 20/12/1964.

- *Rapport d'activité du comité de programmes*, janvier 1966.

- *Ibidem*.

cette programmation, c'est un peu l'essence idéale de l'ORTF qui apparaît, un concentré de ses meilleures émissions, à la fois fédératrices, classiques, pédagogiques, « bien françaises » et grand public. Provocation, avant-garde, programmation de niche, et vulgarité sont bannies. L'esprit de Noël, c'est en réalité la quintessence de l'esprit de l'ORTF.

C'est pourquoi les programmes sont parfois critiqués par le public à l'aune de ce que, précisément, devrait être l'ORTF sous son meilleur jour. Les téléspectateurs, par exemple, marquent nettement leur préférence pour les films et les vedettes françaises. Santelli, avec ses adaptations de Dickens, et Averty, avec ses émissions de jazz, sont rappelés à l'ordre pour s'être écartés de la tradition du Noël « bien de chez nous » : en 1964, « les téléspectateurs estiment qu'il a été fait un appel excessif au répertoire étranger, surtout anglais »¹⁴. Dans la fiction, il est exclu d'avoir « recours à la violence [ou] au fanatisme partisan ». Un feuilleton doit être « traité selon les lois du genre c'est-à-dire sans intention satirique ». Un réalisateur ne saurait faire jouer ses acteurs à contre-emploi, ce « qui ne convient pas à la période considérée. Il s'efforce au contraire de trouver pour chaque rôle l'acteur le plus naturellement apte à le tenir »¹⁵. Par ailleurs, on sait que « dans le domaine de la fiction, ce sont les œuvres contemporaines qui réussissent le moins »¹⁶. Ils doivent aussi faire preuve de respect à l'égard de l'Église. Ainsi, en 1966, on prend soin de préciser que la pièce *Le gendarme de Bethléem*, avec Louis de Funès, « a obtenu l'agrément des autorités ecclésiastiques »¹⁷. En 1969 encore, « la soirée de Noël sera surtout consacrée, comme il est d'usage, à des sujets religieux et aux coutumes qui s'attachent à la nuit de la nativité. »¹⁸ Enfin, en général, le public n'est pas bien disposé envers l'information et les actualités, qui sont refoulées l'après-midi et n'apparaissent que sous forme de reportages de circonstances (*Cinq Colonnes à la Une* diffuse ainsi des reportages intitulés « Noël en Algérie » le 25 décembre 1961, ou « Le père Noël chez Joséphine Baker », le 6 janvier 1961) ou de rétrospectives : « les émissions proposées pour les fêtes ont une unité remarquable et répondent au besoin de rêve et d'évasion propre à cette période, où la violence et l'actualité passent au second plan ».¹⁹ Pas d'actualité, pas d'auteurs contemporains, pas d'émissions de création nouvelles : les téléspectateurs attendent de la tradition qu'elle mette le quotidien et le présent entre parenthèses. En 1969, un journaliste de *L'Aurore* exprime ces attentes à propos de l'émission d'actualités de Frédéric Rossif : « un sujet pareillement politisé et d'une telle gravité présenté avec une telle austérité avait en effet sa place à *Panorama* mais sûrement pas à une veille de Noël. »²⁰ Cela dit, les réalisateurs, soutenus par leur direction et indépendants des sondages, peuvent imposer leurs choix. C'est pourquoi, à la Noël 1964, Averty a pu présenter, au grand dam de ses détracteurs, *Les Verts Pâturages*, un conte de Noël iconoclaste, adaptation de l'Ancien Testament racontée de manière fantaisiste par un pasteur noir américain.

A cet égard, l'année 1968 représente un cas extrême, et éclairant, sur lequel on peut s'arrêter un instant. Claude Santelli est spécialement rappelé par la direction pour préparer les programmes de fêtes, après l'interruption des grèves du printemps. Il innove avec une formule originale : l'organisation des soirées en trois moments. D'abord vient une émission de divertissement, de grand spectacle – une dramatique, par exemple. Puis il propose un temps de réflexion avec *La légende du siècle*, qui se veut une méditation sur ce qu'il appelle les grands mythes de l'époque, les grands thèmes de l'actualité. Cette série de dix reportages vise à dégager des « événements de civilisation » : la greffe du cœur, la

- Rapport d'activité du comité de programmes, janvier 1965.

- ORTF, Bulletin de presse, 20/12/1964.

- Rapport d'activité du comité de programmes, janvier 1966.

- ORTF, Bulletin de presse, 18/12/1966.

- ORTF, Bulletin de presse, 21/12/1969.

- Rapport d'activité du comité de programmes, 25/5/1967.

