



## AVERTISSEMENT

Ce document est le fruit d'un long travail approuvé par le jury de soutenance et mis à disposition de l'ensemble de la communauté universitaire élargie.

Il est soumis à la propriété intellectuelle de l'auteur. Ceci implique une obligation de citation et de référencement lors de l'utilisation de ce document.

D'autre part, toute contrefaçon, plagiat, reproduction illicite encourt une poursuite pénale.

Contact : [ddoc-theses-contact@univ-lorraine.fr](mailto:ddoc-theses-contact@univ-lorraine.fr)

## LIENS

Code de la Propriété Intellectuelle. articles L 122. 4

Code de la Propriété Intellectuelle. articles L 335.2- L 335.10

[http://www.cfcopies.com/V2/leg/leg\\_droi.php](http://www.cfcopies.com/V2/leg/leg_droi.php)

<http://www.culture.gouv.fr/culture/infos-pratiques/droits/protection.htm>

UNIVERSITÉ de METZ

|                                           |          |
|-------------------------------------------|----------|
| Bibliothèque Paul Verlaine METZ<br>S.C.D. |          |
| N° Inv.                                   | 2004044L |
| Cote                                      | L/M304/M |
| Loc                                       | magenta  |

EXCLU DU  
PRÊT

# DE LA RÉFLEXIVITÉ A LA PRISMATICITÉ

*Dispositifs, agencements, limites*

Nabil Aliouane

Thèse de Doctorat

Sciences de l'information et de la Communication

Sous la direction de Monsieur le Professeur Noël Nel

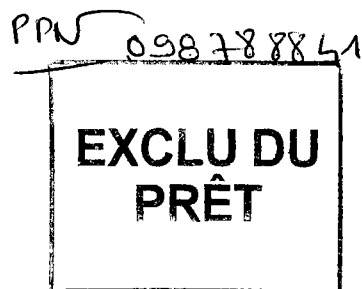
2004

BIBLIOTHEQUE UNIVERSITAIRE DE METZ



031 536369 8

|                               |            |
|-------------------------------|------------|
| UNIVERSITÉ Paul Verlaine METZ |            |
| N°                            | 2004 044 L |
| Cote                          | L/M 04/M   |
| Loc                           | may rouge  |



## PLAN DÉTAILLÉ

|                                                                           |           |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>INTRODUCTION.....</b>                                                  | <b>9</b>  |
| <i>Définitions de l'objet .....</i>                                       | <b>11</b> |
| La réflexivité .....                                                      | 11        |
| La télévision .....                                                       | 17        |
| Les discours .....                                                        | 19        |
| <i>Pour une reformulation du phénomène réflexif .....</i>                 | <b>21</b> |
| <i>Question de méthode .....</i>                                          | <b>25</b> |
| <i>Question de corpus .....</i>                                           | <b>27</b> |
| <i>Cheminement de la réflexion .....</i>                                  | <b>28</b> |
| <b>PREMIERE PARTIE : .....</b>                                            | <b>31</b> |
| <b>DE LA CRITIQUE DE TÉLÉVISION .....</b>                                 | <b>31</b> |
| <b>CHAPITRE 1 : LA CRITIQUE DE TÉLÉVISION DANS LA PRESSE ÉCRITE .....</b> | <b>32</b> |
| I) Qu'est-ce que la critique ? .....                                      | 32        |
| 1) Comment étudier la critique ? .....                                    | 38        |
| a) Où ? .....                                                             | 40        |
| b) Qui ? .....                                                            | 41        |
| c) Comment ? .....                                                        | 42        |
| II) Spécificité de l'objet télévisuel .....                               | 45        |
| 1) L'émission télévisée n'est pas susceptible de répétition .....         | 45        |
| 2) L'objet de la critique (l'émission) n'est pas à vendre .....           | 46        |
| 3) La télévision ne comprend pas un mais plusieurs objets critiques ..... | 47        |
| 4) Difficulté supplémentaire pour le critique .....                       | 48        |
| 5) La notion d'auteur est très ambiguë à la télévision .....              | 49        |
| 6) Difficultés pour cerner l'objet de la critique .....                   | 51        |
| III) A quoi sert la critique de télévision ? .....                        | 53        |
| IV) Les débuts de la critique de télévision .....                         | 60        |
| 1) Où débute la critique ? .....                                          | 60        |
| 2) Qui sont les critiques ? .....                                         | 62        |
| 3) Objet de la critique ? .....                                           | 66        |
| 4) Postures du critique .....                                             | 71        |
| V) De la critique à la chronique .....                                    | 73        |
| VI) La critique de télévision a-t-elle jamais existé ? .....              | 81        |
| VII) La presse spécialisée .....                                          | 83        |
| VIII) Difficultés de la critique de télévision .....                      | 90        |
| <b>CHAPITRE 2 : LA CRITIQUE TÉLÉVISUELLE DE LA TÉLÉVISION .....</b>       | <b>94</b> |

|                                                             |            |
|-------------------------------------------------------------|------------|
| <b>I) Court rappel historique .....</b>                     | <b>95</b>  |
| 1) La critique en perspective : 1950-70.....                | 95         |
| a) La télévision et la technique .....                      | 95         |
| b) La télévision et ses vedettes .....                      | 98         |
| c) Face à face.....                                         | 100        |
| 2) La nouvelle donne : 1970.....                            | 102        |
| a) Carte blanche à un auteur .....                          | 103        |
| b) La stratégie concurrentielle .....                       | 104        |
| c) Nostalgie .....                                          | 105        |
| 3) Juste pour rire : 1990.....                              | 106        |
| <b>II) Vers une conceptualisation du prisme.....</b>        | <b>108</b> |
| 1) Peut-on expliquer à la télévision ? .....                | 108        |
| a) Le média permet-il d'expliquer ? .....                   | 109        |
| b) Qui peut expliquer à la télévision ? .....               | 110        |
| c) Des discours enchaînés.....                              | 111        |
| d) Peut-on dénoncer à la télévision ? .....                 | 116        |
| e) Peut-on dénoncer la médiation TV à la télévision ? ..... | 119        |
| <i>Face au public.....</i>                                  | <i>119</i> |
| <i>Arrêt sur images : l'"affaire Bourdieu".....</i>         | <i>121</i> |
| <b>DEUXIEME PARTIE : .....</b>                              | <b>126</b> |
| <b>LE RETOUR SUR SOI.....</b>                               | <b>126</b> |
| <b>CHAPITRE 1 : Le métalangage.....</b>                     | <b>127</b> |
| I) Sources du métalangage.....                              | 127        |
| II) La réflexivité en linguistique.....                     | 131        |
| III) Réflexivité et mise en abyme.....                      | 135        |
| 1) La mise en abyme ?.....                                  | 135        |
| 2) La peinture .....                                        | 140        |
| 3) Le théâtre .....                                         | 140        |
| 4) Le cinéma.....                                           | 140        |
| 5) La littérature.....                                      | 141        |
| IV) La citation.....                                        | 142        |
| 1) La citation audiovisuelle .....                          | 142        |
| 2) Citation réflexive ? .....                               | 147        |
| <b>Chapitre 2 : Le prisme .....</b>                         | <b>150</b> |
| I) Définition .....                                         | 150        |
| 1) Au niveau de la production .....                         | 151        |
| 2) Au niveau du texte télévisuel .....                      | 152        |
| a) Contraintes .....                                        | 153        |
| 2) L'intertextualité .....                                  | 157        |
| 2.1) Fondements du prisme dans l'œuvre de G. Genette .....  | 160        |
| 2.1.1) La transtextualité.....                              | 161        |
| 2.1.2) L'hypertexte .....                                   | 166        |
| 3) Le mimotexte .....                                       | 171        |
| 4) Intertextualité / Métatextualité .....                   | 174        |
| a) transcendance .....                                      | 175        |
| b) Configuration .....                                      | 176        |
| c) Sérialisation.....                                       | 180        |
| 5) Discursivisation .....                                   | 181        |
| 5.1) Le prisme comme acte de discours .....                 | 181        |
| 5.2) Niveaux.....                                           | 186        |
| a) La note .....                                            | 187        |
| b) L'épitexte.....                                          | 189        |
| 5.3) Procédés .....                                         | 190        |
| a) Procédés appliqués au texte citant.....                  | 191        |



|                                                                     |            |
|---------------------------------------------------------------------|------------|
| b) Procédés appliqués au texte cité.....                            | 193        |
| <b>Chapitre 3 : Analyses .....</b>                                  | <b>197</b> |
| <b>A) Pôle de la Réception .....</b>                                | <b>198</b> |
| 1) Face au public.....                                              | 199        |
| 2) L'Hebdo du médiateur .....                                       | 203        |
| a) Public et pertinence .....                                       | 206        |
| b) La note .....                                                    | 208        |
| 2) Analyse de la relation entre le JT et l'Hebdo du médiateur ..... | 208        |
| a) Le Journal télévisé : JT.....                                    | 209        |
| b) Liens JT-Hebdo du médiateur.....                                 | 209        |
| c) Le générique.....                                                | 210        |
| d) Le propos .....                                                  | 212        |
| e) Mise en cadre, mise en scène .....                               | 213        |
| f) L'adresse.....                                                   | 214        |
| g) Le direct .....                                                  | 215        |
| h) Preuve par l'image .....                                         | 216        |
| i) Le médiateur .....                                               | 216        |
| j) Question de genre .....                                          | 218        |
| 3) Analyse d'émissions .....                                        | 219        |
| a) Schéma type de l'émission .....                                  | 220        |
| b) La citation .....                                                | 221        |
| b') Procédés appliqués à la citation.....                           | 221        |
| b'') Citation réflexive ? .....                                     | 224        |
| 4) L'argumentation.....                                             | 225        |
| a) La rhétorique journalistique .....                               | 225        |
| b) La rhétorique de l'objectivité.....                              | 227        |
| c) La rhétorique de l'expertise critique.....                       | 230        |
| 5) La recontextualisation .....                                     | 233        |
| 6) Types de commentaires.....                                       | 234        |
| a) Nous .....                                                       | 234        |
| b) Emotion téléspectatorielle.....                                  | 236        |
| c) Emotion journalistique.....                                      | 237        |
| d) Justification professionnelle ou la parole de l'expert .....     | 238        |
| 7) Modes d'intervention téléspectateurs.....                        | 239        |
| 8) Parole du médiateur .....                                        | 242        |
| <b>B) Pôle du Texte.....</b>                                        | <b>244</b> |
| 1) Arrêt sur images.....                                            | 246        |
| 2) Face à l'image .....                                             | 251        |
| <b>C) Pôle de la production .....</b>                               | <b>258</b> |
| 1) Plus clair.....                                                  | 259        |
| <b>TROISIEME PARTIE : .....</b>                                     | <b>265</b> |
| <b>Raisons de la généralisation.....</b>                            | <b>265</b> |
| <b>1) Raisons sémiotiques et esthétiques.....</b>                   | <b>266</b> |
| a) La sérialité comme forme d'écriture .....                        | 268        |
| b) Le prisme en tant qu'élément sériel .....                        | 271        |
| c) La bonne formule .....                                           | 273        |
| d) La sérialité comme forme didactique .....                        | 275        |
| <b>2) Raisons culturelles.....</b>                                  | <b>276</b> |
| a) Télévision : l'âge adulte .....                                  | 276        |
| b) Un média légitime .....                                          | 278        |
| c) Le travail de mémoire .....                                      | 279        |
| <b>3) Raisons économiques .....</b>                                 | <b>282</b> |
| a) Logique de flot et logique éditoriale .....                      | 282        |
| b) Industrie culturelle, industrie de service .....                 | 285        |
| c) En marges.....                                                   | 287        |
| <b>CONCLUSION GENERALE.....</b>                                     | <b>291</b> |

**Annexes ..... 295**

**Annexes ..... 295**

**BIBLIOGRAPHIE ..... 300**

## Remerciements

Ces lignes sont les dernières que j'écris. C'est l'heure du bilan, mais aussi et surtout le moment de tourner la page, non pas sur trois années de doctorat, mais bien sur sept années de ma vie d'étudiant. Sept années de travail, de doute, d'espoir, de plaisir et, désormais, de souvenirs. Je voudrais dire aujourd'hui, et pour toujours, toute ma reconnaissance à Noël Nel qui a cru dès le début à ma folle intuition et a su me diriger pas à pas vers des domaines qui m'étaient, jusque là, inconnus. Toute personne ayant eu la chance de travailler avec Noël Nel aura remarqué son extraordinaire rigueur et sa connaissance profonde des sujets dont il traite. Je voudrais aussi souligner la grande disponibilité de l'homme, combien de doctorants ont la chance d'avoir un directeur qui relit systématiquement toutes vos compositions, les corrige, les annote et consacre autant de temps à la recherche ? Mais cette disponibilité est avant tout une disponibilité de cœur, d'un homme qui aime profondément les étudiants et fait preuve d'une grande ouverture d'esprit.

Je remercie également chaleureusement l'ensemble du corps enseignant et technique du département d'information et communication de l'université de Metz, pour leur accueil, leur gentillesse, leur soutien et pour les bonnes conditions de recherche qu'ils ont pu mettre à ma disposition.

Bien entendu, je n'oublie pas ceux sans qui je ne serais rien : mes parents qui m'ont supporté toutes ces années et mes amis qui sont le terreau de mon inspiration et de mon énergie vitale.

## INTRODUCTION

Méta-, auto-, hyper-, trans-, para-, les préfixes sont nombreux, les réalités qu'ils désignent aussi. Le chercheur peut parfois se perdre dans cette jungle du métalangage, de l'autotélie, de l'hypertexte, de la distanciation, de l'autoportrait, de l'autocritique, de la parodie, du métadiscours... Parmi l'ensemble de ces termes, on peut tout de même en isoler un, qui est particulièrement usité au sein de la sphère des sciences de l'information et de la communication, mais dont le succès repose sur une appréhension relative, flottante des réalités qu'il recouvre : nous voulons parler de la *réflexivité*. A son sujet, nous allons tenter de faire nôtre la démarche de G. Genette et procéder à ce " nettoyage de la situation verbale " qu'il appliquait à la parodie et que nous voudrions appliquer à la réflexivité. Genette précisait en effet :

" En proposant cette réforme taxinomique et terminologique, je ne nourris guère d'illusions sur le sort qui l'attend : comme l'expérience l'a maintes fois démontré, si rien n'est plus facile que d'introduire dans l'usage un néologisme, rien n'est plus difficile que d'en extirper un terme ou une acception reçus, une habitude prise. Je ne prétends donc pas censurer l'emploi du mot *parodie* (puisque'en somme, c'est essentiellement de cela qu'il s'agit) mais seulement le signaler et, faute de pouvoir effectivement amender ce canton du lexique, fournir au moins à ses usagers un instrument de contrôle et de mise au point qui leur permette, en cas de besoin, de déterminer assez vite à quoi ils pensent (éventuellement) lorsqu'ils prononcent (à tout hasard) le mot *parodie*. " (G Genette : 1982, p.34)

Dans notre recherche, il s'agit donc de tenter de mettre à plat la notion de *réflexivité télévisuelle*, et de vérifier s'il y a bien une forme réflexive là où on prétend la voir, c'est-à-dire à peu près partout : dans la programmation, les interprogrammes,

les émissions aussi différentes et variées qu'elles soient, au niveau du contenu, comme au niveau de l'énonciation.

Parler de la réflexivité n'est donc pas aisé. D'abord, d'un point de vue général, il est difficile de parler de soi et de définir la manière dont les autres parlent d'eux-mêmes. Pour la sphère télévisuelle, vient s'ajouter une autre difficulté qui est d'analyser l'application possible ou non des théories réflexives. On touche en effet aux bases de la construction du signe, ce qui sous-entend qu'on puisse clairement définir la nature du signe télévisuel. Mais si l'on veut être méthodique, on ne peut se satisfaire de cette seule définition, il faut au contraire, pour saisir ce qu'est la réflexivité télévisuelle, s'intéresser à l'ensemble des logiques qui entrent en jeu dans la production, la diffusion et la réception du signe télévisuel.

En plus de ces difficultés, il nous faut interroger la notion même de réflexivité, revoir les fondements de ce qui pourrait sembler acquis. En somme, et malgré le succès fulgurant de ce concept, refuser une application massive et non nuancée. Car le terme est en vogue, la sphère télévisuelle est touchée par la vague de la réflexivité, tout comme l'étaient la linguistique et la littérature dans les années quatre-vingt. Le chercheur et le téléspectateur avertis ont pu remarquer le développement du nombre *d'émissions prenant pour thème les télévisions* : les rediffusions, les recyclages d'images, les émissions nostalgiques, les auto-célébrations... Les recherches sur le phénomène se sont multipliées, et la notion de réflexivité s'est imposée comme une évidence. Mais que faut-il y voir ? Certains pestent contre cette télévision qui ne produit plus rien de neuf, d'autres revoient avec plaisir des *moments* de télévision, d'autres encore y voient le formidable retour de la télévision sur elle-même.

Bien que les recherches se multiplient, aucune ne semble contredire ce qui est communément admis : la réflexivité existe, elle trouve une application à la télévision, son application est peu restrictive... Mais lorsqu'on se penche sur ces études, on s'aperçoit que leurs auteurs en donnent des définitions différentes, recouvrant des pratiques parfois très éloignées l'une de l'autre, alors même qu'ils les réunissent sous

un même terme : *réflexivité*. La réflexivité semble donc être une notion consensuelle réunissant sous la même bannière des pratiques différentes, que nous nommerons pour l'instant " de second degré ".

Notre ambition est donc d'extirper de la réflexivité tous les jugements de valeur qu'on y met, de mettre à plat les différentes acceptions, pour parvenir à une utilisation fondée et pertinente. La principale difficulté réside dans la nécessaire *reconceptualisation* au sein de la sphère télévisuelle, étape dont on ne peut faire l'économie, car la réflexivité est un concept littéraire plus que linguistique ou médiatique. Elle ne consiste pas seulement en un ensemble de règles, mais aussi en une position par rapport au texte (émission) et à ses dispositifs. Il nous faut donc voir quelle est l'extension possible de ce concept à la télévision. Quelles seraient les conditions de possibilités de la réflexivité télévisuelle ?

### ***Définitions de l'objet***

#### ***La réflexivité***

En étudiant les fondements de la notion de réflexivité, on comprend mieux qu'il puisse régner un certain flou autour de cette notion. En effet, les mots *réflexivité* et *réflexif* ont plusieurs acceptions. Ils renvoient tout d'abord à l'action physique de réfléchir, l'exemple le plus parlant étant celui du miroir qui réfléchit (renvoie) la lumière. *Réflexif* est également un terme employé en mathématiques, il désigne alors la relation qu'un élément peut avoir avec lui-même (par exemple, la relation d'égalité est réflexive :  $a = a$ ). La notion de réflexivité, telle qu'on la conçoit actuellement, emprunte surtout à l'action de réfléchir qui concerne la conscience se connaissant elle-même. Ces multiples acceptions ont depuis toujours donné lieu à des jeux sur les mots et les sens, on a ainsi accusé les miroirs de ne pas réfléchir. La *réflexivité* ne renvoie pas au verbe *réfléchir* mais à sa forme réflexive *se réfléchir* qui suppose la présence nécessaire d'un sujet *réflexible*. En d'autres termes, nous définissons la réflexivité

comme la *capacité à parler de soi et à réfléchir sur soi*. Et, il serait donc intéressant de voir à quelle acception du mot renvoie ce que l'on nomme : "la télévision au miroir".

Lorsqu'on se penche sur les différentes recherches menées sur le sujet, on peut distinguer trois grandes acceptions du mot "réflexivité" : il désigne tout d'abord la simple réflexion, l'image du miroir ; il évoque aussi l'action de se réfléchir, de parler de soi ; enfin, il concerne l'action de faire réfléchir les autres sur soi. Bien entendu, ce ne sont là que les grandes lignes directrices des recherches sur la réflexivité. Pour illustrer notre propos, nous convoquerons principalement les travaux de deux chercheurs : Pierre Beylot (2000) et Virginie Spies (2000), auxquels l'on doit les études les complètes sur ce thème. Tous deux ont, à peu de choses près, la même démarche sur ce point. Ils postulent d'emblée l'application possible de la notion de réflexivité à la sphère télévisuelle, en s'appuyant sur la conception du signe proposée par François Récanati (1979, pp 18-21). Celui-ci définit deux manières de considérer le signe : le signe transparent, qui comme son nom l'indique, n'est considéré qu'à travers ce qu'il désigne ; et le « signe pour lui-même » qui renverrait seulement à lui-même. Il nuance cette typologie avec un signe qui serait à la fois transparent et opaque, qui se réfléchirait en même temps qu'il représenterait quelque chose d'autre que lui-même. Un des plus grands reproches qu'on puisse adresser à P. Beylot et V. Spies est de s'être satisfait de cette définition de F. Récanati, et d'avoir, de ce fait, complètement éludé le débat sur la nature du signe télévisuel qui est au centre de la notion de réflexivité. Or, nous le verrons, les notions de métalangage et de réflexivité sont loin de faire l'unanimité, y compris parmi les linguistes qui en ont fortifié l'emploi.

Mais avant d'aborder la réflexivité télévisuelle, faisons un léger détour par les applications de cette notion dans les arts, où l'on se trouve confronté à d'autres notions recouvrant parfois des réalités communes. Ainsi, on s'aperçoit plus encore du nécessaire travail de clarification.

Que ce soit en littérature, en peinture, au théâtre ou au cinéma, on constate que la notion de réflexivité est peu mobilisée. On lui a préféré des concepts comme *récit spéculaire* ou *mise en abyme* que L. Dällenbach définit de la sorte : "(est mise en abyme) toute enclave entretenant une relation de similitude avec l'œuvre qui la contient. " (1977, p. 18). Dällenbach, en étudiant la mise en abyme gidienne, constate, lui aussi, la confusion sous un même terme de réalités distinctes. Pour y voir plus clair, il cherche un dénominateur commun entre les différentes formes de mise en abyme : " La racine commune de toutes les mises en abyme étant, à l'évidence, la notion de *réflexivité*, celle-ci nous fournira un premier critère de reconnaissance." (1977, p.60). Seulement, il précise : "(la réflexivité étant) entendue comme « retour de l'esprit (du récit) sur ses états et sur ses actes » " (1977, p.60). Problème : la notion prise comme mètre étalon est, elle aussi, une notion confuse. De ce fait, quelle que soit la forme artistique sur laquelle on se penche, la complexité sera toujours la même.

En peinture, la réflexivité (ou mise en abyme, selon le point de vue que l'on adopte) s'appuiera bien souvent sur des peintres comme Velasquez ou Memling, l'exemple le plus célèbre étant *Les Ménines* de Velasquez qui donnent à voir, par la médiation du miroir, un point d'observation inédit. Si le miroir permet effectivement d'offrir un point de vue différent, certains auteurs ont franchi le pas en affirmant : "Ainsi, Velasquez a assumé sa mission impossible : celle de peindre la peinture..." (B. Leconte : 2000, p.44). On est donc passé d'une réflexion "physique" par le miroir, à la métaphore d'une réflexion sur la peinture. On assiste à un va-et-vient incessant entre les différentes acceptions, tout se passe comme si le mot *réflexif* ou l'instrument de la réflexion, le miroir, favorisait également l'extrapolation du sens.

Pour le cinéma, l'exemple type de la réflexivité ou de la mise en abyme est *Huit et demi* de Fellini. Maintes fois étudié et disséqué, le film semble conserver tout son mystère. C. Metz est sûrement l'un de ceux qui en a le mieux parlé :

" Au même titre que les tableaux dans lesquels apparaît un tableau, que les romans où il est question d'un roman, *Huit et demi* appartient avec son « film dans le



film » à la catégorie des œuvres d'art dédoublées, réfléchies sur elles-mêmes. Pour définir la structure particulière de ce genre d'œuvres, on a parfois proposé l'expression de « construction en abyme », empruntée au langage de la science héraldique, et qui se prête en effet fort bien à désigner ce bâti autorisant tous les effets de miroir. " (1971, p.223)

Là encore, on mélange les différents procédés et acceptions. Peut-on classer sous une même catégorie un tableau faisant *apparaître* en son sein un autre tableau (et dans ce cas il ne s'agit plus d'une mise en abyme gidienne) et un film *évoquant* un autre film ? Si ces œuvres ne se prennent pas pour thème, il paraît abusif d'employer le terme *réflexif*. Les effets de miroir dont parle C. Metz désignent toutes les possibilités qu'on prête à l'œuvre de renvoyer à quelque chose d'autre. Dans le cas de *Huit et demi*, on a dit que le film présentait le film en train de se construire, qu'il présentait une critique du cinéma, d'autres ont vu Fellini dans le personnage de Guido... Serait-on libre de voir dans la réflexivité une multitude de réalités ? Est-elle un phénomène hypercomplexe ?

Intéressons-nous maintenant à la sphère télévisuelle. A l'origine de la notion de réflexivité télévisuelle se trouve notamment un article d'Umberto Eco, qui affirme :

" La caractéristique principale de la néotélévision, c'est le fait qu'elle parle de moins en moins du monde extérieur (ce que la paléotélévision faisait ou feignait de faire). Elle parle d'elle-même et du contact qu'elle est en train d'établir avec son public. " (Eco : 1989, p.197)

Cette position est catégorique, car en fait la réflexivité est loin d'être un phénomène spécifique à la néotélévision, la télévision s'étant toujours prise pour thème et ce, depuis les origines. Écoutons sur ce point l'un des chercheurs sur la question :

"Loin d'être un phénomène propre aux années quatre-vingt dix, l'apparition d'émissions réflexives date de l'époque pionnière du petit écran. Mais si la télévision a toujours parlé d'elle-même, les modalités et les finalités de ce méta-discours télévisuel ont considérablement varié au cours de l'histoire du média. De *Micro et camera* à *Arrêt sur images*, la manière de montrer les coulisses technologiques du media, d'évoquer les programmes et les professionnels qui les conçoivent ou de solliciter l'esprit critique du téléspectateur a changé au fur et à mesure que le paysage audiovisuel se transformait ". (P. Beylot : 1998, p.13)

On peut citer, pour exemple, l'émission *Face au public* de Jacques Locquin (1971-1972) qui se proposait de débattre du contenu des programmes en donnant la parole aux téléspectateurs afin qu'ils expriment leurs critiques et leurs attentes face à un certain nombre de professionnels de la télévision.

Le phénomène dit "réflexif" semble donc avoir toujours existé et avoir varié dans ses formes et finalités. A la décharge d'Umberto Eco, on peut sans doute poser l'hypothèse que ce phénomène se serait plus affirmé et affiché à partir des années quatre-vingt. Cependant, sous leur apparente simplicité, les deux citations précédentes masquent une étonnante complexité. Tout semblerait aller de soi : la télévision aurait toujours été réflexive, elle aurait toujours parlé d'elle. Mais cela ne nous dit pas ce qu'est la réflexivité, ce que sont ses conditions et modalités d'existence. C'est sur ce point que pèche une grande partie des recherches.

Résumons à présent la manière dont est envisagée la réflexivité dans l'approche de V. Spies et de P. Beylot. V. Spies a choisi d'axer ses travaux de thèse sur l'énonciation télévisuelle, plus précisément sur la manière dont s'affiche l'énonciation télévisuelle dans les émissions réflexives qui, selon l'auteur, forment un lieu privilégié d'expression.

"Une émission réflexive est une émission qui prend pour thème la télévision. Pour être qualifiée d'émission réflexive, une émission doit prendre systématiquement pour objet la télévision, sous quelque angle que ce soit. " (V. Spies : 2000, p.3)

En parallèle, elle conçoit que la télévision n'est pas un énonciateur unique, elle admet une polyphonie énonciative, la télévision disposant de plusieurs voix pour s'exprimer.

P. Beylot soutenait cette typologie bi-polaire (réflexivité explicite, implicite) avant de la rejeter, car tenant plus pour lui d'un "*préjugé verbocentriste*" que d'une posture scientifique efficace. En effet : "rien ne dit que les messages iconiques véhiculés par un générique ou une bande-annonce soient des marques de discours plus implicites, donc plus difficiles à percevoir et à décoder pour le téléspectateur moyen que les propos d'un Arthur ou d'un Schneidermann. D'autre part, s'il y a effectivement élaboration d'un discours réflexif dans ces magazines ouvertement consacrés à la télévision, il se construit à travers l'ensemble du dispositif qui fait intervenir un certain nombre de procédés de réalisation, d'organisation de l'espace et du temps, de gestion de la parole qui ne sont pas spécifiques à ces magazines. " (P. Beylot : 2000, p.15)

De ce fait, P. Beylot est moins tranché dans sa définition de ce que serait la réflexivité qui pourrait apparaître partout, sous différentes formes. Il apporte un nouvel élément pour l'étude de la réflexivité : le téléspectateur. "Les magazines réflexifs par leur contenu ne sont pas seulement réflexifs parce qu'ils parlent explicitement de la télévision, mais aussi par les stratégies discursives très diverses qu'ils développent. Ce qu'il y a de plus profondément réflexif dans ces magazines, c'est peut-être moins leur contenu que la réflexion qu'ils impliquent de la part du téléspectateur. " (P. Beylot : 2000, p.12) On retombe inlassablement sur cette confusion initiale entre les différentes acceptions. La réflexivité ne consisterait plus seulement à parler de soi, mais à faire réfléchir (penser) les autres sur soi.

## *La télévision*

Parmi les difficultés auxquelles nous confronte la notion de réflexivité, est la nécessaire clarification de la manière dont est envisagée la télévision. Nous avons vu qu'il fallait nécessairement aborder la notion de signe télévisuel. Plus encore, il nous faut considérer la télévision dans son ensemble. Revenons à l'hypothèse première d'Umberto Eco, la télévision contemporaine parlerait donc avant tout d'elle-même. Cette affirmation qui peut paraître anodine cache, en fait, de nombreux présupposés. En parlant de "la télévision", on désigne un "tout", et l'article défini "la" a pour effet de nous la présenter comme un "tout homogène". On attribue à cette télévision la capacité de parler, donc on passe d'une technologie à un "sujet" qui tient un discours. Enfin, ce "sujet" aurait la capacité de tenir un discours sur ses propres pratiques.

Or, la télévision est loin d'être ce "tout homogène". La télévision ne "parle" pas. La télévision est avant tout un media que l'on a pu considérer dans le passé, par exemple comme une "machine", ou un "appareil idéologique d'Etat". C'est aussi et surtout un ensemble complexe réunissant différents acteurs qui obéissent à différentes logiques. On dit de cette télévision qu'elle est narcissique et on lui associe l'image du miroir qui intervient dans la réflexivité. Mais, d'autres chercheurs refusent cette anthropomorphisation :

"La télévision n'est pas un sujet qui tient un discours sur elle-même, car elle n'est pas un sujet uni et unique, elle est un objet. La télévision ne prononce aucun discours, elle n'est que le lieu d'énonciation du discours." (F. Soulages : 1998, p.97)

Cette position théorique que l'on peut rapprocher de la position de C. Metz, s'oppose bien à l'anthropomorphisme régulateur soutenu par F. Jost lorsqu'il dit :

" la seconde voix, celle de la chaîne comme personne, est proche de celle de l'orateur qui revient sur son propre discours ou sur sa façon de parler, pour le critiquer

ou le promouvoir. Elle caractérise alors, non plus le responsable de l'énonciation en tant que tel, mais l'être du monde qui tient un discours. Une chaîne parle souvent d'elle-même et de ses programmes, contribuant à construire par ses propres moyens son identité et sa personnalité (« son âme »)." (1998, p.31)

Si cette position doit permettre de mieux saisir l'énonciation télévisuelle, elle est aussi à l'origine de confusions, dont celle de la réflexivité. En effet, si la chaîne est une personne, alors elle souffre de schizophrénie aiguë. Penser la chaîne comme être du monde revient à minimiser le rôle de l'ensemble des acteurs qui entrent en jeu dans la production et à masquer les lieux de décision. Quant à la réflexivité, elle est d'abord définie par le terme " « métatélévision pour désigner les émissions où la télévision parle d'elle-même, s'auto-cite ou s'auto-analyse" (F. Jost : 1998, p.29). Du coup, le discours de la chaîne est assimilé au discours de *la* télévision sur elle-même. Et si l'on pense la chaîne comme une personne, à quoi correspond *la* télévision, sinon à la somme de ces personnes ou à l'espace dans lequel elles évoluent. Là encore, on a du mal à saisir ce qu'est *la* télévision. Si l'on veut vraiment donner "une unité" à la chaîne, l'image qui semble le mieux convenir est celle d'un groupe d'entreprises (ce qu'elle est d'ailleurs). On peut certes dégager une stratégie globale, chaque filiale (les émissions) doit répondre de ses actes mais conserve une certaine autonomie d'action. Elle peut tout aussi bien promotionner le groupe que l'entreprise elle-même, elle peut aussi évoquer le marché (*la* télévision). Pour ce qui est de l'étude de la réflexivité, il semble qu'il faille partir d'un dénominateur commun : l'émission, sans pour autant faire abstraction des contraintes environnantes.

Que désigne-t-on habituellement par émission réflexive ? Des émissions comme *Arrêt sur images*, les *Enfants de la télé*, le *Zapping*, le *Vrai journal*, les *Guignols de l'info*, *Ligne de mire*, pour ne citer que les plus connues. Ces émissions sont à première vue assez distantes les unes des autres. Qu'ont-elles donc en commun pour que les chercheurs les rangent sous la même bannière ?

- Premièrement, et c'est là l'élément le plus fédérateur, elles ont toutes pour thème l'objet télévision, dans sa globalité ou à des niveaux inférieurs.

- Deuxièmement, outre les disparités de genre, de programmation, elles proposent un point de vue différent sur la télévision, en permettant d'en découvrir les coulisses, ou de voir et revoir des images *des* télévisions (nationales ou mondiales).

- Troisièmement, argument qui peut sembler une évidence mais qui a son importance, elles sont toutes contenues par le système télévision, car "Les discours de la télévision sur elle-même sont des discours produits au moyen de la télévision et non pas par le sujet- télévision". (F. Soulages : 1998, p.97)

### *Les discours*

La notion de réflexivité a pour inconvénient majeur d'amener à une généralisation à outrance, à une exagération sur la portée des phénomènes. Les discours d'une émission sont (trop) vite assimilés aux discours d'une chaîne sur elle-même, voire aux discours de la télévision sur elle-même. V. Spies scinde le phénomène réflexif en deux : une réflexivité diffuse qui peut se déclencher en des lieux non spécifiques et une réflexivité spécifique, à l'œuvre dans les émissions réflexives.

Pour ce qui est de la définition donnée de la réflexivité spécifique, elle est aussi ambiguë. En effet, si l'on admet que la réflexivité revient à parler de soi, mais dans le cadre de la polyphonie énonciative, on peut se demander ce qui correspond au soi. En somme, la réflexivité à la télévision n'est envisagée que comme la partie (l'émission) appartenant au tout (la sphère télévision). Il ne s'agirait en fait que d'une réflexivité à un niveau second, par ricochet :

" toute émission réflexive, (...) en parlant de télévision, (...) parle forcément d'elle et de l'institution..." (V. Spies : 2000, p.202)

"Notre hypothèse est que tout programme de télévision renvoie de manière implicite par la structure même de son dispositif à la télévision comme langage" (P. Beylot : 2000, p.195)

Nous sommes amené à refuser ce positionnement, et ce pour deux raisons majeures.

La première raison a déjà été formulée par Genette : " il n'est pas d'œuvre littéraire qui, à quelque degré et selon les lectures, n'en évoque quelque autre et, en ce sens, toutes les œuvres sont hypertextuelles. (...) Moins l'hypertextualité d'une œuvre est massive et déclarée, plus son analyse dépend d'un jugement constitutif, voire d'une décision interprétative du lecteur (...) En laissant donc de côté toute hypertextualité ponctuelle et/ou facultative (qui relève plutôt à mes yeux de l'intertextualité), cela nous fait déjà, comme dit à peu près Laforgue, assez d'infini sur la planche." (G. Genette : 1982, p.16)

En somme, je peux voir dans toute œuvre (télévisuelle) une référence à une autre, et dans le mauvais placement d'un perchiste, une référence claire au média, donc une forme de réflexivité ! L'utilisation d'un même système signifiant, lui aussi, n'est pas une raison suffisante. Il ne suffit pas d'inclure (nous ne parlons pas encore de citation) un texte dans un autre, de placer des écrans de télévision à l'image, pour qu'il y ait effectivement réflexivité.

La seconde raison a été avancée par L. Dällenbach : " c'est l'ensemble du texte qui donne sens à chacun de ses segments et l'on ne saurait par conséquent attribuer valeur réflexive à telle ou telle séquence à moins d'y être autorisé par la totalité du récit. Le second, qui lui est complémentaire, engage à ne pas pratiquer d'allégorèse réflexive sur des textes où la réflexivité ne se trouverait pas thématisée et ne donnerait point la garantie d'une certaine systématité. " (L. Dällenbach : 1977, p.70)

" Il n'y a de mise en abyme (ou de réflexivité) que si l'on indique dans l'œuvre même la spécularisation en cours, plus précisément : qu'on prenne cette dernière pour matière de l'acte qu'on accomplit. " (L. Dällenbach : 1977, p.28)

Donc, la réflexivité n'est pas quelque chose qui doit être simplement déduit par le téléspectateur (chercheur), elle doit au contraire être affichée, thématisée et assumée en tant que telle par l'énonciateur, le producteur. Ce qui impose de chercher les traces, indices, preuves de stratégies réflexives affirmées par une émission et/ou une chaîne. De plus, pour qu'il y ait effectivement réflexivité, il faut que ce qui est pris pour thème soit la spécularisation en cours. Ces deux conditions d'apparition sont d'une grande importance et permettent déjà d'y voir plus clair dans le fouillis réflexif. En somme, si ces deux conditions ne sont pas remplies, nous n'avons pas affaire à de la réflexivité, mais à quelque chose d'autre qu'il nous faut définir.

### ***Pour une reformulation du phénomène réflexif***

Il nous semble y avoir un troisième ouvrage-clé pour qui veut s'intéresser à la réflexivité. Cet ouvrage est une thèse menée par Marie Françoise Chambat-Houillon et dont le thème est résumé dans le titre : *Pour une théorie de la citation télévisuelle* (1998). Il semble bien que la citation soit engagée dans le phénomène réflexif et qu'il faille d'abord comprendre comment fonctionne la citation, quelles sont les différentes formes qu'elle emprunte et quelles sont ses fonctions pour pouvoir saisir le sens de son apparition au sein des émissions réflexives. Les typologies avancées par l'auteur permettent de bien différencier les types de citation et leur fonction. La définition qui est donnée de la citation permet de clarifier beaucoup d'ambiguïtés, et de nouvelles perspectives pour l'étude de la réflexivité nous sont suggérées:

" L'analyse des citations permettrait d'envisager la réflexivité télévisuelle dans une perspective nouvelle...Aussi les citations télévisuelles nous indiquent une piste à



suivre si l'on souhaite démêler les nœuds terminologiques qui règnent autour des termes comme réflexivité et autoréférence. " (M.F. Chambat-Houillon : 1998, p.587)

Il est exact qu'il règne une certaine confusion autour de la définition de ce que l'on nomme la réflexivité, et le point de départ d'une réflexion sur la citation peut aider à clarifier les choses. Par exemple, en distinguant les deux termes de réflexivité et autoréférence :

" Qualifier une émission télévisuelle d'autoréférentielle signifie qu'elle se prend pour son propre sujet. Ainsi les émissions consacrées à la télévision comme *Télés Dimanche, Lignes de Mire*...sont des émissions autoréférentielles." (M.F. Chambat-Houillon : 1998, p.588) ;

" La réflexivité engage le discours télévisuel à un autre niveau. La réflexivité est le mouvement par lequel un discours nous livre des informations sur sa propre énonciation. *Une émission réflexive prend son énonciation pour son propre sujet*. Elle constitue son contenu. Ainsi un reportage sur les coulisses d'une émission de variétés relève de l'autoréférence, mais n'exprime pas forcément une réflexivité, s'il ne rend pas compte de l'instance énonciative régulant son discours. L'étude de la citation révèle qu'il n'y a pas forcément de corrélation entre la réflexivité et l'autoréférentialité. " (M.F. Chambat-Houillon : 1998, p.588) (c'est nous qui soulignons).

Cette distinction posée par l'auteur permet de reclasser dans la catégorie autoréférentielle un bon nombre d'émissions dites réflexives. Ce mouvement complexe de la réflexivité ne consisterait donc pas seulement (simplement) à "prendre pour thème la télévision", mais à prendre sa propre énonciation pour thème et à indiquer clairement la spécularisation en cours. En somme la *citation* (faire apparaître en son sein un extrait d'émission), *l'autoréférence* (se prendre pour thème), la *monstration* du dispositif technique, ne sont pas des conditions suffisantes pour qualifier une émission de réflexive.

Nous formulons l'hypothèse que les émissions dites réflexives le sont, mais au sens second du terme, c'est-à-dire qu'en se plaçant différemment (coulisses, émissions prises pour thème...), elles peuvent amener une réflexion sur l'objet-télévision. Pour qu'elles soient effectivement réflexives (au sens premier), il faudrait qu'elles tiennent un discours sur leur propre énonciation, qu'elles ne se contentent pas de prendre pour thème d'autres émissions (et jamais la télévision dans sa globalité, même si cela est présenté comme tel), de tenir un discours sur la construction de ces émissions ou de mettre à jour leurs stratégies.

Nous formulons également l'hypothèse que ces émissions ont pour objectif premier de produire du consensus, de fidéliser le téléspectateur, mais jamais de prendre une position critique sur l'énonciation et les conditions d'énonciation de leur discours.

Au sortir de ce tour d'horizon des théories réflexives, nous tirons les conclusions suivantes : la notion de *réflexivité*, telle qu'elle est envisagée, recouvre autre chose que ce qu'on lui fait désigner. Nous sommes amené à rejeter (pour notre étude) les concepts de *mise en abyme* et de *spécularité*, car ils ne fonctionnent (tels qu'ils sont définis) qu'au sein d'une *œuvre* clairement délimitée. Enfin, l'*autoréférence* est une appellation trompeuse, le préfixe auto pouvant faire croire que le sujet parlant est son propre sujet d'étude, ce qui au sein de la sphère télévisuelle est loin d'être le cas, les émissions ne prenant pas comme sujet leur propre énonciation. L'idée que nous avançons est la suivante :

A la manière de Lucien Dällenbach qui introduit la notion de *spéculaire* en lieu et place de la notion de *mise en abyme* (L. Dällenbach : 1977, p : 51), victime selon lui de ses trop nombreuses connotations, nous pensons qu'il est nécessaire d'introduire une notion plus en adéquation avec le phénomène étudié. Notre idée est donc la suivante : il n'y a que des émissions *prismatiques*. "Le prisme est un solide en forme de prisme triangulaire qui sert à *dévier* et à *décomposer* les rayons lumineux" (le

Robert : 1996 ). C'est exactement là le fonctionnement de ce type d'émission. Elles ne sont pas un miroir, c'est-à-dire un espace clos où viendraient s'inscrire des images de type indiciel. Mais elles sont un prisme, c'est-à-dire un *espace de transfert* qui va donner une vision décalée (au sens propre et au figuré) et/ou décomposée de la source. C'est le constat d'une trop grande ambiguïté autour de la notion de réflexivité, d'une multiplication des appellations et des acceptions, et de l'absence d'un dénominateur commun à toutes les émissions rencontrées qui nous conduit à proposer cette approche.

Pourquoi un prisme ? Parce que cette forme réunit les deux principaux macro-actes de discours communs à toutes ces émissions. Certaines émissions *dévient* les images et/ou émissions qu'elles prennent pour thème, en les insérant par exemple dans un cadre énonciatif différent, comme le fait le *Zapping*. D'autres comme *Arrêt sur images*, *décomposent* les images et/ou émissions qu'elles prennent pour thème. Ces deux mouvements complexes sont indépendants ; cependant on peut postuler que la *dévi*ation est une constante à laquelle vient parfois s'ajouter la *décom*position, et ce en fonction des objectifs de l'énonciateur.

Il y a même un double prisme:

- Produire un décalage ou une décomposition du discours qu'on utilise.
- Et utiliser cela pour construire soi-même un discours cohérent.

Parmi l'ensemble des objectifs visés par les émissions prismatiques, on peut en dégager un qui serait presque indépendant des objectifs visés par l'émission et qui serait commun à toutes : la construction du consensus. Consensus autour de quoi ? Autour de l'existence même du media, de sa légitimité en tant que moyen d'information, de divertissement. Pourquoi vouloir créer du consensus ? Parce qu'il est synonyme de pérennité d'existence, elle-même synonyme de pérennité économique. Comment pourrait-il en être autrement, lorsque les énonciateurs télévisuels prennent à leur compte la critique des émissions et du mode de fonctionnement du média ? Nous le verrons lorsque nous aborderons la question de la critique de la télévision par elle-

même : même si l'on feint la critique (notamment à travers les émissions prismatiques), celle-ci est systématiquement nivelée pour finalement arriver à une forme de consensus.

Nous posons également l'hypothèse qu'il existe une constante dans ce que nous nommerons désormais les *émissions prismatiques* : elles reprennent les promesses et les règles constitutives du genre d'émission dans lequel elles s'inscrivent. Le *Vrai journal* ou les *Guignols de l'info*, pour parler du traitement de l'information, construisent une "*feintise énonciative*" (F. Jost : 1997, p.24). Ils reprennent, en le parodiant, le cadre énonciatif et les règles du journal télévisé (JT). Pour l'*Hebdo du médiateur*, l'imitation est parfaite, si bien que quelqu'un qui n'aurait pas eu connaissance de l'émission, jurerait qu'il s'agit du JT de 13 heures. Autre exemple, les *Enfants de la télé* reprend les dispositifs des émissions de divertissement. Ce faisant, l'émission hérite des promesses liées au genre du divertissement. Les émissions prismatiques forment-elles un genre ? Nous verrons que même si les différentes émissions ont des caractéristiques communes (procédés, dispositifs, objectifs...), elles ne forment pas pour autant un genre, elles sont plutôt une simulation du genre dans lequel elles s'inscrivent : information, divertissement...

Enfin, l'enjeu majeur de cette recherche dont nous esquisserons les premiers contours, est de comprendre ce qui motive l'apparition et l'amplification de ce phénomène d'augmentation importante du nombre d'émissions prismatiques.

### ***Question de méthode***

La définition de l'objet d'étude et la posture que nous adoptons par rapport à cet objet entraînent de nombreuses conséquences méthodologiques. Pour passer de la réflexivité au prisme, il nous faut nécessairement revenir sur le terrain conquis de la réflexivité télévisuelle : celui des fondements, de l'application possible du concept, des différents types d'occurrence et des dispositifs-types mis en place... Mais si l'on

veut étudier le métalangage télévisuel (cette appellation a l'avantage de contenir les notions de prisme et de réflexivité), on ne peut faire l'économie de plusieurs approches : une approche *linguistique* et *littéraire*, qui nous renseignera sur l'origine de la notion et ses applications littéraires, mais qu'il nous faudra nécessairement coupler à une *reconceptualisation* au sein de la sphère télévisuelle, notamment en répondant à la question *qu'est-ce qu'un texte télévisuel* ? Une approche *historique*, qui concernera à la fois la critique et la télévision, afin que l'étude du corpus soit la plus complète possible et la moins dépendante des différentes tendances qui ont traversé l'histoire de la télévision.

La *prismaticité* doit être saisie à trois niveaux : au niveau de la production, là où se construit la stratégie prismatique ; au niveau du texte télévisuel, où apparaît cette stratégie, à travers les différents procédés et dispositifs ; enfin, au niveau de la réception, où est perçue l'émission prismatique et où elle modifie le regard du téléspectateur. Pour cette étude, nous nous limiterons aux deux premières strates d'analyse, tout en concédant que la troisième démarche serait à mener pour saisir la totalité du phénomène.

L'émission prismatique étant toujours à mettre en relation avec ses contextes d'époques, de productions et de réceptions, c'est donc à une sémio-pragmatique (R. Odin : 1983) du *métalangage télévisuel* qu'il nous faut procéder. Avec ceci de particulier qu'il nous faudra préciser notre approche de l'énonciation télévisuelle, notamment de la notion d'*institution* proposée par R. Odin pour le cinéma. Même si, pour notre objet d'étude, il nous semble plus important de nous pencher sur la question : y a-t-il une *promesse* spécifique aux émissions prismatiques ?

L'étude des conditions de production (notamment à travers l'analyse du *paratexte* des émissions à la télévision ou dans d'autres médias) nous permettra de confronter les objectifs affichés par les émissions, qui consistent surtout à *revoir avec bonheur des moments de télévision*, à d'autres paramètres, notamment idéologiques, stratégiques et économiques.

L'étude du texte (les émissions) nous amènera à nous interroger sur ces deux macro-actes de discours complexes que sont la *dévi*ation et la *décomposition*. Comment cela s'applique-t-il au langage télévisuel ? Au niveau du son et de l'image, notamment à travers la monstration du dispositif technique, la citation d'extraits, le commentaire... Nous cherchons ainsi à cerner un peu plus les objectifs visés à travers ces émissions : faire admirer ? Faire comprendre ? Critiquer ?...

### *Question de corpus*

L'étude de la notion de prisme appliquée à l'analyse d'émissions induit une difficulté à laquelle s'est confronté, avant nous, P. Beylot : l'étendue et l'hétérogénéité du corpus. La perspective historique qu'il propose rassemble différents genres d'émissions à des époques variées. Cela implique une grande variété quant aux formes, aux modes de représentations, à l'évolution technique et donc aux possibilités offertes, et aux différentes logiques qui ont traversé l'histoire télévisuelle. P. Beylot contourne cette difficulté de la manière suivante :

" On se trouve confronté ici à un problème de méthode analogue à celui qu'envisage Roland Barthes au début de sa fameuse « introduction à l'analyse structurale des récits " : " innombrables sont les récits du monde ", déclare Barthes, mais pour comprendre la structure commune à l'infinité des récits, il est vain de tenter de tous les analyser afin de dégager de manière inductive l'essence du récit. Il faut avant tout construire une théorie explicative, " un modèle hypothétique de description " (R. Barthes : 1981), qui permette de décrire, d'analyser et de classer la diversité des formes narratives. Il en va de même pour la réflexivité télévisuelle : plutôt que de se donner pour tâche, aussi inutile qu'utopique, de répertorier l'ensemble des phénomènes réflexifs repérables dans les programmes télévisés, il faut d'abord réfléchir d'un point de vue théorique sur le concept de réflexivité. " (P. Beylot : 2000)

Nous emprunterons donc la voie ouverte par B. Beylot, bien que nous ne nous cherchions pas une périodisation. Nous utiliserons le recensement effectué à la fois par P. Beylot et V. Spies, ce qui nous permettra de travailler sur un corpus similaire à celui des défenseurs de la notion de réflexivité. Notre objectif n'étant pas d'innover dans le choix du corpus, mais au contraire, de reprendre les corpus déjà étudiés pour en proposer une nouvelle approche, c'est à dire une analyse de la prismaticité.

Autre aspect de notre démarche : nous écartons de notre corpus toute émission dans laquelle le caractère prismatique ne serait pas systématisé et thématisé (ce que V. Spies nomme la *réflexivité diffuse*). Notre position réduit considérablement le champ d'investigation et renforce la crédibilité de ce corpus qui, sans cela, perdrait de sa crédibilité en raison de sa trop grande amplitude. Nous essaierons donc d'adopter une démarche *a priori*, en essayant d'illustrer par notre corpus les différentes formes que peuvent emprunter le prisme, les modes de monstration des conditions de production et d'énonciation, mais aussi les modes d'utilisation des deux activités principales - dévier et décomposer - selon les objectifs visés et/ou avoués de l'émission. L'analyse du corpus nous permettra de préciser plus encore les différences qu'il peut y avoir entre réflexion, citation, déviation, décomposition, analyse, ou encore critique.

### ***Cheminement de la réflexion***

Nous avons déjà dévoilé une partie du parcours qu'il nous faudra emprunter pour démêler les nœuds terminologiques autour de la notion de réflexivité et montrer la pertinence de l'approche que nous présentons.

Notre questionnement nous amènera dans une première partie à nous pencher un moment sur l'histoire. L'histoire de la télévision certes, mais aussi l'histoire de la critique, et surtout l'histoire de la télévision face à la critique et de la critique à la télévision. Cette perspective historique montrera que les formes de la critique ont certes évolué, mais qu'elle a toujours existé au sein de la sphère télévisuelle. Nous

interrogerons les modalités de la critique à l'extérieur de la sphère télévisuelle, mais aussi les conditions d'une autocritique. En somme, il s'agira de voir comment ce média qui a la réputation de ne pas se critiquer feint littéralement cette autocritique, notamment au travers des émissions prismatiques. S'intéresser à la critique de la télévision, c'est aussi et surtout s'intéresser aux auteurs de cette critique. Qui sont-ils ? A quelle sphère appartiennent-ils (médiatique, politique, publique...) ? C'est encore envisager l'attitude des responsables par rapport à ces critiques. Comment dans ce média très critiqué, a-t-on pu mettre en place des parades d'autocritiques ? Il faudra aussi envisager les dispositifs mis en place et leur évolution au fur et à mesure que les objectifs ont évolué. L'objectif principal de cette perspective historique est de répondre à deux questions majeures : pourquoi, depuis quarante ans, a-t-on des émissions prismatiques qui n'autorisent aucune critique de fond ? Et pourquoi ces émissions ont-elles proliféré depuis les années quatre-vingt ?

La deuxième partie visera à développer une approche du concept de prisme. En somme, il s'agira de tenter de répondre à cette question : qu'est-ce que, pour les télévisions, se retourner sur soi ? Il nous faut donc débiter en amont des travaux qui ont pu être menés auparavant. Ne pas nous arrêter à une définition de la réflexivité qui serait trop simple, mais commencer par ses fondements linguistiques pour revenir aux sources du métalangage. Nous étudierons ensuite si une transposition à d'autres médias comme la peinture, le théâtre ou le cinéma est possible ou non. Nous verrons que cette notion est loin de faire l'unanimité et est très peu mobilisée en dehors du champ d'étude de la télévision. Notre étude reposera sur trois grands axes. D'abord, nous conduirons un travail sur les sources du métalangage, une étude de la réflexivité à travers la *transtextualité* définie par G. Genette, et à travers la citation. Nous poserons ensuite les fondements théoriques du *prisme* et ses procédés dominants. Nous montrerons enfin, de quelle manière le prisme prend place au sein des différentes formes d'intertextualité et comment il jongle entre les dispositifs et les promesses associées aux différents types de textes.



La troisième partie cherchera alors à éprouver ce nouveau cadre théorique sur un ensemble d'émissions permettant de mettre à jour les dispositifs et les agencements qui accompagnent les émissions prismatiques. Nous verrons aussi quelles sont les spécificités de ces dispositifs et agencements, et en quoi ils interdisent ou limitent la critique. L'étude de cas, plus ou moins célèbres, permettra de mettre en évidence l'interactivité limitée du média, qui feint l'échange à défaut de le permettre.

Le cheminement de notre réflexion nous mènera tout naturellement à nous interroger sur la place prépondérante qu'occupent désormais les émissions prismatiques et les différentes finalités de ce type d'émission. Notre conclusion cherchera alors à montrer aussi tout l'intérêt qu'il y a à adopter la notion de prisme, et les avancées qu'elle permet.

# **PREMIERE PARTIE :**

## **De la critique de télévision**

*" Vieil océan, tes eaux sont amères. C'est exactement le même goût de fiel que distille la critique sur les beaux arts, sur les sciences, sur tout. Si quelqu'un a du génie, on le fait passer pour un idiot ; si quelque autre est beau de corps, c'est un bossu affreux. " (Lautréamont, Les chants de Malador)*

*" On fait de la critique quand on ne peut pas faire de l'art, de même qu'on se met mouchard quand on ne peut pas être soldat. " (Gustave Flaubert)*

# **CHAPITRE 1 : La critique de télévision dans la presse écrite**

Est-il possible de tenir un discours critique sur la télévision ? Cette question est intéressante pour notre perspective, car une large partie des émissions prismatiques feint ce discours critique. En montrant la difficulté (peut-être) d'un discours critique sur la télévision, nous revisiterons progressivement la perspective réflexive. Cette question est essentielle, car on ne peut simplement présupposer la possibilité de ce discours critique. Se regarder, réfléchir sur soi, c'est avant tout poser sur soi un regard critique. Il est donc essentiel d'aborder préalablement les possibilités d'un discours critique sur la télévision, et si cela s'avère possible, les modalités de ce discours. En effet, s'il ne pouvait y avoir de discours critique sur la télévision à l'extérieur du média, ce discours serait encore moins probable à l'intérieur. Si l'on ne pouvait se critiquer, il ne pourrait donc y avoir ce retour sur soi qui est à la base des théories réflexives.

## **I) Qu'est-ce que la critique ?**

A cette question, on peut tout d'abord répondre qu'il n'y a pas une, mais des critiques. La critique se construit, évolue au gré des courants critiques et surtout de ceux qui les portent. On peut citer, pour l'exemple, la lutte menée par Roland Barthes afin de soutenir la "nouvelle critique" qui prônait une rupture avec la critique "classique" ou plutôt une (r)évolution des règles. Notre propos, ici, n'étant pas de nous attarder sur ce thème, nous nous contenterons d'en donner les fonctions principales.

" La critique est une activité de reconstitution, d'explicitation et de jugement des œuvres d'art (nous userons dès maintenant du terme d'*art* compris dans son sens le plus large – étendu également à la littérature), consistant initialement en un dialogue

entre le critique et l'auteur ou, tout au plus, entre le critique et un groupe restreint de *connaisseurs* intéressés à la meilleure compréhension d'un auteur. C'est en ce sens que l'on peut entendre comme activité critique le discours de la *Poétique* d'Aristote, - mise à nu des mécanismes et des fins de la tragédie classique, et utilisation des catégories descriptives élaborées aux fins d'une distinction entre les œuvres excellentes et celles qui ne le sont pas." (U. Eco : 1972, p.3)

La critique serait donc un ensemble d'énoncés qui permet de porter un jugement sur l'œuvre. U. Eco évoque, ici, la critique entendue dans la tradition classique, le but de cette critique étant d'abord de dire si l'œuvre critiquée est conforme aux règles (esthétiques) de l'art. Dans la tradition classique, à cette partie "technique", vient s'ajouter la sensibilité du critique qui donne son sentiment sur l'œuvre. La critique n'est donc ni totalement froide et objective, ni totalement subjective. L'appréciation varie donc en fonction du critique, de l'époque (car les goûts évoluent) et du public visé. Pour aller plus loin, on peut dire que la critique est essentiellement un travail sur les sens, car il n'y a pas de jugement définitif : "Chaque époque peut croire, en effet, qu'elle détient le sens canonique de l'œuvre, mais il suffit d'élargir un peu l'histoire pour transformer ce sens singulier en sens pluriel et l'œuvre fermée en œuvre ouverte". (R. Barthes : 1966, p.54)

"Or, s'il est vrai que l'œuvre détient par structure un sens multiple, elle doit donner lieu à deux discours différents : car on peut, d'une part, viser en elle tous les sens qu'elle couvre, ou, ce qui est la même chose, le sens vide qui les supporte tous ; et l'on peut d'autre part, viser un seul de ces sens. Ces deux discours ne doivent être en aucun cas confondus, car ils n'ont ni le même objet ni les mêmes sanctions. On peut proposer d'appeler *science de la littérature* (ou de l'écriture) ce discours général dont l'objet est, non pas tel sens, mais la pluralité même des sens de l'œuvre et *critique littéraire*, cet autre discours qui assume ouvertement, à ses risques, l'intention de donner un sens particulier à l'œuvre. Cette distinction n'est pourtant pas suffisante. Comme la donation de sens peut être écrite ou silencieuse, on séparera la *lecture* de l'œuvre de sa *critique* : la première est immédiate ; la seconde est médiatisée par un

langage intermédiaire, qui est l'écriture du critique. *Science, Critique, Lecture*, telles sont les trois paroles qu'il nous faut parcourir pour tresser autour de l'œuvre sa couronne de langage". (R. Barthes : 1966, p.60-61)

La critique, à l'origine, n'est donc pas cet acte lâche et vil dénoncé par Flaubert et Lautréamont. Bien au contraire, la critique soutient l'œuvre artistique tant qu'elle est comprise comme " la mise à nu des mécanismes et des fins de l'œuvre classique et l'utilisation de catégories descriptives élaborées aux fins d'une distinction entre les œuvres excellentes et celles qui ne le sont pas. " (U. Eco : 1972, p.3). Ainsi comprise, la critique bénéficie à l'œuvre, à l'artiste et au public. Elle profite à l'œuvre, car le critique va user de tout son poids et de son autorité pour montrer l'excellence et la qualité de celle-ci. De sorte que, même si elle est sévère, la critique renforce l'œuvre, car cette sévérité est à la mesure des attentes suscitées par l'œuvre. Elle profite à l'artiste, car elle apporte un regard extérieur éclairé sur le travail effectué et contribue à faire connaître et reconnaître le travail de cet artiste. Elle profite également au public par l'ajout de sens qu'elle peut produire, la verbalisation du ressenti et l'explicitation de l'œuvre. "Mais la critique n'est pas la science. Celle-ci traite des sens, celle-là en produit...le rapport de la critique à l'œuvre est celui d'un sens à une forme. Le critique ne peut prétendre « traduire » l'œuvre, notamment, en plus clair, car il n'y a rien de plus clair que l'œuvre. Ce qu'il peut, c'est « engendrer » un certain sens en le dérivant d'une forme qui est l'œuvre...le critique dédouble les sens, il fait flotter au-dessus du premier langage de l'œuvre un second langage, c'est à dire une cohérence de signes. " Le critique ne doit pas se contenter de donner son opinion, mais au contraire adopter une démarche scientifique et mettre systématiquement l'œuvre à nu, en démonter les mécanismes, la confronter aux catégories établies pour ensuite délivrer un jugement fondé et argumenté. En ce sens, la critique n'est pas un billet d'humeur.

La création artistique et la critique sont inséparables et se renforcent mutuellement. "*Tous les grands poètes deviennent naturellement, fatalement, critiques.*" (Charles Baudelaire, *L'Art romantique*) En effet, la critique est une activité humaine et c'est pourquoi tout le monde se laisse parfois aller à porter un jugement de

goût, voire à s'instituer critique. Mais ce qui va différencier cette critique du vrai travail du critique, c'est la démarche scientifique, la connaissance des œuvres et des méthodes d'analyse. La critique n'a pas pour but de disqualifier une œuvre mais au contraire de la dévoiler. Il s'agit donc moins de porter un jugement que d'ouvrir une discussion. Le critique n'a donc pas vocation à trancher, mais à mettre à disposition de l'artiste et du public le fruit de sa réflexion sur l'œuvre. Mais, "le critique ne peut en rien se substituer au lecteur. C'est en vain qu'il se prévaudra – ou qu'on lui demandera – de prêter une voix, si respectueuse soit-elle, à la lecture des autres, de n'être lui-même qu'un lecteur auquel d'autres lecteurs ont délégué l'expression de leurs propres sentiments, en raison de son savoir ou de son jugement, bref de figurer les droits d'une collectivité sur l'œuvre. Pourquoi ? Parce que même si l'on définit le critique comme un lecteur qui écrit, cela veut dire que ce lecteur rencontre sur son chemin un médiateur redoutable : l'écriture. Or, écrire, c'est d'une certaine façon fracturer le monde (le livre) et le refaire. " (R. Barthes : 1966, p.82)

R. Barthes souligne très justement une autre caractéristique de la critique qui la rapproche plus encore de la création artistique, lorsqu'il dit :

" Or voici que, par un mouvement complémentaire, le critique devient à son tour écrivain. Bien entendu, se vouloir écrivain n'est pas une prétention de statut, mais une intention d'être. Que nous importe s'il est plus glorieux d'être romancier, poète, essayiste ou chroniqueur ? L'écrivain ne peut se définir en termes de rôle ou de valeur, mais seulement par une certaine *conscience de parole*. Est écrivain celui pour qui le langage fait problème, qui en éprouve la profondeur, non l'instrumentalité ou la beauté. Des livres critiques sont donc nés, s'offrant à la lecture selon les mêmes voies que l'œuvre proprement littéraire, bien que leurs auteurs ne soient, par statut, que des critiques et non des écrivains... Autrefois séparés par le mythe usé du « *superbe créateur et de l'humble serviteur, tous deux nécessaires, chacun à leur place*, etc. », l'écrivain et le critique se rejoignent dans la même condition difficile, face au même objet : le langage. " (R. Barthes : 1966, p : 50-51)

La critique s'affiche donc comme un acte de pleine écriture, les critiques comme de véritables auteurs, et leur renommée est une preuve suffisante du statut dont ils jouissent. Cependant, on peut se demander s'il est possible d'être à la fois au four et au moulin. La critique peut-elle emprunter les mêmes outils et formes que les œuvres qu'elle prend pour objet ? Si oui, la critique est-elle une forme de métalangage, voire une forme réflexive de l'œuvre ? C'est là tout l'enjeu de notre travail que nous développerons dans les parties consacrées au métalangage et à la réflexivité télévisuelle.

Il existe différents types de critique, chacune ayant ses caractéristiques et objectifs propres. Afin de cerner au mieux le type de critique développé pour la télévision, il nous faut survoler l'ensemble de ces types. Pour cela, nous utiliserons la typologie proposée par U. Eco (1972, pp.4-10), qui a l'avantage d'offrir un panorama assez large de l'ensemble de ces catégories.

La critique traditionnelle peut se diviser en deux grandes catégories : genre disciplinaire et finalités culturelles. Pour ce qui est du genre disciplinaire, on peut diviser la critique en trois types :

\_Critique descriptive : qui a pour objectif de "mettre en lumière les structures linguistiques de l'œuvre, la présentant comme un artifice". Le but principal de cette critique est d'expliquer le fonctionnement de l'œuvre, et non d'en affirmer la beauté ou non. Si elle est formaliste, elle n'est pas dépourvue de toute subjectivité et de jugements de goût.

\_Critique d'évaluation : elle rassemble différents aspects :

- esthétique, en ce sens qu'elle tend à "opérer une distinction entre le beau et le laid" en mettant à jour le style de l'auteur. Elle peut aussi contribuer à la compréhension de l'œuvre en la comparant à ses antécédents ou à une norme universelle.

- socio-linguistique, en mettant en lumière les "langages communs et artistiques d'une société donnée".

- socio-idéologique, par l'étude des thèmes de l'œuvre considérée comme le miroir de la société qui l'a vue naître. L'œuvre serait une "manifestation de la conscience sociale".

\_Critique créatrice : dénote des ambitions littéraires, l'œuvre n'est alors qu'un "prétexte à l'élaboration de journaux littéraires, de récits d'impression et d'états d'âmes, ou de considérations culturelles".

Quant aux finalités culturelles, on peut considérer trois types de critique :

\_Critique normative : volonté pédagogique d'un parti ou groupe de diriger explicitement la création artistique. Le critique compare l'œuvre à ce que doit être l'œuvre idéale.

\_Critique polémico-partisane : soutien acharné d'une poétique particulière, tout en sachant qu'elle n'a pas valeur universelle. Elle est explicitement partisane et ne conseille l'œuvre qu'en tant qu'elle correspond au modèle soutenu.

\_Critique d'orientation : critique de conseils et d'orientations au service du lecteur. Elle s'écarte de la critique classique en ce qu'elle n'est pas un dialogue entre le critique et l'auteur, au contraire, le lecteur est l'interlocuteur direct et privilégié du critique. "Aussi n'influence-t-elle l'auteur que dans la mesure où elle est susceptible de déterminer le dissentiment ou le consentement du public". Cette critique naît et se développe au moment où l'objet esthétique devient une "marchandise", c'est-à-dire un objet susceptible d'achat de la part d'un public donné. La critique d'orientation s'est donc développée dès le début de l'industrie culturelle comme un "service d'orientation destiné aux usagers des objets esthétiques". Cette critique naît dans les gazettes anglaises du dix-huitième siècle et se développe essentiellement dans les journaux, elle s'étend au point d'attirer de grands auteurs comme Balzac, Baudelaire et Georges



Sand. Le fait que cette critique soit liée à l'essor de l'industrie culturelle n'implique pas nécessairement qu'elle soutient le circuit artistique commercial : "en fait, elle prend conscience de l'existence d'un public invité à opérer des choix et elle tente de l'orienter aussi bien esthétiquement que politiquement".

La critique de télévision tient essentiellement de la *critique d'orientation*. Cette critique a donc pour objectifs :

- d'orienter la réception en proposant, par l'exemple d'un critique en action, un modèle d'approche de l'œuvre télévisée ;
- d'orienter les préférences du lecteur/télespectateur ;
- de proposer des normes relatives à la notion de goût, et des modèles idéologiques d'évaluation. (U. Eco : 1972, p.10)

### **1) Comment étudier la critique ?**

Si U. Eco propose une "typologie générale", voire détaillée, de la critique, il nous semble intéressant, pour notre approche, de faire mention de la classification proposée par G. Genette (2002, p.8) :

"Je crois actuellement plus opératoire de distinguer les objets, les fonctions et les statuts génériques, c'est-à-dire la forme que peut prendre l'activité critique. Pour moi, la catégorie la plus importante est celle de la fonction, bien sûr, et c'est cette catégorie qui se répartit elle-même à travers les deux autres. Ce que Thibaudet appelait la critique des professeurs par exemple - on dirait plutôt aujourd'hui la critique universitaire ou la critique savante - a pour fonction essentiellement la description et l'interprétation des textes. Et la forme privilégiée de la critique savante, c'est plutôt ce que j'appelle l'essai. Si on parle de la critique de la littérature - naturellement il y a aussi la critique de cinéma, de peinture, la critique musicale, etc. - il me semble que la critique savante exerce une fonction qui est d'une certaine manière non appréciative ou

non explicitement appréciative : elle consiste à décrire et à interpréter les textes sans trop se soucier de porter un jugement de valeur sur ces textes. Pour être plus exact, le jugement de valeur est implicite. Si Jean-Pierre Richard écrit un livre de cinq cents pages sur Mallarmé, il n'a pas besoin de dire qu'il apprécie Mallarmé.

La forme privilégiée de la critique journalistique est ce qu'on appelle le compte-rendu. Le compte-rendu donc met plutôt en avant trois autres fonctions : l'information des lecteurs, des auditeurs à la radio ou des spectateurs à la télévision, de la sortie d'un livre ; la description naturellement, laquelle consiste à dire ce qu'il y a dans ce livre ; enfin, elle met en avant, par destination, la fonction que la critique savante laissait un peu à l'arrière ou à l'écart, c'est-à-dire, bien sûr, la fonction d'appréciation. Quand il s'agit d'un article dans une page littéraire de journal, ce qui était un peu absent ou à l'écart dans la critique savante, vient pour ainsi dire à la première place, ou disons plutôt à une place finale mais qui est décisive et qui est donc la fonction de jugement, d'appréciation. Cela répond évidemment à une fonction socio-culturelle essentielle de la critique journalistique, celle de dire au lecteur s'il doit ou non - de l'avis du recenseur - lire tel ou tel livre, se rendre à telle ou telle exposition, etc.

C'est comme cela, me semble-t-il, que les fonctions se répartissent selon les deux grands modes génériques actuels de la critique qui sont l'essai critique d'une part, qui paraît en général sous forme de livre ou sous forme de recueil, et le compte rendu d'autre part qui relève de la fonction journalistique, qu'il s'agisse de presse écrite ou de journal audio-visuel."<sup>1</sup>

Il est intéressant de constater que G. Genette a distingué entre l'activité critique d'une part, et les modes d'apparition d'autre part. La critique n'est donc pas envisagée d'emblée comme un genre à part entière, au contraire ses modes d'apparition varient et conditionnent les fonctions de la critique. Suite à cette "ouverture" de Genette, il nous faut étudier la critique sous trois angles : les lieux d'apparition, les acteurs et les outils d'analyse de la critique.

---

<sup>1</sup> Revue *Contre-Points*, doc électronique, 2002 : <http://www.revue-contrepoints.com/archives/Genette.htm>

### a) Où ?

Etudier la critique de télévision signifie, avant toute chose, en cerner les contours et lieux d'apparition. On peut d'ores et déjà distinguer plusieurs médias ; ainsi la critique peut apparaître :

- dans certaines rubriques de quotidiens (régionaux ou nationaux) comme *Le Monde* ou *Ouest France*, et aussi dans certains hebdomadaires comme *Le Nouvel Observateur* ;
- dans certains magazines spécialisés sur les médias et/ou sur la télévision (*Télérama*, *Média(s)*) ;
- dans des livres, comme les autobiographies ou biographies des personnalités du petit écran, les essais, les mémoires... ;
- à la télévision ;
- dans d'autres médias comme la radio ou le cinéma.

