

# LA PROMESSE DES GENRES

François JOST

**S**i les littéraires débattent depuis près de deux mille cinq cents ans sur les genres sans parvenir à des résultats incontestés, paradoxalement, ceux qui font de la télévision, qui l'archivent ou l'observent en disputent peu, mais mettent en œuvre quotidiennement des grilles, des indicateurs ou des classements qui reposent sur des typologies génériques.

A n'en pas douter, certaines catégories ne manqueraient pas d'étonner les descendants d'Aristote s'il leur venait l'idée d'y jeter un œil : ne subsume-t-on pas sous le terme fiction, des récits qui relèvent, pour les uns plutôt de l'épique (le film), pour les autres, du dramatique (le théâtre), deux modes dont l'opposition est précisément à la source de la réflexion platonicienne sur les genres ? Quant au théoricien du cinéma, comment ne serait-il pas surpris en constatant que, dans bien des statistiques, le film en général est considéré comme un genre alors même que la question du genre n'est pas plus résolue dans le champ cinématographique que dans le champ littéraire.

Une solution est évidemment de se passer de ces empêcheurs de tourner un rond

en affirmant haut et fort l'absolue autonomie de la communication télévisuelle. La position est difficile à tenir : outre qu'elle relève d'un idéalisme qui voit dans l'émergence d'un nouveau média une origine plus qu'un moment dans un développement généalogique, elle fait fi de la « télévision des premiers temps » pour se focaliser sur la situation actuelle. Comment oublier que la télévision est née du cinéma et de la radio, elle-même héritière des formes scéniques, romanesques et du music-hall ? Que, dans les années 50, il s'agissait d'abord de lui trouver une place entre le théâtre et le cinéma (1) ?

Faut-il pour autant penser le genre télévisuel avec les seules catégories littéraires ? Bien sûr que non. N'oublions pas, toutefois, que la télévision est essentiellement un outil de diffusion de documents qui lui préexistent et qu'elle s'insère comme telle dans une tradition générique qui la précède et la dépasse. L'autre enseignement que nous pouvons tirer des impasses de la théorie littéraire, c'est qu'il est vain de prétendre à une typologie définitive et universelle classifiant les programmes comme des essences, sans tenir compte de la place et de la fonction de cette classification dans ce qu'il est légitime d'appeler communication télévisuelle.

A l'instar de Nelson Goodman, qui propose de substituer à la question *Qu'est-ce que l'art*, productrice de plus d'embarras que de réponses indubitables, *Quand y a-t-il art ?*, nous aurions intérêt, plutôt que de nous lancer dans une définition *a priori* des genres, à nous demander en quelles occasions un document audiovisuel ou une émission fonctionne comme un genre et ce que cette expression veut dire.

Il n'y a genre, pourrait-on dire, qu'à partir du moment où, pour penser ou interpréter un programme, on le ramène à une catégorie plus vaste qui facilite l'opération. Cet élan qui nous projette de l'inconnu vers le connu, du nouveau vers l'ancien, et que Bachelard considérait comme un obstacle

(1) BAZIN, 1954 a.

épistémologique, pourrait bien être *la loi du genre*.

Si rien ne prouve que les intentions qui ont présidé au choix d'une case donnée de la grille soient bien décryptées par le public, on fera l'hypothèse que, à un moment donné, un certain consensus s'opère sur le choix des étiquettes qui permettent de regrouper les émissions et que les différends, quand ils existent, résident surtout dans le processus d'attribution à l'objet. Paradoxalement, parmi les appellations qui facilitent le repérage dans la programmation, on trouve des noms comme *films* qui ne désignaient pas des genres dans leur média d'origine, mais des objets hétéroclites, des individualités, elles-mêmes regroupées par catégories. Par la simple incorporation d'un document audiovisuel à la grille, la télévision a donc le pouvoir de modifier le statut qu'il avait précédemment. De même que, selon Borges, le *Quichotte* repris littéralement aujourd'hui ne serait plus le même texte, du seul fait qu'il ne serait plus produit dans le même contexte temporel, géographique et idéologique, le film cinématographique devient un genre télévisuel dès qu'il est programmé par une chaîne.