- F.C., *L'Aurore*, 26/12/1969.

découverte des quasars, le Vietnam, l'évolution de l'Église, le *Black Power* aux États-Unis²¹. La fin de soirée est placée sous le signe de la rêverie avec de la musique, une interview de Menuhin, ou la poésie de Supervielle... Santelli entend proposer son programme de manière très directive et paternaliste : le téléspectateur n'est pas censé changer de chaîne ou d'émission à la carte, mais choisir un menu composé de manière cohérente, annoncé en début de soirée. La demande ne dicte pas sa loi. Ainsi, Santelli fait diffuser son *Bourgeois gentilhomme* sur les deux chaînes, parce que « c'est un très beau spectacle, en décors naturels, et je voudrais que tout le monde le voie ».

Santelli impose une certaine gravité à l'ensemble, et refuse la légèreté et la frivolité attachées à l'image des fêtes, notamment au réveillon de la Saint-Sylvestre, ainsi que le folklore un peu mièvre de Noël. Il s'en explique dans plusieurs entretiens accordés à la presse. Les passages que nous soulignons montrent qu'il anticipe les réticences du public :

« Noël, c'est bien sûr l'esprit d'enfance, avec tout ce que cela suppose de fascinant, de nostalgique et de magique. Mais c'est aussi la fin de l'année, un bilan, une réflexion sur l'époque. Les spectateurs seront peut-être surpris par ce deuxième aspect... (...) « Traditionnellement, on finit sur des chansonnettes. Mais, sur une des deux chaînes, je tenais à finir l'année d'une façon un peu plus grave. De 22h30 à 23h30, le 31 décembre, sur la première chaîne, nous plaçons une émission qui, je l'espère, ne fera pas trop hurler » [il s'agit en effet d'un questionnement moralo-philosophique sur le thème de la naissance d'un enfant, suivi d'une interview de Gaston Bachelard, tandis que sur les douze coups de minuit, un jeune Vietnamien doit venir lire ses poèmes engagés²²...] « les programmes de fêtes seront plus graves que frivoles. J'en cours le risque. (...) Je ne joue pas sur une opposition entre, d'une part la fête religieuse et familiale et, d'autre part, la fête profane et mondaine. Je joue surtout sur le « parenthèse fin d'année » : c'est la fête et c'est la fin de l'année, tout à la fois. »²³

« Une chose m'apparaît importante, nous dit-il, dans ces programmes de Noël, c'est la part qu'ils recèlent de gravité. Elle est inhabituelle – et sera critiquable pour certains – mais je pense qu'à notre époque, cette dernière semaine de l'année ne peut être uniquement illustrée par des serpentins et de la neige artificielle »²⁴

« Le téléspectateur qui attend des farandoles d'amuseurs, des sapins enneigés et des serpentins allègres, sera déçu. Même les deux derniers jours de l'année seront prétextes à méditation. »²⁵

²¹ Santelli avoue cependant ne pas avoir été autorisé à traiter, comme il le souhaitait, les « événements » du mois de mai...

²² En réalité, un certain « problème technique » a empêché à la dernière minute la diffusion de cette partie du programme.

²³ *Téléciné*, entretien de Claude Santelli avec Pierre Loubière et Gilbert Salachas, 7/12/1968.

²⁴ *Le Figaro*, Pierre Dupont, « Claude Santelli fait le point », 16/12/1968.

²⁵ *L'Express*, Michele Motte, « Le Noël de Claude Santelli », 9/12/1968.

Ces extraits font apparaître l'importance de ces programmes, dont la promotion est assurée dans la presse, leur forte personnalisation et le rôle décisif de réalisateurs qui imposent leur vision du rôle de la télévision, fût-ce en prenant le contrepied du public. Mais en 1968, les premières mesures d'audience ont été mises en place depuis un an. Elles montrent que les téléspectateurs ont en effet été déroutés par ces exigences. L'audience de la soirée de Noël est plus faible que l'année précédente : 29,6% contre 50% en 1967²⁶. Le public continue à plébisciter les programmes plus classiques : le 25 décembre, l'adaptation des *Grandes espérances* recueille 36,1% d'audience, et le 1^{er} janvier, *Le Bourgeois Gentilhomme* attire 45% des téléspectateurs.

Télé 7 Jours consacre à ces programmes une rubrique spéciale du courrier des lecteurs intitulée : « Nos lecteurs jugent les fêtes de fin d'année »²⁷. Ils les ont trouvées trop tristes : « La plupart des téléspectateurs qui ont suivi la soirée du 31 décembre 1968, que nous avait préparée M. Claude Santelli, n'ont guère eu l'impression de « réveillonner » mais plutôt d'assister à une veillée funèbre. Certaines de ces émissions, telles que l'interview de Gaston Bachelard, auraient trouvé leur place dans le courant de l'année, mais pas un soir de fête, où les gens qui restent chez eux – et ils étaient nombreux – espéraient rire et se détendre pour oublier leurs soucis ». « Les téléspectateurs attendaient des émissions gaies et simples, une gaité sophistiquée n'est concevable pour le public qu'en dehors des dates traditionnelles de réjouissance ». De plus, ils critiquent les variétés d'Averty en anglais, et les films en version originale, et réclament de la « vraie musique » et des « bons films français ».