Le chercheur se trouve donc devant un corpus colossal, la critique de télévision est portée par l'ensemble de ces médias, ce qui implique autant de modes d'apparition et de caractéristiques propres à chaque médium. Prétendre cerner la critique de télévision, c'est prendre en compte l'ensemble des formes de critique et dresser des typologies d'analyse spécifiques à chaque mode d'apparition. La tâche semble d'autant plus impossible que la télévision, en tant qu'objet du monde, plus encore objet médiatique du monde, suscite au quotidien un nombre incalculable de discours. Si nous écartons d'emblée l'étude de la critique de télévision à la radio, au cinéma ou dans d'autres médias, c'est avant tout car cela n'est pas notre propos, qui est de "revisiter" la notion de réflexivité à la télévision. Nous avons choisi de ne nous intéresser qu'à la presse (car nous verrons qu'elle est le média porteur de la critique) et à la télévision (puisque c'est l'objet de notre étude). Nous écartons les articles scientifiques, les essais, les mémoires pour leur caractère plus diffus, mais surtout parce qu'ils ne nous semblent pas appartenir à la critique. Le chercheur ou le patron de

chaîne, en nous faisant part du fruit de leurs recherches ou de leurs expériences, nous disent comment *voir* la télévision, mais ils ne nous disent pas comment la *regarder*, ce que fait la critique. C'est à dire qu'ils n'ont pas vocation à porter de jugement (esthétique) destiné à "(distinguer) les œuvres excellentes de celles qui ne le sont pas", ni à orienter la lecture de l'œuvre. Leurs travaux ou mémoires peuvent aborder le média (dans sa globalité) ou une émission (particulière) et en donner une vision d'ensemble (considérations sur le média télévision) ou spécifique (approche historique, analyse des conditions de production, de la politique d'une chaîne...). De ce fait, ils contribuent à modifier la vision que l'on peut avoir du média, de la chaîne ou de l'émission, mais ne nous disent pas comment les juger, les comparer, ce que fait la critique.

## **b) Qui ?**

En effet, étudier la critique, c'est aussi distinguer les différents acteurs de cette critique. Devant le nombre d'orateurs (tout le monde ou presque "critique" la télévision), il semble plus efficace de classer ces "critiques" en deux groupes : les "journalistes" et les "non-journalistes", nous entendons par "journalistes", non pas qu'ils possèdent une carte de presse, mais qu'ils écrivent dans un journal ou apparaissent à la télévision sous l'étiquette d'expert, de spécialiste, de critique... Par opposition, les "non-journalistes" sont tous ceux qui "critiquent" la télévision au travers d'essais, de biographies, de mémoires, d'articles scientifiques...mais aussi le public qui se prononce dans le courrier des lecteurs. Certes, le discours scientifique a peu de choses à voir avec le courrier des lecteurs, mais ils sont réunis sous le même ensemble car c'est une critique qui ne porte pas son nom, le chercheur présente des *travaux*, une *étude* et le public *réagit*, mais jamais cela n'est considéré comme une "critique". De plus, la place qu'occupent ces deux formes de discours dans les médias qui portent la critique de télévision, les rend insignifiants, en comparaison de la critique journalistique. Il est étrange de constater que tout le monde peut devenir "journaliste" puis perdre ce statut. Par exemple, les hommes de lettres ont été

nombreux à s'essayer à la critique de télévision dans les journaux. Au moment où ils écrivaient, ils avaient ce statut de "journaliste", c'est donc à la fois le mode d'apparition (dans un journal sous le titre d'expert, de critique...) et la régularité d'apparition (la réponse de Bourdieu dans le *Monde*, par exemple, n'est pas considérée comme une critique) qui confèrent ce statut. Il nous faut donc tailler dans cet enchevêtrement de voix afin de débroussailler le champ de la critique de télévision.

### c) Comment ?

Voilà bien la difficulté principale de toute analyse textuelle. La question que nous posons n'est pas spécifique à notre propos : comment analyser un texte ? Quelle est la différence entre le texte et le discours ? Pour répondre à ces questions, nous utiliserons la perspective proposée par Jean-Michel Adam :

" En distinguant *énoncé* et *texte*, je souligne deux approches des problèmes textuels et deux axes de théorisation (que j'essaie de tenir dans deux moments distincts de ma réflexion et de mes travaux). Un énoncé - « texte » au sens d'objet matériel oral ou écrit, d'objet empirique -, observable et descriptible, n'est pas le *texte*, objet abstrait construit par définition et qui doit être pensé dans le cadre d'une théorie (explicative) de sa structure compositionnelle. Cette définition du TEXTE comme objet abstrait, opposé au DISCOURS, est assez unanimement admise aujourd'hui. Ainsi C. Fuchs, à la suite de D. Slatka, définit le discours en ces termes : « objet *concret*, produit dans une situation déterminée sous l'effet d'un réseau complexe de déterminations extralinguistiques (sociales, idéologiques) » " (JM Adam : 1997, p.15-16)

Même si les formes d'énoncés varient : littéraires, journalistiques, cinématographiques, télévisuels, on est toujours face à un texte. Seulement, ce niveau d'analyse est extrêmement difficile et ne considère le texte que comme un ensemble "homogène", sans rendre compte de la complexité des enchaînements internes au texte. C'est pourquoi il nous faut découper le texte en unités sémantiques suffisantes qui

formeraient son ossature. L'unité d'analyse qui semble être la plus pertinente est la *séquence* définie de la sorte :

" L'unité textuelle que je désigne par la notion de séquence peut être définie comme une STRUCTURE, c'est-à-dire comme :

- un réseau relationnel hiérarchique : grandeur décomposable en parties reliées entre elles et reliées au tout qu'elles constituent ;
- une entité relativement autonome, dotée d'une organisation interne qui lui est propre et donc en relation de dépendance/indépendance avec l'ensemble plus vaste dont elle fait partie.

En tant que structure séquentielle, un texte (T) comporte un nombre *n* de séquences complètes ou elliptique(s). Les *Milles et Une Nuits*, le *Conte du Graal*, un poème, une brève conversation ou un discours politique sont tous, et au même titre, des structures séquentielles. " (JM Adam : 1997, p 28)

Le texte prend donc cette forme :

[ # T # [ Séquence(s) [macro-propositions [propositions(s)]]]]

JM Adam retient cinq séquences prototypiques de base : *narrative*, *descriptive*, *argumentative*, *explicative* et *dialogale*. Et c'est la combinaison de ces types de séquences qui va donner l'incroyable hétérogénéité des différents énoncés. Tout texte est donc composé de plusieurs séquences, rarement du même type. "Un texte hétérogène est généralement classé en fonction du type encadrant. Ainsi la fable du « Loup et l'Agneau » est-elle définie comme narrative – conformément au genre – parce que le récit encadre ici le dialogue. Quantitativement, le dialogue l'emporte certes, mais c'est le type encadrant qui définit l'appartenance générique du tout. " (JM Adam : 1997, p.195).

A quel type de texte appartient la critique ? Pour tenter de répondre à cette question, nous utiliserons aussi une autre typologie de classification des textes d'action

proposée par Françoise Revaz (qui utilise, elle aussi, l’approche séquentielle de JM Adam).

|                        |              |           |             |                  |                  |
|------------------------|--------------|-----------|-------------|------------------|------------------|
| Représentation         | ETATS        | ACTIONS   |             |                  |                  |
| Temporalité            | SIMULTANEITE |           | CONSECUTION |                  |                  |
| Causalité              |              |           |             | ACTION « UNE »   |                  |
| Composition            | TABULARITE   |           | LINEARITE   |                  | MISE EN INTRIGUE |
| Mise en texte/discours | DESCRIPTION  | TABLEAU   | CHRONIQUE   | RELATION RECETTE | RECIT            |
| Action langagière      | décrire      | dépeindre | Rapporter   | relater          | raconter         |

" Ce tableau permet de rendre compte de la réelle diversité des textes d’actions. On y observe quatre catégories de séquences actionnelles : la catégorie du Tableau (représentation d’actions simultanées), la catégorie de la Chronique (représentations d’actions successives, non liées par des rapports de causalité), la catégorie de la recette ou de la Relation (représentations d’actions successives formant une « unité »), la catégorie du Récit, enfin (représentations d’actions successives formant une unité et présentant une structure d’intrigue). Chacune de ces catégories correspond à un mode spécifique de mise en texte/discours caractérisé par une activité langagière particulière : *dépeindre, rapporter, relater, raconter*. " (F. Revaz : 1997, p.238)

Le discours critique est avant tout de type argumentatif, en effet le critique émet des jugements qu’il doit étayer d’arguments afin de convaincre son lectorat du bien fondé de sa position. Si l’on veut aborder la critique du point de vue des séquences actionnelles, on peut dire qu’elle n’est pas une simple description et n’a pas vocation à raconter. Si elle peut contenir des actions, elle n’est pas non plus un récit. La temporalité peut varier d’une critique à l’autre et il n’y a pas de règles de causalité. En fait, la critique se rapproche plus du Tableau, moins dans la temporalité que dans le caractère argumentatif du genre. Cette typologie est d’autant plus intéressante pour

notre approche qu'elle introduit un type de discours qui nous intéressera plus tard : la chronique. En effet, nous verrons que très vite (si ce n'est depuis ses débuts) la "critique de télévision" va laisser la critique, définie plus tôt comme un discours à dominante argumentative, pour la chronique, plus ancrée dans la temporalité et la narration.

En résumé, nous limiterons notre étude à la critique journalistique apparaissant dans la presse (quotidiens, magazines) et à la télévision. Nous nous intéresserons donc aux discours tenus sur la télévision (de manière régulière) dans la presse et à la télévision par des orateurs qui ont un statut de spécialiste ou d'observateur de la télévision. Donc, nous éluderons totalement la critique de la télévision à la radio, et partiellement la critique de télévision dans les livres émanant de "non journalistes", ne retenant que de rares exceptions dans un but d'exemplification. La caractéristique principale dans le choix du corpus d'analyse reste avant toute chose la régularité d'apparition et la prétention affichée (du journal, du magazine, de la rubrique, de l'émission...) de produire un "discours critique" sur la télévision.

## **II) Spécificité de l'objet télévisuel**

### **1) L'émission télévisée n'est pas susceptible de répétition.**

"Aimons l'image que jamais nous ne verrons deux fois" (André Bazin, *Radio-Cinéma*, 16 novembre 1952). Ceci est l'obstacle majeur à l'exercice de la critique. En effet, une fois diffusée, l'émission n'est, dans la majeure partie des cas, jamais rediffusée. Le critique ne peut donc pas conseiller ou non l'émission, car au moment où il en parle, elle est déjà consommée, l'émission a déjà été diffusée et les spectateurs l'ont déjà vue (nous ne tenons pas compte du pré-visionnage proposé pour quelques rares émissions et des articles dans la presse télévisuelle qui tiennent plus de l'annonce que de la critique en raison des pressions économiques qui s'exercent sur ces journaux). Comment analyser ce qui est en perpétuel mouvement, qui ne fonctionne



que dans le flux, la vitesse ? Si le critique de cinéma ou de littérature a tout loisir de relire un roman ou de revoir un film, le critique de télévision doit saisir sur l'instant, au moment même de la diffusion, les éléments de sa critique. On imagine mal un critique d'art percer les secrets d'un tableau s'il ne le voyait que quelques secondes, comme c'est le cas pour l'image de télévision. Qu'en est-il lorsque vous devez ajouter à cette image des sons, des incrustations, et que cette image est immédiatement remplacée par une autre tout aussi complexe. Il ne peut dès lors y avoir d'analyse poussée et argumentée sans recours à l'archive, et la diffusion unique met donc sur le même plan le téléspectateur et le critique qui se trouve réduit à ne donner que ses impressions. Pour le critique, l'usage du magnétoscope est vain, puisque l'émission qu'il va visionner *en différé* est différente de celle diffusée en *direct*, étant donné qu'elle ne s'inscrit plus dans le flux et qu'il faut prendre en compte l'environnement dans lequel s'inscrit l'émission, hormis le cas des séries, ou des feuilletons à épisodes, où le travail du critique de télévision se rapproche de celui du critique littéraire, en ce sens que la critique peut offrir des "clés de lecture valables pour toute la série" (U. Eco, 1972, p.12). Mais, même dans le cas d'émissions régulières, il convient de différencier l'émission en tant que formule, de l'émission en tant qu'occasion concrète. Par exemple, tout le monde se souvient des "nouvelles nouvelles formules" de *Sacrée Soirée* : d'une émission à l'autre quelques éléments changeaient, sans pour autant modifier la formule (le style) de l'émission. De même, une émission qui ne varie pas n'est pas pour autant identique d'un numéro à l'autre, chaque émission étant différente des autres. De ce fait, le critique joue moins son rôle de conseil, mais donne son sentiment. La critique de télévision travaille sur des permanences, elle joue moins sur l'analyse de l'émission que sur ce qui la transcende, les éléments propres au genre, à la chaîne, au média. En ce sens, la critique agit comme un *feed-back* pour l'instance de production et comme une confirmation pour les téléspectateurs.

## **2) L'objet de la critique (l'émission) n'est pas à vendre**

Cette distinction proposée par U. Eco est essentielle. En effet, contrairement à la critique littéraire et artistique qui peut "vendre" un livre ou un spectacle, la critique de télévision n'a pas ce pouvoir. Malgré tout, elle "parle de son objet propre comme si le jugement critique pouvait déterminer une augmentation ou une diminution des ventes. Le critique parle donc comme s'il exerçait un pouvoir que, en fait, il ne détient pas. " (U. Eco : 1972, p.12). En effet, l'émission sera diffusée et, que la critique soit bonne ou mauvaise, les scores d'audience sont peu influencés par elle<sup>2</sup>. Se développent au sein du public des "pratiques d'écoute flottante, sans intention préalable. Désormais, la majorité des téléspectateurs choisissent leurs émissions le jour même, souvent sur l'instant. " (G. Gony : 2001, p.45) Le critique, conscient qu'il ne peut influencer le marché, tente d'influer directement sur les responsables de chaînes, en multipliant les effets dans ses critiques : parfois tendre, sarcastique, énervé, et désignant directement la chaîne incriminée. Si d'un point de vue économique il n'a pas de pouvoir, il en garde tout de même un en terme d'image. Car la télévision vend aussi son image, et une série de bonnes critiques peut contribuer à la bonne image de la chaîne auprès du public.

### **3) La télévision ne comprend pas un mais plusieurs objets critiques**

" La télévision parle de tout et de n'importe quoi, c'est une éponge qui absorbe tout ce qu'il y a dans la société. "<sup>3</sup> (Alain Rémond). Ce doit être la grande angoisse du critique de télévision lorsqu'il se penche sur sa feuille blanche : de quoi va-t-il parler ? Comment choisir dans cet ensemble d'émissions diffusées sur des chaînes différentes, simultanément, sur des thèmes aussi variés que la chasse en Auvergne ou l'astrophysique ? "Le flux télévisuel est non seulement immense, mais aussi, du fait de sa continuité et des rapprochements qu'il impose, il apparaît aussi impossible à hiérarchiser. On passe d'une chose à l'autre, y compris au sein d'une seule émission

---

<sup>2</sup> Voir « Entre les maillons des grilles, le discours quotidien des hebdomadaires télé » in *Médiamorphoses* n°1, 2001.

Gilles Gony montre que les choix des critiques concordent peu souvent avec ceux (souvent prévisibles) du public qui correspondent plus à une écoute flottante.

<sup>3</sup> Propos recueillis par Jean Ungaro et Frédéric Lambert, « La chronique au plaisir de l'écriture », in *Médiamorphoses* n°1, Paris, janvier 2001

comme le journal télévisé. C'est moins la compétence du critique qui est en cause ici que le flux télévisuel, où tout paraît semblable et où tout peut paraître digne d'être remarqué. " (J. Bourdon : 2003, p36). Le critique n'a d'autres solutions que d'agir par élimination. Tout d'abord, sa critique est-elle quotidienne ou hebdomadaire ? Sur une seule journée, le volume horaire cumulé de toutes les chaînes dépassant les centaines d'heures de diffusion, sur une semaine ce volume est multiplié par sept. Ne pouvant pas visionner tous les programmes, de toutes les chaînes, le critique en est réduit à donner un compte-rendu partiel et donc partial de ce qui est diffusé à la télévision. Il doit aussi évaluer le temps dont il dispose entre la diffusion de l'émission et la parution, et le nombre de lignes qui lui sont accordées, car malgré l'importance du corpus, la critique de télévision ne dispose pas de plus d'espace au sein des journaux. En somme, le critique a le choix entre deux extrêmes : soit parler d'une seule émission, soit parler de plusieurs émissions, de la grille des programmes, voire de la politique de la chaîne ou de la télévision en général. Entre ces deux pôles évolue l'ensemble de la critique, sans règles strictes.

#### **4) Difficulté supplémentaire pour le critique**

La capacité d'assimilation de la télévision est telle que tout peut devenir télévisuel, la télévision ne comprend donc pas un, mais une multitude d'objets. La tâche du critique paraît alors insurmontable, il lui faudrait être spécialiste dans tous les domaines, parler avec la même aisance de l'aspect technique du média (dispositif, langage télévisuel...), mais aussi de physique, de théâtre, de littérature... d'où une certaine spécialisation des critiques. Le nombre d'émissions diffusées et leur diversité sont tels que le critique se limite à quelques domaines qu'il apprécie et qui vont lui servir d'alibi pour parler de télévision. Il choisit donc de parler d'une émission, d'une séquence, de la programmation d'une soirée ou de la semaine, d'une tendance... " Neuf fois sur dix, quand je m'installe à ma table pour écrire, je ne sais pas de quoi je

vais parler. J'ai vu plein d'images pendant la semaine, je ne sais pas laquelle va faire tilt dans ma tête pour raconter une histoire." (Alain Rémond)<sup>4</sup>

### **5) La notion d'auteur est très ambiguë à la télévision**

" A mon avis, ce qui nous plonge dans ce qui est vraiment propre à la télévision, la première question qu'elle nous pose, c'est qui en est l'auteur ? C'est-à-dire, qui a voulu que ces images, sous cette forme, nous parviennent ? Ce qui selon moi fait la spécificité de la télévision, c'est qu'il n'y a pas de réponse évidente à cette question. La télévision, c'est le moment où parfois il n'y a pas de réponse du tout à cette question et où les seules réponses sont encore des questions en cascade et en abyme (...) c'est ce qui, à mon sens, fait que la télé n'est pas réductible à la littérature ou au cinéma. Dans cette mesure, je comprends très bien que l'on puisse dire que l'on ne peut pas faire de critique de télévision puisqu'il n'y a pas d'auteur. " (D. Schneidermann : 2003, p.63)

"Donc on ne peut pas la critiquer comme on critique un livre, un film, une pièce de théâtre ou un tableau où l'auteur signe son œuvre. C'est une machine qui tourne toute seule, on ne sait pas qui fait la télé. De plus je ne fais pas de critique, je fais une chronique, c'est-à-dire que je presse l'éponge. A partir de toutes les histoires que me raconte la télé, j'essaie de me raconter une histoire chaque semaine, et de restituer par l'écriture, l'histoire qu'elle m'a racontée. "<sup>5</sup> (Alain Rémond)

Si la notion d'auteur est très floue à la télévision, cela ne veut pas dire pour autant qu'elle ne contient pas d'œuvres. Après avoir été niées pendant de longues années, la fonction artistique de la télévision et l'idée qu'il existe de véritables œuvres purement télévisuelles sont en passe d'être acceptées. Si l'on a pu se poser la question : "la télévision est-elle un art ? ", il semble désormais plus pertinent de se

---

<sup>4</sup> op. cit.

<sup>5</sup> op. cit..

demander de quel type d'art parle-t-on ? En somme, la télévision, plus que le cinéma, est venue bousculer les notions d'art et d'œuvre comme elles sont pensées dans les arts classiques. "Le cinéma n'est pas un art, mais peut l'être...Il s'agit ensuite de savoir comment il peut l'être. C'est la même question et la seule pertinente, que l'on peut poser à propos de la télévision. (...). La systémique de l'art est beaucoup plus complexe, non seulement parce que les critères esthétiques sont frivoles, mais dans la mesure où l'apparition d'un nouveau médium est susceptible de rétroagir sur la notion même de l'art." (D. Chateau : 2003, p.34-35). On ne peut donc aborder ces notions comme on a pu les aborder pour les arts classiques. "L'existence et la saisie de cette fonction artistique réclament la conjonction de conditions de possibilité, que l'on peut énumérer en les plaçant dans le cadre d'une approche communicationnelle du média télévision. Ainsi, du côté des conditions de production, la fonction artistique relève d'une intentionnalité créatrice imputable, non simplement à un seul auteur, mais à une instance du type chaîne. Ensuite, pour que l'on puisse, à propos des émissions et programmes, parler d'œuvres au lieu de produits audiovisuels, il faut que se manifestent des qualités plastiques, dont Goodman a donné une bonne idée (Goodman, 1990), sans viser d'ailleurs un art particulier. Enfin, au pôle de la réception, les œuvres dont il est question doivent mobiliser l'attention aspectuelle conduisant au jugement de goût (Genette, 1997)" (N. Nel : 2003, p.49).

En effet, contrairement à la peinture, à la littérature et au cinéma, la télévision n'offre pas de textes clos, au contraire, elle est en perpétuel mouvement, c'est une suite d'images et de sons. Si aux premières heures de la télévision, on pouvait plus ou moins la délimiter (une seule chaîne, quelques heures de programmes), c'est désormais impossible, la télévision est une machine qui diffuse vingt-quatre heures sur vingt-quatre. Si étymologiquement *critiquer* a la même racine que *cerner*, cela est impossible pour la télévision. Cette hyper-complexité du média modifie aussi la perception que l'on peut avoir de la notion d'auteur, comme l'a souligné N. Nel, à la télévision, nous ne sommes pas face à un seul auteur, mais à une instance du type chaîne. Plus que la création collective, également présente au cinéma, c'est l'hyper-fragmentation de l'acte de création qui "dissout" le "Je" auctorial. Il est donc difficile

de dire qui parle, " dans le cas de la télévision où l'entreprise, lieu de conflits aux différents niveaux directeurs, a une identité moins définissable et plus prismatique, à moins de vouloir mythiquement l'identifier en un système homogène, exempt de contradictions internes. " (U. Eco : 1972, p.19). Lorsque l'on dit *la télévision*, cette entité n'existe sous cette forme homogène que dans l'esprit du téléspectateur (J. Ungaro : 2001, p.17) ; dans les faits, la télévision est une suite d'émissions ayant leur logique propre, organisées selon une grille des programmes répondant aux objectifs d'une chaîne. Critiquer la télévision reviendrait à analyser l'ensemble de ces données, entreprise difficile puisque le temps d'en critiquer une, et déjà plusieurs milliers sont passées. C'est pourtant ce que font la majorité des critiques, la critique d'un programme est presque toujours accompagnée de jugements sur la télévision en tant que tout. C'est une spécificité de la critique de télévision, à la différence des autres formes de critiques littéraires ou artistiques.

## **6) Difficultés pour cerner l'objet de la critique**

" La télévision est une façon de montrer les événements et en même temps de les raconter. " (M. Tardy : 1966, p.41). L'esthétique télévisuelle est ainsi faite qu'elle est inséparable de l'événement montré, il est très difficile de les séparer, d'où la confusion qui règne dans l'analyse. Le critique doit choisir entre parler de l'événement ou de sa mise en image, le premier étant plus aisé, on a le plus souvent affaire à un commentaire de l'événement montré par la télévision. Ceci parce que " le dispositif est si efficace qu'il se fait oublier, ce qu'il montre et la manière dont il le fait comblent mon attente. A tel point que ses choix me semblent naturels. Il suffit pourtant d'un raté... pour que l'existence du dispositif se rappelle à notre bon souvenir... Dans ces conditions, on comprend que l'intérêt, du critique comme du spectateur, se porte sur le résultat (l'objet montré) et néglige les opérations (l'acte de montrer). " (M. Tardy : 2001, p.27).

Il est très difficile de savoir de quoi parle la critique : de l'événement, de la mise en image, de la programmation, des chaînes, du public, car si le critique écrit en fonction de son public, il peut également lui adresser des reproches, à lui, ou au public visé par l'émission ou la chaîne. Il n'y a pas de règles valables pour tous, chaque émission, chaque chaîne, chaque critique répondent à des logiques et des objectifs différents. Le critique dispose donc d'une palette d'actions, selon la position qu'il adopte par rapport à l'objet de la critique. Pour illustrer les différentes possibilités qui s'offrent à lui, nous reprendrons, comme base, la typologie dressée par U. Eco (1972, p.17). La critique peut viser les objets critiques suivants :

|              |                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Emetteur     | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Chaîne</li> <li>-Responsable d'unité de programme</li> <li>-Producteurs</li> <li>-Responsables de l'émission (scénariste, réalisateur, opérateurs, etc.)</li> <li>-Interprètes de l'émission</li> </ul> |
| Message      | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Evénement de référence</li> <li>-Aspect esthétique</li> <li>-Aspect idéologique et efficacité persuasive</li> <li>-Impact affectif</li> </ul>                                                           |
| Destinataire | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Public imaginé par l'auteur</li> <li>-Public voulu et déterminé par la proposition télévisée</li> <li>-Public effectif, ses réactions</li> </ul>                                                        |

D'une critique à l'autre, voire même au sein d'un même article, le critique passe d'un jugement sur l'événement, à un jugement sur l'émission ou sur la chaîne, et d'un discours sur le public à un discours sur les auteurs, sans avoir à expliquer et motiver ces changements. Tout ceci tient à la position particulière du critique, à la fois expert et porte parole : "Les critiques sont pour les nouveaux producteurs de spectacles les seuls échos qui, si faibles et injustes fussent-ils, demeurent humains. Il faut tendre une corde entre les fantômes du petit écran et le public virtuel. Une corde raide, le critique est aussi ce triste funambule"<sup>6</sup>. Inévitablement, le critique est amené à parler de la télévision mais aussi de ce qui passe par la télévision, il critique donc à la fois l'événement, le mode de diffusion et le choix de la chaîne.

### III) A quoi sert la critique de télévision ?

La question n'est pas nouvelle, et déjà, le 23 Mars 1969, dans *Télérama*, Emile Cadeau s'interroge : "Les critiques de télévision sont-ils inutiles ?" Essayer de définir l'utilité de la critique de télévision, c'est déjà lever le masque et montrer que, de critique, elle pourrait n'avoir que le nom.

"Pourtant, tout au long de ces années passées à essayer de parler du petit écran sur tous les tons, j'ai dû constater ceci : on peut écrire ce qu'on veut sur la télé, ça ne revient jamais, ça se perd, ça ne fait jamais débat, ça n'est jamais repris, jamais cité, *ça n'existe pas*." (Serge Daney : 1992)

La critique de télévision est avant tout un *exercice de style*, un atelier d'écriture, ce que nous avons nommé plus tôt, la critique créatrice. La télévision n'est alors rien d'autre qu'un prétexte à l'écriture. Nous le verrons lorsque nous aborderons l'évolution de la critique : cela tient d'abord au fait que la critique de télévision est confiée à des non-spécialistes, le plus souvent des hommes de lettres, et au fil des ans,

---

<sup>6</sup> André Brincourt, *La Télévision, notes et maximes*, Paris, Hachette, 1965



de nombreuses célébrités vont s'adonner à cet exercice. De là à dire qu'il suffit d'être connu pour tenir une critique de télévision, il n'y a qu'un pas.

"J'ignorais tout, mais vraiment tout, il y a dix-huit mois, de la télévision... Si je partageais, ou non, cette ignorance avec de nombreux Français, je ne pourrais le dire. Mais aujourd'hui, et rétrospectivement, je suis plutôt confondu. Qu'on y songe, les noms de Pierre Sabbagh, de Jacques Sallebert et de Jacqueline Huet n'évoquaient rien pour moi... J'entendais souvent parler d'Etienne Lalou, par exemple, ou de Max-Pol Fouchet mais je ne retenais leurs noms que parce que je les connaissais de longue date et pour des raisons bien différentes. Lorsque François Mauriac a commencé de s'intéresser à la télévision, je l'ai lu parce que je le lirais même s'il parlait de philatélie, certain que je serais de n'y trouver jamais que Mauriac lui-même. Il ne m'a pas amené à la télévision ; il m'a, une fois de plus, ramené à lui. "<sup>7</sup>

A chacun son style, à chacun ses lecteurs, on suit avec plaisir les divagations d'Achille Campanile, les colères de Maurice Clavel, les aventures de Morvan Lebesque, les leçons d'André Bazin... Chacun y trouve son compte, et pourtant ils parlent tous du même objet et parfois de la même émission.

"J'avais promis de chanter Georges Simenon, j'en avais déjà la gorge pleine, et je dois parler de Sabbagh : quel coup de frein, quel renversement de vapeur, quel tassement de vertèbres et craquement de jointures !... Lorsque j'ai soutenu que Maurice Cazeneuve avait été banni et Pierre Sabbagh imposé par l'industrie et le commerce des postes couleurs, je m'étais peut-être avancé. Mais que je suis vite rejoint, par Sabbagh lui-même ! A vrai dire, rendant compte de sa conférence de presse, désireux d'éviter les procès d'intention, je n'avais fait que citer les pataquès et les cuirs de cet analphabète de la culture promu à la défense et à l'illustration de la nôtre. Mais j'attendais, guettant les chutes de niveau... Quelle avalanche !... Mais d'abord rendons hommage à son peu d'hypocrisie. Il ne cache pas, il étale qu'il s'agit de vendre, de vendre, et le public, autrement dit le peuple français, s'appelle dans sa

---

<sup>7</sup> Jean Daniel "Viviane et l'automobile", *Les cahiers de la télévision* n°2, Paris, janvier-février 1963

bouche la *clientèle* !... C'est le moment ou jamais d'en finir, pour l'honneur et pour l'intérêt. Le provocateur n'est pas moi, mais lui. Et ne dites pas que je ne suis pas concerné. Celui qui parle ici n'est ni le critique de télé, ni le journaliste, ni le *gauchiste*, ni l'homme exclu des écrans sur tous les sujets politiques ou qui pourraient l'être, mais le simple citoyen, à qui l'ORTF appartient, comme à chacun, comme à tous, un Français des plus traditionalistes et sourcilleux sur le point de notre héritage, qui ne peut se résoudre à voir accaparé, avili le bien spirituel de son peuple et de sa patrie par une bande maquignonnesque et flicarde. Comptez sur toutes mes forces et celles de nos amis. "<sup>8</sup>

Si les styles et les critiques diffèrent, parfois d'un extrême à l'autre, au sujet d'une même émission, cela tient autant de la personnalité du critique, que du journal dans lequel il écrit. Le critique colle à la ligne éditoriale du journal, qui elle-même, colle aux attentes du lecteur. " *Télé Loisirs* est un magazine familial, populaire et apolitique. Les contraintes de travail sont donc déterminantes pour notre travail. Certains sujets sont délicats à aborder, mais c'est au journaliste de savoir les imposer."<sup>9</sup> Mais, le critique ne doit pas forcément répondre à toutes les *attentes du lecteur*, il doit, certes, écouter son lectorat, non pas pour le flatter, mais pour mieux le *guider*. Il contribue sans cesse à aiguiller son public et à former son jugement de goût, en veillant à ne pas trop s'éloigner des attentes du lecteur. Car celui-ci cherche avant tout une *confirmation de sa propre opinion*, et s'il ne la trouve pas, il ira voir ailleurs. Si le critique peut apprécier, à titre personnel, une émission au contenu difficile d'accès, il ne pourra pas dans sa critique vanter ce programme, mais s'interrogera sur la pertinence d'une diffusion à une heure de grande écoute.

Si le journal dans lequel elle paraît influence la critique, la rubrique où elle est placée a aussi son importance. En effet, nous le verrons lorsque nous aborderons l'évolution de la critique de télévision, l'emplacement de la critique dans les journaux et hebdomadaires a reflété les multiples changements et rôles dévolus à la critique. Nous ne faisons que mentionner ici ce qui sera l'objet d'une étude plus approfondie

---

<sup>8</sup> Maurice Clavel, "Halte à Pierre Sabbagh", *Le Nouvel Observateur*, 14 octobre 1971

dans une autre partie, car il est nécessaire, pour comprendre à quoi sert la critique, de se pencher sur les contextes dans lesquels elle apparaît.

La critique de télévision a eu du mal à trouver sa place dans les journaux, ballottée d'une rubrique à l'autre, elle a néanmoins été placée, le plus souvent, dans la rubrique *Spectacles*. Aujourd'hui encore, elle apparaît majoritairement dans la rubrique *Spectacles* ou *Médias* (rubrique regroupant tout ce qui touche à l'univers des médias). De même, dans les hebdomadaires spécialisés, la critique apparaît à côté de reportages sur les stars du petit écran et l'actualité des chaînes. Cette inscription nuit à la crédibilité de la critique dont la portée se trouve réduite par ce mélange. Même si la critique est sévère, elle est amoindrie plus loin dans le journal ou l'hebdomadaire par l'actualité des stars du petit écran, contribuant ainsi plus à la *vedettarisation* des acteurs de télévision, qu'à une réelle critique.

En plus des contraintes liées à son inscription, la critique est obligée de se plier aux spécificités du média télévision. L'une des plus grandes difficultés du critique est de parler d'un événement déjà passé et qui ne reviendra jamais. On pourrait objecter que dans les hebdomadaires spécialisés, certaines émissions sont aussi abordées avant leur diffusion, mais nous verrons lorsque nous nous intéresserons aux hebdomadaires télé qu'il s'agit surtout de présenter l'émission : thème, participants, résumé si c'est un téléfilm ou un film, classement selon les catégories définies par l'hebdo, appréciation. On est là bien loin du discours critique et plus proche du discours publicitaire. On s'aperçoit aussi que le "critique" de l'hebdomadaire ne se livre pas à ses présentations, au contraire sa parole arrive après-coup ; on peut citer Alain Rémond qui donne son sentiment sur la semaine de télévision. Dès lors, on peut s'interroger : à quoi bon lire la critique ? Pour le cinéma, la littérature, le théâtre, on lit la critique pour savoir s'il convient de s'y arrêter, ou pour contrôler son propre jugement de goût. "Quant à la télévision, la première hypothèse exclue pour les raisons susmentionnées, il nous faut également exclure la seconde puisque l'abonné moyen de la télévision a suivi le spectacle dont il lit maintenant la critique, à titre de distraction et non de concentration

---

<sup>9</sup> Propos recueillis par Valérie Josselin, inédit, INA, Bry sur Marne, septembre 1992

critique. Il ne lira donc pas la critique pour contrôler son jugement propre, mais pour *revivre l'événement*. " (U. Eco : 1972, p.25). Cette fonction de la critique est très importante pour notre perspective, car elle correspond aussi à la fonction principale des émissions prismatiques, qui est de *revivre un moment de télévision*. Il s'agit donc de prolonger ce moment, aimé ou détesté, sorte de réminiscence des moments de la télévision. La critique poursuit l' "œuvre", en quelque sorte, elle y *participe a posteriori*.

Cette participation de la critique agit sur les deux pôles : le public et les diffuseurs.

Du côté du public, nous l'avons dit, le critique peut jouer le rôle du *guide* dont la fonction principale est de proposer une grille de lecture de la grille des programmes. "En fait, nous informons surtout les lecteurs sur les émissions grand public et le journal de 20 heures 30, ainsi que sur les vedettes et les coulisses de la télévision. Dans l'absolu, nous essayons de diriger des choix, de conseiller aux téléspectateurs des émissions accessibles qu'ils n'ont pas l'habitude de regarder (*Envoyé Spécial, La Marche du Siècle...*)"<sup>10</sup>. Mais si la télévision a pu être un certain moment la "voix de la France", le critique est, avant toute chose, la "voix du public". Cela tient d'abord à la position du critique qui est dans les mêmes conditions que les téléspectateurs, il partage donc leurs satisfactions et leurs déceptions. De plus, la rubrique télévision suscite énormément de courrier, comme si les téléspectateurs ne trouvaient comme seul espoir que l'intervention du critique, qui est à la fois un *super-hérault* et un *justicier*. Il doit laver l'honneur du public bafoué par la médiocrité d'une émission. De ce point de vue, la critique de télévision est en rapport inverse à celui de la critique classique qui est un dialogue entre le critique et l'auteur. Puisque le critique va être en quelque sorte mandé par le public et qu'il devra lui dire "je vous ai entendu et moi aussi je pense comme vous". Dans son article, le critique devra donc cristalliser les sentiments des téléspectateurs et s'élever, si nécessaire, contre les diffuseurs.

---

<sup>10</sup> Propos recueillis par Valérie Josselin, inédit, INA, Bry sur Marne, septembre 1992

Ce qui nous conduit à la deuxième fonction de la critique de télévision qui est de servir de relais entre le public et les diffuseurs. Même dans ce rapport, le critique n'a de poids qu'en tant qu'il représente les téléspectateurs, il est porteur de voix et donc d'audience. C'est pourquoi son influence est plus importante auprès des diffuseurs qu'auprès des téléspectateurs. "L'influence des critiques « respectés » sur les responsables de la télévision (les dirigeants des chaînes et les pouvoirs de tutelle) est loin d'être négligeable. Les critiques ont de l'influence en particulier sur les producteurs, les animateurs, les réalisateurs. Une bonne critique dans *Télérama*, dans le *Monde* ou dans *Libération* est aussi importante (plus importante, même, souvent) qu'une réussite en audience. Elle console d'une audience médiocre et peut être utilisée parfois auprès des dirigeants. L'argument, il est vrai, porte de moins en moins : je ne pense pas que Patrick Le Lay y soit sensible." (M. Souchon : 2001, p.32). Cette influence est tout de même limitée, jamais une mauvaise critique n'a empêché la diffusion d'une émission, et elle s'arrête là où commence la loi du marché. De plus, les critiques ne forment pas une fronde et, bien qu'il existe une Association des Critiques, ils ne forment pas un groupe de pression. Chacun a son avis sur sa fonction, son domaine de compétence, la qualité des émissions. De plus, ils dépendent d'autres logiques, extérieures à l'exercice même de la critique, comme la ligne éditoriale du journal, les pressions économiques, l'influence du public...

Si l'on veut bien considérer que la critique de télévision n'a de sens que si elle contribue à modifier le regard porté sur la télévision, à exercer l'œil du public et à influencer sur les décideurs, cette critique a de moins en moins de lieu d'expression. Plus encore, si l'on revient sur la définition de la critique en début de chapitre, on s'aperçoit que l'on n'a pas à faire à une critique :

"Je ne me considère pas du tout comme un critique de télévision, mais plutôt comme un chroniqueur qui profiterait de la télévision pour parler de tout ce qui lui tient à cœur. "<sup>11</sup> (Alain Rémond)

---

<sup>11</sup> Propos recueillis par Valérie Josselin, inédit, INA, Bry sur Marne, septembre 1992

"Au terme de critique, je préfère celui, plus juste en mon cas, de *journaliste* de télévision. " (Gérard Lasnier)

"Je ne suis pas critique...je donne mon sentiment à propos de la télévision"  
(Françoise Giroud)

"Je tiens la chronique quotidienne d'un téléspectateur. " (Pierre Georges)

"Il y avait une critique de télévision, il n'y en a plus. "<sup>12</sup> (Hervé Brusini)

Si l'on peut à la limite admettre que les tous premiers écrits sur la télévision s'apparentaient à une forme de critique, celle-ci, nous le verrons, a très vite disparu au profit d'une *chronique* de télévision. La chronique se différencie de la critique en ce qu'elle ne consiste qu'en un rapport de faits et de nouvelles dans l'ordre de leur apparition, elle tient donc plus du commentaire, de l'impression, du billet d'humeur. Rappelons au passage la définition donnée plus tôt de la catégorie de la chronique : représentations d'actions successives, non liées par des rapports de causalité. " (La chronique) consiste le plus souvent en une simple consécution d'événements ou d'épisodes isolés et, si l'acteur est certes « unique », ses actions n'apparaissent guère en conséquence les unes des autres (...) Moins le lien causal est fort, plus le lien temporel prend d'importance. Affaiblir l'intrigue transforme le roman à sujet en une chronique, une *description dans le temps*. [Tomachevski (1925) 1965 : 267-268] " (F. Revaz : 1997, p.159-161). Ceci est donc totalement différent de la critique qui a pour fonction première de porter un jugement sur l'œuvre en utilisant des règles esthétiques et en la comparant à des œuvres classiques. "Or la télévision échappe à ce discours critique parce qu'elle est un objet qui ne s'inscrit pas dans la durée, qui ne laisse pas de traces ; elle est sans mémoire, elle ne construit pas une culture spécifique. " (J. Ungaro : 2001, p.17)

---

<sup>12</sup> Cité par *Libération*, 26 octobre 1991

#### IV) Les débuts de la critique de télévision<sup>13</sup>

##### 1) Où débute la critique ?

De tout temps, l'apparition d'un nouveau média a suscité de vives réactions, d'extase ou de rejet, l'exemple le plus proche de nous étant l'Internet, et ce nouveau média se construit à partir de modèles préexistants. La télévision n'échappe pas à cette règle, et c'est dans le sillage de la radio qu'elle fera ses premiers pas. Ainsi, dès la naissance véritable de la télévision en France (1949), elle intéresse la presse spécialisée dans la radio. Dès 1950, *La Semaine Radiophonique* consacre dans son premier numéro une demi-colonne aux programmes de télévision. C'est aussi en 1950 que Georges Hourdin, lance *Radio-Cinéma-Télévision* (qui deviendra plus tard *Télérama*), né de la fusion d'un hebdomadaire de cinéma et d'un hebdomadaire de radio. Même si les informations concernant la télévision sont limitées, on peut quand même dire que cela constitue le début de la presse spécialisée dans la télévision. A partir de 1955, la presse spécialisée se réorganise, l'explosion du nombre de titres amène une certaine confusion, et la deuxième moitié des années cinquante voit se multiplier les disparitions de titres et les fusions, jusqu'à stabiliser leur nombre à une dizaine de titres.

Les premières critiques ne sont pas à chercher dans la presse spécialisée, comme *Radio-Magazine* (créé en 1923), mais dans la presse quotidienne comme *Le Monde* ou *le Figaro* ou dans les hebdomadaires comme *L'Express* ou *Les Lettres Françaises*, qui proposent, dès le début des années cinquante, une rubrique consacrée à la critique de télévision. " Les articles sont d'une périodicité fantaisiste, l'emplacement est variable. Un jour à la page des faits divers, un autre à celle des sports en bas de page ou au milieu des petites annonces. Le plus souvent, il s'agit d'annoncer les programmes plutôt que d'en rendre compte. " (M. de Bussière : 1993, p.22). Si la télévision trouve plus vite sa place dans les quotidiens, elle n'est pas pour autant

---

<sup>13</sup> Pour plus de précisions concernant les débuts de la critique, se référer aux travaux de M. de Bussière et de C. Ulmann-Mauriat « Le critique de télévision, initiateur et témoin » in *La Télévision dans la République des années 50*, Paris, 1999, sur lesquels nous avons fondé nos recherches.

mieux lotie, ballottée d'une rubrique à l'autre, elle n'apparaît que lorsqu'il reste de la place. On pourrait y voir du mépris alors qu'il n'en est rien. Ceci est dû au fait que la télévision, à ses débuts, ne concerne que les Parisiens, puis les Lillois, pour s'étendre progressivement à l'ensemble du territoire avec l'installation progressive des relais de diffusion. Malgré tout, "nos services de la taxe dénombrent à peine plus de 150 000 récepteurs, alors que l'Angleterre en déclare 4 millions et les Etats-Unis 30 millions. "<sup>14</sup> " En 1958, le nombre de récepteurs est monté à 680 000 et, en 1960, on dépasse largement le cap du million. Jusqu'en 1964, il n'y a qu'une seule chaîne, un seul spectacle, un seul message. " (M. de Bussière : 1991, p.109). Il est donc logique que les journaux ne consacrent que peu d'espace à ce qui ne touche quasiment pas leur lectorat. Néanmoins, au début de l'année 1955, le *Monde* va montrer l'exemple en installant sa rubrique de télévision en pages *Spectacles*. Progressivement, tous les quotidiens suivent cet exemple et en 1958 la critique de télévision est installée dans tous les journaux et devient quasi quotidienne.

La critique de télévision a donc du mal à trouver sa place, ce qui reflète bien le statut même de la télévision à cette époque : on ne sait pas exactement dans quelle case la classer. Est-ce du cinéma ? Un objet de foire ? Une mode passagère ? Un art nouveau ? Il faut dire que le climat ambiant n'est pas très favorable. Outre le faible nombre de récepteurs disséminés sur le territoire, la télévision est snobée par les intellectuels qui gardent une certaine réserve vis à vis de cette étrange lucarne qui n'est ni de la radio, ni du cinéma. Rares sont ceux qui en parlent, plus rares encore ceux qui s'y affichent. Il faudra de nombreuses années pour qu'elle soit acceptée et même convoitée. Entre 1950 et 1960, le soutien croissant des quotidiens et de la presse spécialisée participera à l'installation définitive de la critique de télévision. L'arrivée de *Télé 7 jours* en 1960 et la multiplication des magazines consacrés à la télévision marquent un tournant dans l'évolution de la critique de télévision. En effet, entre temps, la demande a été démultipliée : en 1960, on dénombre plus d'un million de téléspectateurs, les heures de diffusion sont plus nombreuses, on crée une deuxième

---

<sup>14</sup> *Combat*, 13 janvier 1955.



chaîne. Tout ceci va bouleverser le monde de la critique de télévision et marquer l'entrée dans une nouvelle ère.

## 2) Qui sont les critiques ?

Ce sont tout d'abord des gens extérieurs au média qui vont se pencher sur le nouveau-né, pour la plupart hommes de lettres, de cinéma ou de radio. La télévision est abordée comme un art nouveau et bénéficie de l'enthousiasme de ces critiques qui tentent d'en cerner les contours. L'approche qu'ils proposent est fortement calquée sur les analyses cinématographiques, ils s'intéressent aux images, à la réalisation, au montage ; en somme, ils se livrent à une critique esthétique du média. Si l'on y regarde à deux fois, on s'aperçoit que les critiques de télévision sont peu connus, exception faite de ceux qui étaient déjà célèbres avant de se pencher sur la télévision, notamment André Bazin, Jacques Siclier, François Mauriac. De là à dire que la critique n'est pas un art noble, il n'y a qu'un pas. Les premiers critiques viennent du monde du cinéma, de la radio et de la littérature : Michel Droit puis Janick Arbois au *Monde*, André Bazin au *Parisien Libéré*, André Brincourt au *Figaro*. Puis, progressivement des plumes célèbres s'adonnent, elles aussi, à l'exercice de la critique de télévision : Emmanuel Berl à la *Nouvelle Revue Française*, François Mauriac à *l'Express*. Si l'on peut aisément comprendre ce qui amène un critique de cinéma ou de radio à s'intéresser à la télévision, il n'en est pas de même pour les hommes de lettres et des écrivains, et ils sont nombreux à avoir commis des articles dans les colonnes du *Monde*, de *l'Express*, des *Lettres Françaises*. On peut citer pour l'exemple Armand Salacrou, François Mauriac ou Morvan Lebesque. On peut légitimement penser que l'absence de spécialistes a poussé les écrivains à investir ce champ vierge, l'absence de règles autorisant une liberté totale dans le style et le commentaire. On peut dès lors s'interroger sur la légitimité de ces critiques. Si André Bazin avait, lui, quelque autorité à critiquer l'image de télévision, pensée encore comme une branche du cinéma, il n'en est pas de même des hommes de lettres. Dans les faits, il y a peu d'analyses d'images, l'écrivain donne son avis sur l'émission visionnée ou sur les

capacités du média. " La signature d'un écrivain au bas d'une chronique de télévision serait alors l'équivalent d'un baptême culturel : la culture de masse (...) s'en trouverait sinon apprivoisée, du moins légitimée. " (M. Tardy : 1966, p.43).

Mais cette situation ne dure pas longtemps. En 1953, l'Association française des critiques de cinéma (créée en 1946) devient l'Association française de la critique de cinéma et de télévision, composée de Janick Arbois (*Radio Cinéma Télévision*), Pierre Autré (*La Semaine Radiophonique*), André Bazin (*Le Parisien Libéré*), Paul Benoist (*Libération*), Jane Bourniquel (*France-Soir*), Roger Boussinot (*Radio Liberté*), Christiane Château (*Le Journal du Dimanche*), Francis Crémieux (*Les Lettres Françaises*), Michel Droit (*le Monde*), Gilbert Guilleminault (*Paris Presse*) et François de Roux (*Le Figaro*). Ils attribuent, chaque année, un prix de la critique qui récompense la plupart des métiers de la télévision, avec une préférence pour les réalisateurs, parmi lesquels : Stelio Lorenzi, Pierre Desgraupes, Marcel Bluwal, Jean-Marie Drot, Pierre Tchernia... Cette fédération marque le début de la reconnaissance pour les critiques de télévision qui tentent de "constituer un groupe de pression uni, aux objectifs communs, celui de la construction d'un nouvel art dont ils orienteraient les formes en tant que spécialistes de l'image." (C. Ulmann-Mauriat : 1999, p.155). Elle marque aussi un changement au sein de la profession, les hommes de lettres qui s'étaient pris de passion pour ce nouveau média porteur d'espoir sont vite déçus des orientations que prend la télévision et nombreux sont ceux qui abandonnent la critique de télévision pour revenir à la littérature. Ceux qui restent tentent de définir les contours de leur art et de donner à la critique de télévision une écriture spécifique :

" Si le chroniqueur cinématographique ou théâtral se voit obligé de raconter le spectacle dont il rend compte (...) le chroniqueur de télévision n'a pas cette ressource. Les émissions dont il parle sont en général définitivement évanouies, ceux de ses lecteurs qui les ont vues ont leur opinion à leur sujet, ceux qui n'ont pas de récepteur n'ont pas à éprouver de regret sur une chose qu'ils n'ont pas vue et qu'ils n'ont aucune chance de revoir. A quoi bon alors décrire par le menu une action dramatique à jamais évaporée ? Il semble préférable d'essayer de situer les émissions dans le cadre où elles

prétendent s'inscrire et d'en analyser les incidences sur celles du même genre qui les suivront à l'écran. "<sup>15</sup>

On perçoit ici deux mouvements principaux qui animeront critiques et pionniers de la télévision : marquer une différence avec les médias précédents et poser les bases de cet art nouveau.

Premièrement, se différencier de la radio, du théâtre et du cinéma. La télévision emprunte nécessairement aux formes qui l'ont précédée, notamment au théâtre, mais elle se doit de trouver son style, son écriture. "Certes, il importe d'abord que la boîte à images exploite au mieux ses emprunts. Non pour concurrencer les spectacles vivants, le cinéma ou la radiodiffusion, mais pour les servir éventuellement, marquer sa différence à leur égard et les assimiler afin de définir son caractère propre. "<sup>16</sup> Jacques Chastel écrit : "Le théâtre à la télévision reste du théâtre"<sup>17</sup> Les mêmes reproches sont adressés à ceux qui copient trop volontiers le cinéma, et la situation est d'autant plus tendue qu'il existe un vrai rapport de force entre la télévision et le cinéma. André Brincourt s'en plaint lorsqu'il dit : "Quelle déception ! On nous a présenté un film, non une pièce de télévision...plus question de cette prise sur le vif où commencent les vrais sortilèges des dramatiques. Nous entrons en concurrence avec le cinéma et toutes les faiblesses apparaissent...La télévision tant qu'elle sera condamnée à n'avoir que des petits moyens de tournage ne peut que nous offrir des films bâclés. Bref, elle risque de devenir le cinéma du pauvre. "<sup>18</sup> Le cinéma du pauvre, une expression qui revient souvent à cette époque et qui exprime à la fois une réalité et une crainte. Réalité car les budgets de la télévision et du cinéma sont incomparables, du simple au décuple, de même pour les salaires. Du coup, comme la qualité a un prix, on grignote sur les jours de tournage, le nombre de techniciens, le matériel, et tout cela se ressent à l'écran. Néanmoins, on tente quelques expériences éparses afin d'améliorer la qualité des productions : "Malgré les réticences de la RTF..., des producteurs et des

---

<sup>15</sup> *Combat*, 19 mai 1958

<sup>16</sup> F. Billetdoux, "Télévision, dramaturgie nouvelle", *Cahiers Renaud-Barrault*, Paris 1964

<sup>17</sup> *Combat*, 21 février 1958

<sup>18</sup> *Le Figaro*, 20 janvier 1960

techniciens..., Jean Renoir a gagné son pari de tourner *Le Testament du docteur Cordelier*, film commercial, avec les moyens et dans les temps de la télévision : onze jours de tournage et soixante millions de francs, soit la moitié d'un film de cinéma. "<sup>19</sup> C'est aussi la crainte de voir son "art" dénigré, de ne se contenter que de petites productions sans grand intérêt, à l'opposé des grandes ambitions que nourrissaient les pionniers de la télévision. De même, les critiques doivent se différencier de leurs confrères, si l'objet est différent, la critique doit être différente, et ils insistent sur les spécificités de la télévision.

Deuxièmement, poser les bases de cet art nouveau, définir des règles pour la prise de vue, le son, la diffusion, définir des genres... Certes, tout reste à inventer du point de vue de la technique, de l'écriture, de la mise en scène, du jeu d'acteur. On multiplie donc les expériences, souvent ratées, et on en tire des leçons pour la prochaine. Les réussites sont saluées : "On nous parla deux fois de Shakespeare, Claude Santelli, d'abord qui, très intelligemment, nous démontra que le *Magasin d'Antiquités*, de Dickens, était une version victorienne du *Roi Lear*... Bonne adaptation filmée, dans la mesure de l'ambiguïté fondamentale de cette émission hésitant entre l'enfance et l'âge adulte. Excellente et nombreuse distribution. Mais Shakespeare, puisque c'est son *année*, méritait aussi un *Portrait Souvenir*. Il l'eut. Divers, ingénieux, remarquable... Voilà un modèle de télévision didactique. "<sup>20</sup> Tout est passé en revue, et tout doit s'améliorer, le contenu, la programmation, mais aussi la technique, on n'hésite pas à souligner une réussite ou un échec. Jacques Chastel applaudit la maîtrise technique de Jean-Claude Carrère qui a su "établir une rampe fictive entre les téléspectateurs et ses comédiens et interdire à ses caméras de franchir une ligne théorique qui aurait pu nous introduire dans les secrets de l'arrière-scène. "<sup>21</sup> Les critiques eux aussi participent de cet effort qui est la base de leur travail de critique. En effet, comment critiquer, si on ne sait pas par rapport à quoi critiquer, quelles règles différencient une œuvre excellente de celle qui ne l'est pas. En somme les critiques tentent de fonder les "classiques" de la télévision. Et, nous le verrons plus

---

<sup>19</sup> *Carrefour*, 25 mars 1959

<sup>20</sup> *L'Express*, 23 Avril 1964

<sup>21</sup> *Combat*, 21 février 1958

tard, une des raisons pour lesquelles il n'y a pas de critique de télévision, est qu'on n'a pas su définir ces règles, ces classiques ; face à un objet spécifique, on n'a pas développé d'outils d'analyses spécifiques.

### 3) Objet de la critique ?

L'objet de la critique découle des missions que les critiques se sont eux-mêmes attribuées, cet objet varie donc d'une critique à l'autre. Pour François Mauriac, il s'agit de commenter ce qui lui paraît digne de l'être, ce qui reste assez flou. Pour André Brincourt : "un critique de télévision est d'abord le chroniqueur au quotidien de la vie privée de deux millions de personnes, il a la lourde tâche de tendre une corde entre les fantômes du petit écran et le public virtuel. Une corde raide. Le critique est aussi ce triste funambule."<sup>22</sup> Le critique est donc tiraillé entre son regard de spectateur et son nécessaire lien avec la télévision, il se doit de joindre les deux. Si chacun a une approche qui lui est propre, on peut, néanmoins, discerner quelques constantes.

Les premières critiques, comme auparavant pour le cinéma, portent sur les prouesses techniques du média, et expriment la fascination devant les possibilités qu'offre la télévision. Quasiment toutes les critiques abordent la technique : le nombre de caméras, le matériel utilisé, la réalisation...Il faut éduquer le public à ce nouveau média et à son mode de fonctionnement. Tous ces progrès techniques suscitent le rêve, autant chez les critiques qu'auprès du public, on s'imagine ce que sera la télévision de demain, la réalisation des rêves les plus fous :

" Avec évidence, c'est le direct qui représente l'apport propre de la télévision. Mais sans vouloir vexer le tube électronique ni personne, les procédés télévisuels sont comme ces dames qui jouent les coquettes et qui ne se mettent jamais au lit. On nous promet la lune, on nous présente les satellites Telstar, Echo, Syncom, Early Bird comme des merveilles, mais la machine est en retard sur mon rêve, elle ne satisfait pas

---

<sup>22</sup> André Brincourt, *La télévision, notes et maximes*, Paris, Hachette, 1965

le besoin qu'elle a réveillé dans l'homme. (...) Puis j'attends du direct télévision qu'il m'assure un reportage total véritablement objectif d'un événement préparé. Il m'ennuie d'être limité dans ma vision par la place et le nombre des caméras, par le choix d'images, même quand il est défini par le plus heureux des réalisateurs. (...) Ce n'est pas tout. J'ai désir encore que la télévision soit l'instrument qui me permette de me brancher visuellement sur n'importe quel sujet en cours, à mon gré. Et même sur n'importe quel lieu que j'aurais plaisir à voir, en certaines heures : l'océan vers la Bretagne, Mykonos en hiver, la grand-rue de Hong-Kong à minuit, le petit matin dans la cordillère des Andes (...) Ce n'est pas un programme que je sollicite auprès d'un organisme de télévision, mais un catalogue des images vivantes dont il dispose. Ce n'est rien. On m'a promis la couleur, je l'attends (...) Mais à quand le relief ? Les perspectives fascinantes ? Je ne parle pas de mirage...j'entends que je dois avoir licence d'entrer comme un spectateur invisible dans le spectacle qui m'est donné (...) Et à quand le bouton à odeurs sur mon récepteur. Je voudrais sentir de nouveau ce parfum de la poussière de sable qui s'étend sur la Mauritanie (...) Mais pour l'instant, il s'agit de se débrouiller avec ce qu'on a. " (F. Billetdoux : 1964)

Autant dire qu'on attend toujours. Il ne s'agit là que d'un court extrait des grandes aspirations que l'on avait pour la télévision à l'époque, et il est amusant de voir que tout ce qui était désiré est aujourd'hui reporté sur l'Internet.

Les premiers critiques n'hésitent donc pas à décrire précisément les moyens techniques mis en œuvre pour la réalisation de l'émission : le nombre de techniciens, de caméras, les types de plans...Mais ce qui fascine surtout, c'est le direct sur lequel va se construire la télévision. En effet, c'est par le direct qu'elle va se démarquer du cinéma et du théâtre, car "il a le mérite de créer une communion parfaite entre le spectateur et la chose vue, née de la simultanéité de celle-ci et du regard qui la voit"<sup>23</sup>. La télévision a trouvé sa voie et ne cessera de mettre en avant sa spécificité en diffusant, autant que possible, ses émissions en direct. C'est sur ces diffusions que la télévision va construire sa renommée : le couronnement d'Elisabeth II, le premier JT,

---

<sup>23</sup> *Les Lettres Françaises*, semaine du 21 au 27 avril 1955

*Cinq Colonnes à la Une*, les grandes émissions de débat...ce qui plaît, c'est que le direct donne l'impression d'être le témoin à part entière de l'événement : "Nous étions des témoins...On nous l'a fait comprendre avec cette authenticité stupéfiante que seule la télévision peut se permettre...authenticité de l'instant. "<sup>24</sup> Les responsables de la télévision ont bien compris son importance, et dès lors, c'est une course à celui qui réalisera le meilleur direct, le plus technique, le plus périlleux : le référendum, la course cycliste Paris-Tours et même des images du fond de la mer qui soulèvent l'enthousiasme de critiques : "pareille virtuosité dans les prises de vue en direct, avec plus de douze caméras, n'aura jamais été atteinte à la télévision, il ne suffisait pas d'inventer, puis de perfectionner, cette machine qu'est la télévision, il fallait aussi apprendre à la maîtriser"<sup>25</sup>. On le voit, dans ces courts extraits, on n'hésite pas à donner des détails sur la technique, car c'est ce qui intéresse surtout les critiques, on se demande jusqu'où va nous porter ce nouveau média, s'il va nous libérer des contraintes des médias antérieurs. La télévision est porteuse d'espoir et on lui promet un grand avenir : "Pourquoi s'exciter sur ce fameux direct télévisé ? Déjà on prépare des liaisons intercontinentales et que sera-t-il de plus naturel dans quelques années que d'avoir chez soi l'image en direct d'un petit Chinois ou d'un petit Américain"<sup>26</sup>.

Mais "cette exaltation du direct ne dure pas. Elle bute sur plusieurs obstacles. L'un, qui frappe tout discours prophétique, c'est l'usure. La télévision devenant routine, pour les professionnels comme pour les spectateurs – et le direct n'ouvrant pas la voie aux transformations sociales souhaitées, ou fantasmées, il n'est plus question de s'émerveiller du fait technique en soi. " (J. Bourdon : 2003, p.30). Ce qui amène tout naturellement les critiques à s'intéresser aux grands maîtres d'œuvres que sont les réalisateurs. Ils sont les personnages centraux des débuts de la télévision, leurs noms sont toujours cités, ils reçoivent des prix et surtout, ils sont très influents. Nous verrons que, lorsque les réalisateurs seront progressivement mis à l'écart, les critiques perdront une grande partie de leur pouvoir d'influence. Mais en attendant, les réalisateurs profitent de leur prestige. Voyons quelques extraits des éloges qui leur sont faits :

---

<sup>24</sup> *Combat*, 25-26 janvier 1958

<sup>25</sup> *Le Monde*, 21 octobre 1958

<sup>26</sup> *Combat*, 14 juillet 1958

"Avec la télévision, un nouveau métier a surgi, car ils ne sont pas tout à fait des metteurs en scène, pas tout à fait des producteurs, pas tout à fait des chefs d'orchestre. Leur métier est terriblement absorbant. Ils ne sont pas mal payés mais ils sont responsables des grands moments de la télévision en Europe..., les Britanniques et les Italiens les envient et confirment qu'ils sont les meilleurs que l'on puisse trouver".<sup>27</sup>

"Le téléspectateur ne semble pas comprendre l'importance créatrice du réalisateur. Pour une même émission, il suffit que le producteur change de réalisateur pour que son émission change d'allure".<sup>28</sup>

"Au point de vue du langage télévisuel, dont nous percevons trop rarement l'évolution pourtant réelle, la réalisation de Claude Loursais nous a paru avoir autant d'importance que jadis celle de Jean Cocteau pour *Les Parents Terribles* sur le plan du langage filmé".<sup>29</sup>

Une des raisons pour lesquelles les critiques soutiennent pleinement les réalisateurs est qu'ils partagent les mêmes ambitions pour la télévision : celle d'en faire un art à part entière, et celle d'encourager la qualité des émissions, de ne pas tout sacrifier au public, mais plutôt de tenter de l'éduquer.

On retrouve bien entendu des critiques sur la grille des programmes, la RTF, les émissions. Ces dernières sont critiquées, soit du point de vue de l'esthétique et de la réalisation, soit du point de vue de leur intérêt pour le public. Les critiques sont à la hauteur des aspirations qu'on a pour la télévision, et si un programme déroge par la pauvreté de son contenu, on n'hésite pas à le lui reprocher vertement. " Sélectif, voire arbitraire, le critique des années cinquante fait ses choix. Certains programmes comme le journal télévisé, les informations, l'actualité sont rarement traités. D'autres au contraire sont fréquemment analysés, comme les documentaires et les reportages, le

---

<sup>27</sup> *Carrefour*, 7 janvier 1959

<sup>28</sup> *Combat*, 13 mars 1960

<sup>29</sup> *Le Monde*, 13 octobre 1960



téléthéâtre, les variétés, les émissions musicales, les dramatiques ou toute autre émission spécifique à la télévision. " (C. Mauriat : 1991, p.118). Toutes ces émissions, en particulier les dramatiques, donnent lieu à des critiques nombreuses et détaillées, Marcel Bluwal dit à propos de la dramatique *Arden* : "Jamais on ne vous avait donné d'images aussi éblouissantes".<sup>30</sup>

Les critiques apprécient aussi les reportages et les documentaires, car "cela répond de la façon la plus directe (au) besoin d'être informé"<sup>31</sup>. On apprécie le caractère vivant et humain du genre, qui souligne une fois encore la spécificité de la télévision. C'est l'époque des magazines d'informations et des grands reportages, le plus célèbre étant sûrement *Cinq colonnes à la Une*. Pour André Brincourt : "Ce magazine de l'image vivante a introduit le grand journalisme au petit écran. La formule de l'enquête simultanée est maintenant au point, elle témoigne d'un style neuf et propre à la télévision"<sup>32</sup>.

Si les critiques sont enthousiastes pour certains programmes, ils le sont moins pour d'autres. Certains comme Jacques Chastel sont très clairs et n'hésitent pas à dire que "les variétés et les jeux ne sauraient relever de la critique de télévision"<sup>33</sup>. Les critiques sont sévères, les propos acerbes : "Jamais, nous n'avons assisté à une telle montre de chiens savants, à un tel avilissement du spectateur. Il est des limites à de telles exhibitions qui font penser aux plus ignobles "charités" des pachas orientaux. Ce faux boy-scout inachevé que veut être M. Nohain est parfaitement écœurant. Jusqu'alors, nous avons cru à une certaine sincérité dans l'élaboration de cette émission. Désormais le doute n'est plus permis"<sup>34</sup>. (à propos d'une émission de 36 *Chandelles* consacrée aux enfants prodiges). Cette attitude, que l'on peut qualifier d'hautaine, vis à vis des programmes les plus populaires de la télévision, annonce déjà le chant du signe de cette première génération de critiques. Mais devant l'adhésion massive du public, le critique doit s'incliner et s'intéresser aussi aux variétés et aux

---

<sup>30</sup> *Le Figaro*, 25 février 1960

<sup>31</sup> *Le Figaro*, 9 janvier 1955

<sup>32</sup> *Le Figaro*, 16 janvier 1960

<sup>33</sup> *Combat*, 28 octobre 1958

<sup>34</sup> *Combat*, 19 mai 1958

jeux. *La Tête et les jambes* sera la première émission de jeux abordée dans une critique : "Cette émission a définitivement conquis le public. Cette fois le sujet – l'exploration – se prêtait à de nombreuses illustrations de télécinéma. Nous devons à Pierre Bellemare quatre excellentes semaines de suspense"<sup>35</sup>. Cela marque un tournant dans le rôle que se sont attribués les critiques : ne plus rester dans leur tour d'ivoire et promouvoir ce qui serait à leurs yeux une télévision de qualité, mais partager les goûts du public et fournir des analyses de ces émissions qui remportent un franc succès.

#### 4) Postures du critique

Il est incontestable que le critique des années cinquante dispose d'une influence certaine, surtout auprès de l'institution. Son influence sur le public est réduite, voire quasiment nulle, puisqu'il n'y a qu'une seule chaîne, que les articles ne sont publiés qu'après la diffusion, et qu'on ne disposait pas, à l'époque, du pré-visionnage. Le rôle du critique oscille donc en fonction du lieu de parution, de la personnalité du critique et de la fonction dont il se sent investi. On peut dégager plusieurs postures fréquentes dans le milieu des critiques :

- l'expert : Il est en effet le "spécialiste de la télévision", de ce fait, il parle en son nom et a autorité pour donner son avis sur les émissions. La plupart du temps, il tient le rôle de "l'expert pédagogue", il est en charge d'expliquer à son public le fonctionnement de la télévision et des émissions, comme de les analyser. André Brincourt écrit : "Savez-vous que *Britannicus* vient d'avoir à la télévision en un seul soir autant de spectateurs que dans les 1070 représentations qu'en a données la Comédie-Française depuis 1680 ?"<sup>36</sup>. Ils essaient d'introduire le téléspectateur dans les coulisses de la télévision : "On imagine mal lorsqu'on ne les a pas constatées soi-même les conditions de hâte et de hasard dans lesquelles sont préparées la majorité des grandes émissions, les qualités d'acrobatie et de patience qu'elles exigent de leurs auteurs, réalisateurs ou interprètes et surtout les sommes d'énergie gaspillées dans

---

<sup>35</sup> *Le Figaro*, 10 janvier 1958

cette lutte de chaque instant contre l'archaïsme et la pauvreté des installations<sup>37</sup>". Les critiques sont émerveillés par les prouesses techniques de la télévision et ils les font découvrir aux téléspectateurs.

- le porte-parole : bon nombre de critiques se sentent investis d'un pouvoir de représentation, ils sont un lien entre le public et les dirigeants de la télévision. Ils portent la parole du public tout autant qu'ils le représentent. Pour André Brincourt, "les critiques sont pour les nouveaux producteurs de spectacles les seuls échos qui, si faibles et injustes fussent-ils, demeurent humains". Ils sont donc le (seul) moyen pour les acteurs de la télévision d'obtenir un retour sur ce qui a été diffusé. C'est une des raisons pour lesquelles le critique jouit d'une bonne audience auprès des professionnels, il dresse un panorama de l'opinion. Il est aussi en charge d'expliquer pourquoi une émission n'a pas marché, pourquoi elle n'a pas rencontré son public. En cela il contribue à trouver des terrains d'entente entre le public et les professionnels.

-le défenseur : Les critiques prennent à leur compte la défense de la télévision contre les attaques qui fusent de toutes parts, notamment du milieu intellectuel : "Les programmes de télévision sont généralement déclarés exécrationnels par des gens qui n'ont pas de téléviseur. Ils ont aperçu des bribes d'émission chez des amis qui les avaient invités à dîner ou même chez le marchand de postes qui se trouve sur leur chemin quand ils rentrent du bureau. En réalité, les programmes de télévision sont l'objet de dosages et d'équilibres permanents entre les goûts les plus souvent contradictoires du public"<sup>38</sup>. S'ils lui reconnaissent des défauts, les critiques essaient tout de même de promouvoir la création afin d'améliorer la qualité technique et artistique de la télévision.

---

<sup>36</sup> *Le Figaro*, 2 mai 1959

<sup>37</sup> *Le Monde*, 9 septembre 1953

<sup>38</sup> *Radio Cinéma Télévision*, 23 janvier 1955

## V) De la critique à la chronique

Rapidement, l'euphorie des premières années fait place à la lassitude chez les premiers critiques de télévision. Ils ne trouvent plus dans le média ce qui les a passionnés, ou plutôt ils sont déçus de la tournure populaire que prend la télévision :

"L'expérience est bien finie, l'étonnement n'est plus que pour les naïfs (ou les poètes). Entrée dans le public, elle (la télévision) est une personne dont les défauts ne sont plus des péchés mignons, ce sont des défauts. Or, ou bien on estime le public exigeant ou bien on le juge abruti. Voyant que le public grossit de jour en jour, se familiarise, elle peut paraître tentée de faire la part des choses, satisfaire le mauvais goût de cette masse tout en demeurant d'un niveau intellectuel convenable<sup>39</sup>".

" Bref, il ne s'agit pas de dire que la télévision française est au-dessous de tout après avoir chanté l'an dernier ses louanges. Simplement nous étions habitués à ses progrès et il nous faut constater que pour la première fois depuis quatre ans, ils font place à une nette régression. Souhaitons que ce ne soit qu'une crise de croissance. "<sup>40</sup>

Les premiers critiques venus du monde littéraire et cinématographique se sentent trahis par cette télévision pour laquelle ils ont œuvré pour qu'elle acquière ses lettres de noblesse, " (ils) ont été des pédagogues et des initiateurs d'un art nouveau, ils ont appris au public à décrypter les images et le message audiovisuel. Ils ont même réussi à donner à la télévision un statut au sens législatif du terme, et à faire reconnaître la télévision dans ses multiples rôles : comme art spécifique, mais aussi comme lien social, instrument de divertissement, d'information et d'éducation..." (C. Ulmann-Mauriat : 2001, p.34)

La déception est à la hauteur des aspirations, et c'est un sentiment de trahison qui domine. Les critiques n'ont pas su ou pas voulu voir la mutation progressive du

---

<sup>39</sup> *Combat*, 30 décembre 1958

média. Ils ont refusé de voir la télévision comme un moyen de divertissement, se cantonnant à des analyses esthétiques et à la défense d'une télévision culturelle et éducative. Ils tentent de sonner l'alarme et de mettre en garde les dirigeants de la télévision contre une dérive vers le divertissement total. André Brincourt écrit pour protester contre la diffusion de plus en plus tardive des émissions culturelles : "Il ne faut certes ni effrayer, ni décourager le public (...) mais le rôle de la chaîne unique (n'est-il pas) de révéler à un public des goûts et des appétits qu'il ne soupçonne pas ?"<sup>41</sup>. Le critique se veut toujours initiateur, pédagogue, il veut guider le public vers des goûts qu'il ne soupçonne pas, ceux du critique peut-être ? La vision du quotidien anglais *Times* sur la télévision française publiée par *Le Monde* résonne comme une déclaration claire des critiques aux dirigeants (politiques ou exécutifs) de la télévision : "Bien qu'elle s'adresse à une élite, la télévision française est suivie par toutes les couches de la population et contribue à répandre les valeurs culturelles dans un pays où elles n'ont jamais été le privilège d'une classe"<sup>42</sup>. Voilà la télévision rêvée par les critiques, une télévision éducative et culturelle pour tous, en clair une télévision de l'élite pour la masse. Car la télévision, au grand dam des critiques, prend de plus en plus une tournure populaire et glisse vers le divertissement, et ce malgré les réticences des critiques : "Nous sommes dans une société de masses et de contacts (...) je ne crois pas à la culture populaire, je crois, par contre, à la diffusion populaire de la culture. La radio et la télévision assurent celles-ci magnifiquement"<sup>43</sup>. Magnifiquement, peut-être, mais de moins en moins sûrement.