Les critiques sont également restés perplexes. Des exemples parmi d'autres : *Minute* évoque « des programmes qui sentent le sapin » et qualifie la dramatique *Délire à deux* de « lonesconnerie » : « alors que Noël est une fête de famille, qui a osé imposer de telles immondices ? »²⁸. A *L'Aurore*, on parle de « triste Noël ! » et on souligne que « L'ensemble de la critique TV était unanime hier dans la presse » notamment pour critiquer les films d'aventure de Fritz Lang diffusés sur la deuxième chaîne, « de qualité discutable, n'ayant pas le moindre rapport avec la nativité, et d'un exotisme dépassé en la circonstance ». On le voit, même si Santelli tente d'imposer sa conception du sens des fêtes de fin d'année, critiques et téléspectateurs lui opposent une définition posée comme allant de soi, communément admise et connue, de l'esprit de Noël. En effet, les critères mobilisés pour juger de l'adéquation des programmes à cet esprit de Noël sont récurrents : ils doivent être familiaux, ce qui recouvre un refus de la provocation, gais et non graves, détachés des réalités pensées comme triviales ou sordides (comme l'actualité). Ils ont aussi une fonction de réaffirmation identitaire puisqu'ils sont censés renvoyer à un entre-soi, à des traditions instituées comme étant « bien de chez nous ».

1969 inaugure une période de transition. En effet, la direction met fin au système du réalisateur unique pour les fêtes : chaque directeur de chaîne est responsable de ses programmes²⁹. Ainsi, tandis que Maurice Cazeneuve s'inspire explicitement des ambitions de Claude Santelli sur la Deux, Pierre Sabbagh, sur la Une, amorce un tournant : pour le réveillon de Noël, il choisit de mettre en avant une émission populaire, dont le succès est assuré, quoi qu'en pensent les critiques : il s'agit d'*Au théâtre ce soir*.

• **Années 1970-années 2000 : Les fêtes sous le signe de la concurrence, la fin de la magie ?**

Depuis une trentaine d'années, à en croire la presse, la magie des fêtes télévisées n'agit plus comme avant. Ce sentiment doit être expliqué et légèrement nuancé. Trois éléments nous semblent caractériser cette évolution. D'abord, dans une période d'explosion de l'offre, les programmes

- Audience du quart d'heure moyen de 20h30 à minuit. SEO, *Sondages quotidiens, résultats mensuels par genre d'émissions*, 1967 et 1968.

- *Télé 7 Jours*, 456, 18/1/1969.

- *Minute*, J-R. B., 26/12/1968.

- Dans le cadre de l'« expérience Desgraupes », qui correspond à une première mise en concurrence des chaînes.

souffrent d'une certaine banalisation – dans un contexte où Noël perd par ailleurs de son aura religieuse. Pourtant, les fêtes gardent un caractère extraordinaire : les chaînes maintiennent une programmation spécifique. A côté des films à grand spectacle, d'autres programmes tendent à s'ajouter au rituel. Les audiences s'érodent, mais il est désormais impensable de ne pas sacrifier à la « tradition ». Finalement, on avancera l'hypothèse suivante : plus que blasés par le « déjà vu », il semble que les téléspectateurs soient surtout nostalgiques du sentiment de communauté que pouvait encore susciter la télévision avec son unique chaîne.

Les années soixante-dix représentent une période de transition, au cours de laquelle les téléspectateurs acquièrent le sentiment que tout n'est plus tout à fait « comme avant » et commencent à regretter « les noëls d'antan » de la télévision. Ceux-ci deviennent l'objet de nostalgie et d'idéalisation, et les critiques sévères dont Santelli avait fait l'objet en 1968 sont totalement oubliées... C'est en 1970 que la presse commence à déplorer le changement : alors que le programme apparaît essentiellement composé de variétés et de films, *Le Figaro* regrette que « soient exclues, pour des raisons financières, les productions originales ».³⁰ Un critique de *Télé 7 Jours* emprunte le même ton :

« Comme nous étions loin de ces programmes féériques de jadis. Ils clignotaient longtemps à l'avance dans les magazines. Ils m'avaient décidé, je m'en souviens, à acheter mon premier récepteur. Ils tenaient leurs promesses. A métamorphoser le petit écran en un sapin de verre éblouissant de guirlandes, de surprises, de cheveux d'anges, de rêves et de rires, le givre des images, la neige de l'imagination. C'était la télévision de Jean d'Arcy ou d'Albert Ollivier. Seul Averty a cette fois encore tenté d'être Averty avec Alice au pays des merveilles. »³¹

Deux ans plus tard, le thème est devenu un classique :

« Autrefois, pour marquer dignement les fêtes de fin d'année, la télévision prenait, durant deux semaines, des airs de gala. Les temps ont bien changé ! A l'opulence a succédé la disette, à l'originalité la mièvrerie, à la création, la pauvreté de l'imagination. »³²

« Fêtes : on faisait mieux il ya cinq ans ! » « [le 2 janvier fut] un dimanche tout à fait semblable à tous ceux que nous avons connus toute l'année. (...) Cet effort qui existait il y a quelques années, quand on confiait tous les programmes de fêtes à un seul producteur, qui s'y attaquait dès le printemps. On se souvient encore du Noël de Claude Santelli. » (!)³³

Le ton change et laisse donc la place à la nostalgie. Concernant les programmes proposés, c'est désormais le sentiment d'ennui et d'éternelle répétition qui prédomine : le public est blasé. Un article de *Télérama* témoigne de l'aboutissement de cette évolution en 1997. Désormais, le « rituel immuable » des « Rois mages et Bluebell girls », « à la fois familier et vaguement exaspérant », prête à l'ironie amère :

· *Le Figaro*, « Mais où sont les noëls d'antan ? », Jacques Duplouich, 18/12/1970.

· *L'Actualité*, 53, 23/11/1970, « La télévision du père Noël : un pays sans merveilles... ».

· *Le Figaro*, 1-2/1/1972, « Télé-réveillon », Jacques Duplouich.

· *Télémagazine*, 846, 8/1/1972.

« Noël familial avec crèche et contes pour enfants, nouvel an festif à coup de flonflons et de shows un peu chaud : le rituel est immuable » (...) « un « style fêtes » dans les programmes télé, à la fois familial et vaguement exaspérant. Pas de Noël sans Heidi, Crin Blanc, Lassie, Annie, Sissi, Alice et les autres, sans Pierre et le Loup, Mary Poppins, sans Fred Astaire ni Charles Aznavour (...) le religieux subsiste à l'état gazeux dans les programmes. Une grande vague d'émerveillement, de surnaturel balaye le vent, la froidure et le rationnel (...) un concentré de loufoquerie et de bons sentiments inenvisageable à toute autre saison (...) Et puis, le 1^{er} janvier, le ton change (...) Une grande bouffée de bouffe, la griserie de la danse, l'ivresse du sexe, le luxe des bas résille filent une métaphysique de cotillon qu'on reconnaît à ses seins nus. »³⁴

Entre 1970 et 1994, les critiques du *Figaro* annoncent chaque année sans enthousiasme l'« inévitable rétrospective des événements de l'année écoulée » et finissent par énumérer « les clichés d'usage » (« Sissi, dimanche soir, semblait une vieille poupée ressortie du grenier, en hâte, par TF1, en guise de dépannage »)³⁵ : les fêtes télévisées ont bien perdu de leur magie. Comment expliquer cette évolution ?

Il s'agit d'un phénomène qui touche la télévision en général – avec sa banalisation, il devient plus difficile d'éblouir les téléspectateurs. Dans les années soixante, d'autre part, la faiblesse des moyens à disposition en période « normale » faisait des fêtes un moment vraiment à part, pour lequel la télévision accordait des financements exceptionnels, avec des programmes qui contrastaient avec l'ordinaire. Aujourd'hui, la différence entre les périodes de fête et le quotidien est beaucoup moins flagrante. Et ce d'autant plus que, dans un contexte de concurrence, où la fidélité à la grille d'une chaîne est essentielle, les diffuseurs ont moins intérêt à bouleverser leurs programmes habituels et à dérouter le public. Ainsi, on préfère aujourd'hui proposer des déclinaisons événementielles des programmes-phares, à l'audience garantie, plutôt que des émissions nouvelles. Par exemple, le 24 décembre 2002, France 3, au lieu de proposer des dessins animés, mise sur une valeur sûre, avec une spéciale de *Questions pour un champion* des candidats les plus brillants de l'année. Le refus de la prise de risque impose aux chaînes de se cantonner aux recettes connues, donc répétitives : des animateurs-vedettes, et les programmes à succès garantis que sont entre-temps devenus les films, notamment étrangers.