Mais surtout, les critiques sont las de ne pas trouver de reconnaissance auprès de l'institution ; au contraire, ils sont dénigrés par une partie des professionnels qui les accusent de ne rien connaître de la télévision. Les critiques sont de moins en moins appréciés et l'amertume demeure, "28 mars 1957. C'est une date qu'il ne faut pas oublier, c'est beaucoup plus qu'un jour de printemps comme les autres. C'est le 28 mars 1957 que pour la première fois, par la voix très officielle de son directeur des

---

<sup>40</sup> A. Bazin, « La qualité diminue », *France observateur*, Paris, 1956

<sup>41</sup> *Le Figaro*, 15 mars 1960

<sup>42</sup> *Le Monde*, 6 janvier 1960

<sup>43</sup> *Le Monde*, 4 février 1958

programmes, M. Jean d'Arcy a rendu hommage à une vieille dame très méprisée : la critique. Toutes les émissions supprimées (dans le cadre d'un plan d'économie, sic !) sont celles qui sont déjà exécutées...par la critique"<sup>44</sup>. Nous l'avons déjà dit, la critique ne vaut que si elle a une incidence sur les professionnels ou les téléspectateurs, et les critiques se rendent à l'évidence qu'ils n'ont aucune réelle influence ni sur les uns ni sur les autres : "La critique ne vaut que si elle a quelque audience et le pouvoir de modifier le destin d'une pièce par exemple. Ce n'est pas le cas de la nôtre où nous avons de plus en plus l'impression de parler à des gens qui ne veulent pas entendre, qui feignent de ne pas entendre, ou qui n'entendent pas"<sup>45</sup>.

D'autres éléments ont contribué à la transformation du corps des critiques. Tout d'abord, la fin de la télévision des réalisateurs. En effet, dès les débuts de la télévision, les réalisateurs ont été les maîtres de la télévision, et ce en raison des aspirations artistiques qu'on nourrissait pour la télévision. Les réalisateurs jouent un rôle essentiel et ils le savent, ils n'hésitent pas à imposer leurs visions et à faire pression sur les dirigeants de l'époque préoccupés par la bonne image que doit véhiculer la télévision, surtout auprès des critiques. Mais cet âge d'or des réalisateurs ne durera pas, l'alternance politique et le changement à la direction de l'O.R.T.F. en 1964 mettront progressivement fin aux privilèges des réalisateurs et les feront entrer dans le rang. Les perspectives plus populaires affichées par la nouvelle direction coupent court aux objectifs de création des réalisateurs. S'en suivent un bras de fer et des grèves à répétition. Ces mouvements échouent car les réalisateurs ne parviennent plus à fédérer l'ensemble des métiers de la télévision. Les critiques suivent de très près l'évolution de la télévision et ils s'inquiètent de la tournure des événements, car l'éviction progressive des réalisateurs signifie la fin de l'acte de création, et les critiques ne peuvent plus défendre un style, les émissions deviennent anonymes, tout se ressemble. Avec l'effacement des réalisateurs, les critiques perdent aussi un lieu d'écoute et un moyen de pression, ils ne peuvent plus distiller leurs conseils et points de vue sur la qualité de la réalisation et, si on a pu soutenir la création artistique en plébiscitant un réalisateur, cela n'est désormais plus possible. Les nouveaux directeurs de la télévision

---

<sup>44</sup> *Télé-Programme-Magazine*, 14-20 avril 1957

sont moins sensibles aux remarques des critiques et "Claude Contamine (nommé en 1964) est sans nul doute le premier directeur à avoir attaché un grand prix au taux d'audience des émissions" (J. Bourdon : 1990, p.172). La mise sur la touche des réalisateurs correspond donc à l'installation progressive de la télévision "grand public".

L'apparition de la deuxième chaîne contribue aussi à la mutation de la critique. Créée en 1964 pour pallier les manques de la première chaîne et élargir l'offre des programmes, elle est mal vue par certains critiques, car trop médiocre à leur goût :

" Depuis samedi, le public peut choisir, c'est-à-dire prendre au bouton 1 ou 2 non plus une émission unique qui lui faisait parfois violence, mais le plat du soir cher à ses habitudes. Revenons à l'exemple des *Raisins Verts*. Beaucoup de gens ne les aimaient pas. Ils les regardaient pourtant et, au-delà de puériles facéties et de moulinettes à bébés, recevaient un humour d'époque et habitaient leur œil à l'essentiel, les trouvailles visuelles d'Averty qui périmaient la morne imagerie des variétés conventionnelles. "46

On sent toute l'amertume de Morvan Lebesque, et la nostalgie avec laquelle il parle d'une époque à peine révolue puisque nous sommes aux premiers jours de la deuxième chaîne. Seulement, il avait bien saisi ce qu'impliquait ce choix désormais possible : si le téléspectateur était auparavant comme un écolier subissant malgré lui toutes les matières du programme, il peut désormais choisir ce qui lui convient le mieux. Pour M. Lebesque, la télévision perd sa dimension éducative et formatrice au profit du divertissement : " La télévision était un moyen de culture. En s'agrandissant, elle devient une entreprise de cinéma à deux salles, l'une pour la Nouvelle Vague, l'autre pour l'ancienne ; par là, même étatique, elle rejoint le circuit commercial. On sait où l'on va, ce qu'on achète, Resnais ou Fernandel, mais il n'y a plus ni affrontement ni progrès... la télévision est maintenant cloisonnée, enfermant chacun

---

<sup>45</sup> *Télé-Magazine*, 19 avril 1959

<sup>46</sup> Morvan Lebesque, « Les débuts de la deuxième chaîne », *L'Express*, 23 Avril 1964

dans son univers et ses mythes"<sup>47</sup>. L'apparition de la deuxième chaîne, si elle peut paraître minime pour les téléspectateurs qui sont peu nombreux à pouvoir en profiter (20 % au démarrage et seulement 53 % en 1969), n'en est pas moins capitale, car elle modifie profondément le fonctionnement de la télévision et sa critique. De l'intérieur, elle accélère la réflexion et la mise en place de véritables grilles des programmes, jusqu'alors plutôt flottantes, ce qui permet aux critiques de ne plus être limités aux seules émissions. De l'extérieur, elle modifie profondément et durablement le travail du critique. C'est en quelque sorte un nouveau métier qui commence à ce moment, et si pour certains, il a existé une critique de télévision, elle disparaît définitivement au profit d'une chronique de télévision. Car le critique doit se résigner à choisir, soit l'une soit l'autre, sachant que ce qu'il a manqué, il ne pourra jamais le revoir. C'est une donnée fondamentale qui a accéléré le départ des premiers critiques.

Les critiques découvrent aussi la censure et la mainmise politique sur la télévision. La télévision "du Général" est aseptisée, conforme aux objectifs du pouvoir. La tutelle du ministère de l'information ne permet plus aux critiques de s'exprimer comme bon leur semble, ils sont très attentifs aux cas de censure et n'hésitent pas à dénoncer cette situation : "Ce qui est irritant à la télévision, c'est que la censure et le contrôle sont exercés de façon imprécise et quasi inavouée. Il existe une loi non écrite : ne pas déplaire. A qui ? Ni aux ministres, ni aux corps constitués. Mais on ne sait pas trop qui est chargé de faire respecter cette règle. Le ministre, le directeur général, le chef du gouvernement ?"<sup>48</sup>. Tous demandent plus de liberté et mettent en accusation la mainmise du gouvernement, notamment sur le JT : "L'influence paternaliste du gouvernement, sans parler de la vigilance de l'Eglise, incline à produire des programmes plus édifiants que distrayants. L'autocensure est naturelle et elle rend les quatre-vingt-quinze minutes de nouvelles quotidiennes terriblement ennuyeuses. C'est un spectacle tout en rose où aucune petite réalité désagréable ne saurait être entrevue"<sup>49</sup>. Tous sont unanimes pour réclamer "un statut qui assure à la RTF une plus large autonomie et qui lui permette d'être la tribune de la nation. La télé a changé les

---

<sup>47</sup> Morvan Lebesque, « Les débuts de la deuxième chaîne », *L'Express*, 23 Avril 1964

<sup>48</sup> *Le Monde*, 17 janvier 1958

<sup>49</sup> *Le Monde*, 6 janvier 1960



données du jeu démocratique. Elle ne doit pas être l'instrument d'un gouvernement en exercice, selon la juste formule de la commission parlementaire de la presse, de la radio, et du cinéma"<sup>50</sup>. Mais ce contrôle et cette censure ne s'exercent pas seulement à la télévision, ils touchent également les critiques : "Le critique désormais appartient à son support, il doit suivre la ligne éditoriale de son journal. Ou bien ne plus parler des problèmes de la télévision, encore moins des contenus..." (C. Ulmann-Mauriat : 2001, p.35). Dès lors, ces premiers critiques retournent à la littérature ou au cinéma.

Dernier élément qui va accélérer le renouvellement du corps des critiques : l'arrivée de *Télé 7 jours* en mars 1960 et la multiplication dans son sillage de ce type de magazines. *Télé 7 jours* est en quelque sorte l'ancêtre des journaux *people* en France ; en effet, le magazine rompt totalement avec la rigueur et les hautes aspirations des critiques de la presse spécialisée. " (*Télé 7 jours* se positionne) pour la défense d'une télévision familiale, une télévision où le spectacle et le divertissement doivent dominer. Le journal ne s'intéresse pas aux contenus, ni à la réalisation. Il s'intéresse aux gens qui la font, en développant la renommée des « vedettes du petit écran », c'est-à-dire les présentateurs et les animateurs. " (C. Ulmann-Mauriat : 2001, p.36). On quitte alors le domaine de la critique pour s'installer dans celui de la *chronique*. En effet, il ne s'agit plus de critiquer les programmes, mais de les annoncer. " Il n'y a pas si longtemps, la critique pouvait démolir, parler vrai. Plus maintenant. La majorité des magazines télé fait de la critique de promotion. C'est le parrainage qui paralyse notre liberté de rédacteur. "<sup>51</sup> (Gérard Lasnier). Ce qui intéresse les chroniqueurs des magazines spécialisés, c'est d'abord le développement d'une télévision pour tous et ils se veulent les porte-parole du public populaire. Sans s'éloigner complètement des aspirations "artistiques" de la télévision, *Télé Magazine* met tout de même en garde contre "une télévision pour esthètes ou polytechniciens (qui) irait à l'encontre du but recherché en écartant une partie du public de l'écran"<sup>52</sup>. Il s'agit avant tout de promouvoir une télévision du divertissement. Outre les commentaires sur les émissions de la semaine, ces magazines proposent surtout d'introduire le téléspectateur

---

<sup>50</sup> *Le Monde*, 7 février 1958

<sup>51</sup> Propos recueillis par Valérie Josselin, inédit, INA, Bry sur Marne, septembre 1992

<sup>52</sup> *Télé Magazine*, 18 décembre 1955

dans les coulisses, de présenter les métiers et les vedettes de la télévision. Ce mouvement s'inscrit donc en rupture avec les objectifs des critiques de la presse quotidienne, et introduit progressivement une nouvelle forme de "critique" qui s'affiche clairement comme une *chronique* de la télévision.

Le départ de la première vague de critiques conduit des journalistes à prendre en charge la "critique de télévision". Seulement, là où leurs prédécesseurs bénéficiaient de leur expérience de la critique dans d'autres médias, ces journalistes n'ont pour eux que leur vécu de journaliste. Ils vont donc proposer un traitement *journalistique* de la télévision, et ce qui a pu s'apparenter à de la critique disparaît au profit d'une *chronique* de la télévision (même si l'on continue d'appeler cela une critique). Il faut dire que la situation a changé, on est désormais bien loin des quelques heures de diffusion quotidienne sur l'unique chaîne nationale. Désormais le téléspectateur a le choix entre deux chaînes (et bientôt trois en 1972) ; l'offre de programmes, elle aussi, a explosé, la télévision diffuse désormais tout au long de la journée. Tout ceci a mené à une impossibilité pratique de critiquer la télévision, il n'est en effet plus possible de regarder l'ensemble des programmes. Ceci conduit le chroniqueur "à ne pas prendre en compte l'objet télévision mais à prélever dans cet ensemble touffu d'émissions de toutes sortes, une émission ou un groupe homogène d'émissions, afin de porter un jugement réduit à cette espèce et invalide pour toutes les autres." (J. Ungaro : 2001, p.17).

De ce fait, la légèreté des chroniques tranche avec le pointillisme des premiers critiques, mais ceci est normal puisque le chroniqueur n'est pas critique et s'affiche comme tel ; au contraire il adopte le positionnement du téléspectateur : " Je ne me considère pas du tout comme un critique de télévision, mais plutôt comme un chroniqueur qui profiterait de la télévision pour parler de tout ce qui lui tient à cœur. "<sup>53</sup> (Alain Rémond). Il ne critique plus, mais il donne son avis, son sentiment de téléspectateur ; de ce fait, il n'est besoin d'aucun argument pour légitimer la chronique. C'est donc une relation tout à fait différente qui s'instaure avec le public ;

---

<sup>53</sup> Propos recueillis par Valérie Josselin, inédit, INA, Bry sur Marne, septembre 1992

là où le critique bénéficiait de son *autorité*, le chroniqueur joue sur la *proximité*. Le chroniqueur se met donc en scène tout autant qu'il parle de la télévision. Pour Alain Rémond, sa chronique dans *Télérama* parle de "moi devant la télé". Le chroniqueur est un peu comme les super héros, comme tout le monde mais avec un petit quelque chose en plus, il voit et entend mieux, il incarne la conscience des téléspectateurs :

" Le chroniqueur, sous l'apparence de la modestie de sa position de simple téléspectateur, s'octroie la faculté de perspicacité accordée à celui qui peut voir plus loin, plus profond, plus clairement que le commun des spectateurs, celui qui est capable de déjouer les pièges du discours télévisuel et d'en présenter les mécanismes à ses lecteurs. " (J. Ungaro : 2001, p.19)

On peut, dès lors, distinguer deux positionnements : celui de la critique et celui de la chronique. Le critique se place dans le discours explicatif, évaluatif ou normatif, son rôle est donc clairement de porter un jugement à partir d'un certain nombre d'outils d'analyse qui sont à sa disposition. Le chroniqueur, lui, se place dans la relation d'action, dans le partage d'affect, il porte aussi un jugement mais, contrairement au critique, il ne possède pas ou n'utilise pas d'outils d'analyse, il est donc contraint de faire signifier des détails, il est un "chirurgien de l'image". Toute sa démonstration est un collage de petits bouts de rien : le vase en arrière plan, la cravate du présentateur, le lapsus de l'invité.... la chronique relève plus du billet d'humeur, de l'inspiration que de l'analyse. Dès lors, le chroniqueur essaie de capter dans le flot d'émissions ce qui peut faire écho chez son public, il ne répond pas à des règles précises, il se doit seulement de correspondre aux attentes de son public. Le chroniqueur possède donc un style qui le différencie de ses confrères et l'on peut facilement distinguer une chronique de Serge Daney, d'une autre d'Alain Rémond. Le public connaît le type d'émission qu'affectionne le chroniqueur et la manière dont il les aborde. Si le téléspectateur reste fidèle à l'un ou l'autre critique, on peut se demander ce qui pousse à lire leurs commentaires. Il semble que ce soit la satisfaction de se trouver conforté dans son opinion, rassuré dans la classification qu'on a pu établir des différents types d'émissions. Le chroniqueur, qui est un téléspectateur

comme moi (ou plutôt un super-télespectateur), a vu la même chose que moi et partage la même opinion, voilà qui est rassurant.

## **VI) La critique de télévision a-t-elle jamais existé ?**

Nous avons montré, dans ce qui a précédé, qu'il s'agit aujourd'hui d'une chronique et non d'une critique de télévision. Cette position est d'ailleurs revendiquée par la plupart de ceux qui écrivent sur la télévision. Sur ce point, il n'y a aucun doute. Cependant, nous voudrions aller plus loin et poser la question autrement en disant : y a-t-il jamais eu de critique de télévision ? Contrairement à ce qu'affirme Hervé Brusini, nous pensons que la télévision n'a jamais suscité qu'une chronique. Ce positionnement n'est pas nouveau, depuis les débuts de la télévision, on trouve des "critiques" qui revendiquent cette approche :

"Mais quel que soit l'intérêt de ces contacts avec les responsables des émissions, le critique devra rester du côté du public. Il n'est pas un arbitre, une tierce personne entre la télévision et son public. Il doit avant tout être un téléspectateur comme ses lecteurs le sont eux-mêmes. Il n'a pas à s'asseoir devant le récepteur conscient de son importance ou se draper dans la toge du juge. Il doit regarder comme tout le monde, être un peu badaud. Il n'a pas à saisir crayon et papier (sauf de très rares exceptions) pour y noter sur le coup des jugements définitifs. Il regardera et après avoir digéré le spectacle, après avoir effectué un petit sondage auprès des téléspectateurs, il fera part de ses impressions en essayant de les placer toujours sous la pleine lumière du bon sens. " (M. Logié : 1958)

Si cette approche de la critique est critiquable, elle n'en reflète pas moins une certaine réalité. On ne peut justifier l'existence d'une critique de télévision, par l'apparition (trop) furtive de quelques théoriciens de l'image comme André Brincourt, Emmanuel Berl, André Bazin ou Serge Daney. D'ailleurs, "dès 1957, un des producteurs de la télévision, dans un ouvrage d'ensemble sur le médium, remarque :

« Mais ce dernier [André Brincourt] seul donne de temps à autre un aperçu de ce que devrait être une véritable critique de Télévision qui aiderait les spectateurs d'avance à regarder les programmes et qui les initierait aux problèmes et à l'esthétique propres à la télévision » (Lalou 1957, p.174) " (F. Bourdon : 2003, p.32). Nombre de "critiques" revendiquent cette position. Pour Alain Rémond, il s'agit d'être un téléspectateur : "Je suis là en tant que téléspectateur ; je crois que la position honnête, c'est de dire que je suis téléspectateur"<sup>54</sup>. Pour Philippe Lançon aussi : "Ma position, c'est celle d'un téléspectateur, un peu particulier certes, mais j'essaie toujours d'être du côté des téléspectateurs. Cela veut dire le minimum de rapports avec les gens de télé. Il ne s'agit pas d'une posture morale, mais d'une règle bêtement professionnelle : je veux voir les images comme les autres, telles qu'elles arrivent, sans disposer préalablement d'une panoplie d'explications ou de justifications privilégiées données par ceux qui fabriquent ces images. Ce que j'essaie de faire en tout cas, ce n'est pas une critique au sens classique du terme, comme celle du cinéma ou du livre, parce qu'en ce qui concerne la télé, je ne crois pas que ce soit possible. Enfin on peut toujours dire, ce soir, il y a telle ou telle émission, regardez plutôt celle-ci que celle-là ; cela c'est bien de le faire. Mais même si c'est très bien fait, c'est plutôt de l'ordre de la consommation. Quand on arrive après, c'est un autre travail, ce n'est pas critique, c'est chronique"<sup>55</sup>.

Si l'on peut se risquer à une comparaison, on pourrait dire que la *critique* met en *perspective* l'objet, alors que la *chronique* ne fait que le *suivre*. De ce fait, les critiques de télévision n'ont jamais eu ni les outils, ni le recul nécessaire pour critiquer la télévision. "Je sais bien que l'on peut trouver ça et là, chez certains critiques davantage que chez d'autres, des notations dont l'ensemble constitue l'ébauche d'une étude des processus de dérivation : mais dans cette grande partition impressionniste qu'est l'entreprise critique, le thème reste discret. La critique télévisuelle n'a guère dépassé le stade du syncrétisme." (M. Tardy : 1966, p.41). La lecture des critiques des premières années montre déjà cette chronique, ce commentaire "éclairé" des événements touchant la télévision. "La critique de télévision n'existe pas. Même

---

<sup>54</sup> Propos recueillis par J. Ungaro et F. Lambert, mai 2000

*Télérama*, le *Monde* ou *Libération*, qui de temps à autres publient des textes ayant l'ambition d'évaluer un travail (les autres se contentant d'assortir d'un vague jugement un pompage du dossier de presse), ne fondent pas leurs arguments sur des critères spécifiques. Leurs critères restent inféodés à ceux du cinéma et d'autres arts."(Jean Paul Fargier)<sup>56</sup>. Si l'on prétend qu'il y a ou qu'il y a eu une critique de télévision, alors quelles en sont les règles, les outils, les classiques ?... Certes, les premiers "critiques" ont eu cette ambition, et leur passé de critiques littéraires ou cinématographiques a pu parfois faire illusion, mais ils n'ont pu, à leur grand dépit et malgré leurs efforts, en définir clairement les contours et les règles. Ce qui a fait plier les critiques, c'est avant tout le flux et la vitesse d'évolution de la télévision. A quoi bon développer des outils d'analyse pour une technique, alors qu'elle se trouve bientôt dépassée ? Comment analyser ce qui est en perpétuel mouvement ? On est dès lors contraint de commenter avec plus ou moins d'esprit et de pertinence ce qui passe vite devant nos yeux.

## VII) La presse spécialisée

La presse spécialisée, essentiellement celle des hebdomadaires, a joué un grand rôle dans le façonnement de la chronique de télévision. Dès le début, la presse radiophonique consacra quelques lignes à la télévision en donnant quelques informations sur la technique, l'équipement, en accueillant aussi la publicité des constructeurs de récepteurs (Philips, Radiola, La Voix de son maître...). Très vite, elle annoncera aussi les programmes. Le 22 janvier 1950, Georges Hourdin, fondateur et éditeur de *La vie catholique illustrée*, lance *Radio-Cinéma-Télévision*, né de la fusion d'un hebdomadaire de cinéma et d'un hebdomadaire de télévision. Cette date marque la véritable naissance des hebdomadaires de télévision. *Radio-Cinéma-Télévision* est vendue dans les églises et par abonnement, et il propose une vision catholique de la télévision : "Il nous faut une tribune militante pour tenir les catholiques au courant de ce qu'ils peuvent faire et pour développer les émissions religieuses à la télévision."<sup>57</sup> Il

---

<sup>55</sup> Propos recueillis par J. Ungaro et F. Lambert, mai 2000

<sup>56</sup> Propos recueillis par Gilles Delavaud, in *Télévision – la part de l'art*, revue MEI n°16, Paris 2003

<sup>57</sup> *Radio-Cinéma-Télévision*, 20 janvier 1950

propose également des appréciations morales sur les émissions. Mais par ses origines et les ambitions culturelles et esthétiques qu'il porte pour la télévision, *Radio-Cinéma-Télévision* tranche dans le paysage des hebdomadaires télé, et ce jusqu'à aujourd'hui (sous le nom de *Télérama*).

En effet, les autres hebdomadaires de télévision voient avant tout la télévision comme un moyen de divertissement : "n'oublions pas que la télévision est une distraction populaire"<sup>58</sup>. Leur cheval de bataille consiste à défendre une télévision familiale, axée sur le divertissement. En 1955, on note l'apparition de *Télé Magazine* qui marquera une étape dans l'évolution de la chronique de télévision. L'ambition est affichée dès le premier numéro, avec Jacqueline Joubert en couverture, ce sera un magazine populaire et familial. Outre la présentation des programmes, *Télé Magazine* propose des reportages sur les métiers de la télévision et ceux qui la font, le lecteur y est invité à découvrir les coulisses de la télévision. Mais la grande nouveauté est surtout le développement du courrier des téléspectateurs qui sont invités à s'exprimer sur les émissions diffusées.

1960 est une année phare, *Radio-Cinéma-Télévision* devient *Télérama*, ce qui montre que l'hebdomadaire est désormais centré sur la télévision, et l'arrivée de *Télé 7 jours* marque un tournant dans l'évolution de la chronique de télévision, en s'inscrivant plus encore que *Télé Magazine* dans la promotion d'une télévision du divertissement et du spectacle. *Télé 7 jours* s'intéresse aux coulisses et aux vedettes du petit écran, la prétention d'analyse y a quasiment disparu, et si l'on peut encore trouver des remarques sur les émissions, elles tiennent plus du conseil que d'autre chose. A la suite de *Télé 7 jours* vont se créer une multitude d'hebdomadaires spécialisés : *Télé Poche*, *Télé Journal*, *Télé Z*, *Télé Plus*, *Télé Star*... Loin d'être des concurrents sauvages, bien souvent ces hebdomadaires appartiennent au même groupe (Prouvost, Hachette).

---

<sup>58</sup> *La Semaine Radiophonique*, 2 juin 1953

"Il existe, par rapport à la télévision, un assez large éventail d'attitudes possibles. Mais, si tous les hebdomadaires de télévision font du programme télévisé la clef de voûte de leur contenu, chacun n'accorde pas le même intérêt à cette obligation. Or, en réalisant autour des grilles de programme une formule journalistique originale, où se côtoient les programmes hebdomadaires et bien d'autres rubriques, ces publications ont, depuis le début, proposé un contenu rédactionnel très varié, élaboré selon des critères précis de choix de priorités ou de préférences. Ces choix sont révélateurs d'un positionnement particulier par rapport à la télévision, à un public-type, et surtout, par rapport aux divers hebdomadaires du secteur." (J. Delisle : 1989, p.19)

J. Delisle distingue quatre concepts:

- un guide spirituel et culturel : *Télérama*, d'inspiration catholique a pour ambition de distinguer le "bon du mauvais" ; les émissions sont appréciées selon des critères moraux, afin de "donner aux fidèles une croyance claire des devoirs des chrétiens dans l'usage qu'ils feront de la télévision (...), une conscience capable d'en éviter les éventuels dangers". Bien entendu, suite à son rachat en 1973, *Télérama* ne peut plus se définir comme un "magazine évoluant dans la mouvance des magazines catholiques. En fait, il ne semble avoir conservé de cet engagement que les valeurs spirituelles et moralistes expurgées de tout dogmatisme fervent et réducteur".

- Un magazine familial autour de la télévision : *Télé Magazine* se voulait, dès sa création, un magazine d'information pour le téléspectateur. "La grille rédactionnelle et l'organisation interne du journal, s'organisent donc pour l'essentiel sur les programmes et la télévision pris dans une acception large". Au programme viennent se greffer des pages d'humour, des jeux, des pages féminines, des actualités du spectacle et de la télévision, des chroniques et une rubrique "courrier des lecteurs" qui permet de maintenir le contact entre la rédaction et les téléspectateurs. "Se présentant comme un hebdomadaire de télévision de qualité, qui aide le téléspectateur dans l'utilisation de son récepteur et le choix des soirées familiales, *Télé Magazine* milita surtout pour la



détente et la distraction, "pour que la télévision plaise à son public", c'est-à-dire avant tout, aux lecteurs de cet hebdomadaire".

- Le guide pédagogique et populaire : *Télé 7 jours* se présente comme un programme de spectacle renouvelé chaque soir et touchant toute la famille, il y a, à la fois, une volonté de distraire et d'approfondir des connaissances. "*Télé 7 jours* s'est construit en fonction des intérêts culturels complémentaires que la télévision permet de mettre à la disposition de tous et que l'hebdomadaire peut soutenir activement tant dans ses choix et préférences que par les priorités de traitement". Comme pour *Télérama*, on note une intention pédagogique populaire, mais cette fois laïque. A côté des pages "culturelles", on trouve aussi des pages jeux, cuisine, horoscopes et des échos sur la télévision, la radio et le cinéma. A partir de 1983, *Télé 7 jours* a pris une tournure plus "people" en centrant d'avantage son traitement autour des vedettes de la télévision.

- le petit magazine populaire : *Télé Poche* se distingue de ses concurrents par son petit format et son style populaire et familial. Les pages divertissements et échos sont presque aussi nombreuses que les pages de programmes. L'hebdomadaire privilégie avant tout les émissions divertissantes et récréatives.

A partir de 1985, trois grandes catégories de journaux subsistent :

- les mini-programmes : *Télé Guide*, *Télé Z*, *TV Couleur*...
- Les magazines familiaux : *Télé Magazine*, *Télé 7 Jours*, *Télé Star*...
- Les magazines "culturels" : *Télérama*

Il ne faut pas se laisser abuser par l'abondance de titres pouvant faire croire à un large éventail de choix. Dans les faits, l'essentiel de ces magazines appartient à quatre groupes d'éditeurs que sont : Hachette (*Télé 7 jours*, *Télé guide*, *Télé Couleur*), Editions mondiales (*Télé Poche*), CLT (*Télé Star*), EPM 2000 (*Télé Z*, *Télé Plus*), auxquels nous ajoutons La Vie Catholique (*Télérama*). Un tableau dressé par J. Delisle

sur la pagination de ces magazines nous permettra de distinguer plus clairement l'orientation de chacun.

|                                               | <i>Télérama</i> | <i>Télé Magazine</i> | <i>Télé 7 jours</i> | <i>Télé poche</i> | <i>Télé Star</i> |
|-----------------------------------------------|-----------------|----------------------|---------------------|-------------------|------------------|
| nb total de pages                             | 116             | 80                   | 132                 | <b>176</b>        | 108              |
| nb total de pages programmes par semaine      | 32              | 31.5                 | 50                  | <b>80</b>         | 42               |
| nb total de pages « à lire »                  | <b>73</b>       | 30.5                 | 57                  | 80                | 42.5             |
| dont pages magazines relatives aux programmes | 7               | 10.5                 | 16                  | –                 | <b>27</b>        |
| dont page cinéma, radio, musique, livres      | <b>49</b>       | 1                    | 45                  | 2                 | 2                |
| dont pages familiales, féminines ou jeux      | 5               | 8                    | 14                  | <b>28</b>         | 7.5              |
| dont actualités, loisirs, grilles             | 16.5            | 11                   | 22.5                | <b>44</b>         | 6                |

Plusieurs éléments sont à souligner dans ce tableau. Tout d'abord, le peu d'espace qu'occupent les pages dédiées aux programmes, sur l'ensemble des magazines, moins de la moitié du nombre de pages. Ensuite, le volume considérable consacré aux pages "à lire", essentiellement de la publicité. Enfin, selon le public visé et les objectifs du magazine, les pages magazines, people, féminines, jeux seront plus ou moins nombreuses.

"La critique de TV se partage entre une critique en amont qui, à de rares exceptions près, se limite à un rôle strictement informatif. Ce sont les informations sur les acteurs et les coulisses, les "résumés" et les "analyses de la grande presse"... Cette presse est plus tournée vers le genre people que vers la critique proprement dite, et une critique "en aval" qui tient plus du billet d'humeur et du "zapping" des choses vues la veille." (C.M. Bosséno : 2003, p.77)

La presse spécialisée est donc plutôt éloignée des ambitions des "critiques" des quotidiens. Elle se limite essentiellement à annoncer et conseiller les programmes, sans pour autant porter un jugement critique. Le choix ne répond à aucun critère esthétique, mais correspond à la ligne éditoriale du magazine. Il n'y pas dans les hebdomadaires d'ambition critique ou littéraire, comme cela peut être le cas dans la presse quotidienne. Nous sommes plutôt dans un rapport purement marchand, le téléspectateur cherche à connaître à l'avance les programmes qu'il va regarder, le magazine répond à cette demande et lui propose sa sélection, qui bien souvent correspond au goût du lectorat. On est donc très loin de la critique et pas tout à fait dans la chronique, car celle-ci est un exercice de style et nécessite une certaine ambition littéraire, ce qui n'est quasiment pas le cas dans les magazines télé, exception faite de quelques "plumes" présentes dans *Télérama* ou ailleurs. Toutes les données précédemment recueillies nous amènent plutôt à penser que l'on se situe dans le discours publicitaire vantant le produit "programmes télé", la presse TV est une presse multimillionnaire mais dépendant à la fois de sa source et de son public. Il lui faut donc ménager son produit, la télévision et contenter son public, les téléspectateurs. Elle fonctionne, en fait, comme un catalogue de vente par correspondance dont l'unique fournisseur serait la télévision, les produits sont classés, triés, sélectionnés pour en faciliter la présentation et l'achat.

## VIII) Difficultés de la critique de télévision

Cette première partie d'étude de la "critique" de télévision écrite nous montre à quel point il est difficile de parler d'une vraie critique de télévision, tant du point de vue théorique et analytique, que du contexte pratique dans lequel elle évolue.

Du point de vue théorique et analytique, la critique de télévision nous a inévitablement conduit à interroger la notion même de critique. Nous avons pu voir qu'il n'y avait pas une, mais des critiques, des définitions, des concepts, des outils et courants différents, nous n'y reviendrons pas. Si nous avons pu rendre compte de l'évolution de cette critique/chronique dans la presse quotidienne et spécialisée, nous nous n'avons toutefois pas abordé la question des genres, en somme : la critique forme-t-elle un genre de la presse écrite ?

Quiconque s'intéresse, un tant soit peu, aux débats soulevés par la question des genres (littéraires, journalistiques, télévisuels...) comprend la difficulté d'une telle entreprise. Il semble ne pas y avoir de définitions clairement arrêtées des différents genres journalistiques, dans les manuels de journalismes et les journaux, les *définitions* et *appellations* divergent et se chevauchent parfois. Par exemple, un reportage sur l'économie de région doit-il être classé dans la rubrique reportage, économie, région...selon les supports, la classification va varier. Pour autant, chaque rubrique ne désigne pas obligatoirement un genre, mais plutôt ce qu'il convient d'appeler une "famille événementielle" : politique, spectacles, économie...". Ces familles événementielles pré-organisent l'information, sa distribution comme sa reconnaissance. La catégorie médiatique de l'événement est le produit, d'une part, d'une chaîne de discours (de la dépêche d'agence à la reprise des annonces de média à média) et, d'autre part, d'une pré-catégorisation qui en réduit, en permanence, la singularité et l'étrangeté" (J.M. Adam : 1997, p.6). Si l'on se penche sur les manuels de journalisme, on s'aperçoit que les catégories sont nombreuses et ne recouvrent pas

les mêmes réalités, J. M. Adam (1997, p.10-11) résume ces différentes classifications en deux positions énonciatives polaires : un pôle distance/information et un pôle implication/commentaire. Indépendamment du contenu, les textes sont placés sur un continuum selon qu'ils tendent plutôt vers l'un ou l'autre pôle. Il est intéressant de constater que les catégories qui nous concernent (critique/chronique) sont citées par tous les auteurs et qu'elles figurent à chaque fois très proches du pôle implication/commentaire avec d'autres catégories comme l'écho, le billet, la tribune, l'éditorial. Essayons de définir plus précisément ce que pourrait être le genre de la critique et utilisons pour cela les cinq contraintes définitoires des genres proposées par D. Maingueneau (1996, p.44) :

1. **Statut respectif des énonciateurs et des co-énonciateurs** : la critique, pour avoir un impact, doit être tenue par un "spécialiste", c'est-à-dire quelqu'un dont le jugement est reconnu et dont l'avis compte. Il s'adresse, non pas à l'ensemble des lecteurs, mais à ceux intéressés par le domaine ou l'objet critiqué.
2. **Circonstance temporelles et locales de l'énonciation** : si la date de publication et le caractère national ou régional de la publication peuvent influencer, c'est bien plus le calendrier du thème traité qui s'impose à la critique journalistique.
3. **Support et modes de diffusion** : la critique journalistique s'inscrit quasi exclusivement dans la presse quotidienne et les magazines.
4. **Thèmes qui peuvent être introduits** : la critique se limite à son champ d'étude, on voit mal apparaître la critique d'une émission de télévision sous la rubrique "critique littéraire" et inversement.
5. **Longueur, mode d'organisation** : La critique journalistique subit les contraintes inhérentes au média, elle est le plus souvent concise, ce qui laisse peu de place pour l'argumentation, elle peut se détacher des autres articles par son inscription dans le journal (pour la télévision il s'agit le plus souvent de la rubrique média) ou par une typologie repérable.

Nous l'avons dit, la critique est très proche de la chronique, du billet, de la tribune, de l'éditorial, ils forment le *genre du commentaire*, par "opposition" au *genre de l'information* formé par le reportage, l'enquête, l'interview... Bien entendu, ces deux genres ne sont pas des catégories hermétiques. Mais comment distinguer la tribune du billet, l'éditorial d'un bon courrier des lecteurs, le reportage de l'enquête... Il nous semble plus adéquat de parler de deux grands genres (information, commentaire) plutôt que de prétendre que chaque *espèce* forme un genre à part entière :

"Il faut d'abord s'entendre, d'un mot, sur la terminologie. Dans le débat scientifique qui s'est instauré, au cours de la dernière décennie, sur les rapports des genres littéraires entre eux, le concept de « genre » n'a pas un emploi aussi unifié qu'il le faudrait pour qu'on progresse enfin sur ce terrain difficile. Ainsi, l'on parle de l'épopée, de la poésie lyrique et du drame comme des trois grands *genres* ; et, en même temps, la nouvelle, la comédie et l'ode sont aussi appelées des *genres*. Un seul concept doit donc embrasser deux sortes de choses différentes. Mais, si l'on veut être clair et conséquent, il faudra bien limiter la dénomination à l'une des deux. Par suite si l'on doit appeler « genre » la poésie lyrique prise comme un tout, on devrait nommer l'élégie, l'hymne, le sonnet, la chanson, l'ode, etc., des *espèces*, de même que, depuis le XVIII<sup>e</sup> siècle, les sciences naturelles distinguent entre le *genus* pris comme l'unité la plus large et la *species* prise comme un sous-groupe. " (Karl Viëtor : 1931)

S'il existe bien des différences entre la tribune et la critique, qui forment deux espèces différentes, elles ne sortent pas pour autant du genre du commentaire. Cette classification a pour avantage de dépasser les divergences dans les descriptions d'espèces, d'un journal à l'autre ou entre professionnels et scientifiques, car il est connu qu'une même espèce peut avoir des caractéristiques différentes selon le lieu où elle évolue. Dès lors, l'espèce n'est identifiée, en tant que telle, que dans le contexte dans lequel elle s'inscrit. L'ensemble des données externes (épitexte, typologie, rubriquage...) et internes (longueur du texte, organisation, style, ton...) doivent correspondre pour identifier clairement l'espèce.

En pratique, il semble n'y avoir jamais eu d'outils et de recul nécessaires, en somme de contexte favorable à l'éclosion d'une véritable critique. Par contre, les "discours critiques" existent, et nous avons essayé de montrer qu'ils tenaient plus de la chronique que de la critique (en tant qu'espèces), en ceci que ces discours sont plus à dominante narrative qu'argumentative. Le média télévision impose ses contraintes de flux et de vitesse aux discours qu'on peut porter sur lui, le chroniqueur est donc contraint de suivre le rythme effréné imposé par la télévision. Ici, un constat s'impose, les média dominés par une *logique éditoriale* (livre, cinéma...) sont plus sujets à la critique que ceux dominés par une *logique de flot* (télévision, radio...). Nous parlons volontairement de logique de flot et non de logique sérielle pour caractériser la télévision. On peut légitimement imaginer une chaîne ne diffusant que des œuvres singulières sans qu'il n'y ait pour autant de mise en série, alors qu'on ne peut concevoir une chaîne ne "remplissant pas l'écran"<sup>59</sup>. C'est l'enchaînement des images, des sons, des programmes qui caractérise la télévision et, de fait, la sérialité s'impose pour *structurer* ces enchaînements, donner des *repères* aux téléspectateurs. Ainsi, cette *vitesse* rend quasi impossible la critique de télévision, chaque image étant remplacée inlassablement par une autre tout aussi complexe, au sein de programmes s'enchaînant les uns après les autres, sur des centaines de chaînes disponibles (actuellement en France). Dans ces conditions, une approche critique nécessiterait un équipement conséquent : enregistrement, archivage...et énormément de temps, ce que le critique ne possède pas...

Si, à l'extérieur du média, la critique de télévision est improbable, il nous reste à voir ce qu'il en est à l'intérieur même du média, ce qui nous amènera progressivement à la notion de *prismaticité*.

---

<sup>59</sup> En référence au "plein télévisuel" défini par J.P. Esquenazi comme une "esthétique de la programmation où la densité perceptive est importante" (2001, p.87) qu'il préfère à la notion de flux télévisuel, selon lui, galvaudée.



## CHAPITRE 2 : La critique télévisuelle de la télévision

Nous avons déjà évoqué l'extraordinaire capacité du média télévision à rendre tout objet télévisuel, de la télévision elle-même à tout objet du monde. Seulement, il y a certains raccourcis intellectuels qu'il convient d'éviter. " Longtemps, on a parlé de LA télévision. Chapeautée par une institution unique, l'ORTF était plutôt tournée vers la délivrance de messages, même dans ses moments les plus divertissants. Peu à peu, elle s'est mise à diffuser presque en continu ; les chaînes ont commencé à se regarder à travers le prisme de la concurrence ; de nouvelles stations ont vu le jour. Dès lors, la télévision a évolué à l'initiative de ses professionnels et a commencé à remplir des formes distinctes. Tout doucement et surtout empiriquement, elle est devenue plurielle. Toutefois, elle demeure aujourd'hui conjuguée au singulier. On dit *le* livre ou *l'*édition, mais on sait distinguer l'encyclopédie et le livre de poche, le roman ou l'essai, Gallimard et Hachette. On parle du cinéma, mais on sépare le policier et le fantastique, la romance et l'aventure, la Warner et la Gaumont. On évoque le théâtre sans pour autant confondre le TNP avec la ferme du Buisson, ni Molière avec Harold Pinter ou Bertold Brecht. Le discours sur la télévision, lui, n'a pas encore atteint cette maturité. Il s'épanche sur le quatrième pouvoir, instrument au choix, d'émancipation ou d'abrutissement. Les chaînes ne font parler d'elles que lorsqu'elles naissent et disparaissent ou quand elles confrontent leurs résultats sur le marché de l'audience. Les émissions, quant à elles, ne sont décortiquées, hors du milieu des critiques spécialisés, que lorsqu'elles font scandale. Pourtant la télévision se présente, d'ores et déjà, comme une mosaïque. Les chaînes ont des identités et des profils contrastés, les émissions remplissent des fonctions distinctes ; le petit écran joue, dans nos vies personnelles, des rôles divers. Par delà l'apparente ressemblance des programmes se profilent des conceptions de la communication cathodique bien différentes. " (D. Mehl : 1992, p.13)

L'écueil que nous voulons ici éviter est celui de la trop grande simplification. Il ne faut pas dire, dans le cas de la critique de télévision: "la télévision parle de la

télévision". On peut, tout au plus dire, que dès les origines, des émissions ont été consacrées à l'objet télévision (technique), à la "critique" d'émissions et de chaînes, et à tout autre sujet ayant un rapport plus ou moins lointain avec la télévision. Pour la critique de télévision, cette simplification mène (trop rapidement) à parler de réflexivité. Il nous faut donc voir si le passage de l'écrit (la presse) à la télévision a rendu possible la critique de télévision, ou si nous avons affaire, comme pour la presse, à une chronique télévisuelle.

## **I) Court rappel historique**

### **1) La critique en perspective : 1950-70**

Avant de nous interroger sur la possibilité ou non d'une réflexivité au sein du média télévision, nous allons d'abord essayer de faire un tour d'horizon (non exhaustif) des émissions qui ont pu prendre pour thème l'objet télévision, et ce, depuis les origines. Notre objectif n'étant pas de proposer une chronologie ou une étude complète du discours des chaînes ou des émissions sur la télévision, nous invitons le lecteur à se référer aux travaux de Pierre Beylot (2000) et Virginie Spies (2000) qui ont abordé la perspective historique plus en détails que nous ne le ferons.

Il semble que la critique télévisuelle de la télévision ait suivi la même évolution que la critique de télévision dans la presse écrite.

#### **a) La télévision et la technique**

Les premières émissions vont d'abord longuement expliquer au public comment fonctionne la télévision ; le téléspectateur y est invité à visiter les coulisses et à s'émerveiller devant les prouesses technologiques et les perspectives d'avenir qu'offre la télévision.

On peut citer *Télévision : œil de demain*, daté du 13 mars 1947, premier document recensé concernant l'aspect technique de la télévision, et on peut s'étonner du regard visionnaire porté par ses auteurs, les perspectives techniques évoquées comme le visiophone, les récepteurs mobiles et autres fantasmes de l'époque sont aujourd'hui une réalité, voire une banalité. Ce document n'ayant, semble-t-il, jamais été diffusé, la première émission consacrée à l'aspect technique est un numéro de *En direct de* du 15 Mai 1958, intitulé *En direct de nos studios des Buttes Chaumont*. Le spectateur est convié à une visite guidée des studios de la RTF, la voix *over* de Jean Thévenot guide le téléspectateur dans le dédale des studios et lui explique ce qu'il voit. C'est une avalanche de chiffres et de détails : 600 mètres carrés...5400 mètres cubes...5 tonnes de clous...70 000 vis... L'émission est aussi prétexte à présenter les techniques et les métiers de la télévision : réalisateur, décorateur, ingénieur du son, machiniste... Bref, l'aspect technique de la télévision y est mis à l'honneur, ce qui est plutôt normal à une période où la télévision tente de faire sa place parmi les autres médias. On présente la télévision, à l'instar du cinéma, comme une machine à rêve, le discours peut se résumer ainsi : la télévision est un grand média, la preuve en est tous ces techniciens et toutes ces techniques mises en places, tout cela au service du téléspectateur, " En votre âme et conscience, vous pouvez vous dire que vous avez vraiment une télévision moderne, bien organisée et que vous pouvez attendre de bonnes émissions".

Pour Pierre Beylot, "cette émission donne la priorité aux hommes qui fabriquent les émissions et aux infrastructures dont ils se servent, aux dépens du contenu des programmes élaborés par ces professionnels qui n'est pas abordé. Cela illustre parfaitement la hiérarchie qui prévalait à l'époque...Ensuite, les différentes catégories de professionnels sont présentées de manière unanimiste et idéalisée comme si elles collaboraient toutes sans heurts ni conflits d'intérêts afin de satisfaire le téléspectateur. Il n'y a pas d'antagonismes entre ceux qui assument une fonction purement technique et ceux qui accomplissent un travail de création, ni entre ceux qui élaborent les programmes et ceux qui les produisent. On insiste sur le gigantisme des moyens mis en œuvre mais pas sur leur coût : la dimension financière de la production et les

contraintes qu'elle peut impliquer ne sont pas envisagées." (2000, p.44). Nous pouvons ajouter que c'est un travail constant des chaînes et des émissions, de se construire en tant que "tout", et c'est peut être ce qui peut amener trop facilement à parler de réflexivité. Dans cette émission, ce phénomène est accentué par l'usage ininterrompu du "Nous", de la désignation des Buttes Chaumont, par le terme "maison". Si V. Spies y voit un discours d'auto-promotion, nous pensons qu'il s'agit avant tout d'une "commande du ministère de tutelle", afin de justifier les investissements et la construction de ces studios (les Buttes Chaumont), inaugurés depuis un mois à peine. On aurait dès lors pu imaginer ce "compte rendu" dans un autre média, un journal par exemple.

C'est la grande époque des techniciens, "règne technologique" qui trouvera son apogée avec la série d'émissions *Micros et caméras*, dont le titre exprime à lui seul l'importance et la fascination de la technique. Cette série d'émissions diffusées entre septembre 1965 et décembre 1972 nous propose de découvrir différents métiers s'exerçant à la radio et surtout à la télévision, en même temps qu'un panorama des émissions de l'époque. On peut noter l'étonnante longévité de cette émission et s'interroger sur les sujets "techniques" que l'on peut aborder pendant plus de sept ans, sans lasser le téléspectateur. Pierre Beylot (2000, p.47-49) distingue trois grands types de sujets que nous résumerons ici :

- *les services et les activités techniques* propres à la radio et à la télévision, les fonctions techniques et les différents dispositifs sont passés en revue d'une manière très pointue, comme en témoignent certains sujets : "le car-magnétoscope", "température et diffusion". Se détache une visée didactique, éducatrice plutôt que ludique. Apparaissent de grands noms de la télévision (Bellemare, Averty, Tchernia...) et d'illustres inconnus qui, tous, nous parlent de la tâche qu'ils remplissent.

- *les coulisses* des programmes, mais toujours d'un point de vue technique. Il ne s'agit nullement de s'intéresser aux vedettes, même si elles peuvent apparaître

dans certains sujets, mais à la manière dont se prépare une émission. Cette série offre un panorama des émissions de l'époque, sans en privilégier une en particulier.

- *l'ORTF en tant qu'institution* : il s'agit de faire connaître le fonctionnement de l'Office : budget, structure, stations régionales... L'émission suit l'évolution de l'Office au cours de ces sept années, jusqu'à la création de la 3<sup>ème</sup> chaîne en décembre 1972.

*Micros et caméras* reste avant toute chose une émission didactique, elle permet d'introduire le téléspectateur au média, initiation progressive à la culture de l'image. Elle est en quelque sorte le "mode d'emploi", le "catalogue" de la télévision de l'époque, il s'agit de présenter au mieux le média, les possibilités qu'il offre et les attentes auxquelles il peut répondre. A une époque où le taux d'équipement des ménages est faible en raison, à la fois, de la couverture de diffusion, du coût des récepteurs et de la méfiance vis à vis de la télévision, il faut convaincre, inspirer confiance en montrant le sérieux et l'application des techniciens, et donner envie en présentant la palette des émissions proposées. En ce sens, *Micros et caméras* et les premiers critiques de la presse écrite remplissent les mêmes fonctions : présenter, expliquer, susciter l'intérêt.

## **b) La télévision et ses vedettes**

Comme pour la critique télévisuelle proposée par la presse écrite, cet attrait pour la technique amène tout naturellement à s'intéresser aux maîtres d'œuvres, aux acteurs principaux de la télévision, au premier rang desquels figurent les réalisateurs. Il s'agit là d'une "nouvelle étape" : toujours dans les coulisses de la télévision, on s'intéresse désormais aux hommes qui la font, plus particulièrement aux "vedettes". Si le cinéma a inventé les "stars", la télévision a sans conteste inventé les "vedettes", ensemble flou de personnes jouissant d'une certaine notoriété à un moment donné. La vedette n'a pas nécessairement de talent particulier, et les causes de sa célébrité sont

diverses : personnalité en dehors du petit écran (acteur, chanteur...), animateur vedette d'une émission ou speakerine, candidat chanceux ou sympathique d'une émission...la télévision s'est fait une spécialité de les mettre en avant.

Une émission, *Au delà de l'écran*, diffusée de 1960 à 1968, premier "magazine people" de la télévision, va se construire sur ce concept de mise en avant des vedettes. Comme *Micros et caméras*, elle nous fait découvrir les coulisses mais en délaissant le côté technique pour s'attacher à la vie des hommes et plus seulement à leur métier. Pierre Beylot distingue deux catégories de personnalités, "celles dont la notoriété vient essentiellement de leur travail à la télévision, et celles qui y apparaissent de temps à autre, mais dont la réputation s'est construite ailleurs" (2000, p.55). Dans la première catégorie, les responsables de l'ORTF, les réalisateurs, les animateurs vedettes occupent une place d'honneur, même si quantitativement les sujets qui leur sont consacrés sont moins nombreux. Jean Nohain nous entraîne dans l'intimité des vedettes, certaines sont rencontrées, sur leur lieu de travail, d'autres chez elles, au café, en vacances...l'approche est intimiste, les questions personnelles. Les personnalités du monde du spectacle sont aussi au programme de l'émission : Brigitte Bardot, Luis Mariano, Georges Guétary, "leur présence dans le cadre de cette émission prouve que la télévision change progressivement de rôle : non seulement elle contribue à renforcer la notoriété de telle ou telle personnalité du monde du spectacle, mais elle construit aussi sa propre notoriété en faisant apparaître dans une émission consacrée en principe au monde de la télévision des vedettes de la chanson ou du cinéma. Ce faisant, elle se forge une identité nouvelle : celle d'un média qui sert de relais à tous les autres et ne cesse pas de parler de télévision alors même qu'il est question d'acteurs de la Comédie Française ou de chanteurs à la mode." (P. Beylot : 2000, p.57)

La télévision se construit progressivement comme un média dominant, et comme le cinéma ou la presse, elle se doit de compter dans ses rangs ou de faire apparaître des personnalités. Se construisant aussi comme une forme d'art, il n'est plus suffisant de s'appuyer sur le seul exploit technique, il lui faut des artistes, c'est pourquoi Jean Nohain va à la rencontre de Jean Christophe Averty, Igor Barrère,

Marcel Bluwal...les "créateurs" de la télévision des années 60. Du coup, la différence est flagrante entre la présentation, de *Micros et caméras* et *Au delà de l'écran*, du même réalisateur : si l'une s'intéressait aux compétences techniques, l'autre se penche plus sur le côté artistique de l'homme. En consacrant des reportages à des "téléspectateurs vedettes", *Au delà de l'écran* installe la télévision au centre de la sphère publique, puisque tout le monde peut apparaître à la télévision, elle appartient en quelque sorte à tous. Il ne s'agit plus d'idoles intouchables comme ont pu l'être les stars du cinéma, mais de vedettes qui nous livrent leur quotidien pas si éloigné du nôtre, du voisin, de la concierge, des vedettes d'un soir. Et même s'il n'apparaît pas, le téléspectateur est toujours représenté par l'animateur chargé de transmettre ses questions.

"Loin de démystifier l'univers télévisuel en dévoilant les arcanes, l'émission de Nohain lui confère un pouvoir de fascination supplémentaire, fondé précisément sur cette proximité illusoire de ses vedettes avec le téléspectateur. A une époque où la télévision n'est pas encore un média dominant, la présence de personnalités du monde du spectacle dans une émission de télévision ne procède pas de leur part d'une stratégie promotionnelle ; c'est au contraire la télévision qui fait, à travers ces chanteurs, acteurs ou vedettes du music hall, sa propre promotion. Elle espère ainsi conquérir une légitimité sociale au sein d'une culture populaire dont le public est le premier juge. " (P. Beylot : 2000, p.62).

### **c) Face à face**

Dans un troisième temps, c'est la question du rôle de la télévision qui occupe le débat public, au moment où les critiques de la presse écrite constatent la dérive populaire de la télévision. Dès lors, il ne s'agit plus de vanter les exploits de la télévision, mais de s'attribuer un droit de réponse, et comme on n'est jamais mieux servi que par soi-même, les émissions de "critique" apparaissent sur le petit écran.

Les deux émissions les plus célèbres sont sans conteste *Faire face* d'Igor Barrère et Etienne Lalou (Avril 1961) et *Face au public* de Jacques Locquin (février 1971 – Juillet 1972). De quoi s'agit-il ? En fait, la majeure partie des émissions reposent sur un schéma simple, il s'agit de répondre aux questions des téléspectateurs qui les expriment soit par courrier, soit directement sur le plateau, après avoir passé de nombreuses épreuves de sélection. En cela, il s'agit moins d'une émission de critique que d'un courrier des lecteurs télévisé. Pour répondre à leurs questions, les téléspectateurs trouvent face à eux des responsables de la RTF puis de l'ORTF, dont l'argumentation rôdée tranche avec l'hésitation des téléspectateurs. "Loin de permettre l'émergence d'une libre parole de la part du téléspectateur, ce dispositif compliqué met en évidence jusqu'à la caricature la différence de statut et de légitimité du téléspectateur et des représentants de l'institution télévisuelle : le direct est réservé à ces derniers, tandis que les questions des téléspectateurs sont enregistrées, le temps ne leur est pas compté ; le droit de suite est impossible et l'animateur du débat, déférent pour les uns, condescendant pour les autres, veille à ce que l'émission se déroule selon un plan manifestement soigneusement préparé à l'avance. " (P. Beylot : 2000, p.67). Les questions des téléspectateurs sont l'alibi de ces émissions qui servent de tribune aux responsables de l'ORTF et qui ne sont en aucun cas des émissions de critique. Les thèmes tournent autour du contenu des programmes, de la technique et du contrôle étatique, les questions sont courtes, sans saveur et les réponses interminables et prévisibles. Si certains téléspectateurs critiquent les émissions en demandant plus de divertissement, les responsables de l'ORTF ont beau jeu de se retrancher derrière la diversité des goûts et le souhait de certains d'avoir une télévision plus culturelle. La presse ne s'y sera pas trompée, les critiques sont sévères et on peut lire dans *Télérama* : "Si des questions pertinentes ont été posées, les réponses n'ont convaincu personne. Elles ont même été si décevantes dans l'ensemble qu'on se demande à quoi peut servir cette émission, sinon à maintenir le statut quo, tout en offrant l'image du faux libéralisme."<sup>60</sup>

---

<sup>60</sup> *Télérama*, 17 avril 1971



La vraie critique n'a pas sa place à la télévision, les intellectuels sont savamment écartés et il aura fallu toute l'audace de Maurice Clavel, le 13 Décembre 1971, dans l'émission *A Armes Egales*, pour dénoncer la censure des critiques de télévision. Dans les faits, il n'y a ni critique, ni dialogue, tout est fait pour arriver au terme de chaque émission à un consensus. Les aspirations et questions du bon peuple ont été entendues, mais c'est tout. Comment pourrait-il en être autrement alors que la télévision répond de ses actes devant le ministre de tutelle, on ne doit rien lui reprocher puisqu'elle correspond aux attentes du gouvernement et du ministère de l'information. Même à l'époque où il n'y a qu'une seule chaîne, ces émissions ne peuvent être qualifiées de réflexives, car si l'on pose la question "qui parle ? ", on s'aperçoit que seuls, les responsables de l'ORTF ont la parole, alors que la télévision est déjà complexe et plurielle. Aucun réalisateur, journaliste ou technicien n'est invité à s'exprimer. Loin d'être réflexives, ces émissions sont plutôt le reflet de la mainmise politique sur le média.

## **2) La nouvelle donne : 1970**

Les décennies qui suivent verront la disparition quasi totale de ces balbutiements de la critique télévisuelle de télévision, même si les différentes chaînes gardent ce souci de consultation du public. Sous différentes formes, ce sont toujours les mêmes dispositifs qui reviennent, on offre au public l'occasion de s'exprimer, de donner son opinion sur la télévision, mais à la différence des émissions précédentes, l'animateur ou le journaliste prend désormais fait et cause pour le public. Les questions se font plus pressantes et les responsables sont sommés de s'expliquer, mais en fin de compte on aboutit toujours à une conclusion consensuelle.

Les années 70 verront la disparition des émissions régulières consacrées à l'objet télévision, "le rôle majeur de la télévision dans le champ médiatique et culturel est désormais incontestable ce qui fait qu'il ne paraît plus indispensable aux dirigeants de l'ORTF, et des sociétés de production qui lui succèdent, de maintenir des émissions

régulières destinées à faire découvrir au téléspectateur les coulisses techniques du média et ses vedettes" (P. Beylot : 2000, p.73). La télévision est devenue le média dominant, elle n'a plus à faire ses preuves, elle s'impose d'elle-même au centre de l'espace public. A la fin des années 70, près de 90 % de la population française est équipée d'un récepteur. Si les émissions régulières disparaissent, l'objet télévision reste néanmoins un sujet d'inspiration, un objet médiatique en lui-même à côté duquel on ne peut passer. De ce fait, régulièrement reviennent sur les écrans des émissions singulières ou mini-séries consacrées à la télévision. On peut néanmoins distinguer deux grandes tendances<sup>61</sup> : la vision d'un auteur et la stratégie concurrentielle.

#### **a) Carte blanche à un auteur**

Parmi les grands explorateurs de l'objet télévision, se trouve Jean Frapat qui, entre 1969 et 1981, va mener une série d'émissions consacrée à la réflexion sur le langage télévisuel. Au travers "d'expériences télévisuelles", de dispositifs ingénieux, il démonte les codes du langage télévisuel en mettant ses acteurs principaux - réalisateurs, vedettes, public - face à ces codes. Dans *Vocations* (1969), Jean Frapat met en exergue le "poids de la caméra", comment le fait de se savoir filmé modifie le discours ; pour ce faire, il interviewe une personnalité, sans lui dire dans un premier temps que l'interview est filmée, puis il recommence la même interview en signalant cette fois à son interlocuteur qu'il est filmé. Ensuite, il s'assoit avec son invité pour mesurer l'écart qu'il y a entre les deux discours. Dans *Réalité-Fiction* (1972-1977). Jean Frapat amène le téléspectateur à s'interroger sur l'écriture télévisuelle, en proposant à un réalisateur de mettre en scène un texte dont il ne connaît pas la source, Jean Frapat montre à quel point l'écart est grand entre "la réalité" et la vision qui en est proposée. Enfin, nous citerons *Boîte à Malices* (1973-1979), série d'émissions qui propose au téléspectateur cette fois d'être acteur de la télévision, de jouer à l'animateur, au caméraman, au réalisateur.

---

<sup>61</sup> Pour plus de détails concernant ces deux tendances, voir les travaux de P. Beylot et V. Spies déjà cités.

## b) La stratégie concurrentielle

1974 est une année clé, l'ORTF éclate en sept sociétés de programmes et de diffusion. Dès lors, il s'agit pour les différentes chaînes et sociétés de programmes de se différencier de la concurrence. Chaque chaîne va alors développer des programmes dont le but principal est de présenter aux téléspectateurs les différentes émissions proposées par la chaîne. Autant dire qu'on s'éloigne encore plus d'une quelconque perspective critique, même si quelques émissions prétendent évaluer les programmes, il s'agit ni plus ni moins que d'une auto-promotion à peine déguisée.

TF1 proposera ainsi successivement *TF1-TF1* (1978-1982), *Télé à la Une* (1983), *Télé-Connexion* (1987-1988) ou plus récemment *Télé-vision* (1993-1995). Toutes ces émissions, sous des dispositifs, voire seulement des animateurs et décors, différents proposent toutes la même chose : présenter et louer l'excellence des programmes de TF1. Antenne 2 et FR3 ne sont pas en reste avec *Télé pour Télé contre* (1989-1990), *Tout, tout, tout sur Antenne 2* (1990), *C'est à vous sur Antenne 2* (1989). Ce type d'émission n'a pas disparu et connaît même depuis quelques temps une nouvelle jeunesse, on citera pour l'exemple *120 minutes de bonheur* diffusée sur TF1, ou encore *Rien que du bonheur* (décidemment !) diffusée sur France2. Le concept est exactement le même et est présenté de la sorte dans *Télé Loisirs* : "France 2 a confié à Olivier Minne et Sarah Lelouch les rênes de cette soirée exceptionnelle de rentrée, placée sous le signe de la bonne humeur et du... bonheur ! Le nouveau couple télévisuel accueillera sur le plateau les têtes d'affiche de la chaîne, qui viendront présenter leurs nouveaux projets. Caméras cachées, surprises, gags et autres moments de bonheur de leurs émissions, choisis par les animateurs eux-mêmes, alterneront avec les tubes de l'été et les meilleurs sketches de nombreux humoristes."<sup>62</sup> Tout est dit, le divertissement est clairement un alibi à la présentation de la grille de rentrée de la chaîne, les séquences best of instituent l'animateur en tant que partenaire connu et

---

<sup>62</sup> *Télé Loisirs* n°914, semaine du 6 au 12 septembre 2003.

sympathique du téléspectateur, on revoit ces séquences comme on parcourt un album de famille, en ayant parfois l'occasion de dire : "j'y étais !".

### c) Nostalgie

Autre élément qui conduit un peu trop vite à parler de réflexivité et donne l'impression que les discours sur la télévision sont chose récente : la multiplication des émissions revisitant le "passé télévisuel" des Français. Si ce type d'émission n'est pas nouveau, et nous citerons pour exemple suffisant *En direct de notre passé : Vingt-cinq ans de télévision* diffusé en 1961, il a connu un essor sans précédent à partir des années 80.

S'il s'agit de "revisiter le passé", ces émissions ne sont pas pour autant "historiques" mais plutôt "nostalgiques". Ce qui importe n'est ni la véracité des faits, ni la démarche "chronologico-historique", mais la présentation de la télévision comme Le témoin privilégié de l'histoire. En aparté, cette vision des choses n'est pas sans rappeler le film de Robert Zemeckis, *Forest Gump*, dans lequel le héros est témoin de tous les événements qui ont marqué l'histoire. C'est la vision d'une télévision omnisciente, omniprésente qui est proposée, de sorte qu'on a l'impression que les événements se construisent autour d'elle et non pas qu'elle n'est là que pour les capter. Dès lors, l'Histoire elle-même est soumise aux fortes contraintes du média, tout va très vite, se résume en quelques mots, quelques images. On retrace un parcours, une vie, un siècle en quelques minutes. Dans cette série d'émissions, *Téléthèque* (1982-1984) est un modèle du genre, l'émission propose non pas une vision chronologique du média, mais une vision *thématique*, en somme : "que faut-il retenir de ce thème ou de cet événement ?". Remarque importante, la dimension "historique" du fait évoqué tient moins de sa valeur intrinsèque que de la construction thématique et de la posture des responsables de l'émission. De ce fait, les thèmes abordés sont très variés : "les grands moments du rire", "le mouvement yé-yé", "le couronnement de la reine Elizabeth". On peut également citer la série *Trente ans de télévision* (1987) qui proposait de revenir

sur l'évolution de la société au travers de documents télévisuels : *Trente ans de scandales à la TV, Trente ans de faits divers à la TV, Trente ans de vacances à la TV*...là encore, le thème n'est qu'un "prétexte" à la mise en avant du média comme témoin privilégié de l'histoire. "La télévision serait une fois encore le miroir d'une société en transformation. D'ailleurs la voix-over confirme cette approche lorsqu'elle indique, en début d'émission qu'il s'agit de feuilleter un album de famille, de « trente ans d'une double histoire qui a fait couler beaucoup d'encre. La vôtre, et celle de la télévision ». Intimement mêlés, l'histoire de la télévision et l'histoire de la société sont ici dirigées vers le public : la télévision renverrait leur propre image aux téléspectateurs" (V. Spies : 2000, p.192).

A ce stade, il convient de faire un petit rappel et de poser une question : où est la critique ? En effet, le point de départ de notre questionnement était d'étudier les modes d'apparition de la critique de télévision à la télévision. Si la télévision des origines en offrait quelques pâles reflets, il semble que ce positionnement, c'est-à-dire la remise en question, l'étude, l'analyse des programmes, n'ait plus eu sa place pendant de longues années (si tant est qu'elle l'ait eu un jour). Il faudra attendre la fin des années quatre-vingt pour voir des émissions aborder différemment le microcosme télévisuel.

### **3) Juste pour rire : 1990**

Les années quatre-vingt-dix marquent un tournant, on n'hésite plus désormais à rire de la télévision. La concurrence féroce entre les chaînes les pousse à s'affirmer, à se différencier. Canal + fait figure de pionnière en programmant dès 1987 le *JTN des Nuls* qui brocarde le dispositif phare de la télévision : le journal télévisé. Puis ce sont les *Inconnus* qui vont leur emboîter le pas en proposant sur Antenne 2, *La télé des Inconnus* : là, c'est un panorama des différentes chaînes et émissions qui est proposé, la France entière rit de sa télévision. Le succès aidant, toutes les chaînes emboîtent le pas, on se rend compte que la télévision fait vendre, que les animateurs sont des stars.

Canal + programme alors *Télé Dimanche* qui propose, comme l'a fait *Télé 7jours* trente ans plus tôt, un traitement de l'actualité des chaînes de télévision et surtout de ceux qui la font. Là encore, on est bien loin de la critique, il s'agit d'une émission d'actualités et en aucun cas d'analyse, le public est invité à découvrir les coulisses et la vie des stars du petit écran. Des émissions aussi variées que *Les guignols de l'info*, les *Enfants de la télé*, *l'Hebdo du médiateur*, le *Zapping*, *Arrêt sur images* envahissent le petit écran, chacune remplissant une fonction différente dans la politique des programmes de chaque chaîne, c'est aussi la grande époque des bêtisiers.

On assiste alors à une véritable explosion du nombre d'émissions prenant pour thème la télévision. Faut-il y voir un besoin soudain de se retourner sur soi, de faire son autocritique ? Malheureusement, on est bien loin de ces hautes considérations, ce qui motive l'apparition de ces émissions, c'est avant tout le succès qu'elles remportent auprès du public. Elles génèrent des taux d'audience très élevés, pour un coût très faible. Le ton employé, relativement acerbe ou drôle, lui aussi, n'a rien à voir avec le hasard. Une fois de plus, la télévision est dans l'air du temps, dans les années 80 le ton est volontiers humoristique, satirique et la télévision est en quelque sorte le miroir (déformant) de la société.

La télévision est devenu une compagne du quotidien, les animateurs sont de véritables vedettes, donc le public veut connaître la vie en dehors du plateau, et découvrir la face cachée des émissions. Les archives professionnelles, puis le Dépôt Légal, ont permis et facilité la mise en place de ces émissions. Il est désormais bien plus aisé de réunir des images, autres que les images de la chaîne, pour une émission à thème.

Les chaînes ont repris à leur compte la critique de télévision, ce qui leur permet à la fois de fournir des heures de programmes à faible coût, mais aussi de feindre le dialogue avec le public, la prise en compte de ses aspirations et de ses remarques. Tout ceci a été rendu possible parce qu'il n'y a plus en France de "grands pôles de légitimité culturelle". Dès lors, tout peut être dit par n'importe qui, et la télévision est à l'image

du monde : désordonnée. Le public ne s'insurge pas que ceux-là même qui font la télévision prétendent la critiquer. Peut-on mordre la main qui vous nourrit ?

Ces évolutions ont contribué à asseoir cette pratique du recyclage des images. Malgré tout, le passage de l'écrit à la télévision n'a pas permis à la critique de s'exprimer, bien au contraire les chaînes feignent la critique afin d'en faire un élément de promotion. Les différents dispositifs de recyclage d'images sont aujourd'hui bien rôdés et tout laisse à penser qu'ils ont encore de beaux jours devant eux.

## **II) Vers une conceptualisation du prisme**

Après ce court mais nécessaire rappel historique, il nous faut envisager un modèle explicatif de la critique de télévision à la télévision. Nous l'avons vu, cette critique se cantonne vite à ce que nous avons appelé pour la presse écrite, une chronique de télévision, axée à la fois sur l'actualité du microcosme télévisuel, le vedettariat, l'annonce des programmes...nous n'y reviendrons pas. Pour clore notre propos sur les possibilités d'une critique de télévision à la télévision, nous proposons une dernière approche qui nous semble suffisante. L'étude de la "critique" telle qu'elle s'exerce dans la presse et à la télévision, nous conduit à la proposition suivante : critiquer, c'est notamment *expliquer* (argumenter) et éventuellement *dénoncer*, ce qui nous donne trois perspectives : peut-on expliquer à la télévision ? Peut-on dénoncer ? Si ce n'est pas le cas (ce qui est notre avis), quelles en sont les raisons ?

### **1) Peut-on expliquer à la télévision ?**

Il nous faut d'abord expliquer pourquoi nous n'avons pas intitulé cette partie : la télévision peut-elle expliquer ? Premièrement, pour les raisons évoquées dans l'introduction et au début du chapitre deux, la télévision est, et reste, avant toute chose un média, un objet, un outil de médiation. Même s'il est désormais acquis que la

télévision est un objet complexe et hétérogène, l'usage incessant du singulier peut nous conduire à mésestimer la complexité des discours télévisuels, à négliger des voix pour n'en voir qu'une seule, érigée au rang de sujet parlant. C'est là tout le danger de l'anthropomorphisme, même "régulateur" (chez F. Jost), car il ne fait que masquer (partiellement) le fait que nous ne disposons pas encore d'outils assez puissants pour rendre compte de la complexité des discours télévisuels. La première proposition : "la télévision peut-elle expliquer ?" est réductrice, car elle érige le média en sujet parlant et masque la pluralité des acteurs. Nous posons donc la question : peut-on expliquer à la télévision ? Ce qui en implique une autre : qui explique à la télévision ? Car si le média peut permettre l'explication, l'argumentation, il n'en donne que les possibilités, et c'est aux différents acteurs, aux *voix* de la télévision de s'en saisir. Cette perspective est plus complète, du fait qu'elle prend en compte, non seulement, les *voix internes* du média (la chaîne, les producteurs, animateurs, réalisateurs...), mais aussi les *voix externes* (expert, témoin institutionnel, profane...) qui peuvent expliquer à la télévision.

#### **a) Le média permet-il d'expliquer ?**

Il ne s'agit ici nullement d'un quelconque déterminisme technologique, car le média est d'abord ce qu'on en fait, c'est-à-dire que c'est l'usage qui va affirmer (ou infirmer) certaines possibilités inhérentes au média. Techniquement, tout semble réuni pour permettre l'argumentation, l'explication (entendues ici, et en résumé, comme le questionnement sur les raisons des choses) : une partie visuelle avec un fort pouvoir de monstration et de captation et une partie sonore permettant la transmission des bruits et des voix. Mais, "avec la télévision, nous sommes dans le mode de traitement vidéo-électronique d'une image faite de points soumis à un balayage, et dont les caractéristiques essentielles sont le temps et la fluence généralisée." (N. Nel : 1998, p.63). Le média télévision est dominé par des logiques de flux et de vitesse, ce qui est peu compatible avec l'argumentation qui demande, au contraire, un arrêt du flux, un temps pour la réflexion et le développement des arguments. On peut voir, par exemple,



combien il est difficile de suivre l'intervention de Pierre Bourdieu sur Paris-Première, les spectateurs que nous sommes ne sont pas habitués à ces longs plans fixes qui, paradoxalement, ont un effet contraire à la visée de l'auteur. Suite à son intervention dans l'émission *Arrêt sur images*, P. Bourdieu pense être floué et réagit dans un article publié dans le *Monde diplomatique*, puis sur Paris-Première en proposant un cours sur l'impossibilité de critiquer la télévision à la télévision, filmé depuis le Collège de France. Le décor fait pleinement référence au savoir, la mise en scène clairement verbo-centrée et la mise en cadre nous laissent en tête-à-tête avec le sociologue, tout est construit pour laisser place à l'argumentation. Mais, P. Bourdieu est rattrapé par la nature même du média, à vouloir trop faire place au verbe face à l'image, c'est l'effet inverse qui se produit. L'image (trop) statique écrase les distances, P. Bourdieu remplit l'écran, on ne voit que lui, il fixe le téléspectateur, c'est une relation quasi hypnotique, l'image reprend le dessus sur le verbe. L'usage du média formate la réception, même dans les émissions de parole ou de débats, on supporte mal qu'un invité parle trop longtemps, et même s'il monopolise la parole, il ne monopolise pas l'image, les plans s'enchaînent, multipliant les points de vue sur le plateau. Patrick Charaudeau a montré dans sa communication "La télévision peut-elle expliquer" (1998) combien les contraintes inhérentes au média rendaient très difficile voire quasi-impossible tout développement explicatif, argumentatif (du moins, comme on l'entend dans le champ scientifique, l'auteur proposant d'autres pistes d'argumentation plus spécifique à la télévision), notamment en raison du fort pouvoir de captation propre au média. En résumé, le média télévision porte en lui la capacité d'expliquer, mais l'usage en a fortement réduit les possibilités.

### **b) Qui peut expliquer à la télévision ?**

Il nous faut désormais nous intéresser aux *voix* de la télévision, c'est-à-dire l'ensemble des institutions, organisations, corps, groupes, personnes physiques ou morales qui tiennent des discours à la télévision. Nous ne rappellerons ici que les voix les plus présentes au sein des émissions prismatiques.

L'étude des émissions prismatiques pose clairement la question de l'énonciation télévisuelle, c'est pourquoi il nous faut être précis dans la désignation de l'énonciateur. Nous adoptons le point de vue de F. Jost lorsqu'il dit : "(...) l'auteur est une réalité construite par le récepteur, qui peut aussi bien désigner un homme x ou y qu'une institution (le studio, la production)...il nous faut inclure dans une théorie générale de l'énonciation télévisuelle aussi bien la chaîne que la grille, les genres et les programmes." (1998, p.31). Vu sous cet angle, nous voulons bien admettre qu'on puisse parler de *la* télévision, c'est-à-dire que le téléspectateur homogénéise l'ensemble des discours par souci de simplification, *la* télévision n'existe donc que dans l'esprit du téléspectateur. Ensuite, le repérage des différents *types* de discours dépend de la connaissance du téléspectateur, car au-delà d'un discours de *la* télévision, le téléspectateur peut (parfois) identifier le discours prépondérant, donc *l'énonciateur dominant*. De fait, le discours de la chaîne prime dans *Capital* ou *Zone Interdite*, tant il y a un style M6 pour ce genre d'émission ; le discours de la production dans les séries AB Productions ; dans d'autres émissions, c'est le discours de l'animateur/présentateur qui prime tant elles sont portées par son style, sa renommée, ses connaissances, son implication, *Rapido* est associée au style Decaune, *L'école des fans* à J. Martin, les émissions carte blanche de Canal+ portent aussi clairement la marque de leurs auteurs. Ce discours dominant masque plus ou moins les autres discours et paraît les unifier à l'écran.

### **c) Des discours enchaînés**

L'image peut paraître facile, mais elle est parlante, les différents discours, loin d'être autonomes, sont nécessairement liés les uns aux autres car à chaque étape de la production, différentes logiques, différents acteurs, entrent en jeu et, de fait, influent sur le résultat final. L'énonciateur dominant varie tout au long de la journée au gré de la grille des programmes, et au sein même des émissions, il peut varier d'une séquence à l'autre. Néanmoins, quel que soit l'énonciateur dominant, il est toujours au service

du discours de la chaîne qui les englobe tous. La logique de marché qui régit les médias fait de la chaîne la première macro-unité signifiante, elle est le premier marqueur identitaire dans le flux télévisuel, car le choix du téléspectateur commence d'abord par la sélection du canal de diffusion, fortement prédéterminé, du moins pour les canaux historiques<sup>63</sup>. Peut-on dire pour autant que la chaîne "parle" ? Il nous semble que la chaîne est à considérer, avant toute chose, comme une *entreprise* qui doit :

- "livrer" un certain volume de programmes ;
- respecter un cahier des charges supervisé par le CSA (Comité Supérieur de l'Audiovisuel) ;
- respecter un budget ;
- dégager une marge bénéficiaire ;
- rendre des comptes à ses actionnaires...

C'est, nous semble-t-il, la seule vision réaliste des média en général et de la télévision en particulier, tant les enjeux financiers sont colossaux. C'est donc en grande partie la *logique de marché*<sup>64</sup> qui va dicter certains choix : politique générale de la chaîne, positionnement par rapport à la concurrence, choix des programmes et des animateurs, organisation de la grille... Pour cet ensemble de raisons, nous préférons ne pas dire que la chaîne "parle", terme trop chargé métaphoriquement, mais qu'elle *communique*, comme toute autre entreprise. Lorsque l'énonciateur dominant est le producteur ou l'animateur, on peut dégager une certaine intentionnalité énonciative, mais dans le cas de la chaîne, l'élément le plus influent est le marché, et le marché ne parle pas, il dicte.

---

<sup>63</sup> Il serait intéressant de voir si, comme nous le pensons, il y a une forte prédétermination pour les canaux historiques (désormais TF1, France2 et France3), qu'on peut supposer dans cet ordre sur la plupart des téléviseurs, et en quoi cet ordre influe sur le choix des programmes, voire la réception.

<sup>64</sup> Ceci, y compris pour le service public, qui doit rendre compte des mêmes impératifs budgétaires et d'obligation de résultat (c'est-à-dire au minimum équilibrer les comptes), sous peine d'être épinglé par le CSA ou la Cour de Comptes.

Canal+ est l'exemple typique d'une chaîne de télévision qui se doit de communiquer, d'une part car elle est financée par ses seuls abonnés, d'autre part car la chaîne a perdu ces dernières années de sa bonne santé économique, de sorte qu'avant l'été 2003, on parlait autant de "l'esprit Canal" que des mauvais résultats financiers. Loin des paillettes, la chaîne est apparue comme une entreprise en difficulté, ne satisfaisant plus aux exigences des actionnaires. Pourtant, l'entreprise Canal+ communique, multiplie les campagnes d'affichage, les encarts publicitaires dans les journaux et magazines, annonce ses programmes à la radio et dans les journaux... Bref, Canal+ comme toute autre entreprise "vend" ses produits. Avec la multiplication de l'offre, ce type de communication, en dehors du média, se multiplie et il n'est pas rare de voir une campagne publicitaire pour M6, Planète, Odyssée... La situation des "diffuseurs historiques" (TF1, France2, France3) est particulière, puisqu'ils ne dépendent pas des abonnements (recettes publicitaires auxquelles viennent s'ajouter le financement par la redevance pour France2 et France3) et sont directement accessibles (ni abonnement, ni décodeur, ni parabole ne sont nécessaires). Sont-elles pour autant dispensées de communiquer ? Aucunement, mais n'ayant pas à "démarcher" le téléspectateur, leur communication sera plus axée sur la présentation de l'offre et la fidélisation du téléspectateur, puisque les recettes publicitaires seront fonction des possibilités d'audimat de l'émission, c'est-à-dire du nombre moyen de téléspectateurs qu'elle réunit. C'est pourquoi la chaîne communique plus sur ses "produits" (les émissions) que sur l'entreprise elle-même. Nous distinguons deux grands modes de communication : lorsque la chaîne utilise d'autres réseaux de diffusion et lorsqu'elle utilise son propre réseau.

Sur d'autres réseaux : ce mode de communication concerne majoritairement les programmes et relève quasiment du lobbying. La chaîne présente ses différents programmes aux journaux, radios et magazines spécialisés, les journalistes découvrent les programmes en avant-première, sont parfois invités sur les plateaux de tournage, suivent de l'intérieur leur construction... La chaîne fournit l'essentiel de la matière première de cette presse qui, échange de bons procédés oblige, parle de ses programmes. Nous avons pu voir, lorsque nous avons abordé la question de la critique

dans la presse spécialisée, que cette relation interdit la critique, nuance les mauvaises opinions et entretient une certaine forme de dépendance. La chaîne intervient aussi dans la presse en tant qu'annonceur sous deux grandes formes : premièrement, lorsqu'elle communique sur l'entreprise elle-même, en tant qu'*institution* ou *marque*<sup>65</sup> ("Au moins, quand on regarde Canal+, on n'est pas devant la télé", "M6 la petite chaîne qui monte"...). Deuxièmement, lorsqu'elle communique sur ses programmes, la grande spécialité de Canal+ qui, au fil des mois, "vend" dans la presse ses produits phares : le football et le cinéma. Le service public et TF1 n'utilisent cela que plus rarement, à l'occasion de la diffusion d'un film culte, d'une émission événement, d'un feuilleton prestigieux... Enfin, comme toute entreprise, la chaîne peut se livrer à des activités de sponsoring d'événements divers, souvent sportifs, France 2 est partenaire du Tour de France et de la fédération française d'athlétisme, TF1 est partenaire du Vendée Globe... La chaîne apparaît alors comme médiateur (diffuseur) de l'événement, mais également en tant que promoteur d'événements culturels, sportifs.

Jusqu'ici, la proposition semble acceptable, mais la démarche se complique lorsqu'il s'agit d'étudier les modes de communication de la chaîne sur son propre réseau. Peut-on considérer qu'à partir du moment où la chaîne communique, sur l'entreprise ou ses programmes, sur son propre réseau, il faut parler de réflexivité ? Evidemment non, du moins pas aussi clairement<sup>66</sup>. Ici, les modalités d'apparition du discours de la chaîne sont encore plus nombreuses, couvrant quasiment l'ensemble des formes énonciatives télévisuelles : du logo, à l'émission dédiée, en passant par l'inter-programme, la publicité et l'annonce. Etudier le discours de la chaîne, c'est se pencher sur chacune de ces formes, ce qui nécessiterait une recherche à part entière, ainsi nous n'évoquerons que les formes utiles à l'explicitation du fonctionnement du prisme.

Après la chaîne, nous distinguons un second groupe de voix, que nous rassemblons sous l'appellation de *voix internes*, car elles font partie de la chaîne et

---

<sup>65</sup> F. Jost distingue trois types de discours de la chaîne : le discours de l'entreprise en tant qu'acteur socio-économique, le discours de l'institution en tant que porteur d'une mission au sein de l'espace public, et le discours de la marque qui vise à produire des effets, agir sur le téléspectateur. (1998, p.30)

<sup>66</sup> Nous verrons plus loin les conditions d'existence d'une réflexivité télévisuelle.

*travaillent* pour elle. Ces voix sont essentiellement celles des producteurs et animateurs. Dans cette perspective, la chaîne peut être comparée à un groupe d'entreprise, les différentes émissions formant les filiales de ce groupe. S'il y a bien une ligne directrice propre au groupe et dont les filiales dépendent, cela n'empêche pas chaque filiale d'avoir des discours, moyens, objectifs spécifiques. C'est pourquoi *Hélène et les garçons* et consorts sont avant tout associés à AB Productions, *Champs Elysées* est d'abord l'émission de M. Drucker avant d'être une émission de divertissement de France2 (à l'époque Antenne 2), de même pour *l'Ecole des fans*, les *Enfants de la télé* et toutes les émissions dans lesquelles il y a une forte intentionnalité énonciative imputable à la production ou à l'animateur (souvent producteur). Quels que soient les discours développés au sein de l'émission, ils sont toujours encadrés par le discours de la chaîne qui les englobe : dans le générique, le nom de la chaîne peut apparaître (France2 présente...), les tunnels de publicité avant, pendant et après l'émission sont introduits et conclus par un jingle qui rappelle la présence de la chaîne en tant qu'énonciateur, le logo présent tout au long de l'émission ne cesse de rappeler l'identité de la chaîne et de fait, englobe les discours produits par les acteurs de l'émission. Ces *voix internes* ne sont pas forcément liées à une seule chaîne, l'exemple des *Enfants de la télé* passés de France2 à TF1 est un cas d'école, et la valse des animateurs d'une chaîne à l'autre permet de voir tous les ans la même émission mais sur une autre chaîne.

Enfin, troisième groupe de voix, les *voix externes*, c'est-à-dire l'ensemble des acteurs pouvant avoir accès au média, mais de manière non régulière et dont l'identité n'est pas directement rattachable à une chaîne. Ce groupe comprend à la fois la parole de l'institutionnel (milieux dirigeants et politiques), des experts (scientifiques, chercheurs), des personnalités (du cinéma, de la chanson), des intellectuels (professions intellectuelles ou religieuses) et la parole profane (société civile) ; bien entendu les modes d'intervention varient, mais ces voix ont une place de choix sur nos écrans, surtout la parole profane. "Un des actes majeurs de la télévision contemporaine est d'avoir consacré la parole profane, de lui avoir accordé une place centrale et un statut privilégié. Dans le débat public, la parole du citoyen ordinaire est, le plus

souvent, requise comme force d'appoint ou d'illustration dans un débat conduit par ailleurs et par d'autres. Sur les écrans de la télévision contemporaine, elle devient parole de référence, voire parole exclusive, dans les émissions focalisées sur le témoignage privé et la confession intime. Dans ce dispositif, le verbe du témoin est prépondérant par rapport au verbe des spécialistes, le discours de l'expérience concurrence, éventuellement supplante, le discours des savoirs. *Talk-shows* et *reality-shows* ont poussé à l'extrême cette valorisation de la narration profane." (D. Mehl : 1998, p.206). Les discours des voix externes sont très contrôlés, malgré l'apparente liberté que le média donne à voir. Pour la parole profane, depuis les origines, les candidats sont sélectionnés, triés et correspondent souvent à un profil pensé en amont, de sorte que la sélection permette uniquement de trouver le profil recherché. De plus, c'est une parole dirigée, orientée, souvent le témoin ne fait que répondre aux questions de l'animateur et s'il peut lui arriver de déborder, il est vite recadré par le maître des débats. Enfin, reste l'outil ultime : le montage, qui permet de ne garder que ce qui va intéresser la production. Cette parole profane, si elle n'est pas *manipulée*, est tout au moins *dirigée*.

#### **d) Peut-on dénoncer à la télévision ?**

Il faut entendre par dénonciation, le fait de dévoiler au grand jour, faire apparaître. En cela, elle se rapproche d'une vraie critique, qui se doit bien souvent d'être dénonciatrice afin de dévoiler au public les fautes (de goût), l'excellence ou la médiocrité de l'objet de la critique. Se demander si l'on peut dénoncer à la télévision, c'est aborder de front les relations entre la télévision et les autres médias, artistiques ou non. Notre propos concerne moins la dénonciation en tant que révélation faite au public d'un fait, d'un scandale, tant il est clair que la télévision (comme d'autres médias) en offre toutes les possibilités, mais l'interrogation sur les possibilités d'une critique des autres médias ou du média lui-même.

Depuis les origines, la télévision s'est toujours intéressée aux autres médias, pour diverses raisons certes, mais les émissions consacrées à la littérature, la peinture, au théâtre et au cinéma (pour ne citer quelles) sont légions. S'il existe des émissions dont la vocation première est avant tout la médiation, c'est-à-dire l'annonce de la sortie d'un film (*Demain dans les salles* diffusé sur TF1) ou la publication d'un livre (*Un livre* diffusé sur France2), la plupart des émissions se veulent *critiques*. D'*Apostrophes* à *Vol de nuit*, en passant par *La dernière séance* et *Comme au cinéma*, les schémas d'émissions sont très semblables. Un ou plusieurs artistes (auteur, réalisateur, compositeur...) viennent présenter leur dernière production, souvent abordée par le biais de l'interview, l'artiste étant amené à livrer ses impressions a posteriori et à nourrir la discussion d'anecdotes qui ont entouré la production de l'œuvre. Le statut d'invité de l'artiste interdit quasiment la critique négative et les différents invités se gardent bien de dénoncer leurs confrères. Par contre, il est bien connu que les absents ont toujours torts, et il n'est pas rare qu'un auteur ou une œuvre soit fustigé en l'absence de son auteur, ce qui était la marque de fabrique de certains animateurs comme Jean Edern Hallier, qui était en quelque sorte le Jean-Pierre Coffe de la littérature, et qui dans son *Jean Edern's Club* (diffusé sur Paris-Première) n'hésitait pas à "dire ce qu'il pensait" et à jeter par dessus son épaule les œuvres qui ne méritaient pas sa considération. Si l'on atteint rarement ces limites qui frisent l'insulte et le mépris, il est de plus en plus de bon ton de ne pas dire que du bien des œuvres et des artistes. Là encore, un schéma d'émission est adopté par nombre d'émissions consacrées aux médias et à la création artistique. Puisqu'il est hors de question pour l'animateur de critiquer négativement et ouvertement une œuvre ou un artiste, ce qui risquerait de fâcher l'intéressé ou son éditeur/producteur, on fait porter cette critique par d'autres. L'exemple parfait de cette tendance est illustré dans *Rive droite-Rive gauche* diffusé sur Paris-Première, cette émission qui se voulait "le seul JT de la culture" proposait une première séquence consacrée à l'actualité culturelle puis, une séquence critique. Cette deuxième séquence se différencie de la première (plus consensuelle) par le fait qu'elle affiche de réelles ambitions critiques, il s'agit de porter un jugement "éclairé" sur une œuvre. Comme dans bon nombre d'émissions (*Le journal du cinéma*, *Campus...*), la parole est laissée à des chroniqueurs reconnus,



venant souvent de la presse : Elisabeth Quin, Philippe Tesson, Alain Riou, Jacques Nerson pour *Rive droite-Rive gauche*, Josyane Savigneau, François Raynaert, Marc Weitzmann pour *Campus*... Ces "noms" de la presse écrite donnent à la critique télévisée toute sa légitimité. Mais si l'on peut admettre qu'un journal ou un magazine, porté par la personnalité de son rédacteur en chef, dise "on aime" ou "on n'aime pas", c'est encore loin d'être le cas à la télévision. Pour contourner cet obstacle, on va opposer deux chroniqueurs, l'un trouvant l'œuvre magnifique, l'autre lui trouvant tous les défauts du monde. La fin de cet "affrontement" est (trop) souvent sans surprise, l'animateur "candide" trouve un consensus entre les deux parties et résume les bonnes ou mauvaises raisons d'aller voir ou non l'œuvre critiquée.

Pourtant, on peut trouver quelques (rares) émissions dédiées à la critique artistique ne répondant pas à ce modèle. Mais ces émissions, de par leur (trop) grande spécialisation, légitime étant donné qu'il s'agit de critiquer une œuvre au sens fort de la critique (c'est-à-dire apporter une connaissance et porter un jugement), sont parfois inaccessibles pour le néophyte, ce qui les cantonne aux dernières parties de soirée ou aux chaînes thématiques. Nombre de ces émissions sont diffusées par la Cinquième, proclamée chaîne de la culture, on peut citer *Palettes* qui propose au téléspectateur de découvrir un peintre, une œuvre ou encore un mouvement pictural, *Cinéma de notre temps* qui va à la rencontre des auteurs qui ont marqué l'histoire du cinéma, *Opéra*, *Danse*, *Music planet2nite*, autant d'émissions qui, chacune dans leur domaine, propose aux téléspectateurs une vision plus profonde de la pratique artistique. Il apparaît donc qu'on peut critiquer les arts à la télévision. Reste à voir maintenant s'il peut y avoir une critique de la médiation télévisée de ces arts. En somme, si cette critique ne concerne non plus seulement d'autres médias, mais aussi (et surtout) la médiation TV elle-même.

### e) Peut-on dénoncer la médiation TV à la télévision ?

Depuis les origines, nombreuses sont les émissions qui ont affiché cet objectif noble : mettre la médiation TV sur la balance, évaluer le média techniquement et qualitativement, donner la parole aux contradicteurs, aux téléspectateurs. Seulement, si les émissions affichant cette ambition ont été, et sont de plus en plus nombreuses, il y a une grande différence entre les ambitions affichées et les résultats à l'écran. Pour illustrer notre propos, nous aborderons cette question au travers de deux émissions : *Face au public* et *Arrêt sur images*, plus précisément "l'affaire Bourdieu".

#### *Face au public*

Si l'on devait désigner un ancêtre commun aux émissions prismatiques, on choisirait sans aucun doute *Face au Public*, émission mensuelle de Jacques Locquin diffusée le dimanche après-midi (13h) de février 1971 à juillet 1972. Dix ans plus tôt, Igor Barrère et Etienne Lalou ont amorcé ce mouvement dans *Faire Face*, les objectifs annoncés sont clairs et un brin optimistes pour la télévision des années soixante. En effet, dès la première émission, Etienne Lalou s'adresse aux téléspectateurs en ces mots : "Il vous est certainement arrivé devant votre petit écran de vous dire "Ah, si je pouvais tenir les responsables, je leur demanderais des comptes." Eh bien, vous allez pouvoir les tenir, les responsables, vous allez pouvoir leur demander des comptes.<sup>67</sup>". L'émission ne passera pas le mois d'Avril, deux numéros auront suffi aux responsables de la R.T.F. pour comprendre qu'il peut être "dangereux" de laisser libre antenne aux téléspectateurs, et ce malgré l'extrême soin porté à la sélection des participants et des questions posées. Il aura donc fallu attendre dix ans et une certaine évolution du statut de la télévision et des rapports aux téléspectateurs pour que réapparaisse une émission consacrée à la médiation TV. Les seuls titres des deux émissions évoquent le climat et la manière dont sont abordées ces deux émissions.

---

<sup>67</sup> Propos rapportés par V. Spies (1998, p.177).

*Faire face* évoque la dualité, l'opposition, le déroulement de l'émission montrera que ce sont les responsables de la R.T.F. qui doivent faire face, au public, à leurs responsabilités. C'est peut être l'une des raisons qui ont précipité l'arrêt de l'émission, les dirigeants de l'époque n'ont pas envie de rendre des comptes, rien ne les y oblige et ce n'est pas encore dans l'air du temps. Les téléspectateurs ne sont pas encore des "cibles commerciales", la télévision est encore une affaire d'Etat et sa mission est surtout éducative et culturelle, donc "l'élève" n'a pas à demander de comptes aux professeurs.

*Face au public* évoque aussi le face-à-face, la confrontation, mais il s'agit là plus de répondre aux questions du public que de rendre des comptes. De fait, l'émission est essentiellement construite autour des questions des téléspectateurs auxquels les responsables de l'O.R.T.F. se font un plaisir de répondre. Mais peut-on pour autant parler de critique ? Pour pouvoir s'exercer, la critique a besoin d'un espace de liberté, elle doit pouvoir s'exprimer sans contraintes. Est-ce le cas dans *Faire face* ? Le magazine *Télé 7 jours* du 18 avril 1971 nous renseigne sur la sélection des questions : "*Face au Public* est précédé, deux fois par mois, par des soirées organisées dans des régions différentes, où les téléspectateurs, s'ils le désirent, peuvent proposer de participer à l'émission, en adressant une demande à la mairie de la ville où se déroule la soirée. Un jury régional, composé notamment de journalistes et de personnalités, sélectionne, après chacune des deux soirées, une dizaine d'interpellateurs dont les déclarations sont filmées et enregistrées. Ces enregistrements sont soumis à une sélection, effectuée à Paris, par un jury national, six à huit interpellateurs sont invités par l'O.R.T.F. à venir à Paris développer, en direct, leurs arguments et entendre les réponses". On peut difficilement faire plus compliqué ! De plus, sur le plateau, les téléspectateurs ne prennent quasiment pas la parole, on rediffuse simplement les questions qu'ils ont précédemment enregistrées. On peut aujourd'hui s'étonner de ces précautions extrêmes, surtout lorsqu'on voit que la grande majorité des questions touchent le *contenu des émissions* et tiennent plus de la demande d'information que d'une vraie critique du média et de l'institution. Cette

organisation digne des plus grands états totalitaires met en scène la parole du téléspectateur afin de proposer une tribune aux responsables de l'O.R.T.F.. Elle met aussi en exergue l'impossibilité de critiquer la télévision à la télévision, et ce pour plusieurs raisons.

D'une part, nous l'avons dit, la télévision est toujours, à cette époque, une affaire d'Etat, l'O.R.T.F. est placée sous la tutelle du ministre de l'information, donc la dimension politique n'est pas absente des débats. La télévision, outil de haute technologie, est le fleuron de l'Etat, la vitrine du gouvernement et du Président. Critiquer la télévision reviendrait tout simplement à critiquer la gestion de l'Etat d'un outil public. Dès lors, on ne peut laisser entendre de fortes contestations, et si remarque il y a, celle-ci doit être contrôlée, encadrée, de façon à ce que le mot de la fin appartienne à l'institution. Ce qui explique la brièveté des échanges et les explications interminables de responsables de l'O.R.T.F. aux questions des téléspectateurs.

D'autre part, à cette époque, la télévision est à une période charnière. Si elle réussit peu à peu à s'émanciper des autres médias comme la radio et le cinéma, elle n'est pas pour autant "mature". La télévision est toujours en quête de légitimité culturelle, artistique. Si elle cherche à s'affirmer en tant que compagne du quotidien, proche du téléspectateur, en mettant en scène le public dans ses émissions et, comble des souhaits, en lui permettant de "critiquer" les programmes, la technique...cela doit tout de même se faire sous contrôle strict. La télévision des années soixante-dix est encore en construction, donc nécessairement fragile, elle n'est pas encore prête à ce qu'on vienne l'ébranler de l'intérieur.

### *Arrêt sur images : l'"affaire Bourdieu"*

Faisons un bond de vingt ans, pour nous retrouver le 23 janvier 1996, jour "historique" où Pierre Bourdieu a voulu, à la manière de Maurice Clavel deux décennies plus tôt, dénoncer la médiation TV, les censures, et le média en lui-même en tant qu'instrument de domination symbolique. Disons-le tout de suite, une fois encore,

la forteresse n'a pas été prise, à peine ébranlée. Mais ce qui nous intéresse, à travers cet exemple, c'est de montrer que si dans les années soixante-dix la télévision avait besoin d'un attirail extérieur (sélections, contrôles...) pour "étouffer" la critique, elle dispose désormais de la puissance et des outils nécessaires pour que tout se passe à l'antenne. Cette stratégie renforce plus encore la *croyance* qu'il est possible de dénoncer la médiation TV à la télévision.

On peut, cependant, s'interroger : pourquoi y a-t-il eu une "affaire Bourdieu"<sup>68</sup> ? Pourquoi cette émission, la vulgate *Sur la télévision* et les différentes missives (*Analyse d'un passage à l'antenne, Réponse à Pierre Bourdieu*) ont-elles fait couler autant d'encre, suscité autant de réactions ? La question est réelle, puisque P. Bourdieu n'est pas le premier à dénoncer la médiation TV. A cela plusieurs explications possibles :

- Tout d'abord, et c'est une évidence, cela tient en grande partie à la personnalité de P. Bourdieu, "un des derniers grands intellectuels français". Chanté par les uns, décrié par les autres, il n'en reste pas moins que lorsque P. Bourdieu parle, on l'écoute ! Dans sa *Réponse à pierre Bourdieu*, D. Schneidermann caricature la position du sociologue en le présentant comme une icône, lui reprochant du coup une certaine "mégalomanie". Mais peut-il en être autrement ? Certes, la parole de P. Bourdieu n'a rien de sacré, mais elle pèse de par la reconnaissance dont il jouit au sein de la communauté intellectuelle. Alors peut-on reprocher à Bourdieu d'être Bourdieu ? Peut-on lui reprocher d'incarner, peut-être malgré lui, la caricature de l'intellectuel français ? Et n'est-ce pas aussi le rôle qu'on lui demandait de jouer ?
- L'émission est aussi un "duel au sommet", l'"affrontement" tant attendu des têtes d'affiche des champs scientifique (pour ne pas dire intellectuel ou universitaire) et médiatique, gardiens respectifs de la culture savante et de la culture de flot. Et c'est un fait acquis, la télévision jouit aujourd'hui d'une légitimité à produire des événements et œuvres culturels, elle s'est affranchie du "contrôle" des institutions

éducatives et scientifiques. Le sociologue qui défie les vedettes du petit écran sur leur propre terrain, encore fallait-il qu'il en connaisse toutes les règles ! C'est sans doute l'erreur principale de Bourdieu, sa trop grande "naïveté" (volontaire ou non) dans son approche de l'émission, sa non-maîtrise des codes et du langage télévisuels.

- Autre raison majeure : l'intervention de P. Bourdieu touche à l'expertise du monde médiatique, ceci est très justement souligné par J. Walter lorsqu'il dit : "De ce point de vue, *Sur la télévision* fait événement. Il dérange un tropisme voulant que la « critique » du média appartienne, *in fine*, aux médiateurs professionnels, qui ne forment d'ailleurs pas un corps homogène." (J. Walter : 1998, p.78). Si l'on observe l'ensemble des « critiques », on s'aperçoit que l'on sort rarement du cercle journalistique ou des professionnels de l'image, il n'y a pas de place, dans les médias, pour la critique extérieure, émanant notamment du champ scientifique. Ce système clos interdit toute dénonciation et réduit toute démarche critique à une "critique positive", par le biais de ce que J.C. Guillebaud nomme les "courtoisies croisées".

Point capital : la télévision dispose aujourd'hui de la puissance et des outils nécessaires pour accueillir ses contradicteurs en son sein et complètement "digérer" leurs discours. Les impératifs de vitesse et de flux, le format très court des émissions, le montage en post-production sont autant de freins au développement d'un discours savant à la télévision où l'unité de base comme le dit D. Schneidermann est le "coup de cœur" ou le "coup de gueule". De ce fait, dans le langage télévisuel, la parole de l'expert ou du savant est essentiellement *démonstrative*. "Il faut cependant préciser que cette parole démonstrative est fortement édulcorée du fait de son passage par l'instance médiatique. Soit que celle-ci la transforme par des reformulations ou même par un certain montage citationnel qui lui enlève toute puissance explicative et la relègue au rang d'alibi explicatif. Soit que l'expert lui-même ait appris à parler selon l'imaginaire de simplicité qui est entretenu par la machine télévisuelle, ce qui a pour effet de lui

---

<sup>68</sup> Pour plus de détails sur les tenants et aboutissants de cette "affaire", le lecteur peut visionner le film

donner un statut de spécialiste-vulgarisateur, qui parle non plus de son point de vue de savant, mais du point de vue, popularisé, de la machine télévisuelle." (P. Charaudeau : 1998, p.262). P. Bourdieu pensait-il qu'on le laisserait librement s'exprimer sans l'interrompre ou a-t-il volontairement laissé la machine télévisuelle "étouffer" sa démonstration afin de montrer avec plus de force encore la réalité de son propos ?

Autre outil puissant dont dispose la télévision : le recyclage. Nous l'avons dit, une des caractéristiques principales de la télévision est qu'elle est un média *sériel*, et cette émission en est l'illustration parfaite. Outre la première diffusion, l'émission est reprogrammée le dimanche après-midi de la même semaine (ce qui est le cas pour toutes les émissions), mais contrairement aux émissions régulières, celle-ci va faire l'objet de multiples diffusions (mars, avril de la même année) et même d'une diffusion en prime time à l'occasion du décès du sociologue qui consacrera définitivement l'émission en tant que *moment de télévision*. Cette répétition fait de l'émission un *spectacle*, une pièce de théâtre déjà vue, dont on connaît la fin et les dialogues. Dès lors, on s'intéressera moins au fond qu'à la forme, au jeu de l'"acteur", aux mimiques, aux enchaînements.

Autre procédé utilisé : la *relecture prismatique*, le 13 mars 1996, où l'émission du 23 janvier fera l'objet d'un "décryptage". Ce *flash back* permet de produire du discours sur le discours, d'interpréter la parole bourdieusienne (on n'est pas loin de l'exégèse) et les attitudes du sociologue. Bien entendu, ni P. Bourdieu, ni aucun "bourdieusien" n'est présent sur le plateau et l'émission prend les allures d'un règlement de comptes. Cette pratique qui n'est pas l'apanage des seules émissions prismatiques permet "d'avoir le dernier mot", d'interpréter tout propos ou position, si bien que, quelle que soit la force de la critique, elle peut être nuancée, voire reprise comme un argument contre son auteur.

Nous l'avons vu, si le média offre techniquement toutes les possibilités pour expliquer, critiquer, dénoncer, et que le discours dominant est à la transparence,

l'autocritique, la réalité est toute autre. Dans les faits, le pouvoir de captation de l'image, les logiques de flux et de vitesse, les "courtoisies croisées" étouffent toute velléité critique. Si la télévision peut devenir critique de cinéma, elle ne peut guère devenir critique de la médiation TV du cinéma. Pourtant, les émissions prétendant décrypter, analyser la médiation TV sont de plus en plus nombreuses. Il nous faut désormais décrire le fonctionnement de ces émissions prismatiques et des outils qu'elles utilisent pour faire croire à une réflexivité, synonyme de transparence.



# DEUXIEME PARTIE :

## Le retour sur soi

*" Décidément, rien ne s'arrange du côté de la terminologie. D'aucuns en concluront : « Vous n'avez qu'à parler comme tout le monde. » mauvais conseil : de ce côté-là, c'est encore pis, car l'usage est pavé de mots si familiers, si faussement transparents, qu'on les emploie souvent, pour théoriser à longueur de volumes ou de colloques, sans même songer à se demander de quoi l'on parle. "*

*(G. Genette)*

# CHAPITRE 1 : Le métalangage

Après avoir brièvement parcouru le champ de la critique de télévision, il apparaît clairement qu'elle ne peut que difficilement s'exprimer. Il nous faut désormais tenter de mettre à plat la notion de réflexivité, et vérifier s'il y a bien une forme réflexive là où on a prétendu en voir, c'est-à-dire à peu près partout. C'est pourquoi, il nous faut retourner aux sources. Pour cela, il semble vain de vouloir isoler le terme réflexivité et travailler sur son seul sens. Au contraire, il faut inscrire cette recherche dans un ensemble plus grand, plus à même de rendre compte de l'hypercomplexité des phénomènes observés. Ceci fait, nous proposerons un modèle théorique de fonctionnement du prisme. Nous avons choisi d'étudier ces notions à travers deux grands axes que sont le métalangage et la transtextualité. Métalangage, car il s'agit toujours de « parler de », de soi, des autres, des choses...et transtextualité, car la réflexivité et la prismaticité s'inscrivent toujours dans le cadre d'une répétition, d'une citation, d'un assemblage. Nous verrons que la caractéristique propre à ce type d'émissions est qu'elles se construisent en fonction des émissions sources qui forment l'hypotexte de l'émission prismatique. La première partie, sur le métalangage, visera surtout à montrer que la notion de réflexivité est difficilement applicable à la sphère télévisuelle. Tandis que la deuxième partie assoira la notion de prisme sur l'étude de la transtextualité.

## I) Sources du métalangage

Pour remonter aux sources de la notion de réflexivité, il nous faut (nécessairement) passer par une approche linguistique que nous introduirons à travers la deuxième édition de l'ouvrage de Josette Rey-Debove : "*le métalangage*" (1998) car il propose une palette assez large des différents travaux menés dans le domaine et un retour sur le cheminement de l'auteur concernant la question du métalangage. Cet ouvrage répond aussi aux différentes critiques faites après sa première parution. De

plus, précise l'auteur "c'est le seul ouvrage de linguistique sur ce sujet", autant dire qu'on ne peut l'ignorer.

Si l'on s'attarde un tant soit peu sur l'évolution du concept de métalangage à travers le temps, on s'aperçoit qu'il n'a jamais fait l'unanimité chez les chercheurs et philosophes. Dans les années soixante, les linguistes portaient peu d'intérêt au métalangage, on remarquait seulement que certains mots désignaient des choses et d'autres mots désignaient des mots. On les nommera donc : mots métalinguistiques.

Contrairement à d'autres systèmes, le langage est à la fois capable de décrire des systèmes non langagiers et de se décrire lui-même. On remarque ainsi qu'un article de dictionnaire est un discours sur le mot où le métalangage se révèle.

" Chacun de nous, quel que soit son propos, recourt nécessairement à cette fonction métalinguistique lorsque des commentaires sur le dire sont indispensables à la communication, notamment lorsqu'il faut ajuster le discours à ce qu'il est censé désigner et signifier. ". (Rey-Debove : 1997)

Nous verrons plus tard, à travers l'analyse, que ces deux fonctions de commentaires et d'ajustements verbaux occupent une grande place dans la construction des émissions prismatiques.

Le métalangage pose un problème aux linguistes, car c'est une nouveauté dans la discipline, empruntée aux logiciens du Cercle de Vienne (Tarski, Carnap). Les linguistes se retrouvent donc aux prises avec une notion qui n'est pas propre à leur domaine et qui n'y est pas encore intégrée. On renoue ainsi avec une tradition quasiment disparue depuis le quatorzième siècle.

Bien avant cela, nombre de penseurs, grammairiens, philosophes se sont penchés sur la question du métalangage et du "méta" en général. Panini (début du IV<sup>e</sup> siècle av. J.C.) évoque l'existence des mots autonymes et des mots métalinguistiques.

Plus tard Augustin (IV – V siècle) élabore une théorie sémiotique du signe et mène très loin l'analyse du signe dans le métalangage. Malgré tout, les recherches dans ce domaine vont se faire plus rares au Moyen Age où l'on ne note que quelques traités peu repris par les penseurs de l'époque. Mais à la fin du 19ème siècle, l'intérêt pour le " méta " revient grandissant sous l'impulsion des sciences logico-mathématiques, le mot "métalinguistique" n'apparaissant que dans les années soixante.

Dans l'optique d'une analyse de l'image, il est très intéressant de constater que dans le métalangage et en linguistique en général, le rapport à la vérité est faussé.

" La vérité en linguistique est remplacée par l'acceptabilité, les discours acceptables exprimant à loisir le vrai et le faux. " (Rey-Debove : 1997, p.8)

On met donc en place une typologie des niveaux de langage dans laquelle on différencie le langage-objet et le métalangage. Le langage-objet étant soit l'objet d'étude, soit le langage qui parle des objets. Notons la confusion qui peut régner dans la dénomination de l'objet d'étude et les erreurs que cela peut entraîner. Cette confusion, nous la retrouverons en étudiant plus précisément la prismaticité télévisuelle. Le métalangage, lui, est défini, soit comme l'instrument d'étude, soit comme le langage parlant du langage. Le métalangage est donc un langage dont « le signifié est un langage, un autre ou le même ». Mais cette étude du métalangage engage forcément une description différente du langage, par le changement du point de vue, et la mise à nu de la structure de la langue.

J. Rey-Debove définit aussi le lexique comme étant l'ensemble des mots d'une langue. Ce lexique appartient à la langue, il relève du système et de la norme et non pas du discours comme phénomène individuel. Ce lexique comprend donc un ensemble de mots mondains (destinés à parler de ce qui n'est pas le langage), un ensemble de mots métalinguistiques (destinés à parler du langage), et un ensemble de mots neutres. Pour adapter ceci à une étude sur la prismaticité télévisuelle, nous dirons qu'il existe aussi un lexique comprenant un ensemble de formes : ensemble des

dispositifs, des échelles de plans, des mouvements de caméra, des modes de diffusion... repérables au sein de l'image. La difficulté est de classer ces différentes formes sous ces trois ensembles : mondain, méta-, et neutre, si tant est que cela soit possible.

" Le mot métalinguistique est un mot destiné à parler du langage, ou un mot polysémique, qui dans un de ses sens parle du langage ; tout mot neutre peut acquérir, par le contexte une valeur métalinguistique, mais ce n'est qu'un effet de contexte, non un sens particulier. " (J. Rey-Debove : 1998, p.29)

Les mots seraient donc porteurs de sens (un ou plus) qui ne se manifesteraient qu'en contexte ; en somme, c'est le contexte qui va fixer le sens du mot. Le contexte est nécessaire pour permettre le sens du mot, "car un mot sans contexte c'est généralement un mot dont on parle". (J. Rey-Debove : 1998, p.112). Donc pour parler d'un mot ou d'une forme, il faut l'extraire de son contexte, tout du moins l'extraire pour le placer dans un contexte où ce que l'on vise n'est pas le sens, mais le mot lui-même.

" On peut valablement distinguer deux types de discours, correspondant à deux univers du discours, l'un sur ce qui n'est pas le langage (traditionnellement étudié par les linguistes) et l'autre sur le langage. " (Rey-Debove : 1997, p.21)

C'est à partir de là qu'il faut étudier un possible prolongement de cette typologie à des domaines comme la littérature, le cinéma ou la télévision. En d'autres termes, suffit-il à un film de montrer à l'écran la construction d'un film, ou à une émission de montrer les coulisses de la télévision pour être classée dans la catégorie "méta". Rien n'est moins sûr, nous verrons que ce qui peut apparaître sous certains aspects comme métalinguistique, ne contient pas de discours sur le langage, mais est, comme la plupart des émissions prismatiques, essentiellement construit autour de la citation.

Nous verrons plus tard que la réflexivité, si tant est qu'elle puisse exister, doit obligatoirement passer par un retour sur soi, et la construction d'un discours sur la construction même de l'objet.

Mais si le " méta " existe, on peut s'interroger sur son utilisation et son utilité :

" L'usage métalinguistique naît d'une nécessité pratique de communication et de distanciation tout à la fois (mieux communiquer et mieux se cacher) et satisfait aussi un besoin ludique. " (Rey-Debove : 1997, p.23)

Là encore il nous semble y avoir des éléments très pertinents pour la compréhension du fonctionnement de ce type d'émission. Nous intégrerons plus tard ces trois pôles pour un essai de classification : communication, distanciation, ludicité.

## **II) La réflexivité en linguistique**

Il semble primordial d'analyser la position des linguistes sur la notion de réflexivité.

" Pourquoi qualifier de réflexif un mot dont les relations de signification s'établissent aussi bien entre lui et lui-même, qu'entre lui et d'autres unités ? (...) Pour que (une) unité soit réflexive, il faudrait qu'elle se signifie partiellement elle-même (autonymie) et que ce signifié définition de l'unité apporte (une) information (sur une autre unité qui l'accompagne ou sur une unité de rang supérieur) " (Rey-Debove : 1997, p.54)

Si l'on replace cette définition dans le contexte d'une émission, pour qu'elle soit effectivement réflexive, il faudrait qu'elle se désigne, se signifie et produise un discours sur sa propre construction qui serait l'apport informatif exigé. C'est pourquoi les simples rediffusions d'émissions anciennes ne sont pas classées parmi les

émissions réflexives. De plus, il faudrait que l'émission se regarde regardant ou faisant. Une émission très proche du modèle réflexif est *Arrêt sur images* qui se prend parfois<sup>69</sup> comme sujet d'analyse. On pourrait croire au premier abord qu'il s'agit là de l'exemple parfait de l'émission réflexive. Pourtant, elle est loin de remplir toutes les conditions précédemment citées. En effet, même si l'on peut supposer qu'elle se signifie partiellement elle-même par la reproduction d'une émission à l'autre du même dispositif, elle ne saurait en aucun cas se désigner elle-même (du moins cela n'a pas été fait au cours de l'émission), c'est-à-dire parler de la construction de l'émission au moment même où elle se fait. Car, même si l'on prétexte que les émissions forment un ensemble homogène, chaque occurrence est une unité à part entière et pourrait exister indépendamment des autres. Elle apporte donc des informations sur l'unité qu'elle accompagne (l'émission précédente), mais ne désigne pas elle-même.

Si je dis : " Paul se regarde ", c'est de la réflexivité puisqu'il y a un mouvement de retour sur le sujet. Mais dans l'application, cette affirmation ne saurait être vraie, car Paul ne peut se saisir totalement mais seulement fixer une partie de lui-même. Alors comment ce qui est impossible au niveau d'une unité comme le signe ou d'un sujet défini comme Paul saurait-il être vrai pour un ensemble complexe et hétérogène :

" On dit abusivement (...) que le signe se désigne lui-même ou se signifie lui-même, cette façon de parler est d'autant plus dangereuse qu'elle a toutes les apparences d'une nette appréhension du phénomène : la réflexivité partielle est perçue comme totale. (Or) le signe ne se signifie jamais, ou un signe ne signifie jamais ce qu'il est, (...) le signe signifie toujours moins que ce qu'il est. " (Rey-Debove : 1997, p.131)

Dire "le signe se signifie, se désigne lui-même" implique l'ensemble du signe et exprime une réflexivité totale, ce qui est impossible. Une autre erreur consiste à considérer comme métalinguistique toute phrase contenant un signe métalinguistique, car sa seule présence ne suffit pas à définir la phrase métalinguistique. De la même

---

<sup>69</sup> Ce fut notamment le cas pour la dernière émission de la première saison, mais aussi après la venue de P.

façon, il ne suffit pas de repérer une forme méta au sein d'une émission pour la qualifier de réflexive. L'erreur la plus souvent commise est de considérer qu'à partir du moment où l'énonciateur apparaît, d'une manière ou d'une autre, au sein de la phrase ou de l'émission, on peut y voir une forme de réflexivité, mais :

" l'autoréférence ne peut être le fait que d'une phrase métalinguistique, puisque la phrase est censée renvoyer à elle même (et) (...) la référence au signe employé n'est que partielle (réflexivité partielle). " (Rey-Debove : 1997, p.172)

Si l'on reprend l'exemple de l'auteur, soit la phrase :

/la phrase que j'écris ici manque d'intérêt/

On a bien une apparition (brève) de l'énonciateur, malgré tout, "l'expression de l'ego hic et nunc dans une phrase, pour la situer, n'implique pas l'autoréférence. " (Rey-Debove : 1997, p.173). En d'autres termes, la simple conscience linguistique n'est pas un métalangage.

" En résumé, les phrases dites autoréférentielles tombent sous le coup de deux interdictions : aucune phrase ne peut désigner un signe (donc une phrase) et aucun signe (donc aucune phrase) ne peut se désigner lui-même. (...) on doit préciser, dans le cas où la phrase *Cette phrase contient cinq mots* « réfère à elle-même » qu'elle n'y réfère que par l'entremise nominale de *cette phrase*. L'autoréférence n'est que partielle au sens où c'est une partie seulement de la phrase qui permet de la désigner, cette partie étant le produit d'une coupe." (Rey-Debove : 1997, p.176)

Deux choses semblent essentielles pour étudier la réflexivité. D'une part, pouvoir identifier l'énonciateur ; en effet, s'il doit y avoir un retour sur soi, il faut pouvoir identifier le soi. Il faut différencier l'émetteur/énonciateur, du producteur responsable de l'énoncé, de l'informateur, sous peine d'attribuer une énonciation à la



mauvaise *personne* et fausser le résultat de l'analyse. D'autre part, délimiter clairement l'espace-temps de l'énonciation. Soit la phrase : /j'écris./, le pronom *je* renvoie à l'énonciateur principal, moi en l'occurrence, et ceci au sein d'une phrase délimitée par sa ponctuation et son nombre de caractères. Mais tout se complique, lorsqu'on a affaire à une citation :

"Le fait que le discours rapporte les paroles d'un autre (l'autre étant éventuellement soi-même à un autre moment), exclut la simultanéité des énonciations, si on entend par simultanéité le fait de figurer dans la même phrase. " (Rey-Debove : 1997, p.215)

Lorsque je rapporte une phrase, même si je reprends mes propres mots, il n'y a dès lors plus de simultanéité qui apparaît comme une condition à l'existence de la réflexivité. Je ne peux que me livrer à un collage de deux énonciations, comme dans l'exemple que nous avons donné d'*Arrêt sur images*, qui même en reprenant ses propres images, ne peut pourtant pas prétendre être réflexif.

Là encore on s'aperçoit que, même pour la plus petite unité signifiante, la notion de réflexivité doit être employée avec beaucoup de précautions et dans bien des cas, elle est employée abusivement. C'est donc que ce que l'on croit relever de la réflexivité recouvre une autre réalité qui repose, soit sur un autre concept qui demande à être expliqué et explicité clairement, soit sur une mauvaise approche définitionnelle.

Il nous semble qu'il peut y avoir un élément de réponse dans cette dernière définition donnée par J. Rey-Debove :

" A toute séquence du type X, on peut rapporter une séquence du type Y, qui est la périphrase de X, au mieux une périphrase définitionnelle. " (Rey-Debove : 1997, p.158)

Donc on peut redire la même chose, sans pour autant se placer à un niveau de discours supérieur, et ce, même si la périphrase apporte des éléments de définition qui aident à comprendre la première proposition.

On n'a donc pas affaire, dans la majeure partie des cas, à une forme de métalangage, mais plutôt à une paraphrase du langage-objet (langage sur les choses et non pas langage objet d'étude). C'est l'introduction d'un segment ancien au sein d'un nouveau contexte qui va amener un rajout de sens ou une nouvelle interprétation de la séquence, et ceci toujours selon trois axes définis plus haut : communication, distanciation, ludicité.

### **III) Réflexivité et mise en abyme**

Il est curieux de constater que, pour la télévision, on parle de réflexivité avec peu de retenue. Nous avons vu qu'en linguistique on ne pouvait avoir affaire qu'à une réflexivité partielle dans certains cas, mais jamais à une réflexivité totale. C'est pourquoi le terme est rarement usité. Il en est de même dans d'autres domaines, où la notion de réflexivité ne fait pas recette, et où la notion et le terme sont peu ou pas employés. Dans des domaines comme la littérature, la peinture, le théâtre et le cinéma, c'est le concept de *mise en abyme* qui s'est imposé. Nous essaierons donc de voir quels sont les différences et les points communs entre les deux notions.

#### **1) La mise en abyme ?**

Comme pour la réflexivité, on trouve trace de réflexions sur la mise en abyme depuis l'antiquité. Mais c'est André Gide qui va la nommer ainsi pour la première fois en 1891. Il s'inspire pour en poser les bases théoriques, du blason :

" J'aime assez qu'en une œuvre d'art on retrouve ainsi transposé, à l'échelle des personnages, le sujet même de cette œuvre.(...) procédé du blason qui consiste, dans le premier à en mettre un second « en abyme » " (Gide : 1893, p.41)

La mise en abyme serait donc la réplique miniature de soi en soi, ce qui, au sens strict, n'est possible qu'avec des objets nettement délimités comme le blason, le tableau. Ce procédé permet de mettre en avant la structure formelle de l'œuvre. A la suite de Gide, l'appellation /abyme/ a fait couler beaucoup d'encre, certains allant même jusqu'à dire que toute cette théorie reposait sur une fausse métaphore. Comme la réflexivité, la mise en abyme est victime de ses connotations, de son sens métaphysique. En effet, l'abyme induit cette idée d'infini, idée qui n'était pas visée par l'auteur qui l'employait comme simple terme technique. On s'aperçoit alors que la plupart de ses usagers confondent (comme pour la réflexivité) sous un même terme des réalités distinctes.

Mais Lucien Dällenbach (1977) en donne une définition plus large :

" est mise en abyme tout miroir interne réfléchissant l'ensemble du récit par reduplication simple, répétée ou spéculaire " (Dällenbach : 1977, p.52)

ou encore

" (est mise en abyme) toute enclave entretenant une relation de similitude avec l'œuvre qui la contient. " (Dällenbach : 1977, p.18)

Dans la mise en abyme gidienne, il y a une analogie nécessaire entre le contenu thématique du récit cadre et celui du récit enchâssé, alors que pour L. Dällenbach, la définition est plus large et inclut toute duplication intérieure partielle ou non, toute œuvre dans l'œuvre. De ce fait, la mise en abyme peut emprunter des formes diverses que l'on pourrait schématiser de la sorte : roman dans le roman, roman du roman, roman du roman du roman. Il y a donc un rejet de la mise en abyme au sens strict

(comme on peut la voir, trivialement, sur les boîtes de *Vache qui rit*) refus de confiner cette notion à la seule idée d'infini qu'elle inspire, au roman gigogne. L. Dällenbach se rend compte de l'application limitée de la théorie gidienne en étudiant des tableaux de Velasquez et de Van Eyck, tous deux considérés comme des maîtres dans l'art de jouer avec les miroirs au sein de l'œuvre. Mais l'on s'aperçoit que ces miroirs ne reproduisent pas le sujet de l'œuvre, ils n'en reflètent qu'une partie et servent plutôt à révéler ce qui n'entre pas dans le champ principal de la vision proposée.

C'est une des raisons qui conduisent L. Dällenbach à progressivement délaisser l'appellation mise en abyme au profit d'un terme plus général qui regrouperait tout texte utilisant le procédé : *le récit spéculaire*. Il définit aussi ce que serait la specularité ou la réflexivité :

" Une réflexion est un énoncé qui renvoie à l'énoncé, à l'énonciation, ou au code du récit. " (L. Dällenbach : 1977, p.62)

La réflexivité est perçue comme "retour de l'esprit (du récit) sur ses états et sur ses actes". C'est L. Dällenbach qui ajoute */récit/* à cette définition, ce qui pose le problème du sujet de la réflexion, car si l'on veut bien admettre d'un individu qu'il réfléchisse sur ses états et ses actes, il semble excessif de plaquer cela sur la notion de récit. C'est là tout le danger de faire du récit (ou de la télévision) un sujet, car le récit (comme la télévision) n'est que le lieu d'énonciation du discours.

Tout énoncé réflexif fonctionnerait donc sur deux niveaux : celui du récit, où il continue de signifier comme tout autre énoncé ; celui de la réflexion, où il intervient comme un élément de méta-signification permettant au récit de se prendre pour thème.

"un énoncé réflexif ne devient tel que par la relation qu'il avoue avec l'un ou l'autre aspect du récit " (L. Dällenbach : 1977, p.63)

On définit, ici, comme pour la réflexivité télévisuelle, la réflexivité comme étant une partie faisant référence au tout, ou une partie faisant référence à une autre partie du tout. Mais si l'on veut bien revenir aux conditions que nous avons posées lors de l'approche linguistique, on s'aperçoit que cette définition ne les remplit pas. Suffit-il, par exemple, de dire au lecteur "Paul ne s'est jamais remis de l'accident que nous avons décrit à la page 5" pour qu'on ait affaire à une forme de réflexivité ? Non, car il n'y a pas cette simultanéité spatio-temporelle, et faire apparaître une forme de l'énonciation n'est pas suffisant.

Mais admettons cela pour l'instant. On pourrait se dire que c'est à cette définition que se réfèrent les études sur la réflexivité à la télévision et que, de tout point de vue, elle est acceptable. Car elle ne prétend pas à une réflexion totale et, d'une certaine manière, elle se désigne elle-même. Mais on ne peut l'accepter, du moins pour l'analyse télévisuelle. Car ce dont parle Dällenbach, c'est d'une réflexivité au sein d'une même œuvre, d'un dédoublement, au niveau de l'énoncé (l'histoire), de l'énonciation (qui raconte l'histoire ?), ou des codes du récit (comment on raconte l'histoire). Tout ce qui sort de l'œuvre ne peut être considéré comme une réflexion, mais plutôt comme une forme hypertextuelle définie par G. Genette (*Palimpsestes*).

Dans le même ouvrage L. Dällenbach pose les conditions d'existence de la mise en abyme et de la réflexivité (en tant que retour sur soi) :

"C'est l'ensemble du texte qui donne sens à chacun de ses segments et l'on ne saurait par conséquent attribuer valeur réflexive à telle ou telle séquence à moins d'y être autorisé par la totalité du récit. Le second, qui lui est complémentaire, engage à ne pas pratiquer d'allégorèse réflexive sur des textes où la réflexivité ne se trouverait pas thématisée et ne donnerait point la garantie d'une certaine systématité. "

(Dällenbach : 1977, p.70)

" Il n'y a de mise en abyme que si l'on indique dans l'œuvre même la specularisation en cours, plus précisément : qu'on prenne cette dernière pour matière de l'acte qu'on accomplit. " (Dällenbach : 1977, p.28)

Cela montre qu'on ne peut affirmer voir de la réflexivité partout et qu'on doit y être autorisé par le récit, donc l'auteur, qui doit indiquer au sein de l'œuvre, par divers moyens, qu'on est en présence d'une forme spéculaire et que cette partie du récit peut être lue comme telle. On écarte du même coup, la prétention d'isoler un passage qui ne présente aucun signe visible de specularisation et de lui attribuer une quelconque valeur réflexive. D'autre part, le récit doit se nourrir de sa propre matière pour prétendre être mis en abyme. Il ne s'agit pas de faire référence à quelque chose en dehors du récit.

Nous ajouterons à cela, dans certains cas, une connaissance préalable du spectateur. Prenons l'exemple d'un tableau représentant un peintre en train de peindre une femme. Si j'ai une connaissance préalable de l'identité du peintre et des conditions dans lesquelles la toile a été peinte et que cela correspond à ce qui est représenté, il y aura un phénomène de mise en abyme.

"A l'égal de l'enclave héraldique, l'énoncé réflexif doit s'entourer d'une « bordure »." (Dällenbach : 1977, p.65)

Bien que Dällenbach nuance l'idée d'une nécessité absolue d'un cadre dans le cadre (ce qui est aussi notre avis), c'est du moins le procédé le plus usité et le plus évident. Il indique le passage à un autre mode au niveau du récit, de l'énonciation ou des codes du récit.

## **2) La peinture**

En peinture, dans les œuvres les plus connues de peintres comme Velasquez, Van Eyck, Memling, on utilise la médiation du miroir pour introduire une mise en abyme qui n'est que partielle. Le miroir permet de voir une partie de ce qui n'est pas visible, par exemple le dos d'un personnage peint de face. Bien souvent, la présence de ce seul miroir conduit les uns et les autres à voir dans l'œuvre une mise en abyme, alors qu'il n'en est rien. Certes, ce procédé peut conduire à cela, mais il n'est pas une condition suffisante, malgré tout, cela a permis de repenser la perspective et les modes de représentation. On rencontre plus rarement de mise en abyme "totale" : le peintre se représentant à l'œuvre, reproduisant fidèlement la position qui est la sienne.

## **3) Le théâtre**

Au théâtre, on cite souvent *Hamlet* comme exemple de la mise en abyme classique, au sein de l'histoire, la pièce racontant la fabrication d'une pièce. Seulement, il ne s'agit pas réellement d'une mise en abyme gidienne. Car elle ne reflète pas le véritable sujet de la pièce qui traite des péripéties de Gonzague ; au contraire, elle ouvre sur autre chose. Mais on peut trouver des formes inédites de mise en abyme chez Brecht, lorsque surgit un acteur avec un panneau sur lequel est inscrit : "Pense public". Par ce procédé on modifie la position du spectateur en le poussant à voir les artifices, à ne pas se laisser noyer dans l'histoire, à mettre un cadre autour de la scène.

## **4) Le cinéma**

Au cinéma, un des grands théoriciens de la mise en abyme cinématographique est Christian Metz (*Essais sur la signification au cinéma*). Dans cet ouvrage, il

consacre un passage à l'analyse de *Huit et demi* de Fellini. Il y reprend la conception gidienne et explique que *Huit et demi* est le seul film méritant cette appellation de mise en abyme, voire d'une double mise en abyme. Il s'en explique ainsi :

" Nous n'avons pas seulement ici un film sur le cinéma, mais un film sur un film qui aurait lui même porté sur le cinéma ; pas seulement un film sur un cinéaste, mais un film sur un cinéaste qui réfléchit lui-même sur son film. " (Metz : 1971)

Il pose donc une différence très intéressante qui devrait attirer l'attention de tous les analystes d'émissions "réflexives". Montrer un film dans un film est différent de parler dans un film de ce film-même en train de se faire. C'est là toute la différence entre citer une séquence télévisée et se prendre soi-même comme objet d'analyse, ce qui ne serait encore qu'une forme de réflexivité partielle.

## **5) La littérature**

Dans la littérature, le mouvement du Nouveau Roman a redécouvert la mise en abyme, pratiquée par des auteurs célèbres comme Gide ou Proust. Dans le roman, la mise en abyme prend des formes différentes, elle peut évoquer non seulement l'histoire, mais le mode de fonctionnement matériel de l'histoire, sa production ou sa texture.

Dans tous ces domaines, la notion de réflexivité n'est pas usitée si ce n'est pour évoquer le retour sur soi. Mais on ne proclame nullement que dans ces œuvres, la peinture parle de la peinture, ou le cinéma parle du cinéma... De même, les notions de réflexivité et de mise en abyme sont trop marquées par les sens métaphysiques qu'elles inspirent, ce qui conduit (trop) souvent à exagérer l'application et la portée d'un phénomène. Nous avons vu, par exemple, que cela pouvait mener à faire de la télévision un sujet, qui plus est un sujet tenant des discours sur ses propres pratiques. C'est pourquoi, il nous semble nécessaire de nous doter d'un nouvel outil d'analyse,



vierge de toute extrapolation métaphysique et assez puissant pour prendre en compte l'exceptionnelle complexité et hétérogénéité de l'objet télévision. C'est à cet effet que nous introduisons la notion de *prisme télévisuel*.

#### **IV) La citation**

Avant d'aborder pleinement la notion de prisme, il nous faut faire un dernier détour théorique par l'étude de la citation, plus précisément de la citation audiovisuelle, afin de disposer des outils nécessaires à l'étude des émissions prismatiques.

##### **1) La citation audiovisuelle**

La notion de prisme donne toute son importance à la citation qui est à la base de toute construction. En effet, là où les théories réflexives ont fait l'économie d'un travail approfondi, nous proposons au contraire, un retour aux définitions de base de la citation. Nous utiliserons, comme annoncé en introduction, les travaux de M.F. Chambat-Houillon (1998) qui présentent un panorama assez complet des formes citationnelles et qui, avant nous, interroge l'énonciation télévisuelle et la réflexivité :

"Par l'analyse du fonctionnement signifiant des citations, notre préoccupation fondamentale est de comprendre les enjeux télévisuels sous une dimension discursive et de remettre en cause le mythe des "images qui parlent d'elles-mêmes"." (M.F. Chambat-Houillon : 1998, p.8)

L'auteur rappelle une définition générale de la citation :

"D'ordinaire, la citation se conçoit comme la répétition d'un passage d'un texte dans un autre. Elle se compose de la reproduction d'un syntagme textuel dans un

contexte qui ne lui était pas au départ destiné. Par l'insertion d'un fragment, elle met en relation un texte cité et un texte citant. D'emblée, la citation se définit sous le signe de la dualité." (M.F Chambat-Houillon : 1998, p.7)

Il y a donc une dualité entre le texte cité et le texte citant. Travailler sur la citation, c'est étudier les modalités d'insertion du texte cité et les caractéristiques du texte citant. Cette dualité est à la base de l'hypercomplexité qui entoure les pratiques prismatiques. Mais on ne peut se contenter d'une définition type, trop générale dans ses acceptions, il nous faut nécessairement restreindre son application à la sphère audiovisuelle, en prenant en compte les spécificités du média et en quoi elles influent sur la citation. Parmi les caractéristiques principales du média télévision, l'une est qu'il peut tout citer : du texte, du son, de l'image fixe, de l'image animée, des "nouvelles images"... C'est pourquoi l'auteur s'intéresse : "aux pratiques citationnelles, quelle que soit la nature de leur texte cité, dans le discours télévisuel, désormais considéré comme le texte citant. *Les citations télévisuelles sont des citations réalisées par le discours des émissions*<sup>70</sup>." (M.F Chambat-Houillon : 1998, p.7)

"La citation audiovisuelle (relève) de l'extrait. Celui-ci est lié à l'œuvre qui l'a abrité préalablement, qui de ce fait se trouve impliquée, pointée par lui, à l'instar de la citation tirée vers son contexte premier." (M.F Chambat-Houillon : 1998, p.53)

Il semble qu'il faille préciser encore cette proposition. Soit l'extrait renvoie à l'œuvre qui l'a abrité, mais ce renvoi ne fonctionne pas partout avec la même intensité. Dans le cas de *l'Hebdo du médiateur*, ce lien est très fort, tout dans l'émission renvoie, directement ou non, au JT. Par contre dans les *Enfants de la télé*, ce lien est moins perceptible, on pourra repérer l'émission source de l'extrait par une indication verbale, ou écrite à l'écran, mais ce qui sera pointé est moins l'émission en elle-même que la justification de l'extrait (la présence d'un invité par exemple).

---

<sup>70</sup> C'est nous qui soulignons.

La citation n'existe pas en soi, elle renvoie toujours à une intentionnalité discursive. Seulement, cette intentionnalité est souvent ignorée, surtout dans les émissions prismatiques (hormis celles qui prétendent analyser le discours télévisuel), parmi les stratégies mises en œuvre pour ignorer cette intentionnalité, l'auteur met en avant l'usage répété de l'appellation "extrait" plutôt que "citation", car : "l'usage du terme "citation" laisse entr'apercevoir l'existence d'un acte de citer, donc d'un statut énonciatif qui, nous l'admettons, reste très vague dans ce métadiscours, mais qui est implicitement présent en surplomb de l'emploi de la désignation, contrairement à l'usage "extrait" qui ne renvoie à aucune intention discursive. Son référent est alors purement formel : c'est une séquence audiovisuelle prélevée à partir d'une totalité. L'extrait désigne le résultat formel de ce découpage, alors que la citation renvoie néanmoins à une intentionnalité discursive. L'extrait et la citation peuvent qualifier une même configuration audiovisuelle, mais la version de la réalité du phénomène n'est pas identique." (M.F Chambat-Houillon : 1998, p.54). Force est de constater que nous n'avons jamais entendu un présentateur dire, en introduisant une séquence : "nous en voyons tout de suite une citation", au contraire seul le terme extrait est utilisé, y compris dans les émissions comme *Arrêt sur images* qui prêtent des intentions discursives (cachées) aux séquences citées. Tout semble "naturel" : la sélection de l'extrait dans le *tout* initial, son découpage, sa re-diffusion. De ce fait, on donne l'impression de reproduire mécaniquement la diffusion, en niant du même coup, l'intentionnalité énonciative du texte citant cette fois. Outre le terme d'extrait, la citation est parfois désignée par le terme d'archive. Dans ce cas, c'est la forte valeur testimoniale de la citation qui est mise en avant, car dans l'esprit commun, l'archive représente la conservation de l'objet unique, la préservation du passé sans modification ultérieure. L'archive est convoquée pour témoigner d'un passé dont elle est l'unique rescapée, ce dont elle atteste est donc difficilement contestable. Le terme d'archive est plutôt employé pour désigner le passé lointain (la télévision en noir et blanc, les années 80) alors que l'extrait désigne le passé récent, voir le présent.

Nous l'avons vu, les termes employés sont multiples et il ne convient pas de les confondre, l'analyste doit être attentif aux désignations employées au sein des

émissions afin d'en déduire les fonctions attribuées par l'émetteur à la citation. Mais pour autant, y a-t-il toujours citation ?

Cette question nous amène à réfléchir à la fois aux conditions d'apparition de la citation et aux fonctions qu'elle occupe. Nous retiendrons plusieurs conditions principales :

A \_ "Une citation n'existe pas en soi. L'explicitation de sa répétition est non seulement une condition de sa perceptibilité, mais une condition même de son existence." (M.F Chambat-Houillon : 1998, p.55)

Pour qu'il y ait effectivement citation, il est nécessaire qu'elle soit non seulement *visible* mais *exposée* afin d'être *identifiée* par le récepteur. Si la citation n'est pas visible à l'écran, bien qu'elle existe dans l'"esprit" de l'émetteur, elle n'aura pas d'existence réelle, car elle ne sera pas repérée par le récepteur. En plus d'être visible, elle doit être exposée, voire surexposée afin de ne pas manquer son objectif premier qui est d'être reconnue. De fait, les citations télévisuelles sont souvent précédées d'une présentation, d'une re-contextualisation du présentateur ; d'autres procédés sont également mis en œuvre (nous y viendrons plus tard), notamment le cadre dans le cadre. Si l'émetteur fait autant d'efforts pour mettre en évidence la citation, c'est que pour remplir pleinement son rôle, elle doit être clairement identifiée par le récepteur comme une citation et non pas comme une production propre au texte citant.

B \_ "La citation (nécessite) l'établissement d'une *énonciation intertextuelle*... (Le texte cité doit être) un composant externe venant bousculer les positions énonciatives initiales." (M.F Chambat-Houillon : 1998, p.60)

On peut donc en déduire une règle de base : montrer n'est pas citer. Ce sont les relations que l'on va établir entre les deux textes (citant-cité) qui vont donner à l'extrait son caractère de citation. Il ne suffit pas qu'une image contienne une autre

image pour qu'elle la cite. Pour qu'il y ait citation, le texte citant doit convoquer le texte cité avec parcimonie afin de rester texte *dominant* (citant), et ce afin de tisser des liens entre ces deux textes dans le but de produire des effets. Ceci réduit considérablement le champ d'application proposé par les théories réflexives, étant qualifiée de réflexive toute émission prenant pour thème la télévision, car il ne suffit pas de montrer, la dimension intertextuelle (nous y viendrons) est nécessaire. Pour autant, l'usage de la citation peut (trop) facilement amener à parler de métadiscours, voire de réflexivité car elle apparaît comme un décalage par rapport aux degrés de l'énonciation, à l'usage normal du discours, elle introduit et induit une dimension intertextuelle, un passage incessant entre les différents degrés de discours.

C \_ "(...) le texte, pour garantir la citation, a dû préalablement avoir une existence publique qui l'a cristallisé sous une forme définitive et fixe. Et c'est par référence à cet état textuel saturé et reconnu que peut s'opérer de façon significative la répétition citationnelle. De cette façon, la nature interdiscursive de la citation apparaît comme une condition nécessaire mais non suffisante qu'il faut coupler avec une justification intertextuelle." (M.F Chambat-Houillon : 1998, p.144)

Le téléspectateur doit pouvoir reconnaître que l'extrait cité est étranger au texte citant ; en cas contraire, aucun effet n'est produit sur le récepteur. Ce qui est requis, ce n'est pas une connaissance préalable de l'extrait ou de l'œuvre citée, mais c'est le repérage de son caractère étranger au texte citant. On peut par exemple regarder le *Zapping* sans pour autant connaître toutes les émissions citées. Le téléspectateur doit pouvoir identifier les mouvements qui s'opèrent entre le texte citant et le ou les textes cités. Pour exister, la citation demande donc, à la fois, stabilité et mouvement. Stabilité des textes citant et cités, textes distincts, aux formes et contextes connus, clos (pour le texte cité) ; et mouvement d'un texte à l'autre, à la fois des signifiants (coupe effective dans le texte cité) et des signifiés (sens portés par l'extrait, sens produits par l'action de citer, sens induits dans le texte citant...). Enfin, cette coupe physique des textes n'est pas suffisante, elle doit nécessairement être justifiée par une volonté interdiscursive affichée, annoncée. Nous verrons plus tard quels sont les procédés mis

en place par les différentes émissions pour introduire les citations et afficher cette volonté interdiscursive.

Il semble que les précédents travaux sur la réflexivité aient négligé ce travail sur la citation, ce qui peut expliquer qu'on en arrive trop vite à une impression réflexive. Car revenir sur un extrait antérieur peut servir à focaliser : sur le thème ou contenu de cet extrait (objet ou événement médiatisé) ; sur la médiatisation (ses conditions, ses contraintes, ses limites) ; voire sur le média (la TV).

En ce sens, l'émission prismatique renvoie à trois choses :

- le médiatisé (le Quoi = ce dont on parle)
- la médiatisation (le Comment)
- le média (le Qui institutionnel)

On trouve donc des émissions prismatiques tournées vers le médiatisé (*Face à l'image*, le *Zapping*) et d'autres moins nombreuses attachées à la médiatisation (*Micros et caméras*, *Arrêt sur images*) et au média TV (*Plus Clair*, *La vie des médias*).

## **2) Citation réflexive ?**

Par son travail sur la citation, M.F. Chambat-Houillon montre les limites de la réflexivité et ajoute :

"Aussi les citations télévisuelles nous indiquent une piste à suivre si l'on souhaite démêler les nœuds terminologiques qui règnent autour des termes comme réflexivité et autoréférence." (M.F. Chambat-Houillon : 1998, p.588)

En effet, le travail sur la citation télévisuelle permet de mettre à jour les mécanismes par lesquels on tisse des liens entre les textes, et en fait, construit l'intertextualité qui, nous allons le voir, est à la base des phénomènes réflexif et

prismatique. C'est un passage obligé, et c'est un des plus grands reproches que l'on peut adresser aux travaux sur la réflexivité : avoir fait l'économie d'une étude sur les modes d'apparition et les fonctions de la citation au sein des émissions dites réflexives. Les travaux sur la citation nous permettent désormais de repérer les moments où il y a effectivement citation, ils nous renseignent également sur les types de citation, les modalités d'apparition et leurs fonctions. Enfin, ils précisent les travaux sur la réflexivité en réduisant considérablement leur champ d'application :

"La réflexivité engage le discours télévisuel à un autre niveau. La réflexivité est le mouvement par lequel un discours nous livre des informations sur sa propre énonciation. Une émission réflexive prend son énonciation pour son propre sujet. Elle constitue son contenu. Ainsi un reportage sur les coulisses d'une émission de variétés relève de l'autoréférence, mais n'exprime pas forcément une réflexivité, s'il ne prend pas la peine de rendre manifeste l'instance énonciative régulant son discours." (M.F. Chambat-Houillon : 1998, p.588)

Prendre pour thème la télévision n'est donc pas suffisant, pas plus que citer d'autres émissions, pour qu'on puisse considérer qu'une émission soit réflexive. Elle doit nécessairement, en plus de toutes ces conditions préalables, afficher clairement sa propre énonciation et rendre manifeste le statut de l'énonciateur. Donc dire qu'une "émission réflexive est une émission qui prend pour thème la télévision." (V. Spies : 2000, p.3) n'est pas suffisant, il y a nécessairement d'autres conditions nécessaires et nous avons vu auparavant que la notion de réflexivité est une notion complexe et qu'il y a, dans les faits, rarement réflexivité.