La principale différence entre les programmes de fêtes des deux époques est une évolution dans la nature des émissions mises en avant comme « exceptionnelles » : dans les années soixante, il s'agit des fictions françaises (dramatiques et feuilletons), spécialement produites pour l'occasion. Depuis la fin des années soixante-dix, il s'agit des films de cinéma. Cela ne veut pas dire que les fictions télévisées aient disparu des écrans des fêtes. En 1993, *Les maîtres du pain*, d'Hervé Baslé, sont présentés par la chaîne comme « un grand mélodrame dans la tradition des œuvres du temps de Noël, à regarder avec le cœur, pour rire et pleurer avec ceux qu'on aime »³⁶. Mais l'audience n'est plus au rendez-vous. De plus, on ne met plus l'accent sur le caractère bien français de ces productions, qui, à l'époque, devaient contribuer à diffuser le patrimoine culturel national. Et pour cause, la fiction télévisée de prestige ne survit désormais, le plus souvent, que grâce à des coproductions internationales³⁷ (pour les fêtes de 1997, la nouvelle adaptation du roman *Le rouge et le noir* voit le

- *Télérama*, Dominique Louise Pélegrin, « Rois mages et Bluebell girls. Cinquante ans de fêtes cathodiques », 501, 20/12/1997.

- *Le Figaro* 18/12/1970 et Renaud Matignon « Père Noël réchauffé », 27/12/1994.

- France 2, Bulletin de presse, 18/12/1993.

- cf. Jérôme Bourdon, « Shakespeare, Dallas et le commissaire. Pour une histoire de la fiction télévisée européenne », *Le Temps des Médias*, 2, printemps 2004, p. 176-196.

jour grâce à une coproduction France-Italie-Allemagne). Alors que la dramatique, devenue téléfilm, se banalise, le programme d'appel de la télévision est devenu le film de cinéma. En 1982, pas moins de quarante films sont diffusés pendant les fêtes, dont douze sur FR3, la chaîne du cinéma.

En ce qui concerne le choix des films, la programmation des fêtes évolue également. Pas radicalement cependant. Aujourd'hui encore, il y aura forcément fin décembre, comme dans les « noëls d'antan », un film avec Romy Schneider, Charlie Chaplin, ou Louis de Funès, un péplum de Cecil B. de Mille ou un classique hollywoodien... mais progressivement, ils délaissent les chaînes historiques à forte audience pour passer sur des « petites chaînes ». Les grandes rivalisent à coups de succès du *box-office* plus récents, qui acquièrent ainsi le statut de « nouveaux classiques » de Noël. Il s'agit de films populaires français (*Le père Noël est une ordure* et *Les bronzés font du ski* détiennent des records apparemment inusables et ont encore été programmés en concurrence le 21 décembre 2008) ou de *blockbusters* américains récents, de préférence au public « familial » : *La guerre des étoiles* en 1986, *Le monde de Narnia*, *Harry Potter*, et *Le Seigneur des Anneaux* en 2009. Evidemment, ces multi-rediffusions aggravent le sentiment de déjà vu suscité par les programmes de fêtes. Les années 2000 voient ces tendances s'accroître. D'autant plus que depuis 2007, la concurrence s'est encore accrue avec les chaînes de la TNT. Cinéma, dessins animés et variétés sont toujours à l'honneur, mais les grandes fictions ne peuvent rivaliser, en termes d'audience, avec les séries américaines, programmes à succès diffusés comme le reste de l'année : en décembre 2008, un épisode des *Experts* pouvait rassembler près de dix millions de téléspectateurs, soit sept fois plus que *Les Rois Maudits*.

L'esprit de fête, aujourd'hui, est donc davantage une question d'ambiance que de programmation spécifique. A cet égard, l'« habillage » des chaînes, perfectionné grâce aux techniques numériques, joue un rôle important en accompagnant tout au long de la journée le téléspectateur par des musiques (des grelots, des sons cristallins, des voix maternelles), des couleurs (blanc, rouge, doré), des annonces alléchantes de « menus » de fêtes. Bref, la télévision présente ses programmes de fêtes comme emballés dans des papiers cadeaux presque plus brillants que leurs contenus. Il reste encore quelques spécificités selon les chaînes : France Télévisions poursuit davantage la tradition des grandes fictions (ainsi, en 2009, France 2 a diffusé le feuilleton de cape et d'épée *Cartouche*) et des retransmissions théâtrales, tandis que France 3 propose systématiquement du théâtre et du cirque. Arte et France 5 prennent le relai pour la diffusion des classiques du cinéma, tandis que M6 rediffuse chaque année des grands dessins animés (*Astérix*, *Tintin* ou *Disney*). Ainsi, les émissions traditionnelles des fêtes se retrouvent, même si le « festival » se dissout aujourd'hui dans une programmation plus proche de l'ordinaire.