"Dans les émissions de télévision...on rit du contenu de ce que nous montrent les images mais jamais du discours TV lui-même. " (M.F. Chambat-Houillon : 1998, p.588)

Il n'y donc pas à proprement parler de réflexivité. Ce mouvement de retour n'est pas un retour sur soi et sur la construction du discours. Au contraire, ce retour est

motivé par le contenu des images, on va chercher à revoir un événement ou un détail capté par la caméra pour produire un décalage, une décomposition, ou encore amener au consensus (nous détaillerons ceci dans les parties à venir). Par exemple, dans *l'Hebdo du médiateur*, c'est bien le fait d'amener au consensus qui est la motivation principale de l'émission. Tout le travail de citation d'argumentation a pour objectif de réduire les différences d'interprétation, de feindre le dialogue pour en fait nier ou réduire les critiques des téléspectateurs. Les fonctions attribuées à la citation sont nombreuses et varient selon les objectifs de l'émission et si elle ne produit pas (nécessairement) de réflexivité, elle reste un élément central de la construction du prisme qui va nous intéresser maintenant.



## Chapitre 2 : Le prisme

### I) Définition

Pour expliquer ce que sont les émissions prismatiques et leur mode de fonctionnement, nous partirons de la définition du prisme :

" Le prisme est un solide de forme triangulaire qui sert à dévier et à décomposer les rayons lumineux." (*Le Robert* : 1996)

Nous avons auparavant nuancé l'idée du miroir. Ce type d'émission ne forme pas un miroir, c'est-à-dire un espace clos où viendraient s'inscrire des images de type indiciel. Nous avons rappelé que la télévision ne formait pas un tout homogène et qu'on pouvait difficilement en donner un reflet. D'autre part, pour qu'une émission soit réellement réflexive, il faudrait qu'elle se prenne comme propre objet d'étude, ce qui n'est pas ou très rarement le cas.

La définition du prisme fait apparaître plusieurs éléments :

- Le prisme est un solide autonome ;
- de forme spécifique ;
- qui à la fois subit l'action de la source (les rayons lumineux) ;
- et lui fait subir une action (décalage, décomposition).

Cette *prismaticité* doit donc être saisie à trois niveaux : au niveau de la production, du texte télévisuel et de la réception. Si nous n'abordons pas l'étude de la réception, il est clair qu'une étude complète des fonctions et effets du prisme nécessite qu'on s'y attarde. Quant à nous, nous voudrions poser les bases de ce qui pourrait être une nouvelle approche de ce type d'émission.

## 1) Au niveau de la production

Nous l'avons vu pour *Faire face* et d'autres émissions, les déclarations d'intentions de la production sont nombreuses. Régulièrement, la presse spécialisée et les quotidiens nous présentent de nouvelles émissions, souvent en proposant une interview du producteur ou de l'animateur, qui nous fait part de l'originalité et des objectifs de l'émission. Régulièrement, la presse spécialisée rappelle également, dans ses présentations de la grille des programmes, en quoi consistent certaines émissions. Les chaînes font aussi leur propre promotion, au travers des interprogrammes conçus comme des vitrines des émissions, ou encore sur leurs sites Internet respectifs.

Si les objectifs affichés varient selon que l'émission s'inscrive dans une logique ludique ou informative, voire les deux, il est cependant une constante à toutes les déclarations. Toutes évoquent le retour, l'arrêt, il va s'agir de revenir sur le passé, de revoir des images, d'arrêter le flux télévisuel, de redécouvrir une période, de revisiter une œuvre... Ceci dans le but de :

- **mieux comprendre le monde**, "En gros, il y a les JT, les débats et les longs reportages. Nous arrivons le samedi, pour dire : « Voilà ce qui s'est vraiment passé d'important cette semaine, et nous allons essayer de vous expliquer pourquoi. »"<sup>71</sup> (B. Benyamin à propos du magazine *Face à l'image* diffusé sur France 2, le samedi à 17H50) ;

- **mieux comprendre la télévision, les médias**, "Vous êtes perdu dans la jungle des médias ? Le trop plein d'informations vous noie ? +*Clair*, le magazine de tous les médias et des coulisses de l'information, vous aide à y voir plus clair..."<sup>72</sup> (présentation du magazine +*Clair* par la chaîne) ;

---

<sup>71</sup> *Télé Loisirs* n°916, 20-26 septembre 2003.

<sup>72</sup> <http://www.canalplus.fr/info/plusclair/>

- **critiquer les modalités de fabrication des images**, "Chaque dimanche, la télévision fait son autocritique sur France 5. Daniel Schneidermann et son équipe de chroniqueurs auscultent le petit écran sous toutes ses formes et dans tous ses excès, et analysent le foisonnement et l'influence des images télévisuelles dans notre société."<sup>73</sup> (à propos d'*Arrêt sur images*),

- **mieux connaître les stars du petit écran**, "Vous rêviez de voir vos stars préférées faire la popote, prendre leur petit déjeuner en famille le cheveu en bataille ou offrir leur corps entièrement nu à la mer ? C'est aujourd'hui chose possible grâce à « *Stars intimes* », le nouveau rendez-vous de M6... « Nous voulions faire oublier les projecteurs et le vernis d'un plateau télé. L'intérêt était de voir des têtes connues en tenue décontractée et sans maquillage. »"<sup>74</sup>

- ou encore **passer un bon moment** en revoyant des images qui ont pu marquer sa jeunesse, l'année écoulée ou la journée d'hier, "rien n'a échappé au grand maître Arthur et à son équipe de cuisiniers documentalistes du rire. Ils ont choisi pour ce nouveau grand bêtisier des images inédites, toujours aussi surprenantes, amusantes ou émouvantes, que leurs acteurs ou des témoins viennent commenter sur le plateau. Tous, simples anonymes, comédiens, animateurs à la télévision, journalistes ou animaux..., feront la joie des petits et des grands amateurs d'inattendu, de loufoque et d'humour."<sup>75</sup> (à propos de l'émission *120 minutes de bonheur*).

## 2) Au niveau du texte télévisuel

Transposons les éléments constitutifs du prisme à la sphère de la télévision :

- L'émission prismatique est un élément bien défini, diffusé par une chaîne de télévision dépendante de plusieurs logiques. Cette émission est repérable au sein de la

---

<sup>73</sup> <http://www.france5.fr/asi/>

<sup>74</sup> *Télé Loisirs* n°917 du 27 septembre au 03 octobre 2003.

<sup>75</sup> *Télé Loisirs* n°883 du 26 janvier au 01 février 2003

grille des programmes, son apparition peut être plus ou moins régulière : quotidienne pour le *Zapping*, hebdomadaire pour *l'Hebdo du médiateur*, bi-mensuelle pour les *Enfant de la Télé*, annuelle pour les différents bêtisiers, ou exceptionnelle pour les émissions-événements ou souvenirs. On peut donc la désigner, elle ne se perd pas dans ce que serait le "tout télévision". Elle est, au même titre que le prisme physique, un objet autonome, c'est-à-dire clairement identifiable<sup>76</sup> ; de forme spécifique, l'émission étant définie à la fois par des marqueurs externes-internes (générique, présentation au début de l'émission...) internes-externes (remerciements, rendez-vous ultérieurs, générique de fin...) et un dispositif propre à chaque type. Enfin, tout comme le prisme, l'émission subit des contraintes extérieures (qui vont nous intéresser maintenant) et produit des effets à l'aide de procédés que nous définirons ultérieurement.

#### **a) Contraintes**

- Le prisme subit l'action de sa source. De la même manière, l'émission prismatique est dépendante de l'objet télévision auquel elle appartient et dont elle subit les contraintes, que celles-ci soient inhérentes au média, à la chaîne, à la technique... L'émission prismatique ne peut donc échapper au média qui l'englobe. Il y a donc une différence avec le prisme qui, lui, est extérieur et différent de la source.

L'émission prismatique contourne cette contrainte en faisant croire à une certaine extériorité :

- Tout d'abord, dans la présentation qui est faite de l'émission et la volonté affichée d'emmener le téléspectateur dans les coulisses, de lui faire partager ce qui se passe derrière la caméra. *TV+* par exemple est entièrement fondée sur ce concept. En somme, on dit aux téléspectateurs : "Vous regardez la télévision", non pas en tant que médium du spectacle du monde, mais en tant qu'objet de ce spectacle, objet du monde, réel, sensible.

---

<sup>76</sup> Ici, autonomie ne désigne pas indépendance vis-à-vis des logiques qui l'entourent ; au contraire, l'émission ne

- En désignant abondamment "La télévision", ce qui a pour effet de la présenter comme un tout. Donc par jeu de conséquences, si je désigne quelque chose et me présente comme extérieur à cette chose, j'apparais alors comme extérieur à cette chose. Selon l'émission, "la télévision" peut avoir plusieurs sens : dans *Arrêt sur images*, cela désignera le plus souvent les stratégies cachées des chaînes ; cela peut tout aussi bien désigner les émissions anciennes (*Enfants de la télé*) ou la technique (*L'Hebdo du médiateur*). On démasque les stratégies, on analyse les techniques sans pour autant dévoiler les siennes.

- En présentant souvent ceux qui participent à l'émission sous le terme d'équipe : l'équipe de *Ligne de mire*, d'*Arrêts sur images*, de *L'Hebdo du médiateur*. C'est cette équipe qui est chargée d'enquêter, d'analyser, de fouiner pour nous. Elle serait donc comme l'IGS (Inspection générale des services) : elle appartient au corps mais, occupe des fonctions spéciales de surveillance, d'analyse, parfois de sanction, comme cela peut être le cas dans *Arrêt sur images* qu'on présente souvent comme un tribunal médiatique.

L'émission prismatique subit aussi l'action du genre dans lequel elle s'inscrit et des émissions-sources<sup>77</sup> qu'elle utilise.

Ces deux données fixent les limites de l'émission. Il est indéniable que l'émission prismatique s'inscrit dans un genre et, de fait, en subit les contraintes. Par exemple, il est difficilement concevable de placer un public sur le plateau de *L'Hebdo du médiateur*, car cela ne correspond pas aux règles du genre JT. Autre exemple, les *Enfants de la télé* subit complètement l'action du genre dans lequel elle s'inscrit : les émissions de divertissement. On retrouvera donc les mêmes constantes au niveau du décor (couleurs vives et attrayantes...), du public (nombreux, visible à l'écran, mis à contribution...), de la mise en scène (rythmée, échelles de plan et points de vue

---

peut être réellement saisie qu'en tenant compte de l'ensemble des logiques et contraintes l'entourant.

<sup>77</sup> Ce que nous visons par *émission-source* apparaîtra plus clairement dans les paragraphes qui vont suivre.

variés...), du jeu de l'animateur (sympathique, accueillant, souriant, drôle...), des thèmes (légers, nombreux, variés...).

On peut aussi se demander : les émissions prismatiques ne forment-elles pas un genre à part entière ? Il semble que ce ne soit pas le cas et ce, pour plusieurs raisons. Si les émissions prismatiques formaient un genre, elles reposeraient sur des règles, des constantes, ce n'est pas le cas. Mais, force est de constater qu'il y a bien "quelque chose" et qu'il faut essayer de le nommer. C'est pourquoi, à la manière de G. Genette, "nous préférons éviter le mot *genre*, *Pratique* semble ici le terme le plus commode et le plus pertinent pour désigner, en somme, des *types d'opérations*." (1982, p.36). Pour nous, il n'y a donc pas de genre prismatique (tout comme il n'y a pas de genre réflexif), mais plutôt un ensemble de pratiques (procédés, opérations...) prismatiques communes. Il apparaît que le prisme est avant tout un concept caméléon, applicable à toutes les formes du discours télévisuel. Pour constater cela, il nous faut rafraîchir notre mémoire télévisuelle et revenir à la glorieuse époque où seuls Arthur et Pierre "Magic" Tchernia animaient les *Enfants de la télé*, diffusée à l'époque (1994-1996) sur France2. Rappelons les faits de cette époque : décor sombre minimaliste, nos deux présentateurs seuls autour d'une petite table concentrant la lumière, un ton intimiste, quelques rares invités livrant des témoignages confidentiels sur les séquences projetées... Bref, l'ambiance typique d'une deuxième partie de soirée à cette époque sur France2. A la rentrée 1996, les téléspectateurs ont la surprise de re-découvrir les *Enfants de la télé*, mais cette fois sur TF1 en première partie de soirée. Le concept est toujours le même : revoir des "moments" de télévision qui ont marqué l'histoire, le public, un invité. Mais si le concept, lui, n'a pas changé, "l'emballage" n'a plus rien à voir avec l'ambiance feutrée de France2. Désormais, "show à l'américaine" : grand studio, couleurs criantes, jeux de lumières, orchestre d'accompagnement, nymphettes savamment placées derrière l'animateur et dans les rangs d'un public jeune et souriant, animateur bronzé et drôle, invités sympas...Bref l'ambiance typique d'une première partie de soirée sur TF1. Le même concept de base : revoir des "moments" de télévision, que l'on peut classer parmi les fonctions du prisme, peut apparaître sous plusieurs formes, pratiques différentes. De même, l'histoire de la télévision montre de

nombreuses émissions dans lesquelles on demandait au téléspectateur de "témoigner" sur les programmes. Citons pour l'exemple *Faire Face*, *Face au public*, *Boîte à malices*, *Télé pour / Télé contre*, *C'est à vous sur Antenne 2*, *My télé is rich*, *Arrêt sur images*... nous ne citons que les émissions les plus connues, construites intégralement sur les interventions des téléspectateurs ou offrant des séquences récurrentes. Le concept, là encore, est toujours le même mais les genres dans lesquels il s'inscrit diffèrent. Nous verrons aussi que ces pratiques bénéficient au genre qui les accueille.

L'autre limite dépend de l'émission-source, c'est-à-dire les extraits d'émissions citées (insérées) qui peuvent être multiples, de l'importance du corpus dont on dispose et de l'utilisation qu'on va pouvoir faire des archives de l'émission. Si nous nommons cette forme d'hypotexte émission(s) source(s), c'est qu'elle constitue le point origine qui va alimenter l'émission prismatique en extraits. Dans la plupart des cas, les séquences insérées auront des origines multiples, on parlera alors d'émissions-source. Et si l'on peut se plaindre parfois de revoir toujours les mêmes images (surtout les plus anciennes), cela est en partie lié aux difficultés de l'archivage et à la perte de nombreux documents anciens. En ce sens, le dépôt légal a facilité les recherches et l'apport de matériaux, notamment pour les émissions thématiques concernant une personnalité ou une période, le diffuseur ne disposant généralement que de ses ressources propres (archives de la chaîne). A l'opposé, l'étendue de l'offre récente rend quasiment impossible le visionnage de toutes les émissions, les chaînes thématiques sont rarement visibles dans le *Zapping* ou les *Enfants de la télé*, l'essentiel des images provenant des chaînes généralistes et des chaînes-phares du câble et satellite.

## 2) L'intertextualité

La notion d'intertextualité est une notion-phare parmi les outils d'analyses littéraires. Née du grand renouvellement de la pensée critique au cours des années soixante, elle a pour fonction l'élucidation du processus par lequel tout texte peut se lire comme l'intégration et la transformation d'un ou de plusieurs autres textes.

La notion d'intertextualité est indissociable des travaux théoriques du groupe Tel Quel et de la revue *Homonyme* (fondée en 1960 et dirigée par Philippe Sollers). Le concept apparaît, pour la première fois, dans deux publications qui exposaient le système théorique du groupe : *Théorie d'ensemble* (coll. Tel Quel, Seuil, Paris, 1968), ouvrage collectif co-écrit notamment par Foucault, Barthes, Derrida, Sollers, Kristeva, et *Séméiotikè. Recherches pour une sémanalyse* (*ibid*, 1969), ouvrage de Julia Kristeva réunissant une série d'articles des années 1966-1969. Malgré tout, il n'y a pas d'homogénéité définitionnelle, le concept désigne différentes actions selon les auteurs :

1\_ On peut définir l'intertextualité tout simplement comme un élément constitutif de la littérature : nul texte ne peut s'écrire indépendamment de ce qui a déjà été écrit et il porte de manière plus ou moins visible la trace et la mémoire d'un héritage et de la tradition. Ainsi définie, l'intertextualité est antérieure au contexte théorique des années 60-70, qui la conceptualise.

2\_ Pour Julia Kristeva, l'intertextualité est un processus indéfini, une dynamique textuelle : il s'agit moins d'emprunts, de filiation et d'imitation que de traces, souvent inconscientes, difficilement isolables. Le texte ne se réfère pas seulement à l'ensemble des écrits, mais aussi à la totalité des discours qui l'environnent, au langage environnant.

3\_ C'est dans une optique différente que Genette définit l'intertextualité dans *Palimpsestes* : elle n'est pas un élément central, mais une relation parmi d'autres ; elle



intervient au cœur d'un réseau qui définit la littérature dans sa spécificité : la transtextualité, qui inclut cinq types de relations : l'architextualité, la paratextualité, la métatextualité, l'intertextualité, et l'hypertextualité. Ce qui est généralement appelé intertextualité se divise chez Genette en deux catégories distinctes : la parodie, le pastiche appartiennent à l'hypertextualité tandis que la citation, le plagiat, l'allusion relèvent de l'intertextualité.

4\_ On peut également considérer l'intertextualité non plus comme un élément produit par l'écriture, mais comme un effet de lecture : c'est au lecteur qu'il appartient de reconnaître et d'identifier l'intertexte. Pour Michaël Riffaterre, " l'intertextualité est la perception par le lecteur de rapports entre une œuvre et d'autres, qui l'ont précédée ou suivie "<sup>78</sup>. Il l'envisage comme une contrainte, car si l'intertexte n'est pas perçu, c'est la nature même du texte qui est manquée. Or l'intertexte évolue historiquement : la mémoire, le savoir des lecteurs se modifient avec le temps et le corpus de références commun à une génération change. Les textes paraissent donc voués à devenir totalement ou partiellement illisibles ou à perdre de leur signification dès lors que leur intertextualité devient opaque.

5\_ Définir l'intertexte par un effet de lecture peut au contraire signifier revendiquer et assumer la subjectivité de la lecture : Roland Barthes évoque dans *Le plaisir du texte* (Seuil, 1973), les ramifications qu'une mémoire alertée par un mot, une impression, un thème, engendrera à partir d'un texte donné et avoue que Proust est pour lui le prisme à travers lequel il lit tous les autres textes.<sup>79</sup>

L'apparition du concept d'intertextualité marque une rupture avec les traditions critiques classiques qui considèrent le texte dans sa seule filiation. Au contraire, la notion d'intertextualité pose le texte comme une entité autonome et composite. Autonome, car le texte peut exister pour lui-même, et composite car le texte est toujours un assemblage de citations, de références : "Tout texte se construit comme

---

<sup>78</sup> "La trace de l'intertexte", *La Pensée*, n° 215, octobre 1980.

<sup>79</sup> Classification établie par Eve Feuillebois et disponible à l'url suivant : <http://www.ivry.cnrs.fr/iran/Archives/archiveRecherche/atelierintertext1.htm>

une mosaïque de citations, tout texte est absorption et transformation d'un autre texte" (J. Kristeva : 1969). On peut distinguer deux "révolutions" dans l'histoire du concept : la première amorcée par le groupe Tel Quel, marquée, notamment, par une forte influence des formalistes russes au premier rang desquels Bakhtine ; la deuxième, et celle qui va nous intéresser, formalisée par G. Genette. En effet, la première "révolution" a suscité de nombreuses réactions, et si la notion d'intertextualité marque une rupture nécessaire, elle est tout de même critiquée pour sa trop grande rigidité : le texte ne pouvant pas être lu seulement pour lui-même, on ne peut le couper de la tradition qui le précède et du contexte qui l'a vu naître. Les années soixante-dix verront l'évolution et la vulgarisation de la notion, avec notamment les apports décisifs de R. Barthes, J. Kristeva, M. Riffaterre et A. Compagnon, pour ne citer qu'eux. Mais cette extension du domaine d'utilisation a aussi eu comme effet pervers d'instaurer un certain flou autour de la notion d'intertextualité.

Les années quatre-vingt verront des avancées significatives dans la conception de l'intertextualité, notamment grâce à l'apport des travaux d'Antoine Compagnon<sup>80</sup> sur la citation. Celle-ci se révèle être procédé de base puisqu'elle met en relation deux textes, agissant du même coup sur le texte cité (au niveau du signifié) et le texte citant (au niveau du signifiant et du signifié). "Le travail de l'écriture est une *réécriture* dès lors qu'il s'agit de convertir des éléments séparés et discontinus en un tout continu et cohérent [...] toute écriture est collage et glose, citation et commentaire." (A. Compagnon : 1979). Malgré tout, ces avancées restent limitées à un pan de la recherche qui touche à la partie la plus visible de l'intertextualité (la présence effective d'un texte dans l'autre), et c'est à ce moment qu'intervient la deuxième "révolution" amorcée par G. Genette. La poétique des relations transtextuelles qu'il propose, dans *Introduction à l'architexte* (1979) puis dans *Palimpsestes* (1982), introduit une re-conceptualisation de ce que l'on nommait jusqu'alors l'intertextualité. Celle-ci n'est pas l'élément central de sa poétique, mais un type de relation de ce qu'il nomme plus globalement la *transtextualité*, qu'il définit comme une "transcendance textuelle du texte " et qui englobe " tout ce qui met [le texte] en relation manifeste ou

---

<sup>80</sup> A. Compagnon, *La Seconde Main ou le Travail de la citation*, 1979, Paris, Seuil.

secrète avec d'autres textes". Genette propose de distinguer cinq types de relations transtextuelles (que nous verrons en détails plus tard), proposition d'une efficacité encore inégalée.

La poétique de Genette, en faisant de l'intertextualité une opération parmi d'autres, restreint de manière significative son champ d'application ; mais cela a pour avantage de clarifier quelques flous définitionnels persistants jusqu'alors, comme la distinction entre le champ strict de l'intertextualité et le domaine – hypertextuel – du pastiche et de la parodie, qui possède ses propres règles de composition interne. *Palimpsestes* s'est progressivement affirmé comme l'ouvrage de référence en la matière et, nous l'avons dit, la classification de Genette est, à ce jour, d'une efficacité inégalée. Des travaux récents complètent cette typologie en la précisant d'avantage, notamment en travaillant sur la citation et l'avant-texte et, en ce qui nous concerne, nous essayerons de transposer cette typologie à l'étude des émissions prismatiques.

### **2.1) Fondements du prisme dans l'œuvre de G. Genette**

Si l'on veut envisager ce que l'on nomme communément réflexivité (à la télévision), force est de constater, qu'il n'est pas une émission qui ne fasse référence à une autre (très rarement à elle-même) par le biais privilégié de la citation. La démarche des défenseurs de la réflexivité est de voir une forme réflexive à partir du moment où il y a une référence (même implicite) au média télévision. Indirectement, G. Genette répond à cela, mieux que nous n'aurions su le faire :

"Il n'est pas d'œuvre littéraire qui, à quelque degré et selon les lectures, n'en évoque quelque autre et, en ce sens, toutes les œuvres sont hypertextuelles. (...) Moins l'hypertextualité d'une œuvre est massive et déclarée, plus son analyse dépend d'un jugement constitutif, voire d'une décision interprétative du lecteur (...) En laissant donc de côté toute hypertextualité ponctuelle et/ou facultative (qui relève plutôt à mes

yeux de l'intertextualité), cela nous fait déjà, comme dit à peu près Laforque, assez d'infini sur la planche." (G. Genette : 1982, p.16)

En somme, le *délire interprétatif* est sans fin et certes, je peux voir dans toute œuvre une référence à une autre, et dans le mauvais placement d'un perchiste, une référence claire au média, donc une forme de réflexivité !

Mais la réalité est toute autre, il ne suffit pas d'inclure (nous ne parlons pas encore de citation) un texte dans un autre, de placer des écrans de télévision à l'image, pour qu'il y ait effectivement réflexivité. Puisqu'il s'agit (la plupart du temps) d'un enchevêtrement de textes (ou d'images), il nous faut procéder à une étude des différentes relations transtextuelles.

### **2.1.1) La transtextualité**

En 1982, G. Genette pose les bases d'une redéfinition de ce qu'il nomme la *paratextualité*, notion qu'il développera quelques années plus tard.

" Le paratexte se compose donc empiriquement d'un ensemble hétéroclite de pratiques et de discours de toutes sortes et de tous âges que je fédère sous ce terme au nom d'une communauté d'intérêt ou de convergence d'effets, qui me paraît plus importante que leur diversité d'aspect. " (G. Genette : 1987, p.8)

Il donne à son ouvrage le titre de *Palimpsestes* qu'il définit (nous le verrons en détail plus tard) comme l'art de faire du neuf avec du vieux, ce qui en soi est une des caractéristiques principales de la télévision prismatique et peut-être le propre de tout média sériel.

" L'objet de la poétique n'est pas le texte, considéré dans sa singularité (ceci est plutôt l'affaire de la critique), mais l'*architexte*, ou si l'on préfère l'architextualité du

texte, c'est-à-dire l'ensemble des catégories générales ou transcendantes - types de discours, modes d'énonciation, genre littéraire, etc. - dont relève chaque texte singulier. Je dirais plutôt aujourd'hui, plus largement, que cet objet est la *transtextualité*, ou transcendance textuelle du texte, que je définissais déjà, grossièrement par « tout ce qui met en relation, manifeste ou secrète, avec d'autres textes »." (G. Genette : 1982, p.7)

Voilà donc ce qui va nous intéresser : les modes de relation construits entre deux ou plusieurs textes, la manière dont ils s'articulent, s'emboîtent, se complètent, et les différents effets visés selon le type de relation. Les émissions prismatiques ont pour ressort principal la mise en relation de textes selon des modes définis pour produire un type d'effet. Il est donc intéressant de travailler sur le texte non pas comme une unité indivisible, mais plutôt comme la somme d'éléments hétérogènes. La classification des types de relations transtextuelles proposée par G. Genette peut permettre à terme la mise en place d'une grille d'analyse adaptée aux besoins des émissions prismatiques, car si l'on ne considère pas ces modes de relation, on passe à côté de l'essentiel.

G. Genette propose cinq types de relations transtextuelles :

- *intertextualité* ; définie comme la relation de coprésence entre deux ou plusieurs textes, le plus souvent par la présence d'un texte dans un autre. Exemple : la citation, le plagiat, l'allusion.

On peut donc isoler ces trois grandes formes que sont la citation, le plagiat, l'allusion, qui peuvent être analysés en fonction du type d'emprunt, de la forme d'intégration et des effets visés. Ce repérage dépend, d'une part du marquage plus ou moins net de l'emprunt, d'autre part, de la culture du lecteur (téléspectateur). On peut par exemple, repérer qu'il s'agit d'un emprunt, mais ne pas en connaître l'auteur, ou à l'inverse, reconnaître l'emprunt sans pour autant qu'il soit signalé comme tel.

- *paratextualité* ; définie comme la relation que le texte entretient avec trois types d'écrits : le livre lui-même en tant qu'objet et les écrits qui le composent (titre, préface, couverture...) ; les écrits qui précèdent et accompagnent la composition du livre (notes, esquisses...) ; certains commentaires autographes ou non qui l'environnent... Cette relation détermine fortement le choix de l'ouvrage, le mode de lecture et les attentes du lecteur. Elle influe également sur le sens du texte.

- *métatextualité* ; définie comme la relation qui unit un texte à un autre texte dont il parle, sans nécessairement le citer, voire, à la limite sans le nommer, la critique en relève.

- *architextualité* ; définie comme la relation muette que n'articule, au plus, qu'une mention paratextuelle (Poésies, Essais) ou le plus souvent infratitulaire (Roman, Récit...) purement taxinomique. Cette perception générique oriente et détermine dans une large mesure l'horizon d'attente du lecteur, et donc la réception de l'œuvre. En d'autres termes, elle désigne l'inscription d'un texte dans un genre.

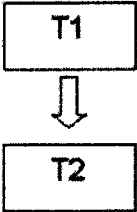
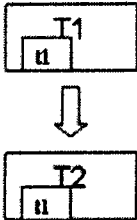
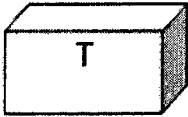
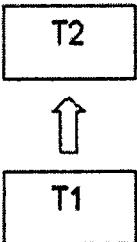
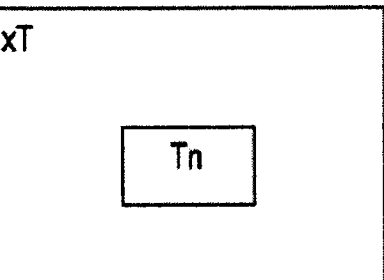
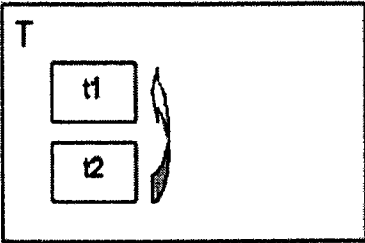
- *hypertextualité* ; définie comme la relation unissant un texte B (hypertexte) à un texte antérieur A (hypotexte), sur lequel il se greffe d'une manière qui n'est pas celle du commentaire. Est hypertexte, tout dérivé d'un texte antérieur par transformation simple (*transformation*) ou par transformation indirecte (*imitation*).

Ces cinq types de transtextualité ne sont pas des classes étanches, sans communication, ni recoupements réciproques. Leurs relations sont au contraire nombreuses et souvent indispensables.

La représentation graphique de cette typologie, proposée par Christian Bois<sup>81</sup>, peut nous permettre de mieux saisir la réalité de chaque relation. Il y ajoute au passage un sixième type de relation qu'il nomme *intratextualité*.

---

<sup>81</sup> Disponible à l'url suivante : [http://www.atoutsic.com/texte\\_concept/transtextualite.htm](http://www.atoutsic.com/texte_concept/transtextualite.htm)

|                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <p><b>1 Hypertextualité</b></p> <p>Imitation et/ou transformation d'un texte T1 pour produire un texte T2.<br/>Parodie, pastiche<br/>Exemple :<br/>Pour une part, Don Quichotte imite et transforme en dérision le roman de chevalerie</p> |
|    | <p><b>2 Intertextualité</b></p> <p>Citation, plagiat, allusion, référence<br/>Exemple :<br/>Le plagiat chez Lautréamont</p>                                                                                                                |
|    | <p><b>3 Paratextualité</b></p> <p>Relation du texte avec son environnement textuel immédiat – titres, micro-textes en amont, en aval, dedans (préfaces, notes, etc.).</p>                                                                  |
|  | <p><b>4 Métatextualité</b></p> <p>Texte à propos d'un ou plusieurs textes<br/>Exemple :<br/>René Girard<br/>Mensonge romantique et vérité romanesque<br/>René Girard<br/>Shakespeare ou les feux de l'envie</p>                            |
|  | <p><b>5 Achitextualité</b></p> <p>Appartenance d'un texte –Tn- à une famille de textes –xT.</p> <p>Exemple :<br/>Tel texte est un roman de gare</p>                                                                                        |
|  | <p><b>6 Intratextualité</b></p> <p>Une partie d'un texte fait écho à une autre partie</p>                                                                                                                                                  |

On peut distinguer trois types d'opérations :

- l'hypertextualité et l'intertextualité donnent à voir un rapport descendant, l'hypotexte influe par dérivation, transposition... sur l'hypertexte, qui se situe dans la lignée du ou des textes dérivés. On retrouve dans le texte second des éléments du texte premier, et en fonction du texte et de la visée de l'auteur, cet emprunt sera plus ou moins visible.

- Au contraire, la métatextualité propose un rapport ascendant, c'est le texte second qui va convoquer des éléments des textes premiers. Là, il n'y a ni transformation, ni dérivation nécessaire. Les éléments peuvent être découpés, cités textuellement ou non...de fait, l'influence de l'hypotexte est moindre par rapport à l'intertextualité ou l'hypertextualité.

- Enfin, la paratextualité, l'architextualité et l'intratextualité étudient l'ensemble des interactions du texte avec lui-même ou les éléments immédiats qui l'entourent. Ces relations étant beaucoup moins puissantes que les précédentes, elles nous intéresseront à un degré moindre.

Pour l'étude des émissions prismatiques, il nous semble y avoir trois opérations principales que sont l'hypertextualité d'un côté et l'inter- et métatextualité de l'autre. Ce découpage, opéré (de façon moins prononcée) par Genette lui-même se justifie par la distinction que nous faisons entre les œuvres fictionnelles et non-fictionnelles. C'est là toute la force de cette typologie, elle est à la fois précise et générale, et permet d'affiner les classifications d'émissions. Genette nous explique les raisons de ce découpage :

"Je ne reviendrai pas sur la distinction trop évidente avec la métatextualité, qui n'est jamais en principe de l'ordre de la fiction narrative ou dramatique, alors que



l'hypertexte est presque toujours fictionnel, fiction dérivée d'une autre fiction ou d'un récit d'événement réel." (G. Genette : 1982, p.450)

Ainsi, nous pouvons procéder à un premier découpage, en séparant les émissions à fort potentiel *narratif* ou *fictionnel* comme *La Télé des Inconnus*, les *Guignols de l'info* et toutes les émissions parodiques qui ont pour particularité de porter en elles-mêmes une signification suffisante, c'est-à-dire que "le recours à l'hypotexte n'est jamais indispensable à la simple intelligence de l'hypertexte. Tout hypertexte, fût-ce un pastiche, peut sans « agrammaticalité » perceptible, se lire pour lui-même et comporter une signification autonome, et donc, d'une certaine manière, suffisante." (G. Genette : 1982, p.450). Ce type d'émission est, sans conteste, le domaine privilégié de l'hypertextualité, mais, encore une fois, cela ne signifie aucunement que les autres relations sont absentes.

L'étude de l'hypertextualité nous permettra de mettre à jour les caractéristiques des émissions parodiques, souvent ignorées dans l'approche réflexive (hormis les incontournables *Guignols de l'info*) ; il nous faudra ensuite revenir sur l'intertextualité et la métatextualité pour généraliser l'étude des émissions prismatiques et proposer un modèle d'analyse.

### 2.1.2) L'hypertexte

Revenons, tout d'abord, sur la définition proposée par Genette : l'hypertextualité est la relation unissant un texte B (hypertexte) à un texte antérieur A (hypotexte), sur lequel il se greffe d'une manière qui n'est pas celle du commentaire. Est hypertexte, tout texte postérieur par transformation simple (transformation) ou par transformation indirecte (imitation).

Nous rappelons que G. Genette s'intéresse aux textes dans lesquels la dérivation de l'hypotexte à l'hypertexte est à la fois massive et déclarée. Le caractère

hypertextuel d'une œuvre n'est donc pas affaire d'interprétation, il s'inscrit (pour Genette) à la suite d'un contrat (nous préférerions comme F. Jost la notion de promesse).

Il est important de bien saisir ce qu'est l'hypertexte, le rapport qu'il entretient avec son hypotexte, et surtout en quoi il se démarque du métatexte. Il nous semble que c'est une source de confusion qui peut pousser à ranger (trop vite) des émissions dans la catégorie des émissions réflexives. Le *Reader's digest*, par exemple, qui propose un condensé d'articles parus dans les journaux, tout comme le résumé, est hypertextuel puisque dérivant d'un hypotexte, mais cela n'implique pas qu'il soit métatextuel, puisqu'il ne parle pas de son hypotexte, qu'il ne mentionne nulle part et qu'il ne prétend pas décrire.

L'hypertextualité est la plus puissante des formes de transtextualité. Tout état rédactionnel fonctionne comme un hypertexte par rapport au texte précédent et comme hypotexte par rapport au suivant. Mais le recours à l'hypotexte n'est jamais indispensable à la simple intelligence de l'hypertexte, qui peut se lire pour lui-même, et comporte une signification autonome, et donc d'une certaine manière suffisante. L'hypertexte peut se lire pour lui-même, et dans sa relation à son hypotexte. On peut par exemple regarder le *Zapping* sans pour autant connaître l'ensemble des émissions citées. La connaissance préalable du texte inséré peut amener un autre niveau de compréhension, un surplus de sens, mais le *mimotexte*<sup>82</sup> reste intelligible même sans cela.

" Cette duplicité d'objet, dans l'ordre des relations textuelles, peut se figurer par la vieille image du *palimpseste*, où l'on voit, sur le même parchemin, un texte se superposer à un autre qu'il ne dissimule pas tout à fait, mais qu'il laisse voir par transparence. Pastiche et parodie, a-t-on dit justement, désignent la littérature comme palimpseste : ceci doit s'entendre plus généralement de tout hypertexte (...) L'hypertexte nous invite à une lecture relationnelle dont la saveur, perverse autant

---

<sup>82</sup> Nous détaillerons plus tard cette notion.

qu'on voudra, se condense assez bien dans cet adjectif inédit, qu'inventa naguère Philippe Lejeune : lecture *palimpsestueuse*. " (G. Genette : 1982, p.452)

Il nous faut aussi nous interroger sur les raisons ou objectifs de l'hypertexte. Il relève tout d'abord du *jeu*. L'écrivain (ou l'énonciateur en général) joue à truffer son texte de références, et par ce biais entraîne son lecteur à visiter d'autres univers que le sien. Le lecteur, lui aussi, joue à repérer les allusions, les citations, et le plaisir vient tout autant de ce repérage que de la *signifiance*<sup>83</sup> qu'il procure (par opposition à la seule lecture linéaire qui produit le sens). Cela peut être aussi une marque d'appartenance à un courant, une école. Mais c'est surtout une forme de *sérialité* (nous préférons ce mot à l'expression « retour sur soi » trop imprécise et ambiguë) caractéristique de toute forme d'art.

" L'art de « faire du neuf avec du vieux » a l'avantage de produire des objets plus complexes et plus savoureux que les produits « faits exprès » : une fonction nouvelle se superpose et s'enchevêtre à une structure ancienne, et la dissonance entre ces deux éléments co-présents donne sa saveur à l'ensemble. " (G. Genette : 1982, p.451)

G. Genette propose plusieurs classifications :

Tableau général des pratiques hypertextuelles

<sup>83</sup> Michal Riffaterre, « La trace de l'intertexte », *la Pensée*, 1980.

| <b>régime</b>         |                |                  |                |
|-----------------------|----------------|------------------|----------------|
| <b>relation</b>       | <b>Ludique</b> | <b>Satirique</b> | <b>Sérieux</b> |
| <b>Transformation</b> | Parodie        | Travestissement  | Transposition  |
| <b>Imitation</b>      | Pastiche       | Charge           | Forgerie       |

Très schématiquement, on peut résumer ce tableau en disant que la *transformation* s'intéresse au texte, qu'il va s'agir de détourner en conservant l'essentiel de la structure de ce texte, de manière à ce qu'il soit reconnu. A l'inverse, l'*imitation* se rapporte au style, au genre du texte ; on peut par exemple avoir un texte comique qui sera dit sur le mode de l'épopée historique. On isole les caractéristiques principales du genre pour les détourner.

La transposition de ce tableau aux œuvres télévisuelles est périlleuse car, plus encore qu'en littérature, les frontières sont poreuses, et il est difficile de classer une émission dans une catégorie ou une autre, puisqu'au sein même de l'émission, la pratique dominante peut varier. Néanmoins, en télévision, les *transformations* sont rares, puisque la *transformation*<sup>84</sup> travaille sur le texte et que la télévision n'a pas la tradition des classiques que l'on trouve en littérature (c'est-à-dire que rares sont les émissions élevées au rang de classique). Les paroles s'envolent, les écrits restent, dit-on, cela est en partie vraie pour la télévision, le flot de paroles et d'images est si important qu'il est difficile d'isoler un texte (audiovisuel) connu de tous. Ce défilement incessant de sons et d'images a consacré la formule, le bon mot,

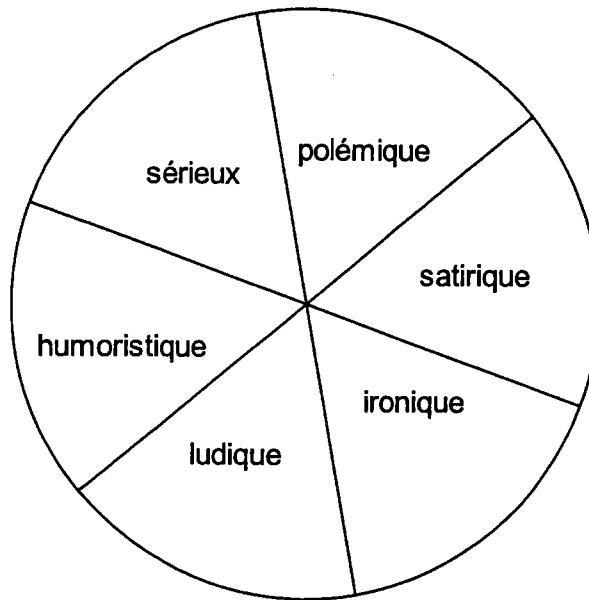
l'expression au rang de classique. Ainsi, l'essentiel des transformations va porter sur des formules connues de tous : "Mesdames, mesdemoiselles, messieurs, bonsoir" de Zitrone, "Ici Paris, à vous Cognac Jay", "Salut les p'tits clous" de Marc Toesca, le fameux "Au revoir" de Giscard...la liste est longue, mais "je vous demande de vous arrêter !". La transformation ne fait pas l'objet, à la télévision, d'émissions spécifiques mais émaille différents programmes de divertissement (lorsqu'on invite un imitateur par exemple) ou de charge (dans les *Guignols de l'info* ou ailleurs).

L'essentiel des pratiques hypertextuelles à la télévision repose sur l'*imitation* qui touche au style, au genre du texte. La *Télévision des Inconnus*, les *Guignols de l'info*, *Canal International*, le *JTN*, le *Journal de Groland*, les *Minikeum*...tous fonctionnent sur le même modèle : imiter et détourner des faits, des identités, des pratiques réels à des fins plus ou moins fictionnelles. A travers le déguisement, le décor, la marionnette, les attitudes, on crée des situations fictives inspirées de la vie réelle. Le téléspectateur oscille entre le personnage ou la réalité qu'il reconnaît grâce à la marionnette, au décor, au déguisement, et la fiction où se joue cette *imitation*. La transformation, au même titre que l'imitation, repose en grande partie sur la *citation*, mais si la citation est souvent *textuelle* pour la transformation, elle se contente d'être *allusive* pour l'imitation, les éléments à l'écran évoquant déjà l'hypotexte, il n'est pas nécessaire de le citer.

Genette propose aussi un classement par régime dominant

---

<sup>84</sup> Afin d'éviter toute confusion, nous précisons que la *transformation* concerne les opérations appliquées à un texte télévisuel premier, et pas l'adaptation d'œuvre littéraire à la télévision.



L'inconvénient, avec cette classification, c'est qu'en voulant être plus précise, elle n'en est que plus confuse. En effet, on a du mal à imaginer un texte satirique qui ne soit pas à la fois humoristique, ludique et ironique ! A l'inverse, le classement en trois modes : informatif, fictif, ludique (F. Jost : 1997), bien que plus général, permet un regroupement plus aisé, l'hypertextualité jouant souvent sur la frontière entre deux modes. Prenons l'exemple de la parodie et du burlesque, il s'agit dans les deux cas d'une transformation, la différence se situe au niveau auquel s'applique la transformation. Le burlesque modifie le style sans modifier le sujet, la parodie modifie le sujet sans modifier le style.

### **3) Le mimotexte**

" J'appellerai donc (mimétisme), en amont de la distinction de régime entre pastiche, charge et forgerie, tout trait ponctuel d'imitation, et mimotexte tout texte imitatif, ou agencement de mimétismes. " (G. Genette : 1982, p.88)

Ici, la typologie que propose G. Genette est plus fine, et permet un meilleur découpage entre les émissions, et dans chaque émission, entre chaque séquence. Nous verrons plus tard, dans l'analyse du corpus, qu'il est important de saisir le degré de similitude qui lie l'émission prismatique et l'émission qu'elle mime, car cela joue pour beaucoup dans le processus de légitimation. Ce degré de similitude varie d'une émission à l'autre, et dépend à la fois du régime dominant et de la relation au texte (voir tableau). A l'inverse, on peut ajouter qu'il ne suffit pas à une émission d'en "mimer" une autre pour être classée parmi les émissions prismatiques. On peut alors repérer les éléments "détournés" : tandis que le parodiste transpose un texte et le transforme selon telle contrainte formelle ou telle intention sémantique, ou encore le transpose uniformément dans un autre style ; le pasticheur se saisit d'un style qui lui dicte son texte.

" L'essence du mimotexte, son trait spécifique nécessaire et suffisant, est l'imitation d'un style : il y a pastiche (ou charge, ou forgerie) quand un texte manifeste, en l'effectuant, l'imitation d'un style (...) Mais il faut aller encore un peu plus loin : le pastiche en général n'imité pas un texte pour une raison simple que j'exprimerai d'abord sous une forme volontairement provocante en disant *qu'il est impossible d'imiter un texte*, ou, ce qui revient au même, *qu'on ne peut imiter qu'un style, c'est-à-dire un genre*. " (G. Genette : 1982, p.89)

Les émissions prismatiques reposent pour l'essentiel sur la *feintise énonciative*<sup>85</sup>, et du coup, héritent des promesses liées au genre qu'elles "miment". C'est donc le repérage par leur téléspectateur des "règles du genre" qui va être la base du décalage provoqué par l'émission prismatique, le texte ne pouvant pas imiter un genre et ne pas hériter des promesses liées à ce genre.

" Entre le corpus imité, quels que soient son ampleur et son principe de constitution (de sélection), et le texte imitatif, s'interpose inévitablement cette matrice

---

<sup>85</sup> F. Jost, "Le feint du monde", in *Réseaux* n° 72-73, CNET, Paris, 1995.

d'imitation qu'est le modèle de compétence ou, si l'on préfère, l'idiolecte du corpus imité, destiné à devenir également celui du mimotexte." (G. Genette : 1982, 90)

La difficulté est ensuite de repérer au sein du mimotexte tous les emprunts qui ont pu être faits aux différents genres, les promesses associées, les manifestations à l'écran... Seulement, une difficulté se pose à l'analyste si l'on s'en tient à la règle précédemment édictée, car la parodie semble ne pas respecter cette règle. On a en effet tous en tête une parodie qui faisait clairement référence à une émission bien particulière. On visait là, non pas à "mimer" le genre, mais à détourner le texte. Par exemple, lorsque Les Inconnus nous proposent l'émission "*Youpi-Matin*", il est clair que cela fait référence à l'émission *Télématin*. Il s'agit de détourner les codes et l'organisation du programme, sans pour autant viser les codes du talk show.

" On ne peut parodier que des textes singuliers ; on ne peut imiter qu'un genre (corpus traité, si mince soit-il, comme genre) \_ tout simplement, et comme chacun sait d'avance, parce qu'imiter, c'est généraliser. " (G. Genette : 1982, p.92)

Les exemples sont nombreux, nous en citerons deux.

- "L'état mimétique le plus simple, ou le plus pur, ou le plus neutre, est sans doute celui de la forgerie. On peut le définir comme celui d'un texte aussi ressemblant que possible à ceux du corpus imité." (G. Genette : 1982, p.94)

On peut citer l'*Hebdo du Médiateur*, dont la particularité est de reprendre l'ensemble des codes du JT si bien que l'on pourrait presque confondre ces deux émissions.

- "Par rapport à cet état d'imitation transparente et insoupçonnable, qui est l'état idéal de la forgerie, l'état idéal commun au pastiche et à la charge peut être défini comme un état d'imitation perceptible comme telle. La condition essentielle de cette



perceptibilité mimétique me semble être que la description triviale baptise, d'une manière elle-même peut-être excessive, l'*exagération*."

L'exemple type de charge à la télévision est bien sûr les *Guignols de l'info*, dont tout le principe est basé sur cette imitation et cette exagération, en mettant en scène les marionnettes des acteurs du JT réel, en reprenant la mise en cadre avec l'incrustation dans le coin de l'image... mais à chaque fois le trait est forcé en accentuant démesurément une caractéristique physique, une expression ou une attitude du personnage. A un degré moindre on peut citer le *Vrai Journal*, qui avec son côté "tape à l'œil" (décor, animateur...) joue aussi de cette exagération.

#### 4) Intertextualité / Métatextualité

Si nous avons séparé l'hypertextualité de l'inter- et métatextualité, c'est uniquement dans le but de préciser notre classement en différenciant les émissions à dominante fictionnelle dans lesquelles cette pratique est plus présente. Mais l'hypertextualité n'est pas absente des autres catégories d'émissions, car "il n'est pas d'œuvre (...), qui, à quelque degré et selon les lectures, n'en évoque quelque autre et, en ce sens, toutes les œuvres sont hypertextuelles... (mais) moins l'hypertextualité d'une œuvre est massive et déclarée, plus son analyse dépend d'un jugement constitutif, voire d'une décision interprétative du lecteur." (G. Genette : 1982, p.16). De la même manière, l'inter- et métatextualité ne sont pas absentes des œuvres à dominante fictionnelle, car "nous l'avons constamment observé, l'hypertexte a toujours peu ou prou valeur de métatexte : le pastiche ou la charge sont toujours de la « critique en acte », *Vendredi* est évidemment (entre autres) un commentaire de *Robinson Crusoé*." (G. Genette : 1982, p.450).

Si l'on écarte les émissions à dominante fictionnelle, relevant avant tout, nous l'avons vu, de l'hypertextualité, reste tout de même un ensemble assez hétérogène d'émissions, de *Faire Face* au *Zapping*, en passant par *Arrêt sur Images*, les *Enfants*

*de la Télé, l'Hebdo du médiateur, Plus Clair...* Nous avons là des émissions de divertissement, des magazines d'information, journaliers, hebdomadaires, mensuels, répondant à des objectifs différents... Pourtant, il semble y avoir un élément commun permettant de les réunir sous une même bannière. Certains y voient un même genre : réflexif. Nous dirons, pour notre part, qu'une même pratique les réunit : l'inter- et métatextualité. Nous voilà donc conduit à proposer un tableau général d'analyse des émissions prismatiques. Il nous semble que toute émission prismatique se constitue autour de trois gestes :

- *transcendance* ;
- *configuration* ;
- *sérialisation*.

Voyons maintenant en quoi consistent ces trois opérations.

#### **a) transcendance**

Nous empruntons ce terme à G. Genette, qui désigne par celui-ci l'opération qui permet de sortir l'œuvre de ses limites et de la mettre en relation avec d'autres. Nous nommons transcendance la mise en relation de deux segments de télévision. Un segment actuel (l'émission ou la séquence insérante) convoque en son sein un segment ancien (l'extrait inséré). Cette transcendance peut se faire selon différentes modalités :

- Le segment ancien peut être simplement inséré
  - en tant qu'unité indépendante ;
  - en tant que genre.
- le segment ancien peut aussi ne pas être cité mais seulement mimé, comme cela est souvent le cas pour les émissions parodiques.
- Enfin le segment ancien peut être à la fois cité et configuré, ce qui nous conduit à exposer maintenant ce que nous entendons par configuration.

## b) Configuration

Nous empruntons cette notion à Paul Ricoeur qui l'a développée dans une série de trois ouvrages, *Temps et récit*. Pour Ricoeur, l'élément central de la narration est le temps qu'il aborde à travers la *mimèsis* aristotélicienne (mise en intrigue, activité mimétique des modes narratifs). Il distingue trois moments de la *mimèsis* qu'il nomme *mimèsis I*, *mimèsis II* et *mimèsis III* qui marquent chacune une étape de la construction du temps narratif. Pour Ricoeur, la mise en intrigue (*muthos*) du récit est comprise comme une médiation entre une expérience (humaine) préfigurée (*mimèsis I*) et une expérience refigurée (*mimèsis III*): "L'enjeu est donc le *procès* concret par lequel la configuration textuelle [*mimèsis II*] fait médiation entre la préfiguration du champ pratique [*mimèsis I*] et sa refiguration [*mimèsis III*] par la réception." (1983, p.86). "Nous suivons donc le destin d'un temps préfiguré à un temps refiguré par la médiation d'un temps configuré." (1983, p.87). Avec *mimèsis I*, Ricoeur nous montre que le récit est construit sur une pré-compréhension du temps, de la mise en intrigue et plus généralement du monde. C'est à partir de cette base commune entre lui et le lecteur que l'auteur va construire son récit, convoquant ainsi des pré-savoirs inconscients chez son lecteur (ces savoirs peuvent aussi ne pas être pleinement conscients chez l'auteur). Il apparaît que l'activité d'écriture et de lecture fait appel à des pré-requis nécessaires à la composition et à la saisie du texte. A "l'autre bout du cercle"<sup>86</sup>, *mimèsis III* met en scène le lecteur et la manière dont le temps est refiguré, "(elle) marque l'intersection du monde du texte et du monde de l'auditeur ou du lecteur. L'intersection, donc, du monde configuré par le poème et du monde dans lequel l'action effective se déploie et déploie sa temporalité spécifique." (1983, p.109), c'est la frontière entre le texte et l'au-delà du texte, le monde. Le lecteur, par le travail de lecture, reconstruit le temps en fonction des pré-requis à la lecture (*mimèsis I*) et de la configuration opérée par l'auteur (*mimèsis II*), ceci en fonction du contexte de réception dans lequel il se trouve, le temps est en quelque sorte réactualisé. De fait, l'activité de lecture est aussi une activité créatrice (et pas seulement passive), en

---

<sup>86</sup> En effet, Ricoeur montre que la *mimèsis* a un caractère circulaire. Il n'y a pas de linéarité, de message descendant. Tout comme la fin d'une histoire nous ramène à son début en liant les parties du récit, la lecture évoque en nous (de manière plus ou moins inconsciente) notre propre perception du temps et de son écriture.

reconstituant le temps du récit, le lecteur va en libérer les sens. On peut noter qu'aucune des deux activités, écriture et lecture, n'est totalement libre de contraintes. L'auteur compose avec la pré-compréhension du monde ancrée en chaque individu, et le lecteur (en plus de cette première contrainte) est aiguillé par la configuration narrative proposée par l'auteur. Mais, ce qui va principalement nous intéresser, c'est cette étape intermédiaire de configuration que Ricoeur nomme *mimèsis* II et que nous aborderons (puisque nous parlons de télévision) à travers la notion de dispositif télévisuel.

Ricoeur donne à la *configuration* le sens du *muthos* aristotélien défini dans la *Poétique* comme un "agencement des faits". Il s'intéresse la fonction de médiation entre l'amont et l'aval de la configuration qui "dérive du caractère dynamique de l'opération de configuration" (1983, p.102). *Mimèsis* II est donc le lien entre l'avant-texte et l'au-delà du texte du côté du lecteur, l'opération de configuration est à la fois une mise en forme du pré-savoir (*mimèsis* I) et des visées de l'auteur et un lien vers le monde du lecteur. Ces opérations multiples ne sont pas à sens unique, au contraire c'est un lieu d'échange entre l'auteur (qui "transmet" son message tout autant qu'il anticipe son lecteur) et le lecteur (qui "reçoit" le message et rencontre l'auteur à travers la configuration). Transposé à la sphère télévisuelle, le procédé de configuration trouve un équivalent théorique dans la notion de *dispositif*, car à travers les dispositifs se réalise, se construit l'émission.

La notion de dispositif est une notion centrale pour l'analyse de télévision, et en ce domaine, Noël Nel a posé les bases d'une réflexion constructive. Il convient tout d'abord de parler de dispositifs au pluriel et non pas d'un dispositif télévisuel. " On voit ainsi que même une émission de télévision proche de la radio filmée<sup>87</sup> fonctionne sur un enchâssement de dispositifs. Les dispositifs télévisuels structurent donc émissions et genres sur les plans matériel et symbolique, de la présentation à la représentation, des espaces concrets aux espaces imaginaires, des mondes factuels aux mondes fictionnels et virtuels. Le concept de dispositif est un point de passage

---

<sup>87</sup> Il s'agit d'*Apostrophes*.

obligatoire de la télévision..." (N. Nel : 1999a, p.72). Les dispositifs sont une méta-structure qui encadre intégralement le cycle de production d'œuvre télévisuelle, de sa conception dans les unités de production à sa réalisation effective en plateau (ou ailleurs) et jusqu'à la réception. " On y trouve assurément de multiples dispositifs : méta-dispositif technique (production, diffusion, réception) ; dispositifs économiques (lignes éditoriales, stratégies de programmation et d'industrialisation culturelle) ; dispositifs sémiotiques et esthétiques (liage séquentiel, construction de mondes, polyphonie énonciative, configuration pragmatique, aspectualisation stylistique, déclinaison sérielle). Et l'enchâssement permanent de ces dispositifs, selon un double mécanisme d'intégration verticale (au sein d'une émission ou d'un programme) et d'extension horizontale (d'une émission et d'un programme à leurs variations sérielles), conduit à relativiser toute velléité de visée trop homogénéisante pour se tenir durablement dans le paradigme réticulaire. " (N. Nel : 1999b, p.138). Les dispositifs sont nombreux, notre but ici n'est pas de les répertorier<sup>88</sup>, mais de nous pencher sur les dispositifs qui entrent le plus directement en jeu dans le processus de configuration des émissions prismatiques. C'est pourquoi nous aborderons essentiellement les dispositifs d'émissions à l'écran, car ils sont la partie la plus visible, mais aussi le moment et le lieu où les dispositifs prennent réellement *forme*.

Ce qui va nous intéresser plus directement encore, c'est la manière dont les segments "anciens" sont insérés dans l'émission, comment ils sont *re-configurés* (puisque'ils ont été configurés une première fois dans leur émission d'origine). Puisque la configuration touche essentiellement au temps, comment les dispositifs font-ils place à ces segments anciens afin de les intégrer dans la configuration présente ? Il n'est pas question pour nous, dès à présent, d'analyser une ou plusieurs émissions (cela viendra par la suite) mais d'isoler les éléments qu'il nous faudra repérer pour l'analyse.

---

<sup>88</sup> Nous invitons le lecteur à revenir à la classification opérée par N. Nel (1999a) qui propose à la fois un découpage entre dispositifs symboliques et dispositifs matériels, puis classe les dispositifs en deux groupes : dispositifs d'amont et d'aval.

Il est nécessaire d'identifier clairement le *mode énonciatif*: s'agit-il d'une émission de présentation, de représentation, ou d'une émission mixte. Pour les émissions prismatiques, il semble qu'il ne peut y avoir d'émission uniquement de présentation, puisque qu'il faut, pour qu'il y ait prismaticité, introduire un extrait, une référence extérieure à l'émission, hormis dans le cas où le présentateur évoque à l'antenne la situation de communication dans laquelle il se trouve, créant ainsi un décalage, mais cela est rare et n'est pas de la "prismaticité massive et déclarée". L'essentiel des émissions prismatiques mêle à la fois des séquences de présentation et de représentation. Il est particulièrement délicat de classer les émissions prismatiques, elles oscillent constamment entre plusieurs pôles. On peut dégager un mode dominant, mais cela reste très incomplet. L'émission créant tout comme l'hypertexte une transformation, elle s'inscrit du même coup dans une autre logique et fait intervenir les codes d'autres modes. Il paraît trop flou de dire d'une émission comme les *Guignols de l'info* qu'elle se situe à mi-chemin entre le mode d'énonciation informatif et ludique. Et même une émission qui serait clairement identifiée comme une émission « ludique » peut évoluer de l'humoristique, au satirique, au sérieux, et rejoindre la caractéristique des émissions omnibus.

Lorsque nous avons évoqué la critique (partie I, chapitre 1), nous avons mis en évidence, en nous appuyant sur les travaux de J.M. Adam, que l'unité la plus pertinente pour l'analyse, surtout pour l'analyse télévisuelle, était la *séquence*. "Moyen de penser, hors de la seule problématique des genres, le texte télévisuel comme configuration relativement composée et liée, la séquence préserve donc la part d'hétérogénéité indispensable au média." (N. Nel: 1999a, p.66). En isolant et articulant les différentes séquences (présentation, citationnelle, argumentative, explicative, polylogale...) on dessine le schéma de l'émission et donc la fonction qu'occupe chaque séquence dans le mode de fonctionnement du prisme. Bien entendu, l'analyse ne peut faire l'économie d'un détour par les *dispositifs scénographiques*.

Les notions de dispositifs et de découpage séquentiel viennent préciser la configuration ricoeurienne et mettent à jour la vision de monde proposée par l'émission à travers les différents moyens mis en place.

### **c) Sérialisation**

La télévision est indéniablement et définitivement un média sériel, nous irons même jusqu'à dire qu'elle est le média qui a consacré la sérialité permanente comme forme artistique. De fait, l'essentiel des fictions télévisuelles sont construites sur le mode du feuilleton ou de la série. Mais, même les programmes non-fictionnels n'échappent pas à cette loi des séries, car les émissions sont conçues comme des rendez-vous quotidiens ou hebdomadaires, chaque occurrence étant vécue comme un épisode d'une grande série. Ces rendez-vous, l'établissement de liens privilégiés avec l'animateur (personnage principal) et les chroniqueurs (personnages secondaires), la reproduction du même schéma d'émission, sont autant d'indices qui nous rappellent la série fictionnelle. Aussi, il semble que les émissions prismatiques soient un lieu privilégié d'expression de la sérialité, au niveau de la construction (comme nous venons de le rappeler pour d'autres émissions), mais aussi au niveau de l'image elle-même. Il apparaît que les émissions prismatiques sont l'expression privilégiée de ce qu'on nomme en littérature un *palimpseste*.

" L'art de « faire du neuf avec du vieux » a l'avantage de produire des objets plus complexes et plus savoureux que les produits « faits exprès » : une fonction nouvelle se superpose et s'enchevêtre à une structure ancienne, et la dissonance entre ces deux éléments co-présents donne sa saveur à l'ensemble. " (G. Genette : 1982, p.451)

Voici donc, pour Genette, la caractéristique principale du palimpseste : "l'art de faire du neuf avec du vieux", que nous nommerons le *recyclage d'images*. Au moyen de l'insertion, les images, les émissions anciennes sont récupérées, recyclées. Cette

forme de sérialité atteint son paroxysme lorsque l'émission recycle ses propres images pour créer une nouvelle émission (ce qui est déjà visible dans les séries fictionnelles lors d'épisodes souvenirs dans lesquels les personnages se souviennent de leur passé). L'émission prismatique ne propose pas seulement une rediffusion, mais ajoute une plus value par cette inscription dans un nouveau cadre (nous verrons par la suite quels sont les procédés employés pour créer cet ajout de sens). Dès lors, l'émission se regarde en fonction : de son contexte de diffusion, des lois qui régissent le genre (informatif, ludique...), du schéma de l'émission, des occurrences précédentes, du thème et des images recyclées, ce qui conduit à poser un nouveau regard sur les émissions citées.

## 5) Discursivisation

### 5.1) Le prisme comme acte de discours

De la même façon que le prisme fait subir une action à la lumière, l'émission prismatique utilise l'émission-source pour produire un (des) effet(s). Ici, nous voudrions revenir sur un concept évoqué plus tôt, le concept de *pratiques*. Ces pratiques mises en œuvre au sein de l'émission prismatique ont pour but de produire des effets, et elles sont avant tout des *actes de discours*<sup>89</sup> (audiovisuels). Notre propos n'est pas de revisiter l'approche pragmatique (puisque c'est son nom aujourd'hui), mais d'en tirer profit afin de mettre à jour les actes de discours mis à contribution au sein des émissions prismatiques.

Nul doute que depuis les premières esquisses d'Austin, la notion d'actes de discours n'a cessé d'évoluer, sans pour autant faire l'unanimité parmi les scientifiques. Si tous considèrent (à des degrés divers) que la théorie des actes de discours consiste

---

<sup>89</sup> Les appellations sont nombreuses : actes de langage, actes de parole, actes de discours, aujourd'hui pragmatique... Nous choisissons de parler d'actes de discours afin de montrer que c'est bien l'enchaînement des séquences qui nous intéresse, plus que les simples occurrences qui font l'objet des travaux des linguistes. De plus, par rapport aux autres dénominations, celle-ci a pour avantage de pointer l'instance émettrice et d'être moins générale.



en l'étude des relations entre les signes et leurs interprètes, il n'y a pas pour autant de consensus sur le classement de ces actes : ni sur leur nombre<sup>90</sup>, ni sur leur nature. Fait notamment débat, la frontière floue entre les notions d'acte *illocutoire* (acte fait en disant quelque chose) et *perlocutoire* (acte effectué par le fait de dire quelque chose). On peut dès lors se demander à quoi peut bien nous servir cette théorie ? Elle nous est utile car il n'y a aucun doute que les actes de discours sont une composante essentielle à toute approche systématique du discours, plus précise que l'approche générique ou séquentielle. Nous laisserons aux spécialistes le soin de débattre sur les classifications et ne nous ne prendrons que ce qui sera utile à notre approche.

Tout d'abord, nous ne nous intéressons qu'aux actes illocutoires (actes faits en disant quelque chose), en laissant les actes locutoires et perlocutoires (trop sujets à controverse, d'ailleurs certains auteurs ne font pas de différence entre les actes illocutoires et perlocutoires). Ensuite, nous l'avons dit, les spécialistes divergent sur la classification et le nombre d'actes illocutoires ; grand écart, en effet, entre les cinq catégories proposées par Austin : *verdictifs*, *exercitifs*, *promissifs*, *comportatifs* et *expositifs*, et les 200 types d'actes retenus par Martins-Baltar (1976). Cela s'explique par le fait qu'Austin (et d'autres auteurs) a préféré donner des catégories génériques pouvant englober une multitude d'actes, et cette classification, malgré le temps, reste une des plus efficaces. Ce qui nous conduit à une autre idée. Léo Apostel définit un texte comme "une séquence d'actes de discours qui peut être considérée en elle-même comme un acte de discours unifié" (d'après Adam, 1990, p.103), ce qui signifie, comme le postule Frédéric Nef "qu'il existe des macro-actes de langage qui subsument les micro-actes de langage" (d'après C. Kerbrat-Orecchioni, 2001, p.158). Il nous faut donc envisager le texte à la fois au niveau macro-textuel et micro-textuel.

---

<sup>90</sup> C. Kerbrat-Orecchioni (2001, p.25) cite plusieurs auteurs qui nous donnent entre 74 et 200 types d'actes de langage, voire plus encore !

Ce qui signifie pour notre approche : le prisme est une pratique de monstration télévisuelle complexe, construite sur des actes de discours ; ces actes de discours doivent être envisagés à la fois au niveau macro et micro-textuel<sup>91</sup>.

Au niveau macro-textuel : nous retiendrons 2 catégories principales d'actes de discours :

- *Promettre* : cette catégorie est déjà citée par Austin (*commissif*) et Searle, tous deux en donnent la définition suivante : "(actes) dont le but est d'obliger le locuteur à adopter une certaine conduite future". Selon le cas, l'émission prismatique porte la promesse, par la voix de son animateur, d'un retour sur image, d'une meilleure compréhension du média, d'un droit à la critique... ou tout simplement la promesse de passer un moment agréable.
- *Référer à* : Après la promesse, c'est le fondement des émissions prismatiques, si bien que l'on peut dire que s'il n'y a pas référence, il n'y a pas d'émission prismatique. L'acte de référer prend des formes multiples que nous avons évoquées lorsque nous avons abordé la question de la citation audiovisuelle.

Nous ne retenons que deux catégories au niveau macro-textuel car elles semblent être les seules capables d'englober l'ensemble des émissions. Par contre au niveau micro-textuel, les actes sont beaucoup plus nombreux et leur apparition est variable, tout est fonction des objectifs affichés (promis) et cachés. Il paraît peu efficace d'essayer d'en dresser une liste exhaustive, c'est à l'analyste de les repérer au sein de son corpus ; pour autant, nous pouvons citer les plus répandus dans les émissions prismatiques qui sont :

---

<sup>91</sup> Nous précisons que nous ne cherchons pas à référencer tous les actes de discours mais à proposer, à la manière d'Austin, des catégories générales pouvant englober un maximum d'émissions prismatiques, voire toutes.

- faire rire
- se moquer
- rappeler
- informer d'avantage
- expliquer
- commenter
- critiquer
- honorer
- admirer

Une lecture attentive des différentes émissions prismatiques nous amène à dégager deux grands types d'effets produits par ces actes de discours, que l'on retrouvera systématiquement : une *décomposition* et un *décalage*. Ceci porte à la fois sur le flux d'images et sur les discours des émissions ou extraits insérés. Pour ce faire, les moyens mis en œuvre varient selon l'émission et le but visé.

*Arrêts sur images* va par exemple multiplier les arrêts sur image pour produire du discours, le but recherché étant la décomposition du flux d'images pour analyser les éléments qui sous-tendent sa fabrication.

Le *Zapping* qui a, lui, plus vocation à provoquer un décalage, utilise la mise en cadre (cadre dans le cadre) et le montage cut pour produire cet effet.

Comment l'émission prismatique réussit-elle à produire ces effets ?

Nous avons montré que l'émission est en grande partie tributaire de l'émission-source dont elle utilise les images. Par la reprise de ces images, l'émission prismatique hérite (d'une partie) du discours de l'émission-source. L'opération consiste donc à éviter une répétition littérale de ce discours afin de l'utiliser comme base de travail pour produire son propre discours. Pour atteindre cet objectif, les procédés sont

---

d'Austin, des catégories générales pouvant englober un maximum d'émissions prismatiques, voire toutes.

nombreux (nous les verrons plus tard en détail) et peuvent selon le but recherché produire un décalage et /ou une décomposition.

On peut penser que le décalage s'opère automatiquement à partir du moment où il y a une reprise des images au sein d'un nouveau cadre. Prenons l'exemple d'une émission de divertissement reprenant ses propres images dans un best of. L'émission-source (le programme de divertissement) emprunte alors aux procédés des émissions prismatiques. Les images sont les mêmes et proviennent de la même source, mais c'est la reprise des images qui va créer le décalage.

Encore faut-il qu'on puisse repérer un procédé qui provoque le décalage. Si l'on ne repère aucun de ces procédés, aucun effet précis ne sera produit et on assistera alors à une simple rediffusion.

Autre question soulevée par l'approche discursive des émissions prismatiques, qui touche cette fois aux identités des partenaires de ce discours. Car s'il y a discours, il y a inévitablement un énonciateur et un destinataire (même imaginaire).

Les émissions prismatiques jouent sur l'ambiguïté de la nature de l'émetteur. Parfois, la source est différente (le plus souvent) de l'instance émettrice. Prenons l'exemple du *Zapping* : les images diffusées proviennent d'autres émissions et/ou d'autres institutions. On peut donc se demander qui parle ? La difficulté à définir la nature de l'énonciateur est multipliée par l'inscription de l'extrait dans un nouveau cadre. Imaginons un extrait du JT de France2 : on peut identifier un énonciateur principal qui serait la rédaction de France2, mais la reprise de cet extrait au sein du *Zapping* ne modifie-t-elle pas l'identité de l'énonciateur principal ? S'agit-il toujours du discours de la rédaction de France2 ? Ou du discours exclusif du *Zapping*, donc le la chaîne Canal+ ? Ou alors, les discours sont-ils mêlés ?

Le discours et l'intention visés par la première institution sont différents du discours et du but visé par le *Zapping*. Ce dernier, par différents procédés (mise en

cadre, montage cut...) provoque un décalage et utilise ces images pour construire son propre discours. De même, *Arrêt sur images* va plutôt s'axer sur la décomposition en stoppant le flux des images et en cherchant à produire du discours sur la construction même de ces images.

L'identité du destinataire n'est pas moins complexe à définir :

" Le destinataire a ici pour caractéristique de n'être jamais le seul lecteur (du texte) mais quelque forme de public, qui peut éventuellement n'être pas lecteur." (G. Genette : 1987)

C'est là une autre caractéristique : rien ne lie (obligatoirement) le téléviewerat de l'émission prismatique au téléviewerat de l'émission de référence. Bien que, dans le cas de l'*Hebdo du médiateur*, il soit difficilement envisageable qu'un téléviewerateur (régulier) ne soit pas également téléviewerateur du JT, cela reste possible. Pour les autres émissions prismatiques, il en va de même. On peut tout à fait regarder le *Vrai journal* ou les *Guignols de l'info* sans pour autant regarder le JT et, de la même façon, regarder le *Zapping* sans connaître toutes les émissions citées.

Cela peut montrer une chose : ce que cherche le téléviewerateur, c'est le discours propre de l'émission prismatique qui elle-même s'alimente de différents discours. L'émission de référence ne serait donc qu'un prétexte à la construction d'un discours second. Pour caricaturer : qu'importe le thème, pourvu qu'au sein de l'émission, on reproduise le même schéma de décomposition et de décalage.

## 5.2) Niveaux

Si, au niveau théorique, il est désormais clair qu'il nous faut parler d'actes de discours multiples et variés, nous sommes cependant conduit à établir des différences entre chaque émission. Nous parlerons, ici, de degrés ou de niveaux de fonctionnement

par rapport à l'émission source. Si l'on peut aisément imaginer le *Zapping* sans références claires<sup>92</sup> aux émissions "insérées" et sans réel "retour", il n'en va pas de même de *l'Hebdo du médiateur* ou d'*Arrêt sur images* pour ne citer que ces deux émissions. Afin d'élargir notre propos, nous pensons qu'à partir du moment où une émission prismatique consacre une grande partie de son temps de diffusion à une seule émission-source, et y mêle à une activité de commentaire, ou d'analyse, alors l'émission prismatique agira à la manière d'une *note* ou d'un *épitexte* vis-à-vis de l'émission-source.

#### a) *La note*

Une fois encore, nous emprunterons à G. Genette ces deux notions développées dans un ouvrage intitulé *Seuils* (G. Genette : 1987). Il y étudie les différentes composantes d'un texte ou d'une œuvre, que ces composantes soient internes ou externes.

Genette y définit le *paratexte* :

" Le paratexte se compose donc empiriquement d'un ensemble hétéroclite de pratiques et de discours de toutes sortes et de tous âges que je fédère sous ce terme au nom d'une communauté d'intérêt ou de convergence d'effets, qui me paraît plus importante que leur diversité d'aspect. " (G. Genette : 1987)

Le paratexte désignerait donc l'ensemble des éléments qui concourent à la construction du texte, à sa mise en forme tant interne (titres, parties, paragraphes) qu'externe (format, construction).

A l'intérieur de ce paratexte, Genette définit ce qui va nous intéresser plus particulièrement pour les émissions prismatiques, la notion de note.

---

<sup>92</sup> Dans le cas présent, la référence se fait en indiquant en marge de l'écran la chaîne de diffusion, et un bandeau

" Une note est un énoncé de longueur variable (un mot suffit) relatif à un segment plus ou moins déterminé du texte, et disposé soit en regard, soit en référence à ce segment." (G. Genette : 1987)

Il y aurait donc note à partir du moment où il y a un méta-discours sur un texte, une partie de texte, un mot. Genette définit plusieurs destinataires de la note, la plus répandue étant bien entendu la note auctoriale.

Ce qui va changer d'une note à l'autre, c'est sa position par rapport au texte et sa fonction : quel est le but recherché par l'auteur de la note ? S'agit-il d'un complément d'information par rapport au texte, d'une digression apparemment gratuite, d'une définition, d'un mot de l'auteur quant aux circonstances qui ont accompagné l'écriture de ce passage ?

" Le destinataire de la note est sans doute en principe le lecteur du texte, à l'exclusion de toute autre personne (mais)...les notes peuvent être statutairement facultatives, et ne s'adresser qu'à certains lecteurs : ceux qu'intéressera telle ou telle considération complémentaire, ou digressive, dont le caractère accessoire justifie précisément le rejet en note." (G. Genette : 1987)

On trouve en note des définitions ou explications de termes employés dans le texte, parfois l'indication d'un sens spécifique ou figuré. Des références de citations, des indications de sources, production d'autorité à l'appui, d'informations et de documents confirmatifs ou complémentaires. Des précisions sur un fait évoqué dans le texte de manière plus vague ou plus cavalière (parfois jusqu'à la nuance restrictive). Des arguments supplémentaires ou préventions d'objection.

Pour Genette, la note permet surtout d'accéder « à un niveau second de discours qui contribue parfois à son relief. Le principal avantage de la note est en effet de

ménager dans le discours des effets locaux de nuance, de sourdine, ou (...) de registre qui contribuent à réduire sa fameuse et parfois fâcheuse linéarité.» (G. Genette : 1987)

Genette définit ainsi la fonction de la note ultérieure :

" La note est, du paratexte, un élément passablement élusif et fuyant. Certains types de note comme l'autoriale ultérieure ou tardive, remplissent bien une fonction paratextuelle, de commentaire défensif ou autocritique." (G. Genette : 1987)

C'est là tout à fait la fonction que remplit, par exemple, l'*Hebdo du médiateur* qui vient nuancer la linéarité du JT et permet un retour sur le discours, un niveau second de discours ; ce fut aussi le cas de *Faire face* et de *Face au public* et plus généralement de toutes les émissions remplissant un rôle de commentaire, de critique des programmes ou de la médiation télévisuelle. Ainsi, les émissions prismatiques de commentaire, de critique ou d'analyse comme *Arrêt sur images*, *l'Hebdo du médiateur*, *Plus clair* (et d'autres encore), fonctionnent comme une note par rapport à l'hypotexte (le(s) émission(s)- source) qu'elles prennent comme thème.

#### *b) L'építex-te*

Il y a une autre catégorie dans la typologie de Genette qui, elle, peut s'appliquer à l'ensemble des émissions prismatiques : l'építex-te public.

" Est építex-te tout élément paratextuel qui ne se trouve pas matériellement annexé au texte dans le même volume, mais qui circule en quelque sorte à l'air libre, dans l'espace physique et social virtuellement illimité. Le lieu de l'építex-te est donc anywhere out of the book, n'importe où hors du livre." (G. Genette : 1987)

Cette catégorie plus générale peut s'appliquer à l'ensemble des émissions prismatiques, l'*Hebdo du médiateur* étant un cas un peu particulier, du fait de sa quasi-



annexion au JT. L'ensemble des autres émissions prismatiques apparaît à différents moments dans la grille des programmes sans être directement annexé par les émissions références.

" Les occasions temporelles de l'épitéxte sont diverses : antérieur (témoignages privés ou publics sur les projets de l'auteur et la genèse de son œuvre), original (interviews accordées à la sortie d'un livre, conférences, dédicaces), ultérieur ou tardif (entretiens, colloques, autocommentaires spontanés et autonomes de toutes sortes.)." (G. Genette : 1987)

Les prétextes à l'émission prismatique sont tout aussi nombreux. Que ce soit du divertissement (best of, *Les Enfants de la télé*), de l'information (*l'Hebdo du médiateur*), des émissions d'analyse (*Arrêt sur images*), de promotion (*Ligne de mire*)...

" Le destinataire en est le plus souvent l'auteur secondé ou non par plusieurs interlocuteurs, relayé ou non par un médiateur, professionnel ou non. Mais ce peut-être également l'éditeur, ou quelque tiers autorisé." (G. Genette : 1987)

Là encore, les cas sont divers et variés, bien souvent ce sont les chaînes, propriétaires des archives, qui proposent la rediffusion d'une séquence (d'une émission). Il s'agit moins, comme cela peut être le cas en littérature, d'initiative émanant de l'auteur.

### **5.3) Procédés**

Alors quels sont les procédés employés par les émissions prismatiques ?

Nous l'avons dit, ceux-ci sont divers et varient selon l'objectif à atteindre. Nous avons choisi de classer les procédés les plus couramment utilisés en différenciant

ceux qui apparaissent au sein du texte insérant (l'émission) et ceux utilisés au sein du texte inséré (l'extrait). Bien entendu les procédés utilisés sur les textes insérés ne peuvent être séparés du cadre d'insertion, et parmi ces procédés, certains sont utilisés aussi bien dans le texte inséré que le texte insérant.

*a) Procédés appliqués au texte citant*

- *feintise énonciative* : définie par F. Jost comme la simulation d'un document en tant que tel, la feintise serait une parodie agissant au niveau de la mimésis ou du dispositif (F. Jost : 1997). C'est le procédé pivot sans lequel rien n'est possible, car il agit comme un marqueur du genre dans lequel l'émission prismatique s'inscrit. Et ce n'est que par référence à l'émission source que va se construire le prisme. On va procéder par imitation, la plus visible tenant au décor, mais aussi à la mise en scène, la mise en cadre, au ton de l'émission... Par le repérage de ces marqueurs, le téléspectateur va construire un parallèle avec l'émission-source.

- *rediffusion* : la rediffusion est une condition sine qua non de tout décalage et/ou décomposition. On ne peut imaginer d'émission prismatique sans rediffusion d'extraits. Elle n'est pas en soi un procédé du prisme mais un élément de construction et de validation de celui-ci, et doit être associée à un autre élément du prisme. Après que la séquence a été rediffusée une première fois, la répétition de cet extrait peut devenir un élément du prisme, souvent employé pour introduire une décomposition de la séquence, la production de discours étant facilitée par ce retour sur l'image.

- *cadre dans le cadre* : ce dispositif permet à la fois de différencier les images produites par l'émission prismatique, des images empruntées, mais aussi de modifier la perception de ces images. Celles-ci apparaissant à l'intérieur d'un cadre plus petit, cela induit qu'elles s'intègrent à une autre logique, donc la lecture qu'on doit en avoir doit être différente. Ce dispositif employé seul suffit à produire un décalage dans la perception de l'image. Il est le procédé de base d'une émission comme le *Zapping*.

- *logo* : c'est la marque de l'émission, de sorte que, quelles que soient les images diffusées, le téléspectateur puisse identifier l'émission. Le logo est, dans la plupart des cas, placé dans un coin de l'écran, visible aussi sur le plateau. Il est d'une importance capitale car il permet au téléspectateur de repérer l'émission qu'il regarde et donc du même coup de définir (s'il en a une connaissance préalable) la logique de l'émission et le comportement qu'on attend de lui (le logo apparaît aussi dans le texte cité).

- *recontextualisation* : nous verrons à travers l'exemple de l'*Hebdo du médiateur*, l'importance de ce procédé. Le présentateur (animateur) ne livre pas des images « brutes », mais donne au téléspectateur un complément d'information concernant le contexte de production ou de diffusion. Cela peut aller de la date de première diffusion à un historique de l'événement traité. Le présentateur va par ce procédé conduire à une lecture différente de l'image, car il est possible que le téléspectateur, même s'il connaît ces images, ne dispose pas de ces informations à sa première lecture.

- *complément d'information* : nous distinguons cette catégorie de la précédente par le fait qu'elle tient plus de l'anecdote, du détail, chose qu'on va souvent retrouver dans les *Enfants de la télé*. Il s'agit moins de recontextualiser que d'apporter un élément nouveau permettant d'introduire une nouvelle lecture de l'image. Ce procédé comme le précédent peut être employé indifféremment avant ou après diffusion des images. On peut par exemple inviter un journaliste ou un cameraman pour qu'il apporte un complément d'information quant aux difficultés rencontrées au cours du reportage.

- *intervention du téléspectateur* : on va retrouver cet élément sous différentes formes dans toutes les émissions prismatiques. On intègre le téléspectateur au dispositif de l'émission, à la construction du sens. Il est désigné comme l'élément qui motive la construction de l'émission. Les formes d'intervention sont diverses : par

l'entremise d'un médiateur qui formule les demandes du public " Vous avez souhaité revoir telle séquence ", en intervenant directement sur le plateau de l'émission, par duplex, par l'envoi de courriers lus à l'antenne... Le téléspectateur a même accès à la construction du sens et peut comme dans l'*Hebdo du médiateur* remettre en cause les choix de l'équipe de rédaction ou produire de l'analyse dans *Arrêts sur images*.

*b) Procédés appliqués au texte cité*

- *montage cut* : autre procédé très employé par le *Zapping*, il permet de produire un effet en créant un rythme très rapide propre à l'émission permettant le passage d'un programme à un autre sans plus de formalités. Cet enchaînement très rapide peut être couplé à une association de séquences par thèmes donnant l'impression d'un kaléidoscope. Ce dispositif permet la superposition de séquences et peut ainsi introduire une comparaison sur le traitement d'un même thème (ex : *Arrêts sur images*).

- *diffusion répétée* : Ce procédé se distingue de la rediffusion par le fait qu'il ne concerne que la citation, c'est-à-dire l'extrait sélectionné dans l'hypotexte et qui a pu être retravaillé (montage, incrustation...) Cet extrait, s'il est court, est alors diffusé plusieurs fois, en boucle ou à différents moments de l'émission. Ce même procédé est utilisé pour les retransmissions sportives et peut, ici aussi, être couplé avec un ralenti ou un changement de prise de vue. On a alors la possibilité d'attirer l'attention sur un élément clé ou un enchaînement particulier de la séquence peu visible dans le flux de la première diffusion.

- *incrustation* : ce procédé est souvent associé aux précédents, mais nous le distinguons par le fait qu'il s'agit là d'un élément textuel apparaissant à l'écran. Il peut indiquer la date de première diffusion, le nom de l'émission, des intervenants. Il est à lui seul un procédé introduisant un décalage. Si l'on diffuse une interview filmée dans les conditions du direct, sans plus d'information, le téléspectateur pourra croire qu'il

s'agit d'un vrai direct (hormis coupure temporelle trop perceptible). Mais l'ajout d'une incrustation sur la date de l'interview va modifier le rapport à l'image.

Prenons l'exemple des *Enfants de la télé*. On peut trouver au sein de l'émission des séquences provenant de tout genre de programmes avec cependant un élément fédérateur : toutes ces séquences comportent un élément comique ou anecdotique. Donc, même si le téléspectateur tombe sur une séquence provenant d'une émission de débat, s'il identifie le logo, cela provoque chez lui une attente et il sait ce qu'il doit chercher dans cette séquence.

- *ralenti* : souvent utilisé dans les retransmissions sportives, le ralenti est un élément du prisme. La modification du flux « naturel » des images, influe sur la perception et permet non pas de voir *mieux* mais de voir *plus*. Apparaissent alors des détails imperceptibles à vitesse "normale" qui sont autant d'éléments de production de discours.

- *arrêt sur image* : c'est le stade final de la décomposition, le flux n'existe plus, l'image est fixe. On a alors tout loisir de la disséquer, d'étudier les éléments qui sous-tendent sa construction, de donner l'illusion de tout voir.

- *commentaire* : si le prisme agit au niveau de l'image en modifiant sa construction, son flux ..., on peut aussi agir en plaquant un commentaire sur des images qui n'en comportaient pas ou en modifiant le commentaire existant. Par exemple pour l'*Hebdo du médiateur*, on peut distinguer deux grands axes dans le commentaire (en fait les plus fréquents). Soit le commentateur procède comme ferait un maître d'école à une explication des images, soit il pointe à l'excès un élément de la séquence désigné comme l'élément clé (utilisé aussi dans le texte citant)

L'identité du commentateur varie selon l'émission et le type de commentaire qu'on attend de lui. Le commentaire le plus légitime étant celui du présentateur, puis de ceux désignés comme experts (journalistes, spécialistes...), des acteurs de la

séquence diffusée, des personnalités médiatiques et enfin du commun des mortels. Chacun de ces acteurs va être mobilisé en fonction du type de commentaire qu'on veut produire : l'expert pour l'analyse, le téléspectateur pour l'émotion...

Ce type d'émission adopterait donc les caractéristiques d'un prisme, repérable au sein de la grille des programmes et non pas diffus, subissant les contraintes exercées à la fois par le média, la chaîne, le genre et la technique.

On peut donc distinguer deux grandes catégories d'effets : le décalage et la décomposition produits par la mise en place d'actes de discours et de procédés pouvant être appliqués sur le texte insérant ou le texte inséré. Chaque procédé, selon l'émission à laquelle il s'intègre, aura pour but de provoquer soit un décalage, soit une décomposition. Il semble hasardeux de vouloir définir pour chaque procédé un effet, il faut plutôt considérer les contextes dans lesquels s'intègrent ces dispositifs et les objectifs liés à l'émission prismatique.

Enfin, nous voudrions proposer un tableau récapitulatif des différentes modalités d'apparition des émissions prismatiques. Ce tableau, loin d'être exhaustif s'enrichit avec le temps et l'apparition de nouvelles émissions qui viennent montrer les applications très nombreuses du prisme.

| <b>Nature de l'hypotexte ou thème de l'émission prismatique</b> | <b>Exemple d'émission</b>           |
|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| L'émission précédente                                           | <i>Tout le monde en parle</i>       |
| Une séquence (ancienne de l'émission)                           | Best-of, bêtisier                   |
| Une séquence (analyse, commentaire)                             | <i>Arrêt sur images</i>             |
| Une multitude de séquences                                      | <i>Les 100 plus grands fou rire</i> |
| Une émission                                                    | <i>Arrêt sur images</i>             |
| Plusieurs émissions                                             | <i>Le Zapping</i>                   |
| Une chaîne                                                      | <i>120min de bonheur</i>            |
| Une émission, une période                                       | <i>Les enfants de la télé</i>       |
| Les vedettes du petit écran                                     | <i>Stars intimes</i>                |
| L'actualité médiatique                                          | <i>Face à l'image</i>               |
| Des concepts                                                    | <i>Drôle de zapping</i>             |
| La télévision                                                   | <i>Plus clair</i>                   |
| Les médias                                                      | <i>La vie des médias</i>            |

## Chapitre 3 : Analyses

Après avoir introduit la notion de prisme et mis à jour ses principaux mécanismes de fonctionnement, il nous reste à montrer en détail comment cela se traduit au sein des émissions. Plutôt que de dresser un catalogue des émissions ou d'en proposer une perspective historique (et sur ce point les travaux de P. Beylot et V. Spies sont une référence), il nous semble plus intéressant d'inscrire ces analyses dans la lignée de notre affirmation de départ. Notre objectif est donc d'analyser la prismaticité afin de repérer par quels procédés on empêche finalement toute véritable critique télévisuelle.

Comment aborder cet immense corpus ? Nous l'avons dit, ni le catalogue, ni la perspective historique ne nous seront utiles ici, il nous paraît beaucoup plus efficace de dire, à la manière de P. Charaudeau, que toute émission (tout texte) se constitue autour de trois pôles : la Production, le Texte (le Dispositif) et la Réception. En adoptant cette démarche, on peut aborder les émissions de deux façons. Premièrement, en abordant chaque émission du point de vue de ses conditions de production, des dispositifs qui lui sont propres et des positions qu'elle autorise à ses téléspectateurs. Deuxièmement, on peut analyser comment chaque émission prismatique traite les questions des trois lieux de pertinence des autres émissions de télévision. Dans cette deuxième approche, les trois lieux de pertinence relèvent seulement du Texte des émissions prismatiques. C'est cette deuxième démarche que nous adopterons, en ajoutant que nous classerons les émissions selon les dominantes des thèmes qu'elles traitent parmi ces trois pôles. Quels sont les discours produits et les rapports qu'entretiennent les émissions avec chacun de ces trois pôles ? Et surtout, quelles sont les stratégies mises en place pour faire croire à la critique tout en la neutralisant ?



## A) Pôle de la Réception

S'il est un phénomène propre à la néo-télévision, c'est l'omniprésence du téléspectateur, qui atteint son "apogée" avec les émissions de télé-réalité qui font du téléspectateur l'acteur principal de la télévision du début du 21<sup>ème</sup> siècle. D'une discrétion absolue aux débuts de la télévision, le téléspectateur a d'abord investi les studios de télévision par la présence de plus en plus nombreuse de public dans les émissions, qu'elles soient retransmises en direct ou proposées en différé. La télévision des années 70, et surtout des années 80, va permettre au téléspectateur d'investir le plateau par l'intermédiaire des jeux télévisés qui consacrent le téléspectateur en tant qu'acteur à part entière de cette néo-télévision. Cette mise en scène des publics se généralise et touche tous les genres de la télévision : du jeu au débat, en passant par le JT. Certains n'y ont d'ailleurs pas survécu, comme les émissions de débat qui ont succombé à l'introduction progressive de la parole profane à travers les reality-show. Cette "obligation" de mettre en scène le téléspectateur, d'introduire de la "parole profane" a modifié les règles du débat pour produire ce que l'on connaît aujourd'hui sous le terme générique de talk-show. Cette "télévision du téléspectateur" atteint son apogée (ou peut-être pas encore ?) avec les émissions de télé-réalité dans lesquelles les contraintes institutionnelles s'invisibilisent (mais ne disparaissent pas !) afin de laisser le téléspectateur investir totalement l'espace télévisuel. Cette "invasion progressive" est voulue, notamment par les chaînes "alternatives" ou "thématiques" qui y ont vu un moyen de se démarquer de la concurrence (ce qui a été le cas en France pour M6, en diffusant *Loft Story*) ; mais elle est aussi subie, par les grands médias généralistes qui ont été rattrapés et "contraints" (par le marché) de proposer ce type de programmes, en raison du succès fulgurant rencontré. Ce fut notamment le cas de TF1 qui, après avoir critiqué la démarche de M6 en qualifiant la télé-réalité de "télé-poubelle" a été "contraint" sous la pression du marché de proposer le même type de programme.

Désirée ou subie, la présence du téléspectateur a toujours été un élément avec lequel il a fallu composer. C'est pourquoi le média, notamment à travers les émissions prismatiques, a toujours ménagé un "espace" dédié aux téléspectateurs (nous avons

abordé ce point dans la partie consacrée à la critique de télévision, nous n'y reviendrons pas en détails). Cet "espace" est souvent présenté par l'institution comme une "antenne libre" ouverte aux téléspectateurs, voire même un lieu de critique du média. Certaines émissions prismatiques auraient donc pour fonction de feindre une critique du média en donnant la parole aux téléspectateurs, reste à voir de quelle manière et pour quels résultats ? Il faut avant tout signaler que ce type d'émission prismatique consacré exclusivement à la mise en scène de la parole du téléspectateur est assez rare comparé au volume d'émissions consacrées aux contenus (ou aux dispositifs) ; moins rares sont les émissions qui intègrent des séquences d'intervention du téléspectateur, par le biais du courrier, du téléphone, du courriel, du minitel, du visiophone, du micro-trottoir...

Par souci d'efficacité, nous n'aborderons que les émissions construites autour de la parole du téléspectateur sur le média télévision, et parmi celles-ci, nous en avons détaché deux qui font de la parole du téléspectateur un élément central : *Face au public* et *l'Hebdo du médiateur*. Les périodes différentes de diffusion des deux émissions nous permettront aussi de constater les constantes et les variations dans la mise en scène de la "critique téléspectatorielle".

### 1) *Face au public*

Si la télévision des origines met en images ses téléspectateurs, c'est avant tout comme *témoins* de la performance technique ou de la qualité des programmes. On parle de "réactions" du public qui salue la qualité des programmes ou de la réalisation. On fait également jouer au téléspectateur le rôle du *Candide* qui s'étonne, pose des questions sur la machinerie, comme cela est très souvent le cas dans deux émissions phares des années soixante, *Micros et caméras* et *Au-delà de l'écran*. Tout aurait pu en rester là, mais au début des années soixante, 1961 plus exactement, on décide de mettre en scène le téléspectateur autrement, en d'autres termes : donner la parole aux "mécontents", à ceux qui ont quelque chose à reprocher à la télévision. Cette initiative audacieuse est pour le moins périlleuse, puisqu'il s'agit de donner la parole en direct à

des "mécontents", et on peut se demander ce qui justifie cette prise de risque. Il nous semble y avoir deux raisons principales : il faut d'abord se souvenir que la télévision se constitue sur la base de deux modèles que sont le cinéma et la presse, et rien ne résume mieux cela que le "Journal télévisé". L'organisation du média se fait sur le modèle de la presse, les journalistes sont, dans leur majorité, des transferts de la presse écrite, il y a donc une culture du "courrier des lecteurs" dont on va appliquer le principe à l'écran. Deuxième raison majeure, la grande force de la presse écrite qui est encore le média dominant à l'époque et qui, nous l'avons vu, est très critique vis-à-vis de la télévision et n'hésite pas à ouvrir ses colonnes aux "mécontents" de la télévision.

Il va donc s'agir de donner la parole aux "mécontents" afin de donner l'image de la transparence, mais en même temps de s'offrir une tribune afin de répondre aux critiques de la télévision. Et quiconque veut bien observer l'ensemble des émissions qui prétendent permettre la critique du média constatera qu'elles sont construites sur les mêmes bases : feindre la libre parole et s'accorder un droit de réponse. C'est dans ce contexte qu'apparaît en 1961, et pour deux numéros seulement *Faire face*, proposée par Igor Barrère et Etienne Lalou qui annonce dès la première émission : "Il vous est certainement arrivé devant votre petit écran de vous dire "Ah si je pouvais tenir les responsables, je leur demanderais des comptes !" Et bien vous allez pouvoir les tenir, les responsables, vous allez pouvoir leur demander des comptes.<sup>93</sup>". Cette première émission ne donne pas la parole aux téléspectateurs (en plateau), elle propose une série de reportages sur les possibilités et la puissance de la télévision, mais aussi des interviews de responsables de la R.T.F.. En fait, cette émission n'était qu'un "tour de chauffe", une introduction à l'émission de la semaine suivante qui traitera des fonctions, de la qualité et de l'avenir de la télévision, et pour laquelle les téléspectateurs sont invités à participer. C'est à ce stade que commence le contrôle de la parole du téléspectateur. Si on veut bien laisser le public s'exprimer, il n'est nullement question de mettre en scène un forum de libre expression. La méthode, mise en pratique jusqu'à aujourd'hui dans les émissions prismatiques, consiste à sélectionner des "représentants" à partir des courriers qui auront été jugés les plus

---

<sup>93</sup> Emission du 13 avril 1961.

pertinents. Ce sont donc ceux-là mêmes qui sont mis en cause qui doivent sélectionner les courriers les plus pertinents, ils sont à la fois juge et partie. Cet "écrémage" permet de contrôler quasi-totalement la parole du téléspectateur et d'éviter tout dérapage pendant l'émission diffusée en direct. L'émission de la semaine suivante met donc des responsables de la R.T.F. face aux "représentants" des téléspectateurs et montre clairement qu'il s'agit d'offrir une tribune aux responsables de la R.T.F. plutôt que de permettre aux téléspectateurs de critiquer la télévision. Comme l'on est visiblement peu convaincu de l'intérêt d'une telle émission, celle-ci s'arrête après deux numéros seulement, et il faudra attendre dix ans avant de voir réapparaître sur les écrans une émission consacrée aux "critiques" des téléspectateurs.

C'est donc le 21 février 1971 qu'apparaît sur les écrans *Face au public*, émission mensuelle diffusée entre février 1971 et juillet 1972, le dimanche après-midi, et présentée par Jacques Locquin. Le principe est toujours le même : permettre aux téléspectateurs de poser leurs questions aux responsables, mais le dispositif semble encore plus contrôlé. La sélection des "représentants" nous donne une idée du niveau de contrôle et de la méfiance vis-à-vis du public : "*Face au public* est précédé, deux fois par mois, par des soirées organisées dans des régions différentes, où les téléspectateurs, s'ils le désirent, peuvent proposer de participer à l'émission, en adressant une demande à la mairie de la ville où se déroule la soirée ; un jury régional, composé notamment de journalistes et de personnalités, sélectionne, après chacune des deux soirées, une dizaine d'interpellateurs dont les déclarations sont filmées et enregistrées. Ces enregistrements sont soumis à une sélection, effectuée à Paris, par un jury national, six à huit interpellateurs sont invités par l'O.R.T.F. à venir à Paris développer, en direct, leurs arguments et entendre les réponses"<sup>94</sup>. Voilà qui donne une idée du contexte dans lequel apparaît l'émission, les téléspectateurs sont invités à poser leurs questions mais surtout à écouter les réponses. Cela n'a pas échappé aux chroniqueurs de l'époque qui dénoncent la mascarade : "Si des questions pertinentes ont été posées, les réponses n'ont convaincu personne. Elles ont même été si

---

<sup>94</sup> *Télé 7 jours* du 18 avril 1971.

décevantes dans l'ensemble qu'on se demande à quoi peut servir cette émission, sinon à maintenir le statu quo, tout en offrant l'image du faux libéralisme.<sup>95</sup>".

Outre la sélection des "représentants", qui est un principe rôdé dans toutes les émissions prismatiques donnant la parole au public, *Face au public* se caractérise surtout par le fait que c'est essentiellement une émission de parole. Les questions des téléspectateurs viennent uniquement ponctuer d'interminables tirades des représentants de l'O.R.T.F.. Dans ce genre d'émissions, qui a quasiment disparu de nos écrans, tant il est difficile de les suivre, le prisme se construit autour de deux procédés : *l'intervention du téléspectateur* et la *recontextualisation* ou le *complément d'information*.

L'intervention du téléspectateur, nous l'avons vu, est l'alibi principal de la construction de l'émission, il est présenté comme l'élément central alors que dans les faits, la scène n'est occupée que par les journalistes et les responsables de l'Office. La parole du téléspectateur est désignée comme l'élément qui motive la construction de l'émission, mais sur le plateau, les "représentants" n'ont que peu l'occasion de s'exprimer et même si la question peut être pertinente, elle est noyée dans la réponse des représentants de l'Office.

La recontextualisation fait suite à la question du téléspectateur, elle émane de représentants de l'Office, donc indirectement de l'Etat (à l'époque), ce qui peut expliquer l'atmosphère figée qui entoure l'émission. Lorsqu'un responsable est interpellé par un "interpellateur" (c'est le nom qu'on leur attribue), c'est une réponse de "maître d'école" qui est donnée. La question n'est qu'un prétexte pour expliquer au public le fonctionnement de l'Office, les contraintes avec lesquelles doivent composer les responsables : les aléas de la technique, la diversité du public... Ce procédé ramène le téléspectateur à l'état de celui qui ne sait pas et ne comprend pas la "sagesse" derrière les choix de l'Office. En plus de cet apport de "savoir", les responsables se retranchent derrière la diversité du public, arguant qu'on leur reproche tout et son

---

<sup>95</sup> *Télérama* du 17 avril 1971

contraire : s'il en est qui trouve la programmation inintéressante, d'autres se plaignent d'une programmation qu'ils jugent élitiste. De ce fait, tout est justifiable, tout trouve une explication dans les contraintes techniques, la diversité du public, les visées pédagogiques et ludiques de la télévision.

L'instrumentalisation à outrance de l'émission est dénoncée par la presse. Signe des temps, on n'est pas encore prêt à tolérer la critique d'un organe de l'Etat. Seulement, il apparaît que cette impossibilité de la critique de la télévision à la télévision n'est pas caractéristique d'une époque, mais au contraire une constante que l'on retrouve jusqu'à aujourd'hui, et ce malgré l'apparente liberté de parole prônée dans les émissions réflexives.

## 2) *L'Hebdo du médiateur*

Après l'arrêt de *Face au public*, la "critique téléspectatorielle" disparaît presque complètement des écrans de télévision. Il aura fallu attendre plus de vingt ans pour revoir une émission exclusivement axée sur les critiques des téléspectateurs<sup>96</sup>. On peut, dès lors, se demander ce qui a motivé ce retour ? Didier Epelbaum, premier médiateur de la rédaction, à partir de 1998, nous explique les motifs de ce retour :

"Depuis 10 ans, et surtout ces cinq dernières années, le public est devenu *beaucoup plus critique*. En particulier à l'égard des *chaînes publiques, destinataires d'un type de courrier que ne reçoivent pas les autres chaînes* : plus critique, voire agressif...La médiation est *une pratique toute nouvelle à la télévision*, à la différence de la presse écrite, et plus récemment de la radio. Inventée en 1969 par le Washington Post, à noter que Pulitzer avait déjà instauré dans les années 1910 un " bureau des plaintes ". En France, le SNJ (syndicat national des journalistes) avait demandé il y a trois ou quatre ans *des médiateurs sur le service public*. L'idée a été reprise en 1997 dans le projet d'Albert du Roy qui en a fait part à Mme Trautmann, Ministre de la

---

<sup>96</sup> On peut tout de même citer *C'est à vous sur Antenne 2* (1989-1991) et la séquence "classe télé" diffusée depuis 1995 dans *Arrêt sur images*.

Culture et de la Communication, laquelle a lancé l'idée en public la semaine suivante."<sup>97</sup>

Il est intéressant de constater que l'émission est présentée et construite sur le modèle du courrier des lecteurs de la presse écrite, cela est plus clair encore dans la présentation qui est faite du statut des médiateurs de France Télévision :

"Les médiateurs assurent l'interface entre les téléspectateurs et les chaînes France 2, France 3 et France 5.

Pour cela, les téléspectateurs peuvent les saisir directement par courrier postal ou électronique. Ils peuvent également être saisis par le Président de France Télévisions, les Directeurs généraux ou les responsables des rédactions.

Par ailleurs, les services en relation avec les téléspectateurs (courrier, téléphone, internet) les informent de toutes les remarques, critiques, suggestions, protestations de téléspectateurs concernant, soit le traitement de l'information par les journaux et les magazines de France2 et France3 pour les médiateurs des rédactions, soit les programmes de France2, France3 et France5 pour le médiateur des programmes."<sup>98</sup>

Le médiateur joue donc le rôle "d'interface" entre l'institution et les téléspectateurs, le rôle de "bureau des plaintes". L'accent est clairement mis sur la médiation, la recherche de "compromis". Il faut savoir qu'il existe deux types de médiateurs : les médiateurs des rédactions et les médiateurs des programmes.

"Les médiateurs n'interviennent jamais a priori mais a posteriori, lorsqu'ils sont saisis, par écrit. Ils ne donnent pas suite aux courriers ou messages électroniques anonymes.

---

<sup>97</sup> <http://www.ac-nice.fr/culture/CLEMI/bourse/mediation1.html> (1e 08 juin 2004)

<sup>98</sup> Statuts disponibles sur le site de l'émission, à l'url suivante : [http://relations.france2.fr/mediateur\\_intro.php](http://relations.france2.fr/mediateur_intro.php) (1e 08 juin 2004)

Les médiateurs des rédactions agissent en première instance.

Le médiateur des programmes agit en deuxième instance, lorsque la première réponse apportée par les responsables du programme concerné par la saisine ne satisfait pas le réclamant.

Lorsque les médiateurs sont saisis, ils se mettent en rapport avec les responsables du programme ou de la rédaction en cause. Ils entendent toutes les parties concernées et ne forment leur opinion qu'au terme de ces consultations. Ils ont accès à toutes les informations nécessaires pour instruire le dossier : cassettes, rushes, historique... Ils peuvent consulter en interne et en externe toutes les personnes dont le point de vue peut éclairer la formation de leur jugement. <sup>99</sup>

La seule présentation institutionnelle de la place et des fonctions du médiateur nous éloigne déjà de l'image d'émission de critique. Dans les faits, France télévision dispose d'une multitude de médiateurs et seul le médiateur de la rédaction (de l'information) de France2 dispose d'une émission pour donner la parole aux téléspectateurs. Cela ne signifie nullement que le travail de médiation n'est pas fait ailleurs, mais qu'il s'agit clairement d'une médiation, d'une recherche de compromis et pas principalement d'une émission de critique. Si l'émission peut être envisagé comme une réponse à la crise de la représentation née après les faux charniers de Timisoara et la couverture de la guerre du Golfe, elle est aussi "le moyen pour le service public de réaffirmer son identité face à la concurrence des chaînes privées" (V. Goulet : 2004, p.284). De plus, l'émission n'a pas, à l'origine, compétence à "regarder la télévision", pas même la chaîne, mais uniquement les documents produits et diffusés par la rédaction de l'information de France 2. Mais dans les faits, D. Epelbaum concède : "Son champ d'intervention couvre tout ce qui est fabriqué par la rédaction de la chaîne, y compris en principe les magazines (ex. *Envoyé spécial*). Mais en

---

<sup>99</sup> Statuts disponibles sur le site de l'émission, à l'url suivante : [http://relations.france2.fr/mediateur\\_intro.php](http://relations.france2.fr/mediateur_intro.php) (le 08 juin 2004).



pratique, seulement les journaux télévisés (il est difficilement envisageable de résumer un magazine de 30 minutes en 1 minute 30 ...)"<sup>100</sup>

Si nous cernons désormais mieux le champ d'activité du médiateur : le JT de France 2, reste à savoir quels sont exactement les objectifs qu'il se fixe. Là encore, D. Epelbaum nous éclaire :

- instaurer un lien entre le public et la chaîne ;
- lever les malentendus ;
- examiner plus en profondeur l'actualité ;
- Le médiateur n'est pas là pour éduquer, mais pour répondre aux questions<sup>101</sup>.

Il n'est nullement question d'offrir aux téléspectateurs un espace de relecture, de critique, mais seulement de permettre à un ou deux téléspectateurs "représentatifs" des plaintes de la semaine d'exprimer leurs plaintes en direct. Jean-Claude Allanic nous livre l'objectif principal poursuivi par l'émission :

" (Question) : L'émission " *l'Hebdo du médiateur* " sert à justifier le travail des journalistes ?

(Réponse de J.C Allanic) : Evidemment. "<sup>102</sup>

#### *a) Public et pertinence*

Tout témoignage pose inmanquablement le problème de la représentativité du témoin ou "représentant" entendu. *L'Hebdo du médiateur* n'échappe pas à cette règle et va même encore plus loin, puisque ce sont les réactions des téléspectateurs qui orientent les choix des sujets abordés.

---

<sup>100</sup> <http://www.ac-nice.fr/culture/CLEMI/bourse/mediation1.html> (le 08 juin 2004)

<sup>101</sup> <http://www.ac-nice.fr/culture/CLEMI/bourse/mediation1.html> (le 08 juin 2004)

<sup>102</sup> [http://www.tocsin.net/dossier/2\\_palestine/allanic.htm](http://www.tocsin.net/dossier/2_palestine/allanic.htm)

"Le premier critère de pertinence le plus évident (ce qui ne veut pas dire le meilleur) est celui du **volume des réactions**. Plusieurs dizaines, et *a fortiori* plusieurs centaines, de messages reçus juste après la diffusion d'un reportage amènent forcément le médiateur à s'interroger. Même quand les reproches ne me paraissent pas toujours entièrement fondés, j'estime que s'il y a interrogation et incompréhension d'une partie de notre public, nous avons le devoir de nous expliquer et de répondre à l'antenne. Ceci a permis, par exemple, d'ouvrir le dialogue à plusieurs reprises dans "*L'Hebdo du médiateur*", notamment à propos des images de guerre. Et, apparemment, de mieux faire comprendre le rôle des journalistes et la légitimité, dans certaines circonstances, de montrer des images dérangeantes."<sup>103</sup>

Le rapport annuel 2000-2001 du médiateur de la rédaction faisait état de 20 000 courriels et 3000 lettres reçus. Là encore, il apparaît que l'émission fonctionne comme un droit de réponse à la plus large frange du téléspectatorat, même si le médiateur fait état plus loin de l'attention qu'il porte également aux critiques isolées. Mais c'est avant tout la loi du plus grand nombre qui s'applique, l'émission fonctionnant alors, de l'aveu même du responsable, comme un droit de réponse.

La deuxième étape dans l'intervention du public consiste à extraire de cette masse de réactions, un ou deux "porte-voix" qui viendront donner en direct leur sentiment. Si le sujet traité a divisé les téléspectateurs, cela se traduira en plateau par la présence des deux parties. Là encore, la sélection va réduire considérablement la représentativité des téléspectateurs, puisqu'il s'agit de donner la parole à des gens capables de s'exprimer devant les caméras<sup>104</sup>.

Nous voyons déjà qu'une simple lecture des objectifs de l'émission et des déclarations de ses responsables nous éloigne des visées critiques qu'on veut bien lui

---

<sup>103</sup> Rapport annuel 2000-2001 disponible sur le site officiel de l'émission.

<sup>104</sup> L'étude de V. Goulet (2004) montre bien la sélection opérée par le médiateur, pour former les parties adverses sur le plateau. La majorité des téléspectateurs intervenant dans l'émission étant des cadres, des enseignants ou des personnes ayant un intérêt personnel à s'inscrire en tant que représentant d'une frange des téléspectateurs.

attribuer. Malgré tout, *l'Hebdo du médiateur* prône la "libre expression" pour faire croire à une critique possible, tout en mettant en place des stratégies de contrôle.

### *b) La note*

*L'Hebdo du médiateur* est l'exemple parfait d'émission prismatique fonctionnant comme une *note* vis-à-vis de son programme de référence (en l'occurrence le JT), et elle réunit aussi bon nombre de procédés mis en œuvre dans d'autres émissions prismatiques. C'est pourquoi nous avons choisi de développer notre analyse de cette émission, afin de montrer la complexité du retour prismatique et l'ensemble des composantes qu'il faut prendre en compte dans l'analyse. Nous saisissons donc cette occasion pour montrer comment l'émission prismatique peut fonctionner comme une note et comment cela peut être envisagé. Dans cette perspective, la notion de prisme refuse à l'émission une existence détachée de tout lien, et affirme au contraire une forte référentialité à l'émission-source. On ne peut donc faire l'économie d'une étude préalable des promesses et des règles constitutives du genre (de l'émission-source), sous peine de passer à côté de l'analyse.

## **2) Analyse de la relation entre le JT et *l'Hebdo du médiateur***

"Il n'y a genre que quand l'engendrement par l'imitation dévoile l'assemblage de règles et de modes mis en jeu par le premier programme, qui joue le rôle d'hypotexte". (F. Jost : 1997)

Question : quelle est la référence majeure de *l'Hebdo du médiateur* ?

Réponse : le JT.

C'est donc à partir de cette base que doit débiter l'analyse.

Il est important de saisir le degré de similitude qui lie l'émission réflexive et son programme de référence. Car il joue pour beaucoup dans le processus de légitimation. Dans le cas de *l'Hebdo du médiateur*, on peut clairement identifier la référence au genre information et plus précisément à un type d'émission, le JT. C'est donc par une analyse succincte de quelques points constitutifs du JT que débute notre travail. Pour ce faire, nous nous appuierons à la fois sur les travaux d'Arnaud Mercier (1996) et de Patrick Charaudeau (1997).

#### *a) Le Journal télévisé : JT*

Le JT est à la télévision ce que la Formule 1 est à l'automobile : sa vitrine, son fleuron. De ce fait, les études sont nombreuses, on a tout dit ou presque. Notre objectif étant de poser les bases d'une analyse de *l'Hebdo du médiateur* (non du JT), nous n'aborderons que quelques moments-clés du genre.

"Le JT est le genre qui intègre le plus grand nombre de formes télévisuelles, en raccourci pourrait-on dire : des annonces, des reportages, des résultats d'enquête, des interviews, des mini-débats parfois, des analyses d'expert, etc." (P. Charaudeau : 1997)

Le JT se compose à la fois d'événements rapportés, commentés et provoqués.

N. Nel place quant à lui le JT dans la catégorie des émissions dominées par l'agir téléologique et communicationnel, composé à la fois de moments de présentation et de représentation (1997).

#### *b) Liens JT-Hebdo du médiateur*

*L'Hebdo du médiateur* débute par une annonce faite en toute fin de JT. La présentatrice annonce que tout de suite après le JT, le téléspectateur pourra retrouver

*l'Hebdo du médiateur*. Plus qu'une promotion interne, c'est d'abord une manière de relier physiquement les deux émissions. Dans ce cas, la note est liée explicitement à l'émission-source.

Autres moyens employés pour lier les deux émissions:

- On retrouve souvent à la fin du JT un plan large du plateau, dans lequel on peut voir le présentateur de *l'Hebdo du médiateur*, Jean-Claude Allanic, installé sur le plateau du JT.

- Entre les deux émissions, il n'y a pas de publicité, ni même de promotion interne ou de jingle.

### *c) Le générique*

Autre élément qui vient renforcer ce statut : le générique. Au début de l'émission, il est très court et suit le générique de fin du JT. Le générique laisse apparaître en arrière-plan une multitude de visages, le cadre est très fragmenté et montre sur un autre plan deux personnages avançant l'un vers l'autre (dans deux cadres différents) pour finalement se rencontrer en fin de générique et se serrer la main. Sur un autre plan, traversent l'écran, par vagues successives, en incrustation, des mots à peine visibles<sup>105</sup> :

- sport / éducation
- pourquoi ?
- actualité / le médiateur

- La première vague de mots touche aux thèmes qui peuvent être abordés dans l'émission.

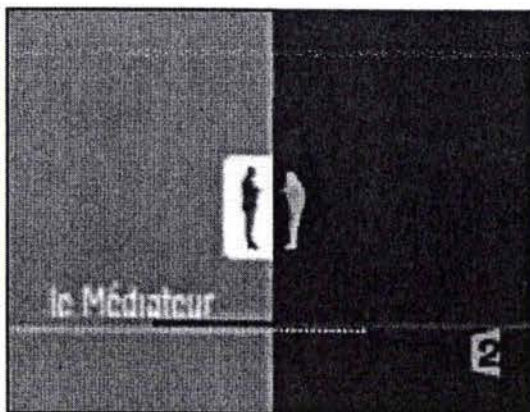
---

<sup>105</sup> Ces mots peuvent varier d'une émission à l'autre, nous choisissons ceux-ci à titre d'exemple.

- La deuxième vague de mots met en avant la fonction principale de l'émission qui est d'expliquer. Puisqu'il doit s'agir d'un métadiscours, il y a une volonté d'être vrai, d'être clair, l'accent est mis sur la relation pédagogique établie avec le téléspectateur. Le médiateur devient maître d'école. Nous sommes à la fois dans ce que N. Nel nomme "l'agir communicationnel téléologique et l'agir axiologique" (N. Nel : 1997).

- La dernière vague touche à ce qui fonde l'information télévisée : l'actualité, l'image et le direct, elle concerne aussi les acteurs impliqués dans la saisie, le traitement et la diffusion de l'information. Ils sont vecteurs, à la fois de l'événement et de la réalité

La fin du générique laisse voir les deux personnages se rencontrant au centre de l'écran et se serrant la main, leur corps dessinant la lettre M qui laisse place au médiateur. Le générique est donc un condensé des objectifs de l'émission, du public, des thèmes abordés et des fondements de l'information (acteurs, moyens). Il dessine aussi les contours de cet espace de rencontre et de compromis, les personnages marchant l'un vers l'autre pour finalement se rencontrer et se serrer la main, symbole d'entente.



A la fin du générique, on a comme pour le JT, un fondu rapide. Et l'on voit le présentateur regardant son écran de contrôle et qui ensuite lève les yeux vers la caméra et salue le public d'un "bonjour" franc comme le ferait un présentateur de JT.

#### *d) Le propos*

Il nous semble qu'il y a deux éléments-clé dans la construction du JT, l'un étant une composante technique de diffusion (le *direct*), l'autre touchant au *propos* et à sa mise en scène.

"Le propos est marqué par l'actualité, il est tourné vers les événements du jour qui font nouvelles, présentés en une sorte de menu (...) On attend du JT un découpage du monde événementiel en petits morceaux, découpage qui témoignerait de ce qui s'est passé dans l'espace public, au cours d'une unité de temps qui serait la même pour tous les téléspectateurs." (P. Charaudeau : 1997)

Le JT fonctionne donc selon le principe d'*agenda-setting*. Il joue le rôle de médiateur entre le téléspectateur et l'espace public. Il est en charge de trier, d'ordonner, de classer les événements du réel et de les mettre ensuite à disposition. En clair, le message est: "Voilà ce qui s'est passé aujourd'hui".

"Les journalistes construisent une mise en scène de l'information afin notamment de simuler l'exhaustivité. La télévision à cause de son temps d'exposition très court souffre de la comparaison avec un media aux moyens d'approfondissement plus développés, la presse écrite. Le JT doit prouver son utilité en justifiant de sa qualité et de son exhaustivité." (A. Mercier : 1996)

Bien souvent, dans l'*Hebdo du médiateur*, les reproches du public portent sur la mise en accusation de cette exhaustivité feinte. En somme : "Vous n'avez pas tout dit."

L'*Hebdo du médiateur* reprend la construction du journal et la notion d'agenda setting. En début d'émission, le médiateur annonce dans le sommaire les sujets qui seront évoqués. Il s'agit généralement d'un sujet principal portant à controverse et d'un ou deux sujets plus légers. Du même coup, en donnant un coup de projecteur sur un sujet, on place tous les autres sujets traités dans l'ombre. Et par principe, si l'on arrive à amener au consensus sur un sujet principal, tous les autres sujets bénéficieront de ce gain de crédibilité et de confiance.

De plus le médiateur, à la manière de Guillaume Durand, use à tour de bras de conjonctions comme "alors", "voilà", qui induisent l'idée d'accompli. En somme, tout a été dit, même si très souvent le médiateur explique aux téléspectateurs que les contraintes s'exerçant sur le media, notamment le temps imparti pour chaque sujet, ne permettent pas de tout dire, de tout montrer. Mais par la présentation qu'il en fait, tout comme le présentateur du JT, le médiateur feint l'exhaustivité et affirme que ce que le téléspectateur avait à savoir a été dit.

#### *e) Mise en cadre, mise en scène*

Au niveau de la mise en cadre et de la mise en scène, plusieurs tendances se sont succédées, avec cependant une constante :

"Le contact entre le studio et le téléspectateur s'établit dès l'ouverture du journal par les salutations du présentateur qui se trouve installé dans son lieu d'exercice professionnel en position frontale, et annonce le sommaire." (P. Charaudeau : 1997)

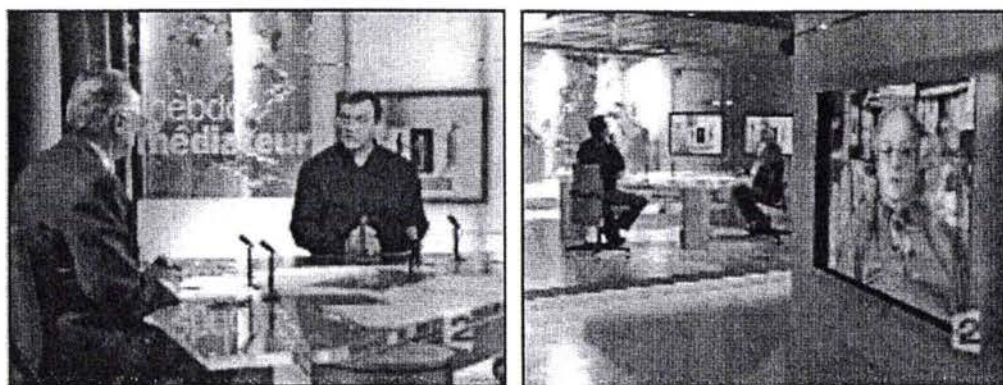
Le décor de l'*Hebdo du médiateur* est le même que celui du JT. La seule différence est qu'on peut lire: *Hebdo du médiateur* sur les murs du plateau, juste derrière le médiateur ou les invités. S'il n'y avait pas cela, au niveau du décor, la mimésis est tellement parfaite qu'on pourrait penser être toujours dans le JT. Le



médiateur prend d'ailleurs toujours soin de se pencher sur sa droite pour laisser apparaître le nom de l'émission.

La mise en cadre est sensiblement la même que celle du JT, surtout composée de plans poitrines ou de champ/contre-champ laissant soit le médiateur soit l'invité en amorce. Mais au fil des mois, les plans très larges se sont multipliés, laissant apparaître l'ensemble du plateau et toute la machinerie. Mais existent aussi des plans caméra à l'épaule derrière un Plexiglas sur lequel est inscrit : *Hebdo du médiateur* (assez loin dans le fond du plateau). Ces plans interviennent souvent lors d'interviews téléphoniques enregistrées.

On associe à ces plans l'idée de transparence, de parler vrai, et la volonté de tout montrer : ce plan à l'épaule derrière un Plexiglas (par nature transparent) ne montre-t-il pas sous un angle inédit ce que le téléspectateur reconnaît comme étant le plateau du JT ? C'est donc un retour sur les lieux, un nouveau regard que l'on porte sur le plateau, et à travers cela, sur le JT. Enfin, la typologie, les incrustations, les cartes sont les mêmes que celles utilisées dans le JT.



#### *f) L'adresse*

C'est là une des caractéristiques du media télévision, qui trouve dans le JT son lieu d'exercice par excellence, et ses nombreuses formes d'adresse ou interpellation.

"Que ce soit par jeux de voix et de regards ou encore par les images elles-mêmes, et notamment les incrustations abondantes qui ne donnent pas de renseignements mais des instructions pour l'image. Cette adresse a pour fonction de ponctuer le lien de communication et de construire une relation directe entre le téléspectateur et les animateurs de télévision." (A. Mercier : 1996)

Le JT est le lieu d'expression par excellence de ces adresses. Le jeu de regard, grâce à la technique du prompteur, ne se rompt qu'à de rares moments. Caractéristiques qu'on trouvera très souvent dans *l'Hebdo du médiateur* : des injonctions verbales. Le médiateur dirige l'attention du téléspectateur : "Regardez ! Ecoutez !"

#### *g) Le direct*

Le deuxième élément-clé qui fonde le JT, est une composante technique, le direct. Selon la typologie établie par F. Jost, le JT est à classer dans la catégorie des directs préparés.

"Le direct préparé (...) s'il est identifié comme tel, provoque des inférences à partir du savoir que, comme les modes de diffusion précédents, le temps est subi et ne comporte du même coup aucune ellipse (...) s'ajoute à la promesse de l'authenticité celle d'une promesse de lisibilité accrue du réel." (F. Jost : 1997)

On y retrouve les deux grands objectifs du JT : paraître *authentique* et être *lisible*. F. Jost classe le JT dans le mode informatif, défini ainsi : "L'auteur d'une assertion répond de la vérité de la proposition exprimée et doit être en mesure de fournir des preuves à l'appui de ce qu'il affirme." (F. Jost : 1997)

Il y a donc pour postulat de départ la notion de confiance qui doit s'établir avec le public. C'est pourquoi les journalistes mettent en place une rhétorique justificative dont participe l'*Hebdo du médiateur*.

"Une rhétorique justificative spécifique se met en place avec pour pivots, les notions de confiance, de compétence, de dévouement, de mission civique, ou encore de neutralité et d'indépendance. (...) La valorisation du direct, du duplex, ou des liaisons satellites, suffit souvent à justifier le reportage, même si les informations ainsi fournies sont de faible valeur, comme ce fut le cas durant la guerre du Golfe." (A. Mercier : 1996)

#### *h) Preuve par l'image*

Dans le cas de l'*Hebdo du médiateur*, cette "preuve à l'image" atteint ses limites. Les phénomènes de croyance liés à l'image s'estompent car les téléspectateurs qui écrivent ou téléphonent sont bien souvent victimes de ce qu'on appelle un "retour de réel". C'est-à-dire qu'ils sont directement ou indirectement concernés par l'événement rapporté et l'ont parfois vécu de l'intérieur. Ils témoignent de la difformité du reportage diffusé ou de la réalité des faits.

"La technique est mise au service de l'accroissement de la capacité de persuasion de l'intervenant, ce qui prouve qu'elle ne saurait être considérée comme secondaire ou neutre." (A. Mercier : 1996)

#### *i) Le médiateur*

"Le lien entre le monde référentiel et le téléspectateur est assuré par le présentateur qui s'efface, se fait transparent et se construit une image d'énonciateur

impersonnel, il ne s'anonymise pas pour autant car il montre qu'il garde la maîtrise de la gestion médiatique de l'événementialisation." (P. Charaudeau : 1997)

Il est celui qui s'adresse à nous, nous fait passer d'une séquence à l'autre, donne la parole à des invités, la reprend...il est en quelque sorte notre lien au monde.

Le médiateur, lui aussi, parle directement au téléspectateur, et il est le seul à le faire. Même si parfois, pendant les duplex, les invités regardent la caméra, ils ne s'adressent pas au téléspectateur mais au médiateur. Je sais que l'invité ne s'adresse pas à moi, car il ne m'interpelle pas et ne m'intègre pas à son discours.

Le rôle du médiateur est essentiel, il est le pivot autour duquel se construit l'émission. Le discours se construit autour du couple nous-vous. Le présentateur représente le lien entre l'énonciateur et le destinataire. Le nous peut désigner seulement l'émetteur ou nous tous (rapprochement). Il se fait le porte voix des attentes et questions du public car : "Le méta-énonciateur n'est pas spécialiste. Lorsqu'il pose une question, il pose la question que tout le monde se pose. Il est la figure même de la Doxa." (E. Veron : 1983). C'est pourquoi il est comme moi.

A partir de la saison 2000, s'est ajouté au nom du médiateur, sa qualification, son statut : il est le médiateur de la rédaction de France 2. Contrairement à d'autres émissions dans lesquelles c'est la personnalité de l'animateur-présentateur qui prime (le JT de P.P. d'Arvor). Ici ce qui prime, c'est le rôle que remplit le médiateur. De plus, cela permet d'éviter toute confusion et de bien distinguer le présentateur du JT du médiateur.

Sur le site de France2, une page est consacrée à la présentation du médiateur et de son rôle défini de la sorte : " En fonction de votre courrier, Jean-Claude Allanic se fait l'écho de vos critiques concernant l'information sur France 2. Rendez-vous à l'antenne, tous les samedis à 13h20, pour "l'Hebdo du Médiateur", une

émission qui organise le dialogue entre les téléspectateurs et les journalistes concernés ou les responsables de la rédaction"

Tout comme le présentateur du JT, le médiateur utilise un prompteur lorsqu'il s'adresse aux téléspectateurs, mais aussi lorsqu'il interviewe ou donne la parole à ses invités (journalistes). Car le médiateur est l'organisateur du flux, et il faut que sa prise de parole corresponde à la position qu'il occupe. De la même façon, les journalistes de la rédaction peuvent, eux aussi, disposer de prompteur lors de leurs prises de parole. Ceci est visible lors des nombreux plans larges qui découvrent l'ensemble du studio.

"On voit à travers ces caractéristiques que le genre JT, sous couvert de nous présenter les événements qui surgissent dans le monde référentiel, ne fait que nous montrer un mode événementiel, construit par lui-même et parcellisé. De même, sous couvert de nous permettre de mieux comprendre les phénomènes en faisant appel à des commentateurs, il ne peut fournir que des explications ponctuelles et fragmentées. On est en pleine illusion de réalisme et en plein simulacre de vérité, on le sait, mais c'est à travers ce "faire croire" que se définit le JT". (P. Charaudeau : 1997)

L'*Hebdo du médiateur* fonctionne de la même manière puisqu'il dépend de son émission source (le JT) sur laquelle il se base pour définir les différents thèmes abordés ; l'objectif étant de réfuter la recherche de l'événement et prétendre à un caractère référentiel des différents reportages diffusés. Les commentateurs/journalistes sont là pour affirmer la forte indiciabilité du reportage, par leurs témoignages et leur expérience du terrain. Ils vont donc se porter garant du reportage incriminé et tenter de restaurer ce "faire croire".

### *j) Question de genre*

On voit bien, après ce court exposé de certains points "clés" du JT et de la manière dont l'*Hebdo du médiateur* les réutilise, que la démarche réflexive contient

des manques flagrants. On ne peut saisir le sens et les enjeux de la programmation de ce type d'émission fonctionnant comme une note (ou encore paratexte ou épitexte) si l'on ne passe pas par cette première étape de repérage des règles du genre de l'émission source. La démarche prismatique que nous prôtons met en avant ce travail comme première étape dans la construction d'une grille d'analyse. C'est en comprenant bien l'ensemble des enjeux du genre que l'on peut saisir l'utilité de l'émission prismatique, la manière dont elle emprunte les constructions, les retravaille et les finalise...

" L'effet de vérité peut s'originer dans la structure argumentative interne et/ou dans certaines propriétés du cadre énonciatif. " (C. Kebrat-Orechionni)

### **3) Analyse d'émissions**

Notre corpus d'analyse se compose de différents moments d'un groupe d'émissions diffusées entre novembre 1999 et mars 2004. Pour l'analyse proprement dite, nous avons sélectionné deux émissions : la première émission a été diffusée le 27 novembre 1999. Le thème de l'émission est centré sur la tempête qui a traversé la France quelques jours plus tôt. L'invité est Rachid Arab, présentateur du JT de 13 H sur France2. La deuxième émission à laquelle nous avons choisi de nous intéresser a été diffusée le 18 mars 2000. Le thème de l'émission est : la grogne des enseignants. Suite aux mouvements de grève amorcés dans tout le pays, les enseignants ont été nombreux à réagir quant à la manière dont France2 avait traité l'événement. Une première émission sur les mouvements enseignants avait d'ailleurs été diffusée un mois plus tôt.

### a) Schéma type de l'émission

La structure de l'émission est quasiment la même tout au long de cette période, il est donc possible de dégager un schéma type d'émission qui serait le suivant :

- générique
- sommaire de l'émission
- présentation du thème du jour et justification de choix
- rappel des faits à travers différents extraits
- réaction des téléspectateurs
- réactions et interventions sur le plateau, mini débat
- morale, leçon à tirer énoncée par le médiateur
- coordonnées de l'émission
- générique

Nous avons déjà analysé le générique, le décor, la présentation lorsque nous avons abordé la ressemblance avec le JT. Tous ces éléments entrent en jeu dans la construction du prisme et la mise en place d'une rhétorique justificative.

Mais ce qui nous semble essentiel pour analyser toute émission de l'*Hebdo du médiateur*, c'est :

- la manière dont la citation est utilisée ;
- les formes d'argumentation produites sur et en complément de la citation ;
- les différents types de parole du médiateur et des invités appartenant à la rédaction ;
- les types d'intervention du public.

L'objectif est de montrer que le but de l'émission est d'amener au consensus, à la réfutation en douceur des critiques adressées à la rédaction de France2. Ici, comme

dans d'autres émissions prismatiques, tout se déroule autour de deux opérations-clés : la citation et les formes de discours produites autour de celle-ci. Le modèle que nous soutenons permet de dépasser une limite de la conception réflexive. Car même si l'on peut soutenir une forme de réflexivité au niveau de l'image, le niveau du discours lui ne porte aucune trace de réflexivité. Au contraire, il amène à un ailleurs, à un au-delà de l'image, à l'événement lui-même ou aux conditions de production.

Pour illustrer notre analyse, nous avons choisi au sein du corpus deux émissions qui regroupent la quasi-totalité des procédés mis en place. Si elles sont quasi-similaires dans la construction, leur spécificité tient à la rhétorique justificative mise en place à travers le choix de l'invité qui va endosser la responsabilité quant aux remarques des téléspectateurs. Nous avons choisi pour cette analyse d'appliquer la grille des procédés définie pour le prisme afin de voir quelles en sont les apparitions à l'écran.

#### *b) La citation*

##### *b') Procédés appliqués à la citation*

Pour amener le téléspectateur à identifier les origines diverses des images diffusées, l'*Hebdo du médiateur* utilise le procédé du *cadre dans le cadre*.

Les extraits sont donc diffusés à l'intérieur d'un cadre.

Le fond de l'écran reprend les codes du JT : un fond bleu et un globe qui tourne, de ce fait on maintient un lien entre les deux émissions.

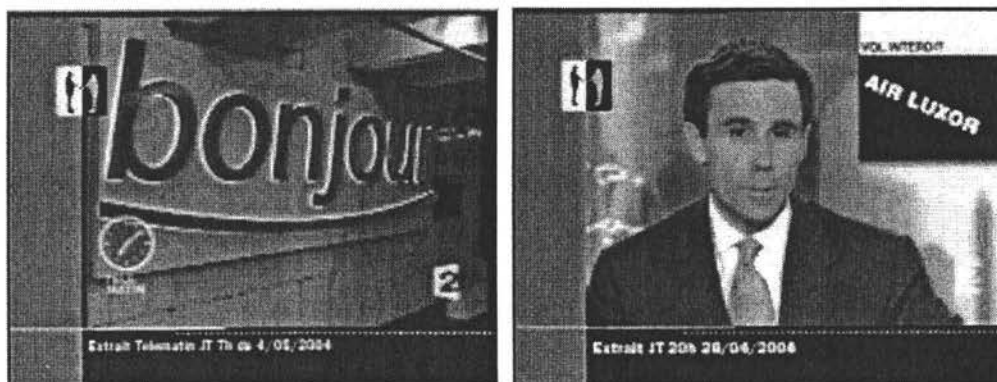
Sous le cadre dans lequel sont diffusés les extraits, est indiquée la date de diffusion et l'édition dont il s'agit.

Dans ce passage, on utilise deux procédés pour créer à la fois un décalage et une décomposition : le cadre dans le cadre et le montage-cut.



- Tout d'abord, le cadre. Le fait que l'extrait soit diffusé à l'intérieur d'un cadre et non pas plein écran, demande une adaptation au niveau de la lecture de l'image. L'image est plus petite, plus lointaine et donc inconsciemment on prend du recul par rapport à celle-ci. La captation générée par le plein écran s'amenuise. Le cadre fonctionne comme des guillemets, il est un repère pour le décrochage énonciatif.

C'est une des marques de l'émission prismatique. Elle utilise des images qui ne lui appartiennent pas. Il faut donc que le téléspectateur puisse faire la différence entre les images que l'émission fabrique et celles qu'elle reprend. De la même manière, le *Zapping* utilise le même procédé de cadre dans le cadre pour créer un décalage.



" En interrompant la continuité de l'énonciation par la convocation d'un élément extérieur, en manifestant une hiérarchie énonciative, la citation crée un décalage énonciatif, qui affirme l'existence d'une instance organisatrice et régulatrice du discours, un énonciateur citant. " (M.F. Chambat-Houillon : 1998)

Cette opération peut prendre différentes formes. Ce décalage peut être produit au niveau des actes de conversation sur le plateau, mais apparaît aussi au sein même de la citation. Pour signifier sa présence en tant qu'énonciateur et instance organisatrice du discours, l'émetteur va mobiliser plusieurs procédés, séparément ou non.

Dans l'*Hebdo du médiateur*, comme dans la plupart des émissions prismatiques, le procédé le plus utilisé sera le *montage cut*.

Lorsque le médiateur cite un extrait, celui-ci est rarement cité dans son intégralité. Au contraire, on va re-monter le texte cité de manière à ne garder que ce qui a été mis en cause ou ce qui est susceptible d'amener un commentaire.

Cette opération pourra être conjuguée avec ce que nous appelons la *diffusion répétée*.

Nous distinguons la *diffusion répétée* de la rediffusion en ce sens qu'elle ne concerne pas l'hypotexte. Elle concerne seulement la citation qui, si elle est courte, sera répétée à l'écran plusieurs fois de manière à faire saillir le détail visé. Ce procédé est le même que celui utilisé dans les retransmissions sportives et peut, ici aussi, être couplé avec un ralenti ou un changement de prise de vue.

D'autres procédés comme le *ralenti* et l'*arrêt sur image* sont très peu utilisés dans l'*Hebdo du médiateur*, contrairement à une émission comme *Arrêt sur images*. On peut expliquer cela par le fait qu'il s'agit moins là de décomposer pour critiquer que d'expliquer et expliciter pour amener à une meilleure compréhension, ou plutôt amener à une compréhension conforme aux attentes de l'émetteur. Et cette compréhension doit se faire elle aussi dans le flux.

Enfin, l'*incrustation* et le *logo* sont des constantes que l'on retrouvera quasiment tout le temps au sein de l'émission prismatique. Ils fonctionnent comme une référence qui va permettre d'établir un lien intertextuel et donner les informations essentielles à la construction de "l'auteurité". Pour comprendre ce qu'induit l'ajout d'incrustation, imaginons que cet extrait du JT soit diffusé en plein écran sans d'autres indications. Tout téléspectateur qui ne connaîtrait pas ces images, pourrait penser qu'il s'agit du JT et que nous sommes en direct. Mais l'ajout d'une indication, ne serait-ce que la date de diffusion, va modifier le rapport à l'image. Le téléspectateur comprend

que cet extrait s'inscrit dans une autre logique. Du coup, il a le choix de regarder ces images avec les yeux du téléspectateur, ou alors s'il connaît la logique de l'émission prismatique qui diffuse cet extrait, de se prêter au jeu de l'analyse et de la recherche de l'élément-clé de l'extrait.

D'ailleurs, le présentateur ou l'animateur pousse le téléspectateur en ce sens, par des injonctions verbales telles que : "regardez bien dans les images qui vont suivre ...Soyez attentifs"

Ces incrustations peuvent prendre la forme d'indication écrite, comme dans *l'Hebdo du médiateur* ou *Arrêts sur images*. Ou la forme d'un logo présent en permanence, comme dans les *Enfants de la télé* ou les best of.

#### *b'') Citation réflexive ?*

M.F. Chambat-Houillon, par son travail sur la citation, montre bien les limites de la réflexivité et ajoute :

" Dans les émissions de télévision...on rit du contenu de ce que nous montrent les images mais jamais du discours TV lui-même. " (M.F. Chambat-Houillon : 1998)

Il n'y donc pas à proprement parler de réflexivité. Ce mouvement de retour n'est pas un retour sur soi et sur la construction du discours. Au contraire, ce retour est motivé par le contenu des images, on va chercher à revoir un événement ou un détail capté par la caméra pour produire un décalage, une décomposition, ou encore amener au consensus. Dans *l'Hebdo du médiateur*, c'est bien amener au consensus qui est la motivation principale de l'émission. Tout le travail de citation et, nous allons le voir maintenant, d'argumentation, a pour objectif de réduire les différences d'interprétation, de feindre le dialogue pour en fait nier ou réduire les critiques des téléspectateurs.

#### 4) L'argumentation

Pour comprendre les stratégies argumentatives développées dans *l'Hebdo du médiateur*, une fois encore, il nous faut revenir au genre référence de l'émission. Et une fois encore, la référence majeure de l'émission est le JT. Il nous faut donc faire un court détour par les bases de la rhétorique journalistique pour comprendre comment ces règles sont utilisées au profit de *l'Hebdo du médiateur* et de l'émission référence : le JT.

##### a) La rhétorique journalistique

Le choix de *l'Hebdo du médiateur* comme tout corpus peut prêter à critique, il s'agit en effet d'une émission bien spécifique qui entre dans le cadre du discours de justification professionnelle de la sphère journalistique. Conscient de cela, nous n'avons pas choisi l'émission sur ce critère, mais seulement parce qu'elle est classée dans la catégorie réflexive. Néanmoins, si l'on veut prétendre à une certaine rigueur, on se doit de passer brièvement par l'analyse de la construction de l'information et de la rhétorique journalistique.

Dans un article intitulé "*Systèmes d'interaction et rhétorique journalistique*" (1976), G.J. Padioleau définit deux types de rhétoriques que l'on retrouve dans bon nombre d'émissions prismatiques : la rhétorique de *l'objectivité* et la rhétorique de *l'expertise critique*.

G.J Padioleau donne également les conditions d'étude de toute production journalistique :

" La production journalistique est incompréhensible si l'on se réfère soit au seul message du journaliste, soit aux seules conditions économiques et sociales de sa

fabrication ; il faut prendre en considération le jeu des interactions qui lient les producteurs entre eux, avec les sources d'information et avec les destinataires multiples des messages." (J.G. Padioleau : 1976)

C'est donc dans la prise en considération de l'ensemble des acteurs intervenant dans la construction du discours, avec leurs spécificités, leurs intérêts (convergent ou divergent) que l'on peut comprendre le fonctionnement du média et/ou de l'émission.

Prenons l'exemple d'un reportage diffusé dans le JT. Il faut prendre en compte les contraintes spatiales, temporelles, matérielles et techniques. Le reportage se construit autour des choix réalisés par le journaliste sur le terrain, lui-même dépendant des choix de la rédaction qui s'inscrit dans l'institution JT, maillon d'une logique de chaîne sous l'influence de ses partenaires financiers désireux de générer du profit et de diffuser une image positive auprès du public.

" La notion de rhétorique journalistique implique par suite que la production journalistique ne renvoie pas à l'image d'une démarche à sens unique d'ego vers alter, mais bien à une circulation de messages entre ego et une pluralité d'alter. Ego recherche la validation de sa compétence par l'usage de rhétoriques journalistiques dont il attend que des alter y perçoivent les signes de la compétence ; ceci exige en retour que ces alter manifestent des actions réponses, effectives ou anticipées, de reconnaissance." (J.G. Padioleau : 1976)

On le voit, l'ensemble des rhétoriques a pour objectif l'affirmation d'une compétence, et la volonté que celle-ci soit reconnue par d'autres. Car c'est cette compétence qui donne une légitimité à la parole, à la construction de discours. Nous verrons à travers l'exemple de l'*Hebdo du médiateur* que les moyens employés sont divers.

## b) La rhétorique de l'objectivité

" L'objectivité naît de l'exercice de règles d'écriture de presse reconnues par des auditoires possédant des compétences de légitimation et des ressources de sanctions, comme des marques de l'objectivité journalistique." (J.G. Padioleau : 1976)

C'est donc dans la reproduction du même schéma que se construit l'objectivité, et cela profite aux émissions prismatiques. Celles-ci s'inspirant largement du modèle de l'émission source, elles bénéficient du même coup des effets associés à l'émission. L'*Hebdo du médiateur* hérite des promesses d'authenticité du JT, et l'on peut décliner de la sorte toutes les émissions prismatiques en fonction de leur émission-source.

Il est un niveau qu'il ne faut pas oublier lorsqu'on étudie les stratégies argumentatives, c'est la mise en scène de ce discours. Il semble que le premier échelon de ce processus d'argumentation soit comme nous l'avons postulé : la *feintise énonciative*.

Nous l'avons vu plus tôt, l'*Hebdo du médiateur* débute par une annonce en toute fin de JT. Le générique de l'*Hebdo du médiateur* suit le générique de fin du JT, sans qu'il y ait d'écran publicitaire (nous avons vu quelles en étaient les conséquences).

Après un fondu rapide, on découvre le médiateur sur le plateau qui établit le contact (regard Y-Y) et salue le téléspectateur à la manière du présentateur du JT. D'ailleurs jusqu'ici, rien ne marque franchement la différence entre ces deux programmes. Le médiateur prend littéralement la place du présentateur du JT, il n'y a pas de coupure sémiotique franche, tout est quasiment similaire : le décor, le code couleur, le dispositif scénique, les angles de prise de vue, le ton du présentateur... On est bien là face à un exemple quasi parfait de feintise, aussi bien au niveau du dispositif que de la mimésis, il s'agit bien de faire : "A la manière de". C'est vers cela que tend l'émission prismatique : "faire comme" non pas pour faire croire qu'il s'agit

de la même émission, mais pour se placer dans la continuité du genre. Ne pas marquer de rupture, pour que tout dans l'émission puisse ramener à l'hypotexte.