Le facteur essentiel de ces évolutions est bien la mise en concurrence des chaînes. Si le cœur n'y est plus, les programmes de fêtes continuent d'être annoncés et abondamment commentés dans la presse (et désormais sur internet). C'est qu'ils sont toujours un élément de la guerre que se livrent les chaînes pour l'audience. C'est à la Noël 1970 que la deuxième chaîne commence à intéresser une part conséquente des téléspectateurs (l'audience de ses émissions de soirée dépasse alors les 20%). Mais le véritable tournant est évidemment celui du milieu des années 1980, alors que trois nouvelles chaînes apparaissent et que le service public est mis en minorité par la privatisation de TF1. Les festivités télévisées du réveillon de l'an 2000 offrent un cas exemplaire de cette situation de surenchère qui aboutit à l'uniformisation. TF1 et France 2 proposent pour l'occasion les émissions *Millenium* et *France 2000*, « deux projets concurrents, mondiaux et grandioses » : « la plus grande entreprise collective de télévision jamais réalisée, grâce à des moyens technologiques, humains et financiers ébouriffants »³⁸. Il s'agit de projets organisés par deux consortiums internationaux de chaînes : les grandes chaînes de chaque pays doivent filmer les festivités locales et les mettre en commun dans une gigantesque banque d'images, utilisée pour une diffusion-marathon

- *Télérama*, 2606, 25/12/1999. « J'ai la fête qui tourne », Juliette Bénabent.

de 28 à 36 heures de direct. *Libération* parle alors de « guerre cathodique » et insiste sur les montants investis (25 et 50 millions de francs pour France 2 et TF1 respectivement)³⁹.

Examinons plus en détails les grands traits qui caractérisent l'évolution de cette programmation depuis trente ans et infléchissent la pseudo-tradition. Dans les années 1985-86, trois nouveaux programmes appelés à devenir récurrents s'installent : il s'agit d'abord du bêtisier, qui remplace la rétrospective des événements ou des meilleurs programmes de l'année. La même année, un programme caritatif supprime tous les autres : il s'agit de la soirée des Enfoirés au profit des Restos du Cœur. Enfin, en décembre 1986, FR3 diffuse un nouveau classique des fêtes : l'élection de Miss France (elle passera sur TF1 à partir de décembre 1995, puis sa diffusion sera avancée début décembre).

Le trait marquant des années quatre-vingt dix est la concurrence des animateurs-stars de TF1 et France 2 : ce sont eux désormais les vedettes de la télévision des fêtes, et non plus les réalisateurs. On parle désormais des « duels » entre, sur TF1, Christophe Dechavanne ou Arthur et, sur France 2, Michel Drucker, Jean-Luc Delarue, ou Patrick Sabatier. Le soir du 31 est un jour-test et les résultats d'audiences sont très attendus. Signe des temps, en décembre 2007, France 2 propose des contes de Noël où les personnages sont incarnés par... les animateurs de France Télévisions (Patrice Laffont, Sophie Davant, Nelson Monfort, Stéphane Bern, Jérôme Bonaldi, Laurent Romejko, Pierre Bellemare ou encore Gérard Holtz). Autrefois, la mobilisation des grands noms de la télévision pour les fêtes était un gage de qualité. Elle est devenue un facteur de monotonie.

Autre changement majeur : la dimension religieuse attachée à l'esprit de Noël est réduite à la portion congrue. Là encore, des signes avant-coureurs sont détectables dès le début des années soixante-dix. En 1972, le *Figaro* s'étonne qu'on ait choisit pour la veillée de Noël un film avec Marilyn Monroe et un avec Judy Garland : « on nous permettra de regretter cette manière, plaisante en d'autres circonstances, mais vraiment curieuse hier soir, de préparer une fête dont la raison d'être est tout de même la venue sur terre du fils de Dieu »⁴⁰. Aujourd'hui, les références au sens religieux de la fête n'apparaissent que quand elles se prêtent au grand spectacle : ainsi, en 1993, TF1 diffuse le spectacle de Robert Hossein et Alain Decaux, monté aux Palais des Sports, *Jésus était son nom*, alors que France 2 propose en deuxième partie de soirée des *Chants de Noël et chants sacrés* interprétés par la cantatrice star du gospel, Jessye Norman, à Notre-Dame de Paris. Enfin, en décembre 2008, TF1 provoque l'émoi des catholiques en décidant de ne plus retransmettre la traditionnelle messe de minuit – remplacée par un concert de Michel Sardou... Il est vrai que pour une majorité de Français, le caractère religieux de la fête n'est désormais plus prépondérant⁴¹. La télévision ici accompagne des évolutions culturelles globales – les années quatre-vingt sont celles du retour du thème de la tradition, de la mémoire, de la demande de repères⁴², trouvés en l'occurrence dans l'histoire des origines ancestrales et païennes de Noël. La religion se folklorise. De manière générale, l'esprit des fêtes est marqué par l'esprit du temps. Même si la Saint-Sylvestre est depuis longtemps l'occasion d'introduire, en deuxième partie de soirée, un peu de licence dans les programmes d'ordinaire si sages (comme en témoigne le titre du réveillon de 1977, *Smoking et carré blanc*), les spectacles retransmis sont de plus en plus érotiques, des Folies Bergères au Lido puis au Crazy Horse. Le réveillon de Noël, lui, prend parfois une tournure franchement publicitaire : ainsi, en 1992, TF1 fait de ses soirées pour enfants de véritables émissions de promotion du parc Eurodisney...