" L'exercice de ces règles fournit au rédacteur des procédés pour confectionner son produit, tout en lui assurant une protection contre les critiques éventuelles qui pourraient naître de la surveillance des auditoires." (J.G. Padioleau : 1976)

Il s'agit donc de feindre l'objectivité en se cachant derrière un ensemble de règles de base du journalisme, immuables, auxquelles on doit obligatoirement se plier. Voyons dans cet exemple comment le médiateur amène son invité à ce mode de justification :

Le médiateur : " M. Trillat, vous êtes chef du service social de France 2, vous connaissez bien le problème des enseignants. Qu'est-ce qui oriente les choix de la rédaction qui font qu'ils sentent qu'ils ne sont pas assez entendus ?"

M Trillat : " Je crois que c'est surtout une question de temps. Regardez le journal de 13 H, il fait 40 minutes aujourd'hui, le journal de 20 H fait 35 minutes. Et pour l'encadré sur le mammoth (séquence incriminée) on avait 1min30s pour rendre compte des paradoxes, c'est pas jouable. "

A l'écran plan large, on voit qu'il s'adresse directement aux enseignants.

Un enseignant : " C'est la faute à qui ? "

M Trillat : " C'est la faute du média, c'est plus le rôle de la presse écrite qui dispose de dix fois plus d'espace, elle peut rentrer dans le détail. On y va à la serpe souvent car on n'a pas de temps. L'actualité chaque jour c'est une foire d'empoigne. Il faut se battre pour obtenir un peu d'espace. "

M. Trillat représente l'ensemble de la rédaction et est présenté comme interlocuteur des enseignants. Il répond des choix qu'opère la rédaction et le médiateur lui demande d'explicitier ces choix, de les *commenter*.

Il explique que les choix de la rédaction sont gouvernés par des composantes inhérentes à la nature même du média (ce qui est en partie vrai). Mais, la critique des enseignants portait sur le contenu et la présentation partielle qui était faite de la situation. Même si ces contraintes sont réelles, elles ne doivent en aucun cas peser sur l' " impartialité journalistique ", ici mise en cause.

D'ailleurs dans sa réponse, M Trillat ne nie pas la partialité du reportage, il concède un demi aveu mais rejette la responsabilité sur les règles qui régissent le média.

Très souvent dans l'*Hebdo du médiateur*, on mettra en avant ces contraintes pour expliquer et justifier une séquence dénoncée par les téléspectateurs. L'argument avancé est que c'est comme ça et qu'on ne peut rien y changer, que les journalistes sont eux aussi " victimes " de ce système et que malgré leur bonne volonté, il est des règles qu'on ne peut transgresser, des contraintes insurmontables.

Le médiateur introduit un autre reportage, diffusé le 6 mars 2000, traitant des conditions de travail au sein des lycées professionnels.

M Trillat : " Il faut voir que nous aussi journalistes, nous rencontrons des difficultés et les téléspectateurs doivent savoir que chaque reportage est soumis à autorisation du rectorat. Soit on nous refuse ou on choisit un lycée pour nous. Nous faisons notre possible, le ministère contrôle l'information, mais nous faisons notre possible pour ne pas être manipulé. "

Le médiateur : " M Trillat, on peut s'interroger sur le choix de ce lycée. "

M Trillat : " Oui, alors Jo M. qui est notre correspondant en Bretagne a sûrement, peut-être trouvé le seul lycée qui lui a ouvert ses portes. Mais il faut dire que nous, chefs de service de société et c'est valable pour d'autres services, nous ne sommes pas toujours d'accord avec les choix des chefs de service de rédaction. Une rédaction c'est comme la société française, on s'engueule parfois entre nous. "

M. Trillat s'autorise à fixer lui aussi la caméra. Appartenant à la rédaction, il est en droit de le faire car il la représente et s'adresse directement aux téléspectateurs.



Même si les journalistes font leur travail jusqu'au bout, et ce malgré les contraintes énormes qui s'exercent sur le média, il subsiste des forces extérieures contre lesquelles on ne peut rien. C'est un peu le message de M Trillat. Les journalistes subissent la censure des autorités qui filtrent l'information, ce thème sera de nombreuses fois abordé dans l'*Hebdo du médiateur*, après le naufrage de l'Erika ou pendant la guerre en Bosnie. On justifie ainsi la répétitivité de l'information. On reporte aussi sur d'autres la capacité de manipuler. Enfin, même si le journaliste a réussi à faire fi de tous ces obstacles, il reste quand même une force invisible qui peut entraver le chemin de la vérité.

En reprenant les règles constitutives du JT, l'*Hebdo du médiateur* va constituer donc, en quelque sorte, une réponse à ces critiques. Si elles concernent la construction du reportage, le médiateur va inviter le journaliste pour qu'il explicite son travail. S'il s'agit de critiques portant sur le choix du reportage, le médiateur va convier un responsable de la rédaction. Ceux-ci se placent derrière les règles du JT, sorte de code immuable auquel ils doivent absolument se soumettre.

### *c) La rhétorique de l'expertise critique*

" La première rationalité de l'action est de convaincre des publics indifférents ou hostiles, ou encore de renforcer des croyances d'une audience déjà acquise aux idées formulées. Dans la rhétorique de l'expertise critique, l'expression de jugement est également présente mais les rédacteurs usent d'un atout supplémentaire, celui de la compétence technique qui atténue les risques du journalisme d'opinion...la rhétorique de l'expertise critique s'efforce de persuader." (J.G. Padioleau : 1976)

L'*Hebdo du médiateur* joue très souvent sur la compétence technique pour répondre aux critiques des téléspectateurs. Car dans ce domaine, le médiateur est en situation dominante, il rappelle bon nombre de fois les contraintes auxquelles sont

soumis les journalistes, les modalités de construction des reportages. Le médiateur fait aussi étalage des moyens techniques mis en place par la chaîne pour couvrir l'actualité.

Le médiateur : revenons à cette séquence précise, ça s'est passé comment ?

R.A : C'est du direct

Le médiateur : Alors cette dame vous l'avez trouvée comment ?

R.A : J'étais là hier...j'ai...j'ai fait mon travail de journaliste de terrain, je les ai rencontrés. J'ai... je ne devais reprendre la parole qu'en fin de JT pour faire un résumé et j'ai croisé Mme B. qui m'a dit : Vous allez partir, ne nous oubliez pas. J'ai pris cela comme un appel de détresse. C'est vrai que moi journaliste, j'allais reprendre l'avion et reprendre ma vie normale et il m'a semblé qu'il était indispensable pour moi, pour France 2 et surtout pour les téléspectateurs, d'entendre ce témoignage essentiel.

La première question du médiateur reprenait en quelque sorte la remarque du premier téléspectateur et portait sur le pourquoi. R. Arab par sa réponse a déclenché une vague d'émotion et du même coup noyé le poisson.

La rhétorique de justification va se centrer sur les conditions de production. On ne pose plus la question du *pourquoi*, mais celle du *comment*.

Le direct semble justifier l'ensemble de la séquence. Le journaliste subit et capte ce qui lui parvient, c'est " vrai", on ne peut pas tricher.

Ce procédé est utilisé dans les émissions prismatiques pour créer un décalage : Arthur demandant des précisions, des anecdotes à propos d'une séquence. Par contre dans l'*Hebdo du médiateur* ou *Arrêts sur images*, on interroge le journaliste sur les conditions de production pour pouvoir disséquer l'image. C'est ce *complément d'information* qui permet d'introduire une relecture de l'image. On peut faire le parallèle entre ce supplément d'information quant à la fabrication d'une image ou

d'une séquence qu'on donne au public, et ce que J.M. Schaeffer nomme le *savoir de l'arché*.

" Comme l'interprétation des signes conventionnels, celle des signes naturels, n'est possible que dans le contexte d'un certain savoir. Outre d'un savoir du monde, il faut encore disposer d'un savoir de l'arché : une photographie fonctionne comme une image indicielle à condition qu'on sache qu'il s'agisse d'une photographie et ce que ce fait implique." (J.M. Schaeffer : 1987)

" Mais il suffit qu'une indication textuelle désigne l'image comme photographie pour que l'indicialité resurgisse, affectant à son tour le statut des retouches picturales." (J.M. Schaeffer : 1987)

Le principe est le même pour le direct. Nous avons déjà abordé les promesses d'authenticité et de véridicité provoquées par le direct. Ces promesses sont renforcées par les informations qu'apportent les journalistes : " On a placé la caméra, on a pris les images, tout cela s'est fait très vite...on n'a pas eu le temps de calculer.". Tout cela vient renforcer la forte indicialité du direct. Du coup, lorsque je sais que les images que je vois sont diffusées en direct, cela modifie la perception que j'ai de ces images.

Dans cet exemple, R. Arab apparaît comme un spécialiste, il légitime donc sa prise de parole. Il fait partie de la rédaction de France 2 au sein de laquelle il occupe un poste à responsabilité. De la même façon, lorsque le médiateur fait intervenir M.Triat, il le présente comme le spécialiste du " problème " des enseignants, comme s'il y avait un problème enseignant. Il est donc présenté comme le " spécialiste maison ", de la même façon le médiateur convie à chaque fois qu'il s'agit d'une question de spécialiste, le " spécialiste maison " (P. Chêne pour le sport, D. Flaysakier pour la santé...)

L'émission prismatique, surtout celle qui fonctionne comme une note, est là pour renforcer ces croyances. Si les témoignages apportés renforcent le caractère

" vrai" de cette séquence, ils renforcent également les croyances liées à toute forme de direct ou du moins les directs de la rédaction de France 2. Ainsi, on voit comment l'émission prismatique " travaille" pour son émission-source.

## **5) La recontextualisation**

" L'acte de citer est un acte complexe... (qui s'articule autour de deux opérations principales) de décontextualisation et de recontextualisation. " (M.F. Chambat-Houillon : 1998)

La décontextualisation est une opération de sélection qui s'effectue en amont, pendant la préparation de l'émission, par une sélection des extraits qui seront diffusés. La *recontextualisation*, au contraire, est une opération de base du prisme et du processus d'argumentation.

La *recontextualisation* est une étape primordiale qu'on va retrouver dans toutes les émissions prismatiques. Elle est importante car elle participe de la rhétorique de l'objectivité. Le médiateur procède à une explication a priori des images qui vont être diffusées et de ce fait induit la lecture qu'on doit en faire. Il y a aussi un caractère pédagogique : le médiateur nous dit de quoi il est important de parler et ce qu'il faut savoir pour comprendre le sujet.

Si dans l'*Hebdo du médiateur*, cette *recontextualisation* passe par le traitement de l'information de la rédaction de France 2, elle peut dans d'autres émissions prismatiques emprunter d'autres formes. Arthur peut introduire un sujet par une anecdote, un détail dans la production, un rappel "historique" de Pierre Tchernia. De la même façon, Daniel Schneidermann peut proposer en introduction, le traitement d'un même sujet par différentes chaînes ou différents médias. Ou encore J. Bonaldi dira souvent pour introduire le *Zapping* : " ce qui s'est passé hier à la télévision ". Ca n'est

qu'après recontextualisation et diffusion de l'extrait que peut se mettre en place le processus d'argumentation.

## 6) Types de commentaires

Le premier exercice auquel il faut se livrer, si l'on veut analyser les différentes formes de *commentaire*, est de définir qui parle. En effet plusieurs personnes sont amenées à faire des commentaires de valeurs différentes selon le statut qui leur est attribué. Il faut de la même façon repérer le registre sur lequel on se place : on attendra, par exemple, d'un journaliste qu'il tienne un discours d'"expert" dans sa manière d'aborder la question et dans le champ lexical utilisé. Par contre, on attendra du téléspectateur qu'il exprime plus une réaction marquée par l'émotion ou sur son expérience spectatorielle.

### a) *Nous*

Le médiateur : "Nous n'avons pas choisi cet extrait au hasard, il a suscité le plus de courrier pour de bonnes et de mauvaises raisons".

C'est le début d'un jeu subtil entre le médiateur et le téléspectateur. Ce dernier doit identifier de quel côté se place le médiateur, par le jeu des pronoms et des adresses.

### Que désigne " Nous" ?

Il peut tout à la fois désigner la rédaction toute entière, l'équipe restreinte de l'*Hebdo du médiateur* ou encore le médiateur.

La réponse à cette question vient plus tard dans l'émission lorsque le médiateur dit : "Ici à la rédaction de France 2, nous..." Mais nous verrons que " Nous" peut aussi désigner un collectif formé des téléspectateurs et du médiateur.

L'extrait diffusé montre un journaliste (R. Arab) qui interviewe une habitante de Cuxac d'Aude qui a tout perdu dans la tempête. Le journaliste est donc convié à venir s'expliquer sur le plateau du médiateur.

Le médiateur : "R. Arab, nous allons voir avec vous les réactions des téléspectateurs à ce journal un peu spécial. On la regarde."

(On rediffuse selon le même principe la séquence de l'interview)

Ici, lorsque le médiateur dit " Nous", il exclut la rédaction, l'invité, il ne reste donc plus que lui et le public. Pendant l'extrait et à la fin de celui-ci, le médiateur regarde son écran de contrôle, comme s'il découvrait comme nous les images. Ainsi, il se rapproche de la position du téléspectateur, il est spectateur et subit lui aussi le flux des images.

A la fin de la séquence, le médiateur rétablit l'axe Y-Y, il est de nouveau maître du flux et reprend la parole. Il introduit la première réaction d'un téléspectateur (enregistrement d'une conversation téléphonique) qui se dit choqué par la position de l'interview dans le JT (conclusion du JT) et accuse la rédaction d'avoir sombré dans le misérabilisme.

Durant tout l'enregistrement, le médiateur regarde son écran de contrôle, par contre R. Arab regarde la caméra. De la même manière, dans d'autres émissions de l'*Hebdo du médiateur*, les invités, s'ils ont un accès à l'antenne en dehors de l'*Hebdo du médiateur*, auraient une légitimité à fixer la caméra. Ce que ne font pas les journalistes de terrain ou les autres invités qui doivent passer par le médiateur en s'adressant à lui.

## *b) Emotion téléspectatorielle*

Le médiateur : "Une autre réaction, pour une autre raison".

Il s'agit toujours d'un enregistrement téléphonique, mais cette fois apparaît à l'écran une carte de France (la même que pour le JT) qui situe le lieu de l'appel. Une incrustation au bas de l'écran vient préciser le nom du téléspectateur et la ville d'appel.

Pendant l'enregistrement, on diffuse des images de la catastrophe. Le témoignage agit comme un commentaire plaqué sur les images qui (par magie ?) correspondent à ce que décrit le téléspectateur.

C'est un procédé qu'on peut retrouver dans *Arrêts sur images* ou *TV+*. L'émission prismatique permet un retour sur l'image, un arrêt. On feint de proposer au public une liberté totale de pouvoir produire du discours. Celui qui parle est un téléspectateur comme moi et ce qu'il dit, j'aurais pu le dire, à travers lui, c'est moi qui parle. Pourquoi puis-je m'identifier à lui ? Car sa parole est une parole ordinaire, elle est dominée ou (au mieux) gouvernée par l'émotion.

L'intervention de ce téléspectateur n'est pas une critique sur la manière dont France 2 a traité l'événement. C'est plutôt un partage d'émotion, il évoque l'ampleur de la catastrophe, le courage des équipes de secours...Il parle de l'événement, pas de son traitement.



Nous avons posé comme hypothèse de départ qu'un des objectifs de l'émission était d'amener au consensus. Jouer sur l'émotion est un excellent moyen d'y parvenir. Pourquoi ? Parce que tout le monde a des émotions et personne ne peut rester insensible face à l'ampleur du drame. Alors, que pèse dans la balance un détail souligné par un téléspectateur face au partage d'une émotion intense, à l'échelle d'un pays.

### *c) Emotion journalistique*

Le médiateur : Voilà R. Arab, pourquoi avez-vous décidé de conclure le journal par cette séquence ?

R.A. : Tout d'abord Didier, juste une précision. Je revois ces images en ayant toujours du mal à maîtriser mon émotion, car c'est une catastrophe (...) Nous avons le sentiment qu'il se passait quelque chose de très grave et qu'il fallait attirer l'attention du spectateur dessus.

Le médiateur conclut la séquence précédente par " Voilà". Cela donne un caractère exhaustif à ce qui a été dit, comme s'il avait dit : " Voilà toutes les réactions des téléspectateurs".

R. Arab lui aussi va jouer sur le plan de l'émotion. Il interpelle le médiateur par son prénom, ils se connaissent. On glisse imperceptiblement d'un rapport médiateur-journaliste, à une discussion entre deux hommes. R. Arab parle non pas en tant que journaliste, mais en tant qu'homme. De ce fait, s'il a agi, il l'a fait en tant qu'homme, sous le coup de l'émotion. Alors comment reprocher à quelqu'un d'éprouver des sentiments ? De la même façon, lorsqu'il évoque le travail de concertation avec la rédaction, il donne l'impression d'une décision poussée par l'intuition, les sentiments.



#### *d) Justification professionnelle ou la parole de l'expert*

Autre procédé utilisé dans l'*Hebdo du médiateur* : le journaliste invité vient endosser la responsabilité du reportage et des choix opérés. " J'étais là hier...j'ai fait mon travail...moi journaliste...il m'a semblé". A travers son témoignage, R. Arab masque totalement la rédaction. S'il y a donc quelqu'un à blâmer, c'est lui.

Le médiateur : Ces gens, comment ont-ils réagi à la présence de la caméra et des journalistes ? On dit souvent que la caméra est indécente dans ce genre de situation.

R.A. : Je n'en ai pas eu l'impression. J'ai le sentiment que nous étions un des éléments, un des témoins du drame qui était en train de se passer, témoin indispensable.

Hormis la première question qui rejoignait l'attente du téléspectateur, le médiateur ne reprend pas directement les questions des téléspectateurs, mais pose des questions pour nous. En somme, ce sont des questions que tout le monde se pose : on veut connaître les coulisses, les détails. Dans cette question, le médiateur endosse l'habit du Candide et s'adresse au journaliste qui, fort de sa reconnaissance et de sa compétence, est à même de répondre. Il amène le journaliste à justifier la présence de la caméra. Lorsque R. Arab s'exprime ici, c'est le journaliste qui parle et qui donne son sentiment de journaliste. Il justifie la présence de la caméra (et cette démonstration est valable pour tout type d'événement) par le fait que le média n'est pas extérieur au monde, il en fait partie, il est un élément qui remplit sa fonction qui est de témoigner.

Le médiateur : On voit que vous êtes très ému. Mme B. vous lui avez directement posé la main sur l'épaule.

R.A. : "Oui, j'ai instinctivement, pendant la préparation de l'interview, mis le bras autour de Mme B. parce qu'elle avait froid, tout simplement. Et je me suis dit que je devais enlever ce bras au moment de l'antenne, mais je n'y ai pas pensé. Pour l'aider, la soutenir dans son message."

On touche là à la question de l'interprétation. Par cette question, le médiateur répond au téléspectateur qui accusait la chaîne de sombrer dans le misérabilisme. R.

Arab pose une limite à l'interprétation, l'extrapolation : Ce que vous avez vu ou cru voir, n'est pas ce qui était.

## **7) Modes d'intervention téléspectateurs**

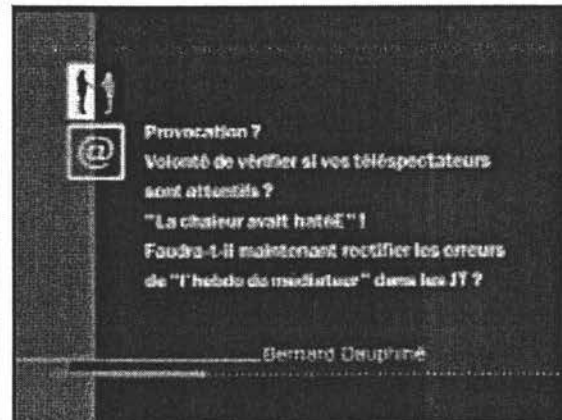
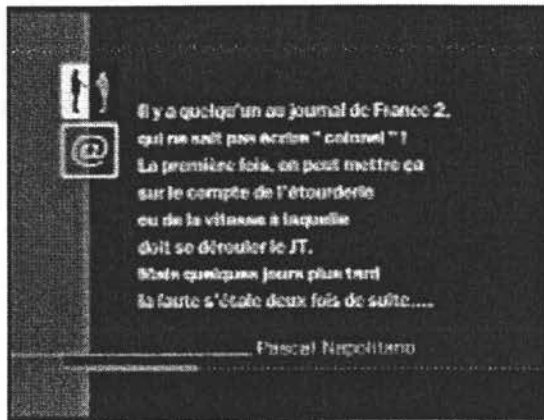
Il nous faut aussi nous intéresser à la critique du téléspectateur et à la manière dont elle est traitée et encadrée au sein de l'émission. L'objectif annoncé de l'*Hebdo du médiateur* étant de donner la parole aux téléspectateurs, il faut voir si cette promesse est respectée ou non.

Le médiateur : "Autre question qui nous ramène au suivi de l'information. On reproche souvent à la télévision de couvrir massivement de grands événements et de les oublier et c'est justement le cri de Mme B : ne nous oubliez pas."

R.A : "Mme B. nous ne l'oublions pas (...) nous avons décidé de réaliser un programme spécial réalisé en direct de Cuxac d'Aude(...)nous essayons de nous rendre compte un mois après, de faire notre travail de journaliste jusqu'au bout".

Dans cette question, le médiateur se fait le porte-parole de la Doxa. " On reproche" désigne un ensemble flou, quelque chose que tout le monde pense, et le médiateur est là pour formuler cette pensée commune. Si ce reproche concerne la télévision, il touche du même coup France2. La question a donc pour objectif de nier ce reproche qu'on pourrait formuler à l'encontre de la chaîne. R. Arab y parvient très bien en annonçant un suivi régulier et (cerise sur le gâteau) une émission spéciale en direct. Le reproche de la Doxa ne concerne donc pas France 2, dont les journalistes sont compétents puisqu'ils font leur travail jusqu'au bout. Dans d'autres émissions, le médiateur agira de la même façon pour d'autres reproches à l'encontre de la télévision (sensationnalisme, course à l'audimat, violence, manipulation...)

Le médiateur introduit ensuite d'autres remarques de téléspectateurs parvenues par lettre ou par courrier électronique.



La lettre apparaît progressivement à l'écran, comme tapée à la machine à écrire. Une voix-off lit la lettre au fur et à mesure. Ceci a pour effet de donner corps au destinataire. Le fait qu'on lui prête une voix, contribue à feindre le dialogue.

On peut faire un rapprochement entre les modes d'intervention du téléspectateur dans l'*Hebdo du médiateur* avec la définition que donne Jean Pierre Esquenazi du *Bavard* :

" Le Bavard vient du dehors, il est une présentation holographique d'un sujet réel...le Bavard s'adresse seulement au présentateur...le téléspectateur comme partenaire intime du discours TV devient la mesure de la crédibilité des discours." (J.P. Esquenazi : 1996)

Le Bavard n'est donc pas un téléspectateur ordinaire, il perd d'ailleurs ce statut en venant s'exprimer sur le plateau, car il subit, lui aussi, les contraintes du média. C'est une notion intéressante pour notre étude car elle sous-entend une volonté de la part du téléspectateur de s'exprimer, il faut donc s'interroger sur les motivations qui le poussent à agir ainsi. Bien souvent les téléspectateurs qui sont amenés à s'exprimer sont plus ou moins directement touchés par l'événement mis en cause dans l'*Hebdo du médiateur*. Ils subissent donc un *retour de réel*, s'apercevant que la représentation de l'événement qu'offre le média n'est pas fidèle à ce qu'ils ont vécu.

Le médiateur insiste tout au long de l'émission sur la médiation obligatoire qu'il opère entre les téléspectateurs, le Bavard et la rédaction de France 2. En effet, le Bavard n'a pas légitimité à s'adresser directement à la caméra ou à la rédaction. Le médiateur dira par exemple " Mme. B. vous m'avez écrit". Même sur le plateau, où la confrontation directe est possible entre le Bavard et le représentant de la rédaction, il n'y a que très peu d'échanges. Au contraire les deux parties se contentent de répondre chacun leur tour aux questions du médiateur. L'émission feint le dialogue avec le téléspectateur ; en fait, il n'en n'est rien. Si l'on dresse un schéma sommaire des tours de parole, on s'aperçoit qu'il n'y pas de dialogue mais des suites d'interventions :

- Présentation des faits par le médiateur ;
- Réaction plus ou moins longue d'un ou plusieurs téléspectateurs ;
- Réponse du représentant de la rédaction ;
- Conclusion du médiateur.

La possibilité n'est donc pas offerte au Bavard de réagir sur les justifications avancées. Au contraire, le représentant de la rédaction a eu tout loisir de contre argumenter les griefs exposés par le Bavard. L'émission est donc construite pour encadrer la parole du Bavard et réfuter en douceur les critiques pour amener les deux parties au consensus. On voudra bien admettre des erreurs de détail, mais il n'y aura jamais de remise en cause du fond des problèmes soulevés.

Car dans ce dialogue feint, le combat est inégal, les différentes parties n'usent pas des mêmes armes. Nous l'avons vu, les journalistes usent de procédés argumentatifs pour justifier leurs opérations de médiatisation. Le téléspectateur, lui, pour émettre une critique ne peut se fonder que sur sa mémoire (ce qu'il a vu ou cru voir) et ses représentations (stéréotypes, idéologie, cadres de référence). C'est sur ces seules bases que le téléspectateur peut construire son argumentation, et nous avons vu qu'à plusieurs reprises, les journalistes ébranlent la solidité de ces bases.

L'intervention du téléspectateur serait donc une mesure de crédibilité du discours d'information du JT de France 2. Il s'agit là encore d'un moyen mis en place par l'émission prismatique pour profiter à son émission-source.

" Employée de pair avec la rhétorique de l'objectivité, l'expertise critique représente donc une stratégie réaliste d'action (...) elle correspond en définitive à la recherche d'un équilibre, au demeurant évolutif et instable, pour atteindre des publics dont les opinions et les intérêts divergent." (J.G. Padioleau : 1976)

## **8) Parole du médiateur**

Pour conclure, une dernière réaction de téléspectateur : une lettre virulente dénonçant le fait qu'on n'associe pas le personnel IATOS au mouvement.

Le médiateur : " Voilà les choses sont dites. Dans vos lettres, le reproche général est que France2 n'a pas assez parlé du mouvement. Alors j'ai procédé à une vérification : cinquante minutes d'antenne, c'est de loin le sujet le plus couvert depuis le début de l'année. Ce qui est donc en question, ce n'est donc pas la quantité, on ne peut pas dire que France2 censure, mais le contenu dont on a pu débattre. "

Pour ce qui est des revendications du téléspectateur, elles semblent être justifiées, le médiateur acquiesçant par son silence. On feint ainsi la transparence, car il ne faudrait pas que toutes les remarques des téléspectateurs soient peu fondées. Mais le médiateur met encore une fois en avant l' "incompétence" du téléspectateur, car il a vérifié et ce thème est le plus traité par la rédaction.

La chaîne n'est donc pas responsable et le médiateur ose employer le terme de débat alors que celui-ci n'a pas eu lieu. D'ailleurs, si l'on veut dresser un schéma des tours de parole, il montrerait qu'il n'y pratiquement pas eu d'interaction entre les enseignants et le chef du service social, ni même avec le médiateur. Les enseignants ont seulement été autorisés à livrer leurs impressions après la diffusion du reportage,

M. Triat a alors eu tout loisir de contre argumenter, aidé en cela par le médiateur pour atténuer l'effet de monologue.

*L'Hebdo du médiateur* applique la formule : " c'est le dernier qui a parlé qui a raison. ". Le mot de la fin étant toujours donné au médiateur qui nivelle les opinions divergentes et amène au consensus. "La durée relativement courte de l'émission, son dispositif structuré en questions/réponses entre journalistes et téléspectateurs conduisent à ne pas approfondir les problématiques et à donner l'illusion que la confrontation des points de vue suffit à réaliser un débat objectif, l'impartialité étant souvent confondue avec la neutralité ou le simple équilibre de points de vue contradictoires. La recherche du consensus ou du moins la conviction qu'un consensus est possible (comme le présuppose le dispositif même de l'émission du médiateur) sont considérées comme plus importantes que la révélation des faits ou l'examen critique de l'argumentation des différents points de vue." (V. Goulet : 2004, p.289)

Autre exemple, autre stratégie :

Le médiateur (Y-Y) : "Nous avons reçu plusieurs lettres courroucées d'autres départements français victimes d'une autre catastrophe naturelle dans le même temps.

(A l'écran apparaît une lettre dans laquelle un téléspectateur dénonce l'absence de couverture médiatique du cyclone en Guadeloupe.)

J'ai vérifié ce qu'il en était de ce constat d'absence d'information sur les Antilles. Voici deux extraits du JT consacrés à cette info."

A l'écran, extrait du JT de 20 H du 18 novembre et du JT de 13 H du 21 novembre. Dans les deux cas, il s'agit de brèves imagées.

Le médiateur : "et oui ! Dans l'idéal, il faudrait que les téléspectateurs puissent voir tous les JT pour avoir une idée globale de l'information qui est diffusée, dans ce cas l'essentiel était quand même dit. Bien sûr, il y a toujours la possibilité de faire mieux et plus."

A chaque émission, le médiateur conclut par une leçon à tirer. Dans ce cas précis, l'incapacité des téléspectateurs à visionner toutes les éditions de la rédaction et donc leur incapacité à juger impartialement le contenu de l'information diffusée par la chaîne. Dans un premier temps, le médiateur se présente comme faisant partie de la rédaction "Nous avons reçu". Suite à la lettre du téléspectateur, le médiateur s'affiche en tant qu'électron libre, notre contact au sein de la rédaction, comme mandaté, chargé par nous d'une mission.

Donc, ce médiateur est à notre service et il a été personnellement vérifier pour nous que la rédaction avait bien couvert l'événement. C'est donc le téléspectateur qui est incompetent, incapable qu'il est de suivre toutes les éditions de tous les JT de la rédaction.

Le médiateur concède du bout des lèvres : il est possible de faire mieux que deux brèves pour un tel événement.

On retrouve souvent ce procédé dans l'*Hebdo du médiateur*, qui met en avant l'incompétence du téléspectateur. De ce fait, il affirme la position dominante du journaliste, qui lui, sait et comprend.

Au fil des émissions, le lien avec le médiateur va se renforcer. Il devient notre contact obligé. Il nous fait pénétrer dans les coulisses de la rédaction. On va par exemple multiplier les rencontres avec les journalistes sur leur lieu de travail, en salle de montage par exemple. Parallèlement, le médiateur va multiplier les sorties en dehors du studio, n'hésitant pas à aller recueillir les témoignages des gens chez eux. Tout cela participe de la construction du personnage du médiateur.

## **B) Pôle du Texte**

C'est le pôle qui comprend le plus d'émissions prismatiques. De *Télévision œil de demain* (1947) à *Face à l'image* (2004), on a emmené le téléspectateur dans les

coulisses des émissions, on l'a invité à revoir les grands moments de télévision, à s'intéresser à la technique, aux dispositifs, à l'actualité médiatique, aux stars... la multiplication de ce type d'émission nous montre que les déclinaisons sont innombrables : on peut s'intéresser à la technique (*Micros et caméras*), aux stars du petit écran (*Stars intimes*), à l'actualité (*Au-delà de l'écran*, *Face à l'image*), à l'actualité médiatique (*Télé-Dimanche*, *La vie des médias*, *Lignes de mire*), aux dispositifs (*Boîte à malices*, *Arrêts sur images*), à la chaîne (*Tout, tout, tout sur A2*, *120min de bonheur*), à l'histoire de la télévision (*Trente ans de télévision*, *Notre télévision*). D'autres émissions encore abordent le média sous l'angle ludique ou satirique (*Les enfants de la télé*, *Les guignols de l'info*, *Le vrai journal*).

Si l'on considère l'ensemble de ces émissions, on constate que la quasi-totalité d'entre elles (y compris les émissions s'intéressant aux pôles de la réception et de la production) subissent une contrainte commune : *l'actualité*. C'est exactement le même phénomène que celui que nous avons mis en évidence pour la critique de télévision, cette critique (qui n'en est pas une, mais qui est plutôt une chronique comme nous l'avons montré précédemment) est asservie à l'actualité médiatique, au même titre que la télévision est asservie à l'actualité qu'elle crée par la médiatisation. Les qualités de vitesse et de flux du média en font le lieu d'excellence de l'actualité, par définition rapide mais surtout éphémère. Mêmes causes, mêmes effets : ce qui empêchait la critique dans la presse écrite, l'empêche aussi à la télévision, mais en des proportions bien supérieures encore, puisque les impératifs de vitesse sont encore plus grands (que pour la presse écrite) et que les acteurs de cette "critique" font partie intégrante du média. Dès lors, comment pourrait-il y avoir une "critique" du média, lorsque les initiateurs de cette critique font partie intégrante du média qu'ils sont censés critiquer et qu'ils en subissent eux aussi les contraintes. Ils disposent moins encore qu'en presse écrite du recul et du temps nécessaires à toute réflexion critique. C'est pourtant la prétention des émissions prismatiques qui proposent un "retour critique" sur l'actualité médiatique, voire plus encore.

Nous avons choisi d'aborder cette catégorie à travers deux émissions que nous jugeons représentatives des pratiques communes : *Arrêt sur images* et *Face à l'image*.



## 1) *Arrêt sur images*

"Chaque dimanche, la télévision fait son autocritique sur France 5. Daniel Schneidermann et son équipe de chroniqueurs auscultent le petit écran sous toutes ses formes et dans tous ses excès, et analysent le foisonnement et l'influence des images télévisuelles dans notre société"<sup>106</sup>. C'est donc l'ensemble du média qui serait parcouru en l'espace d'une heure par l'équipe d'*Arrêt sur images*, objectif pour le moins ambitieux si on veut bien considérer la richesse du flux télévisuel. Il y a un antagonisme flagrant entre, d'un côté, l'hyper-complexité et l'immensité du média, dont on peine à cerner les contours, et de l'autre côté, le vocabulaire utilisé pour définir les objectifs de l'émission. Le vocabulaire médical est souvent mobilisé, on parle d'ausculter, d'analyser, dans les *Enfants de la télé*, les chroniqueurs sont des "chirurgiens de l'image". Nous avons vu, lorsque nous avons défini le prisme, que cela participait d'une volonté d'apparaître extérieur au média, notamment en désignant abondamment "La télévision" et en présentant les chroniqueurs comme une équipe d'enquêteurs ou de chirurgiens. La présentation qui est faite d'*Arrêt sur images* n'est même pas un vœu pieu, tant cela est irréalisable, mais c'est uniquement un effet d'annonce, afin de feindre la distance critique. Dans les faits : "L'émission est née quelques semaines après le lancement de la Cinquième en janvier 95, et le projet était de créer un espace de relecture critique de la télévision à la télévision ; l'ambition était simplement de relire quelques images marquantes de la semaine, du mois, du moment" (D. Schneidermann)<sup>107</sup>. Il est donc question de parler de l'actualité médiatique, de s'arrêter sur des "images fortes" de la semaine (le plus souvent) et donc de proposer une chronique de la télévision.

*Arrêt sur images* met en place plusieurs stratégies et procédés pour feindre la distance critique. Certains sont communs à bon nombre d'émissions prismatiques et nous les avons abordés plus tôt avec *l'Hebdo du médiateur*, mais d'autres sont plus

---

<sup>106</sup> Présentation sur le site officiel de l'émission, disponible à l'url suivante : <http://www.france5.fr/asi/> (1e 13 juin 2004)

<sup>107</sup> Propos recueillis par P. Beylot (1998, p.55)

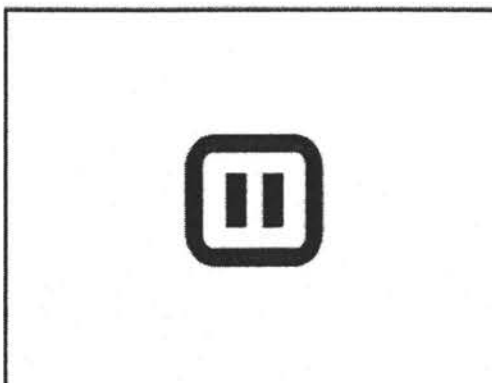
spécifiques à l'émission. Dans le générique, déjà, on peut voir un procédé que l'on retrouvera dans *Face à l'image*. La partie visuelle du générique n'est pas fixe (seule la bande son l'est), mais annonce chaque semaine le sommaire de l'émission, les images de la semaine défilent très rapidement, alors qu'un logo représentant le mode "avance rapide" sur les magnétoscopes et autres appareils de visionnage apparaît en bas de l'écran. Progressivement, le flux d'images ralentit et laisse apparaître le logo du mode "lecture". Le flux ralentit encore, les images deviennent beaucoup plus intelligibles pour finalement se figer sur une image qui va représenter le dossier principal de l'émission, accompagné en bas de l'écran du logo "arrêt sur image", doublé du nom de l'émission. C'est ce logo qui va désormais nous accompagner tout au long de l'émission, comme un symbole et un rappel constant au téléspectateur des objectifs de l'émission que nous dévoile D. Schneidermann : "si pouvoir de la télévision il y a, ce pouvoir d'influence repose notamment sur une chose : la rapidité, le rythme des images de télé. Pourquoi nous impressionnent-elles ? Parce qu'elles laissent leur trace en nous sans que nous ayons le temps de réaliser ce qui nous arrive. Une manière d'arracher le téléspectateur à cette sorte d'emprise hypnotique, c'était d'arrêter les images, afin de montrer que ce qui apparaît comme une évidence n'est jamais une évidence, mais toujours une construction technique, intellectuelle, professionnelle..."<sup>108</sup>.



<sup>108</sup> Propos recueillis par P. Beylot (1998, p.55)



Déconstruire est donc la fonction principale d'*Arrêt sur images*, mais sur quoi porte cette déconstruction ? Sur la "télévision", le "petit écran", les "images télévisuelles", nous dit l'annonce. Dans les faits, l'émission se construit autour d'un thème principal annoncé en début d'émission, le choix de ce thème, qui occupe l'essentiel de la durée de l'émission, est souvent motivé par sa place centrale dans l'actualité : "La nouvelle Europe et ses télés" à l'occasion de l'élargissement de la communauté européenne ; "un lycée trahi par la télé" suite à la controverse entourant la diffusion d'un reportage sur l'antisémitisme d'E. Chouraqui ; "Et maintenant quelle information pour France 2" suite à l'erreur de D. Pujadas au JT de 20h sur le retrait d'Alain Juppé de la vie politique ; "Terrorisme, affolement et mensonge" à l'occasion des attentats de Madrid... C'est donc le caractère immédiat des images traitées, la volonté de proposer un "découpage à chaud" de l'actualité médiatique qui motive essentiellement les choix des sujets. Cette première sélection nous éloigne déjà des ambitions de départ de critiquer la télévision, nous sommes plus amenés à parler d'un "regard sur l'actualité médiatique" que d'une réelle critique.





A la fin du générique, D. Schneidermann annonce le thème principal de l'émission et nous montre un extrait du sujet qui nous sera donné à voir dans quelques instants, pour ensuite donner la parole aux chroniqueurs. Là encore, on est bien loin de la critique ou du retour réflexif, pourtant promis : "Même si l'ambition de départ était d'être très extérieur et d'avoir essentiellement une distance critique par rapport à la télé, très vite on s'est rendu compte qu'on était obligé d'ajouter à cette dimension critique un dimension d'enquête. Il ne s'agissait pas seulement de critiquer mais aussi d'expliquer comment les gens qui font les images les font. D'où la présence des enquêteurs sur le plateau depuis le premier numéro, et surtout la montée en puissance de l'enquête dans l'émission au détriment de la critique."<sup>109</sup>. On peut tout de même s'interroger sur la conception de la critique et de l'enquête qu'ont les acteurs de l'émission ! Pour ce qui est de ce que D. Schneidermann nomme l'enquête, celle-ci est confiée à un ou deux chroniqueurs (par émission) qui nous proposent des brèves, des informations insolites ou mettent à jour des contradictions ou des différences entre les chaînes sur la manière d'aborder une information. Philippe Vandel ou David Abiker nous expliqueront, par exemple, combien les sujets sur l'économie se sont multipliés sur les différentes chaînes suite à la nomination de N. Sarkozy au Ministère des Finances, le succès de la pratique du *split-screen* malgré son manque d'intérêt, *l'info-chrono* qui comptabilise le temps d'antenne accordé à chaque thème par chaîne... L'émission du 9 mai 2004 nous donne un exemple typique des interventions des chroniqueurs. Ce jour là, D. Abiker nous propose de voir ensemble ce qu'aurait pu être le media-training de P. Douste-Blazy avant son intervention au JT de 20h sur TF1. Le

<sup>109</sup> Propos recueillis par P. Beylot (1998, p.56)

chroniqueur va alors, sur le ton de la plaisanterie, découper l'intervention du ministre, pour en tirer les phrases clés ou les figures rhétoriques. Cette séquence est représentative de ce que sont les interventions des chroniqueurs dans *Arrêt sur images* : l'information traitée doit être d'actualité, légère, abordée de manière ludique, et on met en avant cette culture du détail qui renforce l'idée que rien n'échappe aux collaborateurs de l'émission.



La partie "critique" est, elle, prise en charge directement par D. Schneidermann. C'est en fait le sujet principal de l'émission qui traite, nous l'avons dit, d'un sujet d'actualité, souvent polémique. En ce qui concerne la construction, il y a peu de différence avec *l'Hebdo du médiateur*, si ce n'est que les deux parties opposées ne sont pas représentées par des téléspectateurs mais par des acteurs du monde des médias. Le dispositif est lui aussi très semblable : après un rappel des faits et la diffusion du sujet, la parole est donnée successivement aux deux parties, placées face à l'animateur aux deux coins opposés d'une grande table. Cette "critique" se résume bien souvent en un débat sur le fond du sujet et non pas sur son traitement médiatique :

l'émission du 9 mai 2004, "la Ferme : nouvelle vache à lait ?" qui posait la question d'un discours possible sur la *Ferme célébrités* sans faire la promotion de ce programme, se résume à une opposition entre ceux qui y sont favorables, représentés par le directeur de *Télé-Magazine*, et ceux qui y sont opposés, représentés par un membre de la Confédération paysanne. De même, l'émission du 2 mai 2004 consacrée au document "les origines du Sida", se résume à une opposition entre les défenseurs et les opposants à la thèse défendue dans le document ; ce fut encore le cas dans l'émission du 17 avril 2004 consacrée à la récupération médiatique des anti-pubs, mais qui s'est résumée à un débat sur la place de la publicité dans l'espace public. Il n'y a donc pas de véritable critique, et rien qui y ressemble : aucun outil spécifique, aucune démarche systématique, on se "contente" de donner la parole aux différents contradicteurs pour terminer sur un "consensus", c'est au téléspectateur de se faire son opinion.

En ce qui concerne les procédés utilisés, *Arrêt sur images* utilise un procédé rarement mobilisé dans les émissions prismatiques et moins encore dans d'autres émissions : l'arrêt sur image. Ce procédé est mis à contribution de manière si brève qu'il peut passer inaperçu, mais c'est la répétition qui le met en exergue. Le téléspectateur attentif peut remarquer qu'à chaque fois que D. Schneidermann lance un sujet, il y a un léger décalage qui nous laisse voir l'image figée avant que le sujet ne démarre. Si cela peut apparaître comme un manque de synchronisation de la régie, la systématisme nous oblige à y voir une volonté délibérée d'arrêter un très court instant le flux des images. Toutes les composantes de l'émission, du titre aux discours, en passant par l'image et le logo, convergent alors vers l'arrêt sur image symbole de la distance critique, du temps de la réflexion.

## **2) *Face à l'image***

Le magazine *Face à l'image* nous permet de dévoiler une autre facette du prisme et de mettre en évidence toute la subtilité de l'approche prismatique par rapport

à l'approche réflexive. Cette émission nous montre que la *prismaticité* est avant tout une *pratique* qui se fond dans tous les genres. En effet, si l'on classe cette émission parmi les émissions réflexives, on passe à côté d'un objectif premier de l'émission qui se veut avant tout un magazine d'information. Tout dans l'émission joue sur cette ambivalence entre, d'un côté, la volonté d'être un magazine d'information de la rédaction de France 2 et de l'autre, cette volonté de "retour sur l'image" et l'utilisation de procédés prismatiques. La présentation de l'émission sur le site officiel caractérise bien ce jeu sur les deux tableaux :

"Chaque samedi, Paul Nahon et Bernard Benyamin *reviennent sur l'actualité de la semaine* et tentent de vous donner les clefs pour une meilleure *compréhension de l'information*. « Face à l'image » est né d'un constat et d'un besoin. D'abord le constat : tout au long de la semaine, des milliers *d'images* défilent dans votre téléviseur sans que l'on prenne toujours le temps de les *analyser*, d'en *comprendre* la signification, de s'y *arrêter* sur les plus fortes ou même, parfois de les *relier* entre elles. Ensuite un besoin : *marquer une pause*, une fois par semaine, pour *décrypter cette avalanche d'images et d'événements pour mieux saisir le monde de plus en plus complexe dans lequel nous vivons*. (...) « Face à l'image » sera divisé en trois parties qui couvriront d'abord en images la semaine en France, à l'étranger et enfin, dans les domaines de la culture et du sport. *Images remises en perspective, retours sur des événements passés inaperçus, commentaires explicatifs : l'actualité sera plus « lisible » en prenant du sens*. Après chacune de ces parties en image, un invité (chercheur, universitaire, spécialiste ou acteur du sujet) viendra nous faire partager sa connaissance du dossier, de l'événement ou du pays afin de mieux saisir l'importance de ce qui vient de se passer.<sup>110,111</sup>

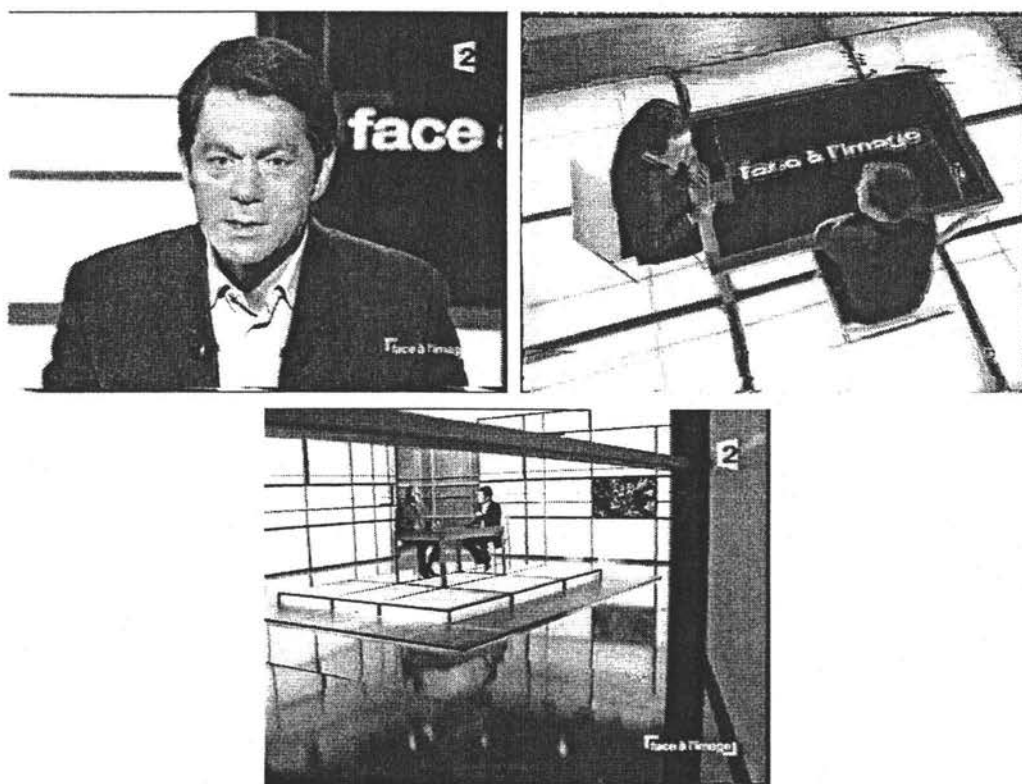
Si dans d'autres émissions, le "retour sur image" n'est qu'un alibi pour une discussion sur le fond non affichée au départ ; ici, il est clairement annoncé que ce retour en images sur l'actualité va servir à "mieux comprendre l'information". Mais si on annonce qu'il va falloir analyser, décrypter, mettre en perspective les images, la

---

<sup>110</sup> C'est nous qui soulignons.

réalité est toute autre, il n'y aucune analyse d'images, tout au plus un procédé de commentaire ou d'explicitation que nous avons déjà abordé avec *l'Hebdo du médiateur*, comme il est annoncé : "un invité (chercheur, universitaire, spécialiste ou acteur du sujet) viendra nous faire partager sa connaissance du dossier, de l'événement ou du pays afin de mieux saisir l'importance de ce qui vient de se passer".

Dans *Face à l'image*, l'essentiel de la prismaticité est porté par la partie visuelle, l'activité de parole ne concernant pratiquement que le retour sur l'évènement, le commentaire avec quelques jours de recul sur l'actualité. L'émission se construit essentiellement autour de deux procédés prismatiques : la *rediffusion* (parfois doublée d'une *diffusion répétée*) et le *cadre dans le cadre*.



Au milieu d'un décor lumineux, le plateau central, surélevé et éclairé d'une lumière légèrement bleutée, accueille l'élément central du décor : un écran plasma faisant office de table. Tout le dispositif de présentation tourne autour de cette table-

<sup>111</sup> Disponible à l'url suivante : <http://facealimage.france2.fr/>



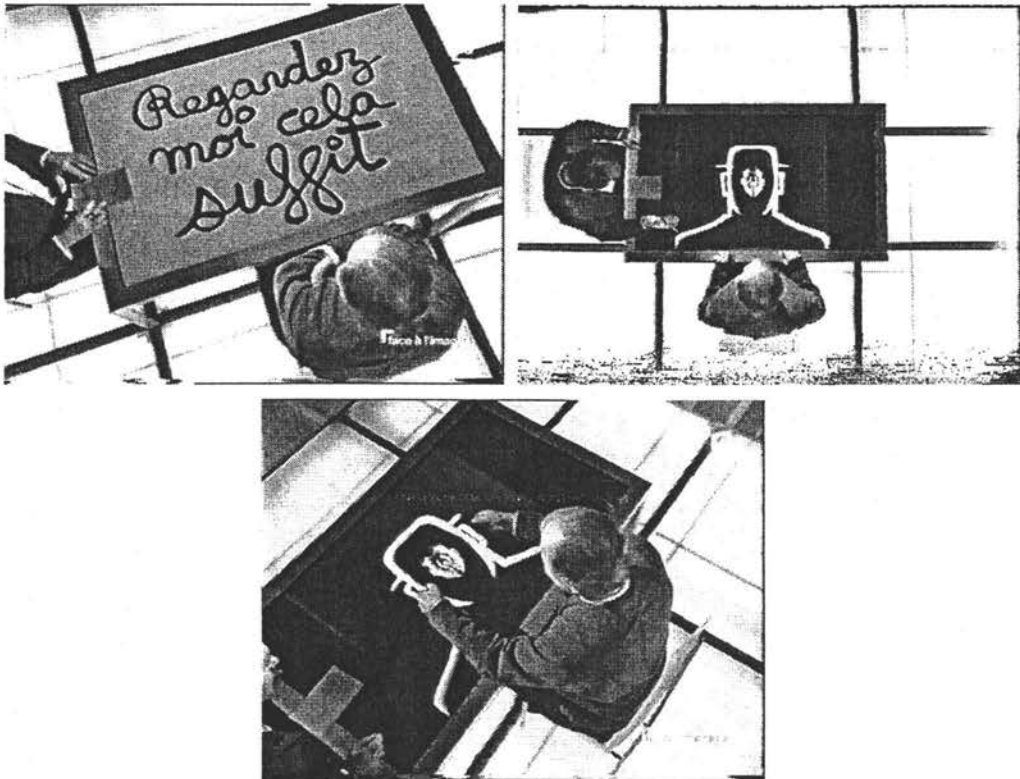
écran autour de laquelle Paul Nahon et Bernard Benyamin accueillent les "commentateurs" de l'actualité. C'est de cette table-écran, que le téléspectateur voit abondamment, au cours de l'émission, grâce à la multiplication de vues en plongée, que démarre la rediffusion. Lorsque le présentateur lance un sujet, la table joue le rôle de "zone tampon" entre le lieu de présentation (le studio) et le lieu de représentation (l'écran), entre le présent et le passé ; on y découvre quelques images du reportage, avant de passer complètement dans la représentation. Ceci est la première forme de rediffusion, le reportage est monté par l'équipe de *Face à l'image*, mais il utilise (le plus souvent) des images déjà diffusées dans les JT et magazines d'information de France 2 et France 3. Ceci est mis en évidence à l'écran avec l'incrustation des références du reportage (nous y reviendrons lorsque nous parlerons du cadre), mais aussi par les voix multiples dans le commentaire des images. Si l'essentiel du commentaire des images est repris par le journaliste de *Face à l'image*, on laisse parfois le commentaire tel qu'il était lors de sa première diffusion, avec la voix du premier journaliste. Le téléspectateur connaît ces images qu'il a pu voir plus tôt dans la semaine, par les indications à l'écran et le commentaire, il peut même reconnaître l'émission dans laquelle il les a vues la première fois. Il n'y a donc plus la surprise de la découverte, on s'attend à voir telle ou telle image et cette anticipation doit permettre de mieux voir. Nous verrons, lorsque nous aborderons le cadre, que le message de l'émission est *mieux voir pour mieux comprendre*, et non pas voir *plus*, car les images ne sont pas nouvelles. Le téléspectateur comprend que l'on n'est pas devant une simple rediffusion<sup>112</sup> mais dans une dimension supérieure par la présence du méta-commentateur qui relie (et relit) ces images d'origines diverses. Ce commentaire ne dit peut être pas plus, mais il dit *autrement*.

L'émission comporte une autre forme de rediffusion, sur le site de présentation cette fois. A la fin du reportage, un invité ayant un lien plus ou moins direct avec le sujet vient apporter des précisions sur l'évènement, commentaires faits de détails sur les conditions de tournage (si c'est un journaliste), ou encore de témoignages ou d'analyses de spécialistes. Mais l'invité est aussi amené par l'animateur à commenter

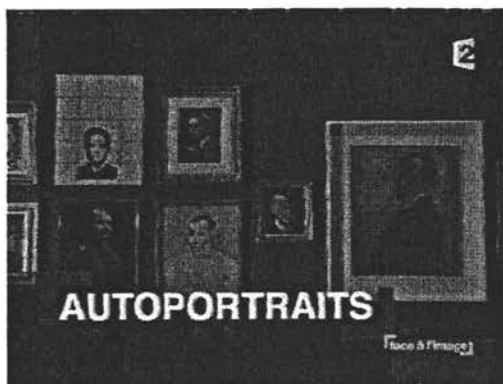
---

<sup>112</sup> Comme pour le *No Comment* d'Euronews.

des séquences du sujet précédent qui défilent (parfois en boucle, d'où la *diffusion répétée*) sur la table-écran. La plongée permet au téléspectateur de voir le présentateur et son invité commenter les images comme on lirait une mappemonde. A la fois le présentateur et l'invité, mais aussi le téléspectateur, *survolent* une actualité désormais passée, ils ont pris de la *distance* (de la hauteur) par rapport à un événement désormais contenu dans l'écran comme une carte dans un livre d'histoire.

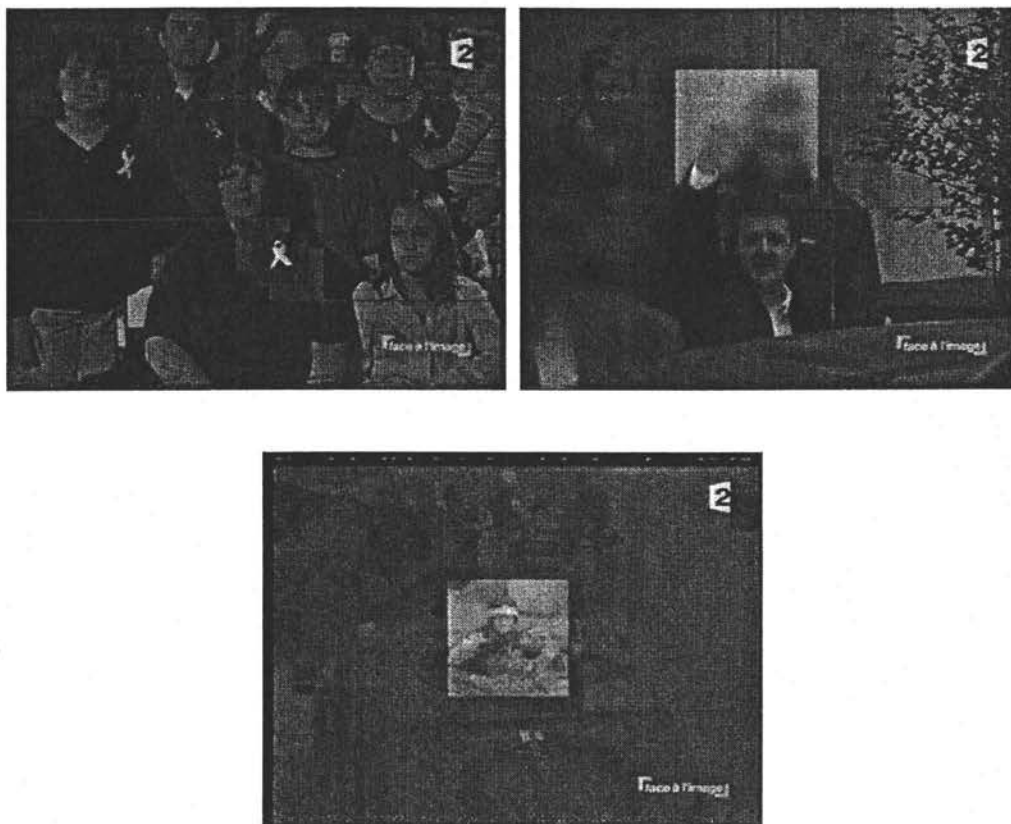


Deuxième procédé abondamment utilisé dans l'émission : le cadre dans le cadre, c'est-à-dire l'ajout d'un cadre au sein d'un cadre premier délimité par les bords de l'écran. Ce nouveau cadre est un procédé prismatique car il n'existait pas lors de la première diffusion de la séquence. La forme de ce cadre comporte aussi une spécificité, elle évoque les cadres mimés par les cinéastes avec leurs doigts, lorsqu'ils figurent une scène. Le cadre n'est jamais fixe, il n'apparaît qu'à certains moments, pour remplir une fonction spécifique.



Tout d'abord en début de reportage, le cadre apparaît pour donner le *titre* du reportage qui n'existait bien sûr pas avant puisqu'il s'agit généralement d'images du JT. Mais, si les images premières ne portaient pas de nom, leur enchaînement spécifique à l'émission en fait un reportage à part entière, et le titre vient attirer notre attention sur ce point.

Autre utilisation du cadre : parfois, au milieu d'une séquence, le cadre vient pointer un élément de l'image. L'écran est assombri et seul l'intérieur du cadre reste dans la lumière pour pointer un *détail* de l'image : un poing levé, un visage... Ce procédé invite à une autre lecture de l'image, plus empreinte de symbolique, ce détail de l'image porte le sens de l'image entière, voire plus encore.



Le cadre vient aussi indiquer *l'origine* de la séquence, en précisant l'origine des images : nom de la chaîne (parfois), date de diffusion, noms des journalistes et monteurs. Ce procédé vient rappeler au téléspectateur le statut *d'archive* des images qu'il est en train de voir, ce qui implique une prise de distance nécessaire avec l'événement. Même si ces images sont d'actualité et que le reportage original n'a été diffusé que quelques jours auparavant, la volonté affichée d'analyser, de mieux comprendre les événements et les images demande du temps. On construit ce temps par ce procédé, en conférant à l'image d'actualité un statut d'archive, le flux de plus en plus rapide "vieillit" les images, désormais l'Histoire s'écrit en léger différé.

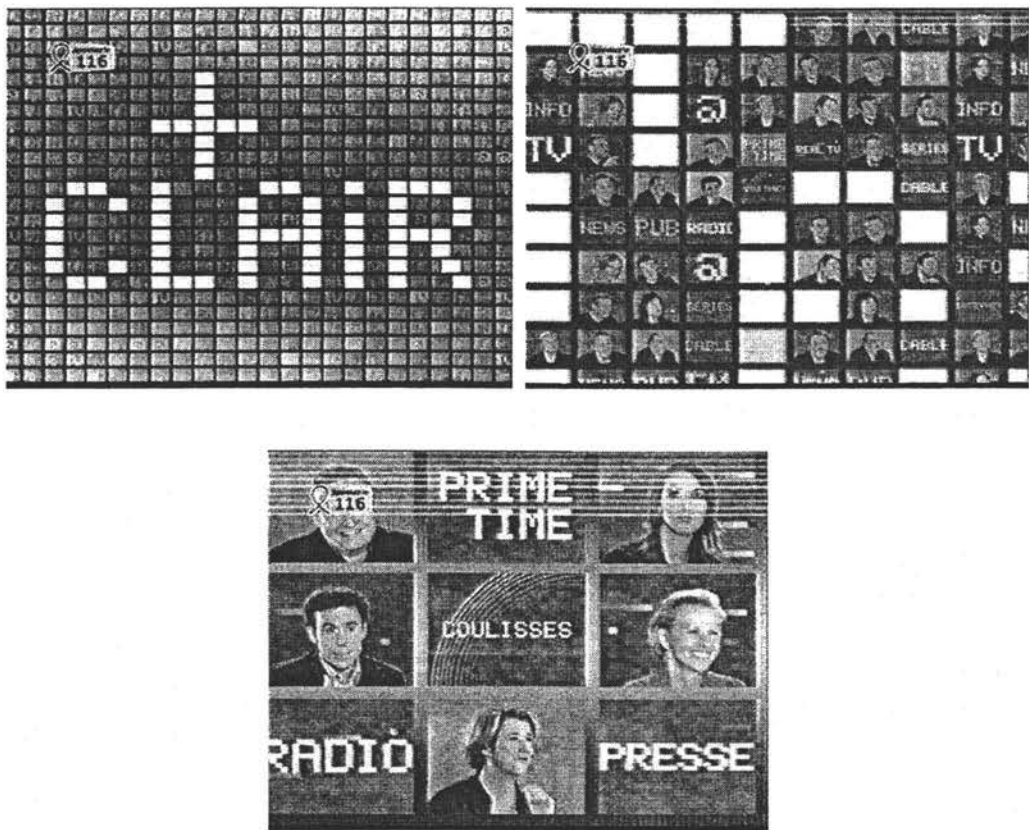


### C) Pôle de la production

C'est probablement le pôle qui contient le moins d'émissions. Si, dans les premières années de la télévision, on a présenté aux téléspectateurs le fonctionnement de la télévision (*Micros et caméras*), ses vedettes (*Au-delà de l'écran*), les émissions régulières consacrées au pôle de la production ont quasiment disparu jusqu'en 1992 et l'apparition de *Télés-Dimanche*. Si ce type d'émission prismatique existe, reste à savoir comment est abordé ce pôle ? Ce qui est montré et ce qui est caché ? L'observation de ce type d'émission nous permet de dégager trois grands axes : la technique, les vedettes, l'actualité. Pour chaque émission, on peut dégager une dominante : *Micros et caméras* consacra une majeure partie de ses thèmes à la technique, *Au-delà de l'écran* nous présenta un grand nombre de vedettes du monde du spectacle et de la télévision, *La vie des médias* nous propose chaque semaine de plonger dans l'actualité (économique) des médias : "Toute l'actualité de la publicité,

de l'audiovisuel, de l'internet, de la radio et de l'industrie du cinéma présentée par Emmanuel Schwartzenberg. Et chaque semaine, l'interview d'une personnalité au cœur des médias.<sup>113</sup>». Nous aimerions aborder ce pôle à travers une émission regroupant ces trois grands axes : *Plus clair*, diffusée sur Canal +.

1) *Plus clair*



L'émission se place dans la lignée de *Télés-dimanche* (1992-1996, présentation : Michel Denisot), *TV+* (1996-2000, présentation : Marc-Olivier Fogiel), *Plus Clair* (2000- , présentation Daphné Rouiller). Si chaque animateur a apporté sa touche personnelle, son style à l'émission, le principe reste le même et est assez bien résumé par M.O. Fogiel lorsqu'il dit : "L'ambition (de *TV+*) est la même que *Télés-dimanche*, c'est-à-dire faire un *magazine d'information* sur la télévision, avec une rédaction journalistique, afin d'informer le téléspectateur sur le milieu de la télé, avec

<sup>113</sup> Site officiel de l'émission : <http://www.lci.fr/lci/programmes/magazines/0,,880317-VU5WX01EIDUy,00.html>

un bémol, que ce soit de l'information globalement *divertissante*, agréable à regarder, que ce ne soit pas un programme élitiste, mais grand public. Lorsque nous recevons par exemple Hervé Bourges, il s'agit de le faire parler de thèmes qui pourront attirer et concerner le grand public *afin de ne pas faire un magazine qui s'adresse aux médias*.<sup>114,115</sup>

On retrouve les principales caractéristiques des émissions prismatiques, elles prennent pour objet la télévision (ou du moins une partie), d'un point de vue ludique ou léger, en prenant soin d'amener une plus-value informative aux thèmes ou images commentés, avec pour principale contrainte le nécessaire lien avec l'actualité. *Plus clair* reprend cette ligne éditoriale :

"Les médias, une culture à part entière. Au menu, interviews, informations sur le paysage audiovisuel français et international, enquêtes, rencontres avec les stars, découverte des coulisses et des secrets de fabrication, analyses, perception des enjeux économiques et même... petites histoires !"<sup>116</sup>

L'émission a donc une forte dominante informative, comme toutes les émissions de ce pôle. On pourrait presque classer les émissions prismatiques selon leur régime dominant : le pôle de la *réception* est à dominante *éducative*, le pôle du *dispositif* à dominante *ludique* et le pôle de la *production* à dominante *informative*.

---

<sup>114</sup> Nous ne voulons pas revenir sur la critique de la démarche réflexive, mais les propos des principaux intéressés sont tout de même explicites, il ne s'agit ni plus ni moins que de faire un magazine d'information sur la télévision, comme objet du monde, comme on pourrait le faire pour tout autre domaine, et aucunement de se regarder soi-même.

<sup>115</sup> Propos recueillis par P. Beylot et V. Spies (1998, p.70), c'est nous qui soulignons.

<sup>116</sup> Présentation de l'émission sur le site de la chaîne : <http://www.canalplus.fr/emissions/plusclair/> (le 20 juin 2004)





*Plus clair* nous propose donc de découvrir les coulisses de la télévision, et plus précisément des émissions. C'est l'une des fonctions principales : montrer, par le biais de l'enquête, comment se construit un programme, qui sont les acteurs de l'ombre. Par exemple, l'émission du 1<sup>er</sup> mai nous propose de découvrir les coulisses de *La Nouvelle Star*, diffusée su M6, le reportage nous fait découvrir par le biais du commentaire et de l'interview les recettes du succès, les changements opérés par rapport à la saison précédente, on découvre les producteurs et "techniciens" de l'émission. L'émission est aussi friande de chiffres : les parts d'audimat, les revenus des participants, les budgets.

Autre séquence : "les indiscretions" déléguées à un chroniqueur (Xavier Desmoulin) qui vient en plateau nous livrer des brèves sur le monde de la télévision. L'essentiel des informations concerne des "*bruits de couloir*", des rumeurs de départ, de tractations entre les différents acteurs du microcosme télévisuel. Il nous livre aussi des informations plus concrètes sur les *émissions en préparation* sur les différentes chaînes, l'information étant ici plus vérifiable, car émanant de sources officielles



(annonces des chaînes, des producteurs), mais aussi l'actualité des vedettes de la télévision.



Après cette séquence, l'animatrice nous propose de voir "la suite de l'actualité en images, en chiffres et en indiscretion". Il s'agit d'une séquence construite sous le modèle du *Zapping*. Le cadre autour de l'image vient préciser ce qui motive la "citation" (images, chiffres, indiscretion), la chaîne de diffusion et un *titre* donné à la séquence qui va orienter cette "nouvelle lecture" de l'image.

L'émission propose aussi de découvrir les rendez-vous télé de la semaine, c'est-à-dire une sélection de programmes de la semaine à venir, à la manière d'un magazine télé. Le chroniqueur annonce le thème de l'émission et ce qui en fait un rendez-vous à ne pas manquer en même temps que sont diffusés des images de l'émission, puis un court extrait. Il ne s'agit nullement d'une critique de télévision, on se contente d'annoncer une diffusion sans porter de jugement "esthétique", on ne dit jamais de mal

des émissions, puisque seules, celles qui méritent le détour sont citées, la sélection se fait donc en amont et ne semble pas répondre à des critères fixes, il s'agit plutôt de "coups de coeur".



Moment phare de l'émission, la venue sur le plateau d'un ou plusieurs acteurs du microcosme télévisuel, qui viennent s'exprimer sur une actualité les concernant. Les invités sont interrogés sur leur actualité, sur les différents qui peuvent les opposer à une chaîne ou une autre vedette, sur les polémiques, bref sur les "histoires secrètes" de la télévision et rarement sur la forme, les éléments palpables : les coûts réels, les salaires, les négociations, la mise en place d'un projet. Les invités sont mis face à leur actualité à travers un reportage qui nous dévoile la raison de leur venue à l'émission. Alternativement, un cadre apparaît à l'écran et nous fait voir les réactions "à chaud" de l'invité pendant la diffusion du sujet.



# **TROISIEME PARTIE :**

## **Raisons de la généralisation**

Après avoir traité de l'impossibilité d'une véritable critique de télévision et de l'existence d'une pratique prismatique complexe, nous allons dans la dernière partie de notre cheminement, nous interroger sur les raisons de la multiplication, au cours des dix dernières années, des émissions prismatiques. En effet, si elles ont toujours existé, leur fréquence ou leur volume d'apparition était plutôt faible jusqu'au début des années 90. Depuis, les émissions prismatiques remportent un franc succès, et la pratique même du prisme s'est étendue à d'autres types émissions. Nous voudrions donc aborder, ici, les raisons de cette généralisation en dégagant trois grandes lignes de réflexion qui relèvent de raisons:

- sémiotiques et esthétiques
- culturelles
- économiques

### **1) Raisons sémiotiques et esthétiques**

Télévision et esthétique, esthétique de la télévision, pour certains cela tient de la gageure, voire d'un antagonisme définitif. A ceci plusieurs raisons que nous évoquerons tout au long de cette partie, et parmi lesquelles le dédain, l'ignorance, la vision élitiste de ce que devrait être l'art, et bien d'autres choses encore.

"Envisager la télévision d'un point de vue purement esthétique peut sembler une entreprise vaine puisque les produits que nous offre quotidiennement le petit écran sont d'une pauvreté affligeante (...) (Mais) la médiocrité dominante des productions télévisuelles relève exclusivement d'une certaine logique commerciale, la télévision a de plus larges horizons que les loteries ou le bavardage" (P. Sorlin : 1992, p.181).

De ce point de vue, l'Esthétique est envisagée comme la science du Beau et consiste à différencier les œuvres belles de celles qui ne le sont pas. Mais cette approche devient très vite réductrice car fondée sur des principes trop subjectifs

(comme le Beau lui-même). Certes, personne ne crie au génie en regardant la météo, mais cela relève-t-il pour autant d'une forme de médiocrité ? Et si médiocrité il y a, n'est-elle pas dans l'air du temps, partagée par l'ensemble des médias : des super-productions américaines hyper stéréotypées aux productions formatées de la *Star Academy*, la ligne directrice est la même : réaliser des profits. Pourquoi la télévision échapperait-elle à cette règle ? C'est pourquoi, nous nous refusons de parler de médiocrité, jugement (trop) subjectif, non fondé et surtout stérile, pour dénoncer plutôt le formatage des productions, tout média confondu.

"Ainsi, du point de vue esthétique, nous n'attendons guère de la télévision. Il nous semble que le changement le plus important qu'elle apportera tient au fait que la radiodiffusion aveugle, faite de paroles et de musiques – c'est-à-dire un média abstrait et non figuratif – s'adresse avant tout à la pensée et au sentiment ; alors que la télévision, dominée par le facteur visuel qu'elle ne manquera pas de mettre en valeur, préférera les faits aux idées et l'individuel au général ; elle offrira le spectacle plutôt que son contenu psychologique, elle sera d'avantage un moyen d'instruction que l'instruction elle-même. (...) Ainsi la télévision, comme moyen de communication immatérielle, s'apparente-t-elle à l'automobile et à l'aéroplane. *C'est simplement un moyen de transmission*<sup>117</sup> qui ne contient pas les éléments d'un nouveau mode de représentation de la réalité, à l'instar du film et de la radio ; mais comme les machines de locomotion apparues au siècle dernier, elle modifie notre rapport à la réalité même..." (R. Arnheim : 1936, cité dans les *Dossiers de l'audiovisuel* : 2003, p. 53).