Ainsi, la concurrence entre les chaînes a des effets paradoxaux : par souci de limiter la prise de risque, elle tend à homogénéiser les programmes autour des émissions qui font recette tout au long

· *Libération*, « Guerre cathodique pour le réveillon », Raphaël Garrigos et Isabelle Roberts, 31/12/1999.

· *Le Figaro*, 25/12/1972, « La veillée de Noël », Jean-Louis Gazignaire

· Seuls 14% de Français considèrent Noël comme une fête religieuse (Sondage CSA/I-télé/Le Parisien Aujourd'hui en France, réalisé les 21 et 22 décembre 2006).

· cf. Isabelle Veyrat-Masson, *Quand la télévision explore le temps. L'histoire au petit écran, (1953-2000)*, Paris, Fayard, 2000.

de l'année. En même temps, les fêtes sont l'occasion bousculer un peu la routine et de raviver la flamme⁴³... Les chaînes déploient donc tous leurs moyens pour attirer le maximum de téléspectateurs vers leurs programmes « exceptionnels ». Ces émissions, pourtant, ne battent pas forcément des records d'audience. Certes, entre les réveillons, la période de vacances implique une forte disponibilité du public, à une époque – l'hiver – où l'écoute est traditionnellement importante. Ainsi, les plus gros succès peuvent rassembler plus de sept millions de téléspectateurs. Les soirs de réveillons, cependant, l'audience est un peu plus faible, notamment à Noël : les meilleures émissions réunissent alors trois à quatre millions de téléspectateurs. Pour le soir du 31, on compte en général sept millions de téléspectateurs devant l'émission à succès dans les années quatre-vingt-dix, quatre à cinq millions aujourd'hui. Le 1^{er} janvier 1986, Antenne 2, diffuse pour la première fois à la télévision (en clair) *La guerre des étoiles*, un film arrivé deuxième au *box office* 1977, qui lui a coûté trois millions de francs. L'audience (21%), n'est que celle d'un téléfilm français moyen. Ces programmes coûtent donc très cher pour une audience moyenne. Pourtant, la période des fêtes reste décisive pour l'image de marque des chaînes : c'est pourquoi elles sont obligées de maintenir un minimum de productions fastueuses – ce qui prouve à quel point les « programmes de fêtes » font partie de l'image de la télévision, suscitent des attentes qui perdurent au-delà des traditions.

Si ces attentes sont parfois déçues, ce n'est pas essentiellement dû, semble-t-il, à l'évolution de la qualité des programmes. Le reflux du merveilleux tient peut-être également à l'affaiblissement du sentiment de communauté que la télévision peut susciter. Avec la multiplication des chaînes et des possibilités de choix, le public se fragmente. On peut penser que le sentiment de coprésence, la certitude de regarder le programme en même temps que des millions d'autres, sont moins prégnants. Pourtant, cela reste un élément de l'expérience de la télévision, notamment pour les personnes isolées. La télévision doit remplacer la famille pour ceux qui n'en ont pas. On sait aussi que l'écoute de la télévision pendant les fêtes est différenciée selon les groupes sociaux : parmi le public de la Saint-Sylvestre, personnes âgées et ruraux sont surreprésentés. Plus le niveau de revenus est bas, plus on regarde alors la télévision (notamment le 31 décembre)⁴⁴. Mais on est bien loin des vastes publics des années soixante. Le 29 décembre 1969, le feuilleton *Jean-Robert Coignet* réunissait 74,1% des téléspectateurs, soit 18,5 millions de personnes. Le 26 décembre 1970, la pièce *Un fil à la patte*, obtenait 69% d'audience, soit 18,9 millions de téléspectateurs. On a vu que rares étaient aujourd'hui les émissions de fête à atteindre les 10 millions. De plus, les pratiques de réception ont changé. Il faut mentionner ici un autre phénomène qui modifie les habitudes : la diffusion du magnétoscope dans les années quatre-vingt-dix permet de profiter de ces programmes exceptionnels sans avoir besoin d'être présent devant le poste à l'heure de leur diffusion. On sait que le magnétoscope sert avant tout à enregistrer des films qui enrichiront les cinémathèques personnelles – or Noël est justement le moment où ils sont le plus nombreux dans la programmation. Leur succès ne suppose donc pas forcément la présence effective du téléspectateur devant l'écran. Moins de direct, un public plus fragmenté, une réception différée : la télévision des fêtes n'échappe pas aux tendances générales, même si cela est ressenti confusément avec amertume par les téléspectateurs nostalgiques.