La télévision est avant tout un moyen de transmission, de communication, de fait, la visée artistique n'est qu'un objectif parmi d'autres. La télévision est une héritière, une hybridation de deux médias phares que sont la radio et le cinéma, elle emprunte à ses aïeux des techniques, des modes de production (ce qui fait dire à R. Arnheim qu'elle ne contient pas d'éléments d'un nouveau mode de représentation de la réalité) mais les combine d'une manière qui lui est propre et en fait un média distinct à part entière. Il semble que les attentes "artistiques" vis-à-vis de la télévision

---

<sup>117</sup> C'est nous qui soulignons.

viennent du fait qu'on l'a trop souvent comparée au cinéma, et ces attentes qui sont légitimes pour le cinéma, très majoritairement composé d'œuvres de fictions, ne le sont pas pour la télévision. "La télévision n'est ni une annexe ni une perversion du cinéma, elle est un autre système d'écriture ; au cinéma elle emprunte une grande partie de ses matériaux et de ses techniques mais sa logique est tellement différente qu'il serait absurde de vouloir l'évaluer à la dimension du septième art." (P. Sorlin : 1992, p.181).

Si la télévision n'est pas un art, c'est un art de faire de la télévision. L'Esthétique de la télévision, c'est étudier comment le média utilise ses possibilités techniques, sémantiques pour produire des œuvres, des produits de consommation, et de quelle manière il établit un lien avec son public. L'Esthétique de la télévision doit s'intéresser aux spécificités du média, au rapport son-image, à l'écriture télévisuelle, à l'organisation...

#### **a) La sérialité comme forme d'écriture**

La télévision, plus que tout autre média, a consacré la sérialité, non seulement comme une forme d'écriture à part entière, mais surtout (et c'est ce qui va nous intéresser) comme une esthétique qui régit l'ensemble du média, et non plus seulement les formes fictionnelles. La télévision n'a pas inventé la "sérialité de contenu"<sup>118</sup>, dès le 19<sup>ème</sup> siècle, la presse à grand tirage donnait à la "nouvelle à épisode" ou au "roman feuilleton" ses lettres de noblesse. La télévision a adapté ce genre à l'écriture audiovisuelle et l'a démocratisé à travers les différents feuilletons et séries qui sont devenus des programmes phares dans la grille des programmes des différentes chaînes, donnant même naissance à des chaînes thématiques consacrées aux séries (TF6, Série Club, 13<sup>ème</sup> rue, AB1). L'intérêt principal des chaînes à produire et diffuser des "séries" est de fidéliser le téléspectateur pour un coût de revient très faible.

Mais la sérialité, à la télévision, ne s'arrête pas à la fiction :

"Il semblerait (...) que la sérialité ne se soit pas contentée d'imprégner (avec plus ou moins de bonheur) la seule fiction télévisuelle. Toutes les grilles de programmes et à l'intérieur d'elles de nombreuses émissions semblent désormais fonctionner comme des feuilletons" (S. Benassi : 1998, p.457).

Comment la grille des programmes peut-elle fonctionner comme un feuilleton ? Tout simplement parce qu'elle met en place des "rendez-vous", le téléspectateur sait que tous les jours il va retrouver les mêmes protagonistes à heures fixes. La télévision fonctionne essentiellement selon une *logique sérielle* : organisation cyclique des programmes, des schémas d'émissions, rendez-vous fixés au lendemain par les animateurs ; au contraire de l'édition ou du cinéma qui fonctionnent majoritairement selon une *logique éditoriale* : un livre, un film, des apparitions non régulières... (ce qui ne contredit pas le fait que la sérialité revienne aussi en force dans l'édition et le cinéma, avec pour exemple la série des *Harry Potter*, *Star Wars*, *Matrix*, *Le Seigneur des Anneaux*... qui ne sont qu'une réactualisation des méthodes des studios américains des années 60-70 qui ont pour principal intérêt de réduire considérablement les coûts de production). La sérialité est, semble-t-il, encore plus forte en dehors de la fiction, notamment dans le jeu : l'émission est programmée à heure fixe, les animateurs sont toujours les mêmes, le principe du jeu ne change pas, les candidats reviennent parfois plusieurs jours de suite... Si l'on peut comprendre que le téléspectateur suive épisode après épisode son feuilleton afin de découvrir ce qu'il adviendra des différents personnages, l'attachement aux programmes non-fictionnels est moins évident. Nous avançons, ici, deux explications :

- L'acte de répétition réduit considérablement la portée informationnelle de l'émission, pour privilégier au contraire son caractère *rituel* et *symbolique*. Si la meilleure communication est à taux d'information zéro, la sérialité offre ce confort d'une émission, d'un schéma connu dans lequel le téléspectateur n'a pas à chercher

---

<sup>118</sup> Parmi les formes les plus connues : une même histoire se déroulant sur plusieurs épisodes (feuilleton), ou des



d'informations, donc de choses nouvelles, puisque tout se répète. Le téléspectateur attend impatiemment que les acteurs répètent inlassablement les mêmes gestes, prononcent les mêmes mots : "C'est votre dernier mot ?" (*Qui veut gagner des millions*), "Correct !" (*Le maillon faible*), "Le rideau, le rideau !" (*Le Bigbil*), "Vous regardez toujours trop la télévision, bonsoir !" (*Les Guignols de l'info*), "L'actualité c'est vous qui la vivez, c'est nous qui en vivons." (*7 jours au Groland*). Ce sont ces *mots-clés* associés aux *moments phares* qui structurent l'émission et créent le sens.

- La sérialité est inséparable de la notion de *plaisir*. "Une série est d'abord, pour un téléspectateur amateur, l'assouvissement du plaisir de la répétition : celui-ci est bien entendu aussi celui de la variation, son compagnon indispensable" (Esquenazi J.P. : 2002, p.105). Le téléspectateur, comme le jeune enfant (c'est notamment sur ce point que les études sur la réception peuvent nous éclairer davantage), éprouve un réel plaisir dans la répétition de ces gestes et paroles. Ce plaisir est lié à la fois à la *sécurité* qu'offre la sérialité (tout est connu) et à *l'anticipation* qu'elle permet, comme pour la série fictionnelle. Il est sécurisant de retrouver les personnages inchangés, de connaître par avance leur réaction face à une situation, en résumé, d'avoir l'impression que rien n'a changé. Mais ce plaisir est aussi fortement lié au sentiment de *communion* que procure la sérialité. Tous les acteurs : animateurs, téléspectateurs, participants (qui sont aussi des téléspectateurs) se "rassemblent" pour accomplir "ensemble" le même rituel. La sérialité est à la base de la puissance de la télévision, aucun média n'offre avec autant de force ce sentiment de communion<sup>119</sup>. C'est la répétition de ces actes rituels et symboliques qui permet au téléspectateur de se constituer comme membre d'une communauté de spectateurs.

---

histoires différentes mettant en scène les mêmes personnages (série).

<sup>119</sup> Le média le plus proche de ce modèle est la radio, mais la télévision dispose en plus du pouvoir de captation de l'image. L'Internet propose jusqu'à présent un modèle de communauté différent, c'est l'acte de naviguer sur le web qui lie les internautes, pas le site qu'ils visitent.

## b) Le prisme en tant qu'élément sériel

Les émissions prismatiques dépendent bien évidemment de ce principe d'organisation, par leur inscription dans la grille des programmes, mais la sérialité est également présente à d'autres niveaux spécifiques ou communs à d'autres émissions. Les Arthur, Schneidermann et consort, à l'instar d'autres animateurs, jouent de cette sérialité en donnant rendez-vous au téléspectateur à la semaine ou l'émission suivante en annonçant parfois le programme, les invités ou une surprise, créant du coup un "suspens", une attente qui est un ressort narratif utilisé dans le feuilleton.

A un niveau supérieur, on peut affirmer que le prisme est, lui-même, une pratique sérielle. La rediffusion des images, leur utilisation dans un nouveau contexte est une forme de sérialité bien plus évidente encore que celle de la grille des programmes. Au point que cette pratique du prisme se "démocratise" et est reprise par de nombreuses émissions qui n'ont pas à la base d'intention de produire un effet prismatique. Par exemple, *Tout le monde en parle* (ou encore *On ne peut pas plaire à tout le monde*) propose à chaque début d'émission de revoir les meilleurs moments de l'émission précédente. Cette pratique prismatique a pour effet d'inscrire l'émission dans certaine continuité, une sérialité.

"D'autre part, il nous paraît important d'insister également sur le fonctionnement incessant de la sérialité en termes de créativité. Il semble en effet que certaines des propriétés que nous avons pu mettre en évidence au sujet de la fiction, puissent s'appliquer à d'autres genres télévisuels, qui seraient eux aussi travaillés par la sérialité en termes de création de mise en syntagmes, mise en modules et mise en paradigmes ; d'exploration systématique de mondes (factuels, fictionnels et virtuels) et d'espaces possibles ; de création d'une rhétorique hypertextuelle de structuration par réaménagements, réenchaînements et enchâssements de modules." (S. Benassi : 1998, p.457)

C'est un point très important qui est signalé ici : la prismaticité (la sérialité) n'est pas comme certains peuvent le prétendre "le degré zéro de la création", un simple montage d'images, l'expression d'une télévision nombriliste... Affirmer cela, c'est méconnaître les principes d'organisation du média, les formes d'écritures qui lui sont propres et l'acte de création immanent à l'acte de réécriture que ce soit en littérature ou en télévision, comme nous avons pu le voir avec le palimpseste. A l'image du feuilleton dans la fiction, l'écriture sérielle (qu'elle soit prismatique ou non) aura toujours ses détracteurs, notre objectif n'est pas de porter un jugement de valeur sur ces émissions mais de montrer qu'elles sont une forme d'écriture télévisuelle, voire la forme d'écriture télévisuelle par excellence. "La série télévisée est l'héritière de la politique générique des studios hollywoodiens, dans la mesure où elle répond aux mêmes objectifs d'économie et de communication (...) (Mais)...travailler sur commande comme Molière ou Howard Hawks ne veut pas dire abdiquer toute ambition expressive. Les industries culturelles n'échappent pas à la règle : les conditions et contraintes qu'elles imposent à leurs employés n'empêchent pas ces derniers de produire aussi ce qu'on a coutume d'appeler des œuvres." (Esquenazi J.P. : 2002, p.98/109)

C'est l'éducation du téléspectateur au fonctionnement sériel de la télévision qui permet cette multiplication des émissions prismatiques. Il n'y a rien de choquant, rien de lassant à revoir des images déjà diffusées, surtout si elles sont insérées dans un nouveau contexte, il n'y a qu'à regarder comment des séries diffusées depuis les années 70-80 (*Ma sorcière bien aimée*, *Madame est servie*...) trouvent toujours une audience auprès des téléspectateurs. Au contraire, il y a même un certain plaisir à retrouver des émissions que l'on a pu voir ou des "moments de télévision" auxquels on a pu assister. Qui plus est, l'émission prismatique n'est pas une simple rediffusion ou reproduction à l'identique des émissions, c'est une création nouvelle utilisant comme matériau un texte audiovisuel préexistant, et la richesse de la production télévisuelle (nationale ou mondiale) permet de produire un nombre incalculable d'émissions prismatiques selon différentes modalités. Selon que les objectifs poursuivis soient d'ordre informatif, éducatif, ludique, commémoratif...

### c) La bonne formule

Une des notions les plus importantes pour aborder la sérialité est la notion de *formule* : "(La série) *concentre le travail inventif dans la création de la formule...* Notre principale proposition méthodologique concerne donc l'association d'une série avec une formule ; celle-ci est constituée par l'ensemble des traits qui définissent l'armature de chaque épisode de la série. Le chercheur en séries télévisées doit, selon nous, rendre compte d'abord de l'invention, de l'instauration et de concrétisation de formules...la notion de formule peut être d'une grande utilité : si l'on se rappelle que selon Goffman (1987), toute communication suppose un ensemble de gestes rituels permettant d'installer un cadre stable et reconnu, l'on peut examiner la formule d'une série comme un rituel d'une haute précision et considérer comment des communautés de téléspectateurs y réagissent." (Esquenazi J.P. : 2002, p.98/100)

Nous prolongeons la réflexion de JP. Esquenazi en affirmant qu'il existe, en dehors des séries fictionnelles, des *formules* qui régissent les séries d'émissions, nous avons encore tous en tête les "nouvelles formules" de *Sacrée Soirée* lorsque TF1 essayait désespérément de redresser la barre d'audience de l'émission, alors en fin de vie. Si l'on peut repérer, à la télévision, de grands genres transversaux (généralement associés aux trois pôles : informatif, éducatif, ludique), tout le travail créatif du producteur et de l'animateur va consister à performer les règles immanentes au genre en une formule spécifique, un *style*. Cette formule doit permettre de différencier l'émission des programmes similaires, et éviter à la chaîne un procès pour plagiat d'une émission existante. Prenons comme exemple *Star Academy* (TF1) et *La Nouvelle Star* (M6) : dans les deux cas, il s'agit d'un programme de divertissement estampillé "télé-réalité" censé trouver les vedettes de la chanson de demain. Si l'idée de base est la même, c'est la manière dont l'émission est construite (ce qu'on peut appeler le *concept*), la formule spécifique, le style insufflé par l'animateur qui va différencier les deux programmes.

Cette notion de formule nous semble inséparable du fait que la télévision est aussi un média *cyclique*. Les genres et les concepts n'étant pas infinis, la créativité repose essentiellement sur *l'hybridation* des genres, par exemple le cheminement du débat vers le reality-show puis vers le talk-show qui a préparé l'avènement de la télé-réalité en installant progressivement la parole profane et le téléspectateur au centre de l'écran. Une étude approfondie de la programmation sur les vingt dernières années peut mettre à jour l'existence de ces cycles qui correspondent à une période de succès d'un genre ou d'une formule donnée. Par exemple, la manière dont le jeu télévisé revient régulièrement à la mode dans des formules actualisées ; de même pour la série télévisée qui a connu une période de creux pour finalement revenir sous une formule plus fraîche incarnée par *Friends*, avant de perdre du terrain face à la vague de la télé-réalité, qui n'est qu'une nouvelle formule (doublée d'une hybridation avec le divertissement cette fois) de la mise en scène de la parole profane.

La télévision, à travers la sérialité, a profondément déplacé la notion d'œuvre et fortement influencé les artistes contemporains en imposant son esthétique<sup>120</sup> et ses formes narratives. La fiction télévisée, en faisant reposer le processus de création sur des formes narratives, des formules, a désacralisé la notion d'auteur, de réalisateur. La création télévisuelle étant plus anonymisée (mais pas anonyme) que la création cinématographique (par exemple), le réalisateur n'est qu'un élément (interchangeable) du processus de création. Tout étant consigné dans "la Bible", qui est en quelque sorte le cahier des charges que doit respecter le réalisateur, sa marge de manœuvre est faible mais suffisante pour qu'il marque de son empreinte l'épisode qu'il dirige. La série des *Twin Peaks* nous donne ici un bon exemple d'une succession de réalisateurs prestigieux appliquant leur style à un même schéma narratif<sup>121</sup>.

---

<sup>120</sup> Elle a notamment influencé toute une génération de cinéastes ayant fait leurs premières armes dans la publicité ou la production de clips vidéo. Elle influence aussi l'ensemble des téléspectateurs, en étant pour nombre d'entre eux la seule expérience esthétique, l'unique rapport à l'image ; et pour les autres, le média le plus regardé, et ce, depuis la plus tendre enfance.

<sup>121</sup> Cette pratique s'est généralisée, il est désormais courant qu'une série à succès invite un réalisateur célèbre à diriger un ou plusieurs épisodes.

#### d) La sérialité comme forme didactique

La sérialité, dans les émissions prismatiques plus qu'ailleurs, n'est pas seulement répétitive, elle est aussi fortement didactique. En dehors de la fiction, les simples rediffusions sont (encore) assez rares<sup>122</sup>, nous l'avons vu les émissions prismatiques recyclent des images, des séquences au sein d'un contexte nouveau. Cette forme de sérialité produit, volontairement ou non, de nouvelles connaissances. Si l'émission a déjà été vue une première fois, le regard sera plus distancié à la deuxième diffusion, la connaissance préalable permet d'anticiper et de *voir plus*, à la manière du ralenti. Ceci lorsqu'il s'agit d'une simple rediffusion, alors qu'en est-il lorsque ce retour sur image est clairement affiché comme un objectif de l'émission, que le regard est dirigé, accompagné de commentaires, des connaissances nouvelles ? La visée didactique est évidente dans des émissions comme *Arrêt sur images*, *Ligne de mire*, *Face à l'image* où elle est un objectif premier de l'émission : mieux comprendre les images, la télévision, l'actualité. Mais elle n'est pas totalement absente des émissions plus ludiques comme *Les enfants de la télé*, *Le grand zap*, *120 min de bonheur...* Chacune de ces émissions produit une connaissance nouvelle sur les extraits rediffusés.

---

<sup>122</sup> Mais cette pratique se développe et est amenée à prendre une grande ampleur avec l'arrivée du tout numérique. Il n'est pas rare de voir une émission rediffusée plusieurs fois à des créneaux horaires différents, ceci en raison de l'éclatement du public cible. La première diffusion ne touchant pas nécessairement l'essentiel du public.

## **2) Raisons culturelles**

### **a) Télévision : l'âge adulte**

Nous entendons par raisons culturelles, la légitimation culturelle de la télévision, la place grandissante prise par ce média dans l'ombre de la radio et du cinéma à ses débuts, jusqu'à devenir le média dominant, au point d'incarner l'espace public.

"Baisse du lectorat de la presse écrite, recul du nombre d'entrées dans les salles de cinémas, augmentation constante de la durée d'écoute de la télévision dans l'ensemble des pays occidentaux. Depuis une vingtaine d'années, la publication de statistiques vient régulièrement nous confirmer l'irrésistible progression de la télévision aux dépens des autres médias. Ces indicateurs relèguent à l'arrière-plan un phénomène que certains diraient « qualitatif » : l'instauration progressive de la télévision en institution centrale des sociétés développées de la fin du XXe siècle." (G. Lochard : 1995, p.47)

Nous avons vu, lorsque nous avons abordé la critique de télévision, que le média est né dans l'euphorie et l'enthousiasme des précurseurs (aujourd'hui on pourrait même dire visionnaires) et c'est sur ces bases qu'il s'est progressivement construit. Il est loin le temps où la télévision était considérée comme un objet de foire, un "monstre" hybride entre le cinéma et la radio, ne possédant ni la beauté de l'un, ni le talent de l'autre. C'est pourtant ce mélange bâtard qui va donner toute sa force au média lorsque la technique a progressé : qualité et taille de l'image, baisse du prix des récepteurs, qualité de la transmission (notamment du direct), essor progressif de la zone de couverture jusqu'à atteindre l'ensemble du territoire, développement des liaisons intercontinentales... La télévision a su transformer ses "défauts" en qualités et ainsi allier la "vitesse" de la radio à "l'esthétique" du cinéma.

Loin est aussi le mépris d'une partie de la classe intellectuelle pour le média en lui-même et surtout pour son contenu. Si des critiques persistent jusqu'aujourd'hui, elles tiennent plus d'une critique des produits culturels de masse (si bien qu'on peut reprocher les mêmes "défauts" au cinéma ou à la radio) ou d'une vision élitiste de la culture et des missions du média. La télévision a su progressivement attirer les artistes, les intellectuels, les politiques en leur proposant un espace de publicisation, de vulgarisation, un lieu d'expression leur permettant d'atteindre un large public en une seule apparition.

"Le rapport que la télévision entretient avec les autres pratiques artistiques est ambigu. En un sens elle les englobe toutes puisqu'il lui revient désormais de les révéler et de les officialiser, puisque plasticiens, architectes, compositeurs mesurent leurs chances d'atteindre un public à l'image que le petit écran propose d'eux. " (P. Sorlin : 1992, p.153)

Là encore, la télévision a tourné à son avantage le côté "grand public" que certains pouvaient lui reprocher. Car la légitimité de la télévision s'est avant tout construite autour du soutien populaire et de l'engouement du "grand public" pour les retransmissions sportives et les dramatiques vidéos. Et la télévision va utiliser ce soutien populaire, cette "masse" de consommateurs, d'électeurs, de citoyens pour construire progressivement sa position dominante. Le média constitue du même coup sa légitimité en tant qu'outil marketing de premier ordre, mais aussi et surtout en tant que vecteur du lien social, en tant qu'espace public ; un espace de rencontre entre les gouvernants, les décideurs et les téléspectateurs, citoyens, consommateurs. C'est pourquoi la télévision est très vite devenue un outil politique incontournable, suscitant la crainte des hommes au pouvoir et la convoitise des aspirants.

"En s'imposant au centre de la vie publique, la télévision n'a donc pas simplement obligé le médias classiques à se repositionner. Elle les a forcés à se redéfinir tant dans leurs formes que dans leurs fonctions. En témoigne la place accordée aujourd'hui dans les quotidiens et les magazines de la presse écrite à des



rubriques télévisuelles qui s'agrémentent de « billets » ou de chroniques signés par des plumes consacrées. Leur ton de connivence et les non-dits qu'on peut y relever ont d'étranges accents d'abdication." (G. Lochard : 1995, p.57)

## **b) Un média légitime**

Le média dominant se définit entre autres par la masse de gens qu'il peut réunir. La télévision, en réussissant à séduire une majeure partie de la population (il n'y a qu'à observer le taux d'équipement des ménages, les foyers ne disposant pas de la télévision sont désormais rares et au contraire on compte souvent plusieurs téléviseurs par foyer) a progressivement "imposé" ses règles de fonctionnement à l'ensemble des médias et les a poussés à redéfinir leurs fonctions. Le fait que la télévision soit devenue la source d'information principale (voire unique) a conduit la presse écrite à redéfinir son rôle en proposant plus de dossiers, de compléments d'informations à l'information principale déjà relayée par la télévision (puisque plus réactive). L'esthétique télévisuelle s'est aussi propagée aux journaux (surtout les quotidiens) qui font désormais une large place à l'image

Cette légitimité populaire acquise, la télévision a pu se construire progressivement une légitimité culturelle en mettant en avant cette fois l'aspect créatif, culturel, voire artistique de certains programmes. On a ainsi redécouvert les "artistes" de la première heure comme Jacques Locquin, Marcel Bluwal, Jean-Christophe Averty... C'est à ce moment qu'apparaissent les émissions nostalgiques qui élèvent les premières émissions au rang de classiques, qui célèbrent les réalisateurs comme des auteurs au même titre que leurs homologues du cinéma. Cette télévision d'auteurs, nommée "télévision des réalisateurs" (années 70) par les historiens de la télévision, correspond en quelque sorte à l'"âge d'or du cinéma", une période où le média se structure, où les formes artistiques se conçoivent, une phase de découverte des possibilités techniques et artistiques du média.

La télévision constitue également sa légitimité culturelle en devenant un média incontournable pour les artistes désirant se faire connaître. De fait, les différentes émissions littéraires, musicales, cinématographiques accueillent les plus grandes vedettes de la chanson, les acteurs, les réalisateurs, les écrivains. Avec le temps, la présence des artistes, des intellectuels et des décideurs se fait plus grande, et il n'est plus rare de voir des célébrités participer activement aux émissions : animation, réalisation, production... Les artistes de tout bord font désormais partie intégrante du média, chacun y trouvant son intérêt : l'émission profite du fort potentiel d'audience de l'artiste, et en retour l'artiste utilise la puissance du média pour faire sa promotion.

De ce point de vue, les émissions prismatiques ont contribué à construire la légitimité culturelle de la télévision, tout autant qu'elles en sont le fruit. Nous avons vu que les premières émissions prismatiques avaient pour objectif principal de présenter le mode de fonctionnement du média (*Micros et caméras*) et les acteurs (*Au-delà de l'écran*). Lorsque la télévision est apparue beaucoup plus familière et s'est installée dans les foyers, sont apparues progressivement des émissions rappelant (déjà) le passé glorieux de la télévision, la bravoure des pionniers, mais également les premiers "moments de télévision" : les retransmissions sportives (le tour de France), les grands événements (le sacre d'Elisabeth II), les premiers JT, les premières dramatiques... La multiplication de ces émissions marque une étape, une maturité désormais acquise, qui permet de regarder le média tel qu'il est, et de fait, les émissions prismatiques viennent aussi renforcer cette maturité.

### **c) Le travail de mémoire**

Cette légitimité rapidement acquise a permis à la télévision de prendre en charge, elle-même, le *travail de mémoire*, d'écrire progressivement *l'histoire du média* avec un temps de recul très court, de consacrer ses moments-clés, de célébrer ses acteurs et ses productions. Elle consacre aussi ses historiens : comment imaginer une émission souvenir sans la présence de la mémoire vivante de la télévision, Pierre

Tchernia, devenu l'icône de cette télévision du passé. Pourtant, la télévision n'a guère plus de 60 ans, mais la vitesse et les mutations constantes du média "vieillissent" les images et les perceptions. Les émissions prismatiques participent donc d'un travail de mémoire en rappelant à intervalle régulier les grands moments de la télévision française permettant aux "anciens" de se souvenir et aux jeunes générations de découvrir la télévision de papa qui n'avait qu'une chaîne, qui plus est en noir et blanc ! Ce travail est très important, surtout pour un média qui se situe toujours dans le présent, le direct, voire l'anticipation, car il constitue une mémoire visuelle pour le téléspectateur qui peut ainsi relativiser la portée et le pouvoir de l'image. En revoyant des images chocs, mêlées à d'autres images, à de nouveaux commentaires, le téléspectateur peut comprendre la fascination qu'il a pu éprouver lors de la première diffusion, fascination liée tout autant à la nature de l'évènement qu'à son caractère immédiat (souvent diffusé en direct ou en léger différé).

Les émissions prismatiques participent aussi du travail d'archivage entrepris par les chaînes, l'Etat et le corps scientifique en proposant régulièrement des classements par thèmes. Ces émissions ont pour avantage d'extraire de la masse des émissions archivées des "moments de pertinence" qui vont intéresser à la fois la chaîne (qui diffuse l'émission), le téléspectateur (qui peut revoir avec plaisir ces moments de télévision), et le chercheur qui y trouve un intérêt multiple puisqu'il peut s'intéresser à la fois au contenu (qui peut lui faciliter la composition d'un corpus), au dispositif (comment se construit l'émission prismatique), sans oublier l'aspect sociologique (comment construit-on la mémoire télévisuelle ? que cherche-t-on à revoir ?..).

Le travail de mémoire, c'est aussi la construction de l'Histoire à la télévision qui est devenu le principal vecteur de la médiation, de l'accès à l'Histoire. Là encore, la télévision impose ses règles de flux et de vitesse, en opposition avec le travail de l'historien qui doit s'inscrire dans le recul et la réflexion. Si l'on peut retrouver des émissions de qualité, empreintes de sérieux et d'honnêteté intellectuelle, comme *Histoire parallèle* de marc Ferro ou *Les heures chaudes de Montparnasse* de Jean-Marie Drot, elles n'échappent cependant pas au pouvoir du média. On ne peut retenir

que des clichés, des images formatées des événements, du temps, des lieux. En ce sens, les émissions prismatiques historiques participent de la création de la mémoire collective, la répétition à intervalles réguliers des mêmes images construit l'identité du public, de la nation en imprimant dans les esprits ce qu'il faut retenir d'un événement. Il est intéressant de constater, par exemple, comment on construit la mémoire de mai 68, comment on commémore cet événement en dévoilant progressivement des images d'archives, en rediffusant des témoignages, des commentaires, mais surtout en rediffusant des images-clés, des images symboliques.

### 3) Raisons économiques

Si, tout au long de notre réflexion, nous avons longuement évoqué l'aspect artistique de la télévision et des formes prismatiques, nous n'oublions pas que la télévision est avant tout une *industrie culturelle* ; et comme toute industrie, sa motivation principale est la réalisation de *profits*. Nous entendons par *industrie culturelle* le fait que des biens culturels soient reproduits mécaniquement et écoulés de manière massive sur un marché. L'industrie culturelle se caractérise aussi par la mise en place de *formats* visant à rentabiliser la production en baissant les coûts et par la salarisation de tous les acteurs de la chaîne de création. En effet, cette "division du travail" partage, dilue l'acte créatif, l'artiste ou l'auteur ne gère plus la totalité de l'œuvre. L'exemple le plus parlant est sûrement celui du cinéma où, par tradition, le réalisateur est mis en avant en tant qu'artiste créateur, mais il agit plus comme un coordinateur des différents corps de métiers et doit gérer les performances artistiques des acteurs, décorateurs, chefs opérateurs, infographistes, monteurs... En télévision, ce découpage est au moins aussi important qu'au cinéma, et jamais dans l'histoire de la production artistique les impératifs économiques n'auront pesé aussi lourd dans la balance. Ce n'est pas une vision pessimiste de la création artistique, "la mort de l'art", les mécènes et les commandes ont toujours existé, mais aujourd'hui ces personnes physiques auxquelles on pouvait prêter un goût pour l'esthétique et une certaine philanthropie ont été remplacés par des personnes morales, les actionnaires des grands groupes multimédias. C'est donc essentiellement la rentabilité qui est recherchée, ce qui, encore une fois, n'enlève rien au côté artistique de l'œuvre et permet au contraire de mieux la comprendre.

#### a) Logique de flot et logique éditoriale

On peut distinguer deux grandes logiques de distribution des produits culturels. La première forme, de *flot*, est la production et la diffusion qui se fait en continu, comme à la radio et la télévision. La seconde logique, *éditoriale*, propose par des

techniques de reproduction massive de vendre directement au consommateur une copie de l'œuvre (livre, disque, film...).

Le câble, les bouquets satellites et aujourd'hui l'Internet ont favorisé l'émergence d'une nouvelle forme, celle du *club*. Outre l'accès gratuit à certains programmes, les téléspectateurs ont le choix de s'abonner, moyennant finance, à des chaînes supplémentaires, selon leurs préférences. C'est sur cette logique que sont conçus les bouquets satellites qui proposent au téléspectateur de choisir partiellement ou intégralement les programmes auxquels il souhaite avoir accès.

"Cette logique [de club] va continuer de se développer, de se multiplier et on peut très bien la voir à l'oeuvre actuellement. On peut déjà le voir avec Internet et les différents sites payants. Les internautes payent un premier service, qui est l'abonnement, et doivent déboursier de plus en plus des frais supplémentaires pour avoir accès à différentes sources d'information ou visiter certains sites."<sup>123</sup>

S'agissant de la télévision, la logique dominante est la logique de flot, ce qui ne veut pas dire qu'on ne retrouve rien de la logique éditoriale ; et inversement, si le cinéma ou l'édition fonctionne majoritairement selon une logique éditoriale, on peut retrouver des éléments de la logique de flot, comme dans les films à épisode revenus à la mode et qui ne sont qu'un recyclage des méthodes de production des studios hollywoodiens des années 60-70, avec une fois encore comme objectif principal de diminuer les coûts de production.

En télévision, cette logique de flot s'appuie essentiellement sur la mise en place d'une grille des programmes. Cette grille organise, donne du sens au flux d'images, et elle permet aussi d'installer le téléspectateur dans une routine, par la prise de rendez-vous réguliers. Si nous avons pu voir que cette routine est un fondement dans le fonctionnement de la série télévisée, et qu'elle était une forme artistique, nous verrons qu'elle a bien d'autres utilités. En premier lieu, elle correspond au rythme de vie des

télespectateurs : des dessins animés avant l'école ou de brèves informations avant le travail ; des programmes pour les "ménagères" (retraités, inactifs...) dans la matinée ; des jeux (ou séries) et des informations pour la pause de midi ; de nouveaux des programmes pour "ménagères" en début d'après-midi ; des programmes pour les enfants de retour de l'école et du divertissement léger en début de soirée afin de préparer la soirée et le prime-time et enfin des documentaires ou des reportages pour le coucher<sup>124</sup>. Cette "journée type" met en avant la construction volontairement routinière de la grille des programmes, même si elle peut sembler lassante, elle est nécessaire pour que le téléspectateur puisse s'y retrouver et n'ait pas à consulter constamment son programme télé. Du point de vue des chaînes, cette organisation est idéale car elle permet de vendre de l'audience.

"Les grilles des chaînes françaises sont parfaitement répétitives, de jour en jour (accès prime time) ou de semaine en semaine (peak time et seconde moitié de soirée). Cette régularité vise à permettre au public de se repérer rapidement dans l'offre de programme à un moment donné et ainsi, à diminuer l'incertitude du résultat d'audience. Chaque chaîne cherche à être instantanément identifiée et rejointe par son auditoire en lui proposant un menu constant et donc mémorisable. Avec cinq ou six chaînes en concurrence, le programmeur ne peut plus en effet risquer qu'une émission passe inaperçue pour le public même à qui elle était destinée parce qu'elle surviendrait inopinément dans la grille. Il lui faut plutôt créer des habitudes d'écoute qui lui permettront de retrouver jour après jour la même fraction du public disponible." (J. Mousseau : 1989)

---

<sup>123</sup> JG Lacroix, <http://www.ledevoir.com/2002/11/02/12382.html> (au 6 juillet 2004)

<sup>124</sup> Ce rythme est essentiellement celui des chaînes généralistes, les chaînes thématiques choisissant d'autres organisations selon leurs cibles.

## **b) Industrie culturelle, industrie de service**

Dans la logique éditoriale, la rentabilité est directement liée au nombre de ventes, le succès est donc aléatoire puisqu'on peut rarement présager du succès d'un film ou d'un livre. On peut tout de même limiter les risques en salariant des vedettes qui par leur renommée assureront un nombre minimal de ventes, mais là encore, il y a peu de garanties, et dans la production cinématographique, les exemples de flop ne manquent pas. Il faut donc jouer sur plusieurs tableaux : les "succès programmés" des auteurs ou acteurs phares, mais qui nécessitent de lourds investissements avec un risque toujours conséquent ; et en même temps, les sorties de produits à faible investissement, en espérant que quelques uns compenseront les pertes générées sur d'autres.

A la différence du cinéma et de l'édition où le client achète sa place pour une séance ou son livre, la télévision (hertzienne) ne vend pas directement son produit au téléspectateur car quelqu'un paie pour lui. En fait, la principale source de revenus d'une chaîne vient de la publicité, l'activité principale d'une chaîne, en termes de priorité économique, est donc de vendre son espace publicitaire. En caricaturant, on pourrait dire que les différents programmes ne sont là que pour attirer le client vers la publicité qui, elle, doit conduire à l'achat du produit. D'où l'intérêt de la chaîne à construire ses programmes autour d'une grille routinière, car elle permet de s'assurer d'un nombre constant de téléspectateurs. Plus la part d'audience sera élevée, plus la chaîne vendra son espace publicitaire à un prix élevé aux annonceurs. La grille des programmes a donc pour fonction première de *fidéliser le client*. De ce point de vue, on saisit mieux la valse des émissions et des animateurs sur les chaînes commerciales (surtout TF1 en France) ; pour chaque tranche horaire, il y a des objectifs, une part d'audience minimale à réaliser afin de maintenir, voire d'augmenter le prix de vente de l'espace publicitaire lié à la tranche horaire.

"Pour alimenter ces grilles régulières, surtout celles de l'access prime time et de la seconde moitié de soirée, le programmeur fait appel à des produits qui peuvent se répéter sur de longues périodes. La fiction en série, mais aussi le jeu, la variété, le



magazine, le journal télévisé permettent de jalonner la journée (ou la semaine) de rendez-vous réguliers avec le public et d'introduire aussi un ordre dans le flux télévisuel. De tels programmes garantissent en effet une audience quasi stable aux annonceurs tandis que le produit isolé ne permet pas d'anticiper un résultat, ne pouvant en quelque sorte être vendu à sa juste valeur. C'est pourquoi la sérialisation des programmes représente l'aboutissement du modèle commercial de type nord-américain." (R. Chaniac : 1989)

Le modèle économique du soap opera conditionne donc l'ensemble du média. On comprend mieux la programmation des chaînes en mettant en relation les programmes avec les annonceurs qui les financent plus ou moins directement. La sérialité investit tous les genres sous la "pression" économique des annonceurs, les programmes existent grâce aux financements des annonceurs, qui eux-mêmes investissent parce que ce programme leur permet d'atteindre leurs clients. On voit bien ici les contraintes fortes qui pèsent sur les chaînes privées dont les recettes proviennent essentiellement de la publicité, la création est subordonnée à la bonne santé du marché, donc des entreprises et de leurs investissements publicitaires. Quelle que soit la qualité artistique de l'émission, si elle n'est pas "rentable", elle ne pourra être diffusée longtemps sur une chaîne commerciale.

"On en a un bon exemple avec les émissions pour enfants : elles sont actuellement limitées à cinq heures de programmes par semaine sur chacun des networks. Toutes les tentatives pour accroître l'offre télévisuelle pour les jeunes téléspectateurs se heurtent à une réalité qui fait loi : il n'y a pas assez d'annonceurs intéressés par des espaces publicitaires dans ces programmes pour augmenter leur temps d'antenne. Et si demain, le nombre de ces annonceurs venait à être encore moins important, celui des émissions pour enfants diminuerait d'autant. " (D. Pasquier : 1990)

Dans la logique de flot, la "routine" générée par la grille des programmes vient limiter les risques financiers. Néanmoins, l'habileté du programmeur va consister à

introduire assez de nouveautés dans la grille des programmes pour éviter que le téléspectateur ne se lasse et augmenter son taux de pénétration selon les tranches d'âges visées. La grille permet donc de fidéliser un nombre prévisible de clients potentiels, et c'est sur cette base que les tarifs des plages publicitaires sont négociés. Les risques financiers sont aussi limités par rapport au cinéma et à l'édition, on peut rapidement arrêter une émission qui ne réalise pas des scores d'audience suffisants, alors que pour un film ou un livre, l'essentiel de l'investissement est déjà perdu avant même la sortie. Les risques sont aussi limités par l'existence de formats correspondant à chaque tranche horaire, la possibilité (nous y viendrons) de rediffuser un programme, la diffusion de succès cinématographiques (la diffusion d'un film à succès assure une part de marché conséquente), et le recyclage d'émissions radiophoniques (comme l'adaptation des *Grosses têtes* (RTL) ou de *On va s'gêner* (Europe 1) devenu *On a tout essayé* sur France 2), ou d'émissions de télévision étrangères (par exemple, *Les Hyènes* diffusée sur France 2 pendant l'été 2004 est l'adaptation "française" d'un concept ayant rencontré le succès à l'étranger notamment en Italie et en Argentine).

### **c) En marges**

Ce dernier point, concernant plus directement les émissions prismatiques, nous conduit à envisager l'émission selon son coût de production. En télévision, chaque tranche horaire (ou rédaction) dispose d'un budget alloué par la chaîne. Les producteurs doivent donc proposer une émission correspondant au format (au genre) de la tranche horaire, et les coûts de production ne doivent pas dépasser le budget alloué par la chaîne (sous peine, pour le producteur, de travailler à perte, ce qui n'est pas imaginable). Pour la chaîne, les coûts sont donc relativement fixes, et comme pour le cinéma, une fois que les coûts de production de l'original sont amortis, les coûts de reproduction ou de diffusion sont insignifiants. Les médias fonctionnant selon une logique éditoriale constituent leur marge bénéficiaire sur le nombre et la durée. Schématiquement : plus un film réalisera d'entrées, plus longtemps il restera à l'affiche, plus il réalisera de profits. Cette stratégie n'est pas applicable pour les

médias de flot, on ne peut pas diffuser tous les jours le même programme puisque les téléspectateurs sont sensiblement les mêmes, pour les médias de flot, la diffusion est éphémère.

En télévision, cette difficulté est contournée par l'esthétique développée, qui est essentiellement une esthétique de la sérialité (pour les programmes fictionnels et non fictionnels), ce qui fait que le téléspectateur est habitué à revoir les mêmes images, voire les mêmes émissions ou séries. Il y a encore peu de temps, les rediffusions ne concernaient pratiquement que les fictions, de l'aveu même des intéressés, cette pratique est des plus rentables : " Nous apportons 50 % du budget, soit 6 millions de francs, voire 6.50 millions et même plus pour des budgets qui nous tiennent à cœur. Cela peut paraître cher, c'était en tout cas l'appréciation d'Etienne Mougeotte et de Patrick Le Lay. Mais nous avons tellement bétonné les scénarios, les castings, les décors que, désormais, chaque film peut facilement être rediffusé deux, voire trois fois à 20 heures 50"<sup>125</sup>.

La rediffusion n'a donc rien d'anormal en télévision, au contraire, c'est une forme totalement intégrée par le téléspectateur, et il n'est plus rare de voir le même programme rediffusé plusieurs fois dans la semaine (le plus souvent à des horaires différentes). La rediffusion est parfois même signalée par l'animateur, comme c'est le cas pour *Arrêt sur images* ou *Envoyé Spécial*. Les rediffusions ne coûtent quasiment rien à la chaîne qui peut réaliser une nouvelle fois une part d'audience qu'elle pourra vendre à des annonceurs.

"La rediffusion, autrefois réservée aux heures creuses de la journée ou de l'été et vilipendée par les critiques de télévision, trouve aujourd'hui sa justification. Avec la fragmentation des audiences, un programme ne touche plus en effet qu'une partie de son public potentiel lors de sa première diffusion et peut avoir une très bonne audience à la rediffusion, bénéficiant même d'un effet de notoriété. (...) Cette évolution naturelle de la télévision profite évidemment aux produits de stocks, fiction télévisée

---

<sup>125</sup> Claude de Givray, *Médiasphères*, paris, 10 octobre 1995.

de qualité et cinéma, au détriment des produits périssables, variétés, jeux et, dans une moindre mesure, fiction de bas de gamme." (R. Chaniac : 1989).

Ce dernier point soulevé par R. Chaniac est aujourd'hui plus contestable. Car, s'il est vrai que les rediffusions n'ont souvent concerné que les produits de stock, surtout fictionnels, les chaînes ont trouvé dans la sérialité généralisée et plus précisément la prismaticité un moyen de recycler quasiment tous les genres d'émissions. Les pionniers sur ce terrain de la rediffusion des émissions de flux sont, sans aucun doute, les chaînes thématiques. "Au bout du compte, les chaînes de complément se retrouvent peu ou prou avec les mêmes impératifs que les chaînes hertziennes et en viennent souvent à redécouvrir les techniques de programmation de ces dernières (horizontalité des grilles, rendez-vous, horaires privilégiés pour leurs bords de cibles...). Mais elles innovent également, notamment en matière de rediffusion : ainsi les thématiques traitent de plus en plus des programmes dits de flux (émission de plateau) comme des programmes de stock qu'elles rediffusent sans difficulté soit à l'identique mais dans d'autres tranches horaires, soit sous une forme de best of les week-ends ou en émissions remixées pour l'été...)." (Thierry Sorel)<sup>126</sup>. Les chaînes généralistes ont vite emboîté le pas, et cette forme d'utilisation s'est étendue à l'ensemble des chaînes.

Les années 80 ont vu émerger les compilations dans l'industrie du disque, les coffrets collector dans l'industrie du cinéma et la multiplication des émissions prismatiques à la télévision. Ces phénomènes sont très liés et partent du même principe : le recyclage d'un succès déjà éprouvé. Les émissions prismatiques assurent à la chaîne une audience conséquente pour un investissement minime, surtout s'il s'agit d'une émission best of réunissant les meilleurs moments de la saison. Les chaînes y trouvent le moyen de recycler des émissions de flot qui, auparavant, devaient être rentables lors de leur unique diffusion. Ainsi, la pratique prismatique modifie même l'acception de produits de flux et produits de stock, tout programme pouvant désormais être réutilisé selon différentes modalités. Les années 2000 ont vu fleurir les

---

<sup>126</sup> Cité dans Les dossiers de l'audiovisuel n°79, mai-juin 1996)

émissions classement : *Les 100 plus grand...* (fous rires, comiques, chutes...), les *Grand Zap* (des émissions étrangères les plus loufoques, des bêtisiers animaux...). Le matériau de ces émissions est le plus souvent disponible dans les archives des chaînes et ne demande qu'à être recyclé. Les risques sont minimes, tant au niveau du coût de production dérisoire, qu'en termes d'audience, puisque l'émission est constituée de moments déjà vus et appréciés des téléspectateurs. L'émission prismatique utilise le succès de/des émissions qu'elle mobilise. En cela, elle rejoint le modèle de la série qui offre une sécurité liée à la connaissance préalable du public, à son désir de revoir les "meilleurs moments" des émissions déjà diffusées, lié (nous l'avons vu) au plaisir de la répétition.

## CONCLUSION GENERALE

Au terme (provisoire) de notre cheminement, il nous faut dresser un bilan (tout aussi provisoire) de notre ambition de départ de procéder à un "nettoyage de la situation verbale", de démêler la pelote du concept de réflexivité.

Si de nombreux chercheurs fondent la réflexivité sur une certaine opacité du signe télévisuel, nous avons montré que le concept même de réflexivité est tout aussi opaque. Recouvrant des acceptions et des réalités diverses, il ne permet pas une bonne appréhension d'un "phénomène" pourtant observable : la multiplication des émissions prenant pour thème la télévision. Ceci parce que le terme est porteur de beaucoup trop d'acceptions et d'images qui paralysent la réflexion, en revenant quasi nécessairement à l'image du miroir et à la capacité à parler de soi. De fait, cette spirale conduit à penser la télévision comme une entité homogène, elle contraint à mobiliser un anthropomorphisme, régulateur pour certains, mais qui nous semble, ici, perturbateur puisqu'il occulte complètement un aspect essentiel de la réflexion : l'hyper-complexité du média. Même si les partisans de la notion de réflexivité et de l'anthropomorphisme régulateur ne nient pas cette hyper-complexité, leur volonté d'homogénéiser les discours et de réduire l'Enonciateur à un "sujet" (parlant, qui plus est, de lui-même) nivelle les strates du discours et ignore de nombreux acteurs essentiels de la production.

Si, jusqu'à présent, un paradigme s'est constitué autour de la notion, ou plus exactement, du terme réflexivité, l'étude des différentes définitions qu'en donnent les scientifiques montre que, si tous mobilisent le même terme, ils n'en donnent pas la même définition. Nous avons établi, légitimement (du moins nous le pensons), un parallèle entre la vague réflexive qui touche la télévision et celle qui a touché la littérature dans les années 80, depuis le concept de réflexivité a progressivement disparu pour laisser place à des notions moins confuses comme le récit spéculaire (et à moindre échelle la mise en abyme). Nous avons établi un autre parallèle entre notre

situation de recherche au début de notre cheminement et celle à laquelle a fait face, avant nous, G. Genette avec la parodie. De la même manière, nous avons décidé d'abandonner un terme saturé de sens, d'images, de symboles, masquant par sa seule utilisation la réalité des choses.

Il nous fallait une notion vierge pour dépasser ces impasses, c'est pourquoi nous avons introduit le *prisme*, outil pratique et conceptuel qui permet, nous l'avons montré, la prise en compte de dimensions complètement occultées par la notion de réflexivité qui induit une certaine simplicité : l'image du miroir, qui est en complète opposition avec l'hyper-complexité du média télévision. La *prismaticité* déborde la seule dimension sémio-esthétique et prend pleinement en compte les dimensions économiques, culturelles et sociales. Cela nous semble la manière la plus pertinente d'aborder ce phénomène et la télévision en général. Face à l'hyper-fragmentation, la pluralité des acteurs, l'hyper-complexité du média, deux attitudes : on peut simplifier les phénomènes (l'anthropomorphisme) et ainsi s'interdire tout un pan de la réflexion, "faussant" plus ou moins les conclusions puisque la réflexion ne prend pas en compte l'ensemble du phénomène (ce qui est le cas avec la réflexivité). Ou on peut (et on doit) accepter cette hyper-complexité en se dotant d'outils assez puissants pour en rendre compte, et le prisme est un de ces outils.

Par ses évolutions constantes, liées à sa forte capacité d'adaptation et à son fort potentiel technologique, la télévision semble vouloir échapper aux chercheurs. C'est pourquoi il est nécessaire de faire évoluer les outils analytiques et conceptuels existants, car la caducité de l'outil rendra caducs les résultats obtenus. Et si l'outil ou le concept utilisé ne rend plus vraiment compte de la réalité, il ne faut pas hésiter à l'abandonner pour en créer un autre plus puissant. Cette remise en cause régulière (pour ne pas dire permanente) s'applique à la télévision plus qu'à tout autre média, pour les raisons que nous avons citées, mais aussi parce que la télévision est un média plus prismatique que la radio, le cinéma, la littérature... Ceci est essentiellement dû à la richesse du signe télévisuel et aux modes de diffusion. A ce sujet, nous avons pu voir la construction sérielle (voire cyclique) du média et l'étonnante capacité du signe

télévisuel et des actes de monstration à faire revivre un passé. Cette spécificité du média est un argument supplémentaire pour la création d'outils spécifiques, surtout si la notion que l'on mobilise a déjà montré ses limites avec des médias moins complexes.

La *prismaticité* permet également de sortir d'une autre spirale engendrée par la notion de réflexivité qui consiste à centrer la télévision sur elle-même, sortir s'une simple vision sémio-pragmatique pour inscrire la réflexion dans une perspective *d'interaction* et de *transmédialité*.

Interaction, car l'émission prismatique est à considérer comme un module qui interagit avec d'autres modules au sein du média, voire même des sous modules au sein de l'émission. Nous avons notamment abordé ce point en essayant de montrer, qu'à ce jour, l'approche séquentielle semble la plus efficace pour aborder la télévision, car elle permet un découpage multiple : de la micro-séquence interactionnelle à l'émission, voire à la chaîne. Ce découpage séquentiel met en exergue les interactions incessantes entre tous les modules plus ou moins autonomes qui constituent l'émission, la chaîne, le média.

Transmédialité, car il nous faut penser la télévision au sein de l'environnement médiatique, et si la télévision en est l'élément central, elle n'en est pas la seule composante. Il est intéressant de constater que pendant la période où nous avons mené cette recherche, les émissions prenant pour thème la télévision se sont multipliées, à la télévision certes, mais également à la radio, et plusieurs magazines de presse écrite se sont spécialisés dans la couverture de l'actualité médiatique. Que dire encore des innombrables sites Internet, de particuliers et de professionnels, qui fleurissent sur la toile. En y regardant d'un peu plus près, on s'aperçoit que l'on retrouve (sur ces autres médias) énormément de procédés utilisés dans les émissions prismatiques, pourtant personne ne parle de réflexivité. D'où la question: suffit-il de déplacer une émission sur un autre support pour qu'il n'y ait plus réflexivité ? L'émission *Arrêt sur images* diffusée sur le site de l'émission est-elle encore une émission réflexive ? Le prisme



offre l'avantage d'être transposable sur d'autres médias (en respectant les caractéristiques propres), car les principes et procédés de base restent les mêmes.

L'étude de la prismaticité nous permet également de constater que ce phénomène, la construction d'une mémoire en images d'un média, correspond également à la mise en mémoire d'une vision de la société à une période donnée. L'archivage à grande échelle des images, à travers l'INA et les domaines d'archives privées, marque une étape fondamentale dans le travail de mémoire, sans doute la dernière étape avant le passage au tout numérique. Là où l'historien, le sociologue devaient se contenter *d'imager* des textes, de mettre en scène des situations décrites sur des plans, des parchemins, les scientifiques disposent aujourd'hui d'images de sources multiples (cinéma, télévision, Internet) qu'ils peuvent *faire parler*. Si l'image en elle-même n'est pas nouvelle (les premières peintures rupestres en témoignent), c'est la quantité et qualité de conservation grâce à la numérisation qui marque la vraie révolution. L'archivage au format numérique, l'indexation et la création de moteurs de recherche "intelligents" offrent des possibilités jusqu'alors jamais atteintes. On peut désormais travailler sur des corpus géants de plusieurs milliers d'heures, ce qui, il y a peu, semblait inconcevable. A une moindre échelle, le prisme, en tant qu'outil d'analyse critique, permet et permettra de voir comment les institutions télévisuelles ont construit, à différentes époques, l'histoire de la télévision.

Pour conclure, nous voudrions redonner la parole à celui dont l'œuvre a beaucoup influencé cette recherche, G. Genette, qui exprimera mieux que nous ne saurions le faire, notre pensée profonde sur cette recherche qui aujourd'hui s'achève : " En proposant cette réforme taxinomique et terminologique, je ne nourris guère d'illusions sur le sort qui l'attend : comme l'expérience l'a maintes fois démontré, si rien n'est plus facile que d'introduire dans l'usage un néologisme, rien n'est plus difficile que d'en extirper un terme ou une acception reçus, une habitude prise. "

# **Annexes**

## Index des émissions citées

- 120 minutes de bonheur*, 100, 147  
*13<sup>ème</sup> rue*, 262  
*36 Chandelles*, 67  
*A Armes Egales*, 98  
*Arrêt sur images*, 4, 5, 12, 15, 103, 106, 115, 117, 127, 139, 142, 149, 151, 180, 184, 185, 190, 198, 218, 240, 241, 244, 245, 269, 281, 286  
*Au delà de l'écran*, 95, 96  
*Boîte à Malices*, 99  
*C'est à vous sur Antenne 2*, 100, 151, 198  
*Campus*, 113  
*Capital*, 107  
*Champs Elysées*, 111  
*Cinéma de notre temps*, 114  
*Cinq Colonnes à la Une*, 64  
*Comme au cinéma*, 113  
*Danse*, 114  
*Demain dans les salles*, 113  
*En direct de*, 92, 101  
*En direct de notre passé : Vingt-cinq ans de télévision*, 101  
*Enfants de la télé*, 15, 22, 103, 111, 138, 149, 150, 151, 185, 187, 189, 218, 240  
*Envoyé Spécial*, 54, 281  
*Face au public*, 4, 12, 97, 115, 116, 151, 184, 194, 196, 197, 198  
*Faire face*, 97, 115, 116, 146, 184, 195  
*Le Bigbil*, 264  
*Le journal du cinéma*, 113  
*Le maillon faible*, 264  
*Les Hyènes*, 280  
*L'école des fans*, 107  
*La dernière séance*, 113  
*La Nouvelle Star*, 255, 267  
*La télé des Inconnus*, 102  
*La Tête et les jambes*, 67  
*Guignols de l'info*, 15  
*Hélène et les garçons*, 111  
*Jean Edern's Club*, 113  
*Journal de Groland*, 165  
*JTN*, 102, 165  
*Ligne de mire*, 15, 149, 185, 269  
*Loft Story*, 193  
*Micros et caméras*, 93, 94, 95, 96, 142, 194, 239, 252, 273  
*Minikeum*, 165  
*Music planet2nite*, 114  
*My télé is rich*, 151  
*On a tout essayé*, 280  
*Opéra*, 114  
*Palettes*, 114  
*Qui veut gagner des millions*, 264  
*Rapido*, 107  
*Réalité-Fiction*, 99  
*Rien que du bonheur*, 100  
*Rive droite-Rive gauche*, 113  
*Star Academy*, 261, 267  
*Télé pour Télé contre*, 100  
*Télé-Connexion*, 100  
*Télématin*, 168  
*Télé à la Une*, 100  
*Téléthèque*, 101  
*Télé-vision*, 100  
*Télévision œil de demain*, 92  
*Trente ans de télévision*, 101, 239  
*TF1-TF1*, 100  
*Tout, tout, tout sur Antenne 2*, 100  
*Un livre*, 113  
*Vocations*, 99  
*Vol de nuit*, 113  
*Vrai journal*, 15, 22, 181  
*Zapping*, 15, 21, 103, 141, 142, 148, 151, 162, 169, 179, 180, 181, 186, 188, 190, 216, 228, 256  
*Zone Interdite*, 107

## Index des chaînes citées

AB1, 262  
Antenne 2, 100, 102, 111  
Canal +, 102, 253, 291  
FR3, 100  
France2, 100, 108, 109, 111, 113, 150, 180, 199, 200, 212, 214, 215, 234, 237  
France3, 108, 109, 199  
France5, 199  
M6, 107, 109, 110, 147, 193, 255, 267  
Odyssée, 109  
Paris-Première, 106, 113  
Planète, 109  
R.T.F., 72, 115, 116, 195, 196, 197  
Série Club, 262  
TF1, 100, 108, 109, 110, 111, 113, 150, 193, 244, 267, 278, 296  
TF6, 262

## Index des quotidiens et magazines cités

*Figaro*, 57, 59, 60, 61, 66, 67, 68, 71  
*France-Soir*, 59  
*Lettres Françaises*, 57, 59, 64  
*Libération*, 55, 56, 59, 79  
*Monde*, 37, 39, 55, 57, 59, 65, 66, 68, 71, 74, 79, 106, 292  
*Monde diplomatique*, 106  
*Nouvel Observateur*, 37, 52  
*Nouvelle Revue Française*, 59  
*Ouest France*, 37  
*Parisien Libéré*, 59  
*Radio-Cinéma-Télévision*, 57, 80, 81  
*Semaine Radiophonique*, 57, 59, 81  
*Télé 7 jours*, 58, 75, 81, 82, 83, 84, 116, 196  
*Télé Dimanche*, 103  
*Télé Journal*, 81  
*Télé Loisirs*, 52, 100, 146, 147  
*Télé Magazine*, 75, 81, 82, 83, 84  
*Télé Plus*, 81, 83  
*Télé Poche*, 81, 83  
*Télé Star*, 81, 83, 84  
*Télé Z*, 81, 83  
*Télérama*, 37, 50, 55, 76, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 97, 196  
*Times*, 71

## Index des notions citées

- actes de discours, 21, 24, 176, 177, 179  
anthropomorphisme, 284  
architextualité, 158  
archives, 36, 151, 185, 283
- Bavard, 235, 236  
chronique, 3, 42, 44, 46, 55, 56, 59, 69, 74, 75, 76, 77, 79, 80, 81, 85, 86, 87, 89, 91, 104, 239, 241, 295
- citation, 4, 5, 17, 18, 19, 24, 25, 26, 122, 125, 129, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 144, 153, 154, 155, 156, 157, 165, 178, 188, 215, 216, 217, 219, 256, 296
- critique, 3, 5, 11, 12, 20, 21, 23, 25, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 61, 62, 66, 67, 68, 69, 71, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 94, 96, 97, 98, 100, 102, 103, 104, 109, 112, 113, 114, 116, 117, 119, 120, 122, 152, 156, 158, 169, 174, 178, 184, 192, 193, 194, 195, 198, 200, 201, 202, 220, 223, 225, 231, 233, 236, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 246, 254, 257, 260, 270, 271, 287, 294, 295, 296
- décalage, 21, 141, 143, 145, 167, 174, 179, 180, 181, 186, 188, 190, 216, 217, 219, 226, 245
- décomposition, 21, 24, 25, 143, 145, 179, 180, 181, 186, 189, 190, 216, 219
- Dépôt Légal, 103
- déviaton, 21, 24, 25
- Doxa, 212, 234
- feintise, 22, 167, 186, 222
- formule, 5, 43, 67, 74, 81, 164, 187, 237, 266, 267
- genre, 5, 10, 16, 22, 33, 36, 40, 41, 43, 60, 67, 85, 86, 87, 88, 101, 107, 149, 150, 157, 158, 164, 165, 167, 168, 170, 176, 186, 189, 190, 197, 203, 204, 212, 213, 219, 222, 232, 262, 267, 268, 280
- grille des programmes, 45, 48, 54, 66, 107, 146, 148, 184, 190, 262, 263, 264, 265, 276, 278, 279
- hypertexte, 158, 161, 162
- hypertextualité, 17, 155, 158
- hypotexte, 158, 161, 162
- industrie culturelle, 275
- intertextualité, 153, 157
- langage, 11, 17, 24, 30, 31, 32, 45, 66, 99, 118, 119, 123, 124, 125, 130, 152, 176, 177, 297
- logique de flot, 89, 276, 279
- logique éditoriale, 5, 89, 263, 275, 276, 278, 280
- métalangage, 4, 6, 9, 23, 26, 33, 122, 123, 124, 128, 130, 297
- métalinguistique, 123, 124, 125, 126, 127, 128
- métatextualité, 153, 158, 160, 161, 169, 170
- mise en abyme, 4, 10, 11, 18, 20, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 284, 293
- néo-télévision, 193
- note, 4, 5, 81, 83, 124, 182, 183, 184, 202, 204, 213, 227
- paratexte, 23, 156, 182, 184, 213
- paratextualité, 153, 156, 158, 160
- pragmatique, 23, 173, 176, 286, 294
- pratiques, 7, 14, 44, 136, 138, 150, 156, 163, 165, 176, 182, 240, 271
- promesse, 23, 162, 178, 210, 233, 292
- récit spéculaire, 10, 132, 284, 293
- rhétorique, 5, 210, 215, 219, 220, 221, 225, 226, 228, 236, 265, 297
- séquences, 40, 41, 100, 139, 150, 151, 174, 176, 188, 189, 190, 194, 249, 269
- séquentielle, 40, 41, 174, 177, 286
- sérialité, 5, 89, 163, 175, 262, 263, 264, 265, 267, 268, 269, 279, 281, 282, 296
- série, 43, 44, 89, 93, 94, 99, 101, 152, 171, 175, 195, 262, 263, 264, 266, 267, 268, 276, 278, 283
- spécularisation, 18, 19, 134
- talk-show, 193, 268
- télé-réalité, 193, 267, 268
- texte, 4, 8, 17, 23, 24, 39, 40, 41, 88, 99, 132, 133, 137, 138, 139, 140, 141, 145, 147, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 171, 172, 174, 177, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 192, 217, 266
- transtextualité, 4, 26, 122, 153, 154, 156, 157, 158, 162
- voix, 13, 14, 32, 39, 54, 71, 92, 102, 105, 106, 110, 111, 178, 202, 209, 212, 234, 248
- voix externes, 105, 111
- voix internes, 105, 110

## Emissions analysées

***FAIRE FACE***, d'Igor Barrère et Etienne Lalou, émission en 2 volets :

- le 13 avril 1961 (enquête ; durée 35')
- le 21 avril 1961 (débat avec des téléspectateurs ; durée : 1h02).

***L'HEBDO DU MEDiateur***, émission hebdomadaire présenté par Didier Epelbaum (jusqu'en 2000, puis par Jean-Claude Allanic) depuis le 7 novembre 1998. Diffusé le samedi à 13h20 (durée : 20'). Magazine destiné à répondre aux critiques des téléspectateurs portant sur les émissions d'information de France télévision.

***ARRET SUR IMAGES***, de Daniel Schneidermann, émission hebdomadaire, diffusée depuis le 28 janvier 1995, la Cinquième (durée 52'). Emission destinée à analyser la médiation télévisuelle de l'actualité de la semaine

***FACE A L'IMAGE***, émission hebdomadaire présentée par Bernard Benyamin et Paul Nahon, depuis le 20 septembre 2003. Diffusée le samedi à 17h50, France 2 (durée : 52'). Magazine destiné à revenir sur les images fortes de l'actualité de la semaine.

***PLUS CLAIR***, de Daphné Rouiller, magazine hebdomadaire depuis 2000, diffusée le samedi à 19h, Canal +, (durée : 1h). L'émission se place dans la lignée de *Télés-dimanche* (1992-1996, présentation : Michel Denisot), *TV+* (1996-2000, présentation : Marc-Olivier Fogiel). Magazine destiné à décrypter l'actualité des chaînes.

# BIBLIOGRAPHIE

## Ouvrages généraux :

ARMENGAUD F., 1985 : *La Pragmatique*, PUF, Paris.

BARTHES R., 1981 : *Introduction à l'analyse structurale des récits*, Seuil, Paris.  
1966 : *n*, Point, Paris.

BOURDIEU P., 1996 : *Sur la télévision*, Liber., Paris, 1996  
- 1996 : "Analyse d'un passage à l'antenne", in *Le Monde Diplomatique*.

BOURDON J., 1990 : *Histoire de la télévision sous de Gaulle*, Anthropos-INA, Paris.  
- 1994 : *Haute fidélité. Pouvoir et télévision 1935-1994*, Seuil, Paris.

BRETON P., 1996 : *L'argumentation dans la communication*, La Découverte, Paris.

CASETTI F. et ODIN R., 1990 : "De la paléo à la néotélévision : approche sémiopragmatique", in *Communication* n°51, Seuil, Paris.

ECO U., 1989 : "La transparence perdue", in *La Guerre du Faux*, Grasset, Paris.

JOST F., 1997 : "La promesse des genres", in *Réseaux* n° 81, CNET, Paris.  
- 1998 : "Les coulisses de l'exploit", in *Champs Visuels* n°9, L'Harmattan, Paris.  
- 1998a : "Quand y a-t-il énonciation télévisuelle", in *Penser la télévision, actes du colloque de Cerisy* (Bourdon J., Jost F. dir.), INA, Nathan, Paris.

LOCHARD G., 1995 : *Notre écran quotidien, une radiographie du télévisuel*, Dunod, Paris.  
- 1997 : *La communication médiatique*, Armand Colin, Paris.

MATTELART A., 1980 : *Télévision : enjeux sans frontières*, PUG, Grenoble.

METZ C., 1971 : *Essais sur la signification au cinéma*, Klincksieck, Paris.

NEL N., 1988 : *A fleuret moucheté*, La Découverte, INA, Paris.

- 1990 : *Le débat télévisé*, INA, Paris.

SCHAEFFER J.M., 1987 : *L'acte photographique*, Seuil, Paris.

VERON E., 1983 : "Il est là, je le vois, il me parle", in *Communication* n°38, Seuil, Paris.

VIETOR K., *Problème de l'histoire des genres littéraires*, 1931.

VIRIEU F.H., 1990 : *La médiocratie*, Flammarion, Paris.

## **La réflexivité**

BEYLOT P., 1998 : "Brève histoire de la méta-télévision", in *Champs Visuels* n°9, L'Harmattan, Paris.

- 2000 : *Quand la télévision parle d'elle-même*, collection mémoire de télévision, l'Harmattan, INA, Paris.

DÄLLENBACH L., 1977 : *Le récit spéculaire, essai sur la mise en abyme*, Seuil, collection poétique, Paris.

DANEY S., 1992 : "Journal de l'an présent", in *Trafic* n°3.



DAVID B., 1998 : "Télévision et réflexivité", in *Champs Visuels* n°9, L'Harmattan, Paris.

GIDE A., 1893 : *Journal*.

LECONTE B., 1998 : "Quand la télévision se donne à voir", in *Champs Visuels* n°9, L'Harmattan, Paris.

2000 : *Images abymées, essais sur la réflexivité iconique*, Champs visuels, L'Harmattan, Paris.

RECANATI F., 1979 : *La transparence et l'énonciation – Pour introduire à la pragmatique*, Seuil, Paris.

SPIES V., 2000 : *L'énonciation télévisuelle à travers les émissions réflexives*, thèse, université paris III-Sorbonne Nouvelle.

TARANGER M.C., 1998 : "Une image de trop", in *Champs Visuels* n°9, L'Harmattan, Paris.

VIALLO P., 1998 : "De la fenêtre au miroir", in *Champs Visuels* n°9, L'Harmattan, Paris.

## **La critique**

BOSSENO C., 2003 : "La critique de télévision existe, nous nous y exerçons. " in J. Bourdon (dir) *L'œil critique*, de Boeck, INA.

BOURDON J. (dir.), 2003 : *L'œil critique, le journaliste critique de télévision*, collection Médias Recherches, de Boeck INA.

BUSSIERES de M. et ULMANN-MAURIAT C., 1991 : "Les débuts de la critique de télévision", in *Les années cinquante à la radio et à la télévision*, CHVT, CHR, GEHRA, Paris.

- 1997 : "Les critiques de la télévision à leurs débuts" in *La grande aventure du petit écran*, BDIC, INA, Paris.

MEADEL C., 1997 : "Construire une expertise : genèse de la critique de télévision" in *La grande aventure du petit écran*, BDIC, INA, Paris.

SCHNEIDERMAN D., 2003 : "Le consentant réfractaire", in J. Bourdon (dir) *L'œil critique*, de Boeck INA.

SOUCHON M., 2001 : "A qui parlent les critiques", in *Médiamorphoses* n°1, INA, Paris.

TARDY M., 1966 : "Sur la critique de télévision", in *Communications* n°7, Seuil, Paris.

- 2001 : "Sur la critique de télévision", in *Médiamorphoses* n°1, INA, Paris.

ULMANN-MAURIAT C., 1999 : "Le critique de télévision, initiateur et témoin", in M.F. Lévy *La télévision dans la République des années 50*, IHTP/CNRS, Paris

- 2001 : "De la critique à la chronique" in *Médiamorphoses* n°1, INA, Paris.

UNGARO J., 2001 : "La critique improbable", in *Médiamorphoses* n°1, INA, Paris.

## **Fondements du prisme et méthodologie d'analyse**

ADAM J.M., 1997 : "Unités rédactionnelles et genres discursifs : cadre général pour une approche de la presse écrite", in *Pratiques* n°94, Metz.

BENASSI S., 1998 : *Télévision et sérialité. Eléments pour une typologie des genres fictionnels télévisuels*, thèse, université de Metz.

CHAMBAT-HOUILLON M.F., 1998 : *Pour une théorie de la citation télévisuelle.*, thèse, université Paris III- Sorbonne Nouvelle.

- 1998a : "La répétition citationnelle dans le discours télévisuel", in *Penser la télévision, actes du colloque de Cerisy* (Bourdon J., Jost F. dir.), INA, Nathan, Paris.

CHARAUDEAU P., 1997 : *Le discours d'information médiatique*, Nathan, INA, Paris.

- 1997 : "Les conditions d'une typologie des genres télévisuels d'information", in *Réseaux* n°81, CNET, 1997

- 1998 : "La télévision peut-elle expliquer ?", in *Penser la télévision, actes du colloque de Cerisy* (Bourdon J., Jost F. dir.), INA, Nathan, Paris.

CHATEAU D., 2003 : "La télévision au défi de l'art", in G. Delavaud (dir.) *Télévision – la part de l'art*, MEI n°16.

DELISLE J., 1989 : "Histoire des hebdomadaires de télévision en France 1950-1985" in *Médiaspouvoirs* n°16, oct-nov 1989.

EADES C., 1998 : "Le téléspectateur des émissions réflexives", in *Champs Visuels* n°9, L'Harmattan, Paris.

ECO U., 1972 : "Pour une définition de la critique de télévision", colloque de Turin, inédit, consultable à l'INA.

ESQUENAZI J.P., *Le pouvoir d'un média : TF1 et son discours*, L'Harmattan, Paris.

- 2001 : "L'esthétique du plein", in *Télévision : questions de formes* (dir. R. Gardies et M.C. Taranger), L'Harmattan, Paris, 2001

- 2002 : "L'inventivité à la chaîne", in *Télévision, la part de l'art* (G. Delavaud, dir.), M.E.I n°16, Paris.

GENETTE G., 1982 : *Palimpsestes*, Seuil, Paris.

- 1987 : *Seuils*, Seuil, Paris.
- 2002 : *Figures V*, Seuil, Paris.

GONY G., 2001 : "Entre les maillons des grilles, le discours quotidien des hebdomadaires télé" in *Médiamorphoses*, INA, Paris.

GOULET V., 2004 : "le médiateur de la rédaction de France2. l'institutionnalisation d'un public idéal" in *Questions de communication* n°5, Presse universitaire de Nancy.

KERBRAT-ORECCHIONI C., 2001 : *Les actes de langage dans le discours*, Nathan, Paris.

KRISTEVA, Julia. : *Séméiotikè. Recherches pour une sémanalyse*. Paris, Seuil, 1969.

MEHL D., 1992 : *La fenêtre et le miroir, la télévision et ses programmes*, Payot, Paris.

- 1998 : "La parole profane", in *Penser la télévision, actes du colloque de Cerisy* (Bourdon J., Jost F. dir.), INA, Nathan, Paris.

MERCIER A., 1996 : *Le journal télévisé*, Presse Sciences Po, Paris.

NEL N., 1997 : "Généricité, séquentialité, esthétiques télévisuelles", in *Réseaux* n°81, CNET, Paris.

- 1998 : "Les dispositifs télévisuels", in *Penser la télévision, actes du colloque de Cerisy* (Bourdon J., Jost F. dir.), INA, Nathan, Paris.
- 2003 : "La fonction artistique de la télévision. Réalités et limites", in G. Delavaud (dir.) *Télévision – la part de l'art*, MEI n°16.

PADIOLEAU J.G., 1976 : "Système d'interaction et rhétorique journalistique", in *Sociologie du travail*, juillet-septembre.

REY-DEBOVE J., 1997 : *Le métalangage*, Armand Colin, Paris.

REVAZ F., 1997 : *Les Textes d'Action*, Klincksieck, Paris.

RICOEUR P., 1990 : *Soi-même comme un autre*, Seuil, Paris.

RICOEUR P., *Temps et récit*

SOULAGES F., 1998 : "Du spectaculaire au spéculaire", in *Champs Visuels* n°9, L'Harmattan, Paris.

SOULEZ G., 1998 : "L'homme aux miroirs", in *Champs Visuels* n°9, L'Harmattan, Paris.

WALTER J., 1998 : "Pensées en clair obscur : théorie des champs et télévision", in *Penser la télévision, actes du colloque de Cerisy* (Bourdon J., Jost F. dir.), INA, Nathan, Paris.