La télévision a donc joué un rôle décisif dans la définition des « fêtes de fin d'année » comme période à part : elle a contribué à en délimiter les bornes, les contenus, l'ambiance et à susciter une attente chez les téléspectateurs. Le défi, pour ce média du quotidien, de la banalité et de l'habitude, est de proposer à cette occasion une programmation exceptionnelle : c'est pourquoi il a recours à des émissions de prestige, à un habillage festif, à un ton particulier. La notion centrale reste celle de la « grande œuvre populaire », mais si la référence à la tradition est toujours là dans les discours, force est de constater que le consensuel a pris le pas sur le prestigieux et sur le patrimonial... En effet,

- Cette tension entre conformisme et innovation dans la programmation est au cœur du fonctionnement de la télévision comme industrie culturelle, comme le rappelle Eric Macé à la suite d'Edgar Morin. Cf. Eric Macé, « Le conformisme provisoire de la programmation », *Hermès*, 37, 2003, p. 127-135.

- CEO, *La télévision pendant les fêtes de fin d'année, décembre 1982*, mai 1983.

l'évolution institutionnelle fait que la période des fêtes elle-même subit de plus en plus les contraintes ordinaires de la programmation : la concurrence pour l'audience, les conditions de production des programmes contribuent, tout autant que la sécularisation de Noël, à banaliser la période. L'histoire des fêtes télévisées est-elle donc celle d'un désenchantement ? Année après année, elles continuent pourtant de rythmer les réveillons des nouvelles générations, et de leurs parents. La nostalgie des noëls d'antan est presque un fond de commerce des noëls présents, que la télévision ne se prive pas d'exploiter –en passant sous silence le fait que les programmes de l'ORTF étaient loin de faire l'unanimité visée... On peut souligner les constantes de cette programmation, qui entretiennent le plaisir du rituel, de la répétition rassurante du cycle : un temps présenté comme une suspension du quotidien, une télévision qui « offre » le meilleur de ses programmes, une ambiance générale de chaleur et de convivialité qui imprègne le maximum d'émissions. Les fêtes sont l'une des occasions où l'on valorise le plus le rôle fédérateur de la télévision, sa capacité à suivre les rythmes sociaux et à tendre un miroir consensuel à son public. La référence à la tradition masque pourtant les évolutions que nous avons montrées. Trois types de réveillons télévisés se sont succédés, les soirées des années cinquante sur le modèle radiophonique, les grands festivals des années soixante, vitrine du meilleur de l'ORTF, mais aussi des valeurs traditionnelles de l'époque, puis les fêtes actuelles, dont il est difficile de penser que la magie, pour être devenue un argument de vente, a totalement disparu. Les grandes dramatiques inspirées de la littérature ont laissé la place aux films à succès, les variétés se sont adaptées à l'esprit du temps, les ambitions des réalisateurs ont marqué le pas devant la recherche d'audience, qui pousse les chaînes à poursuivre le subtil point d'équilibre entre routine et programmation d'exception. On le voit, les fêtes télévisées ne sont que la cristallisation des tendances qui traversent la société et l'institution télévisuelle. Elles traduisent d'une part, les aspirations du public à un moment donné (y compris négativement, par les déceptions exprimées) et elles contribuent, d'autre part, à modeler de nouvelles pratiques, de nouveaux rituels. Gageons que, de la même façon, la rentrée des classes, ou les vacances d'été, ne sont plus tout à fait les mêmes depuis l'arrivée du petit écran.

Références

Jérôme Bourdon, « Shakespeare, Dallas et le commissaire. Pour une histoire de la fiction télévisée européenne », *Le Temps des Médias*, 2, printemps 2004, p. 176-196

Marie-France Chambat-Houillon, « Un bonheur déçu : Noël 68 à la télévision française », *Médiamorphose*, 21, juin 2009, p. 108-109

Mark Connelly, *Christmas, A Social History*, Londres, I.B.Tauris, 1999.

François-André Isambert, « Du religieux au merveilleux dans la fête de Noël », *Archives des sciences sociales des religions*, 25, n°1, 1968, p. 23-37

François-André Isambert, « La fin de l'année. Études sur les fêtes de Noël et du Nouvel An à Paris entre décembre et janvier 1976 », *Travaux et documents du Centre d'études sociologiques*, Paris V, 1976.

François-André Isambert, *Le Sens du sacré. Fête et religion populaire*, Paris, Éditions de Minuit, 1982.

Claude Lévi-Strauss, « Le Père Noël supplicié », *Les Temps modernes*, mars 1952, p. 1572-1590.

Eric Macé, « Le conformisme provisoire de la programmation », *Hermès*, 37, 2003, p. 127-135.

Martyne Perrot, *Ethnologie de Noël, une fête paradoxale*, Paris, Grasset, 2000

Arnold Van Gennep, « Le cycle des douze jours, de Noël aux Rois », *Manuel de folklore français contemporain*, t. I, vol. 7, Paris, Picard, 1958.