Si l'on raisonne d'emblée sur l'histoire de la télévision, et non sur cette partie émergée de l'iceberg qu'est le présent, on doit élaborer des modèles théoriques qui rendent compte aussi bien du passage du spectateur de cinéma au téléspectateur (et de l'auditeur au téléspectateur) que de l'avènement de l'ère du téléspectateur triomphant, à l'occasion spectateur. En d'autres termes, il faut combiner deux logiques : celle du document *audiovisuel*, dont la structuration générique est ancienne, et celle de la diffusion *télévisuelle*, qui change immanquablement la donne. C'est sur ce fond que se constituent les genres qui nous paraissent plus spécifiquement télévisuels, précisément, et pour lesquels, faute de savoir leur trouver une origine satisfaisante, nous nous approprions de nouvelles

étiquettes génériques (reality show, talk show).

## **Le genre, compromis entre stratégies et inférences**

Avant de progresser dans la compréhension de cette articulation, une question mérité d'être posée : de quelle façon l'interprétation s'articule-t-elle à l'agir de la programmation et de la médiation (qui dicte aujourd'hui la production) ? De la réponse à cette question dépend la théorie des genres.

Selon une conception répandue, l'interface entre ces deux acteurs de la communication serait le fait d'un *pacte* ou d'un *contrat*. Ainsi, pour Francesco Casetti, la télévision repose sur un pacte communicatif défini par « l'accord grâce auquel émetteur et récepteur reconnaissent qu'ils communiquent et qu'ils le font d'une façon et pour des raisons co-partagées » (2). Comment s'opère cette « reconnaissance » au cœur d'une relation inégale, voire d'un « diktat », imposée par une partie sur l'autre ? Conscient de l'objection qu'on pourrait lui faire, le théoricien italien n'y voit pas matière à mettre en cause son concept car, dit-il, le public pèse sur l'émetteur par toutes sortes de feed-back, téléphone, contrôle des indices d'écoute, réactions des journaux, etc. De plus, ce pacte n'est jamais passé une fois pour toutes, il fait l'objet de constants réajustements, de négociations. Enfin, c'est plutôt une hypothèse de travail nécessaire à l'analyse de la communication télévisuelle qu'une notion à prendre à lettre.

Ces réserves faites, l'idée de pacte prend néanmoins consistance et elle joue un rôle structurant dans la constitution et la classification télévisuelles. Elle se développe, au fond, sur ce terreau qu'est l'opposition paléo-/néo-télévision et, plus précisément, à partir de l'idée que, si la télévision d'hier agrégeait le téléspectateur sur le mode de la sublimation collective, celle d'aujourd'hui

(2) CASSETTI, 1988, p. 15 (je traduis).

rencontre son public sur celui de l'interaction quotidienne et individuelle, ritualisée au travers de quatre pactes, réglés par des rôles, des actions et corrélés à des espaces-temps spécifiques : le pacte de l'hospitalité, le pacte du commerce, le pacte de l'apprentissage et le pacte du spectacle.

Cette théorie, bien qu'elle ne néglige pas les mélanges, aboutit quand même à un tableau de correspondances entre ces quatre pactes et des modèles de télévision (télévision de nouvelles, télévision-loisir, télévision de service et de commerce, télévision d'animation et de service) (3) associés à des types de programmes et, même, à des émissions spécifiques, ce qui revient, au fond, à proposer un découpage générique, tout en postulant une certaine homogénéité des différentes composantes de l'émission (présentateurs, rituels, décor, etc.). Or, même si on laisse de côté les émissions « omnibus », qui juxtaposent plusieurs espaces-temps de notre quotidienneté, il est souvent très difficile de fédérer tout le visible et l'audible sous un pacte : à première vue, un jeu comme *Que le meilleur gagne*, par son ton, par la familiarité de l'animateur avec son public (Nagui ou Laurence Boccolini) est régi par le pacte de l'hospitalité. Et pourtant la structure fortement asymétrique du décor en forme d'amphithéâtre nous situe indéniablement dans une relation d'enseignement, dont le présentateur, toujours prompt à punir ses spectateurs-élèves, connaît toutes les ficelles. Même chose pour Jean-Luc Delarue (*Ça se discute*) qui mêle habilement la futilité des conversations du quotidien et la rigidité du professeur menant les débats debout face aux gradins (4).

En un sens, P. Charaudeau tente de surmonter cette difficulté. Alignant la communication médiatique sur le modèle de la conversation, il soutient, comme Casetti, que celle-ci repose à la fois sur des contrats et sur des ritualisations. Toutefois, à la dif-

férence du théoricien italien qui se sent obligé de justifier l'application de ce concept issu à la communication télévisuelle, Charaudeau le pose comme une composante nécessaire à l'intercompréhension dans tout acte de communication. En dernière instance, il faut évidemment penser la relation de la télévision à son spectateur sur le modèle de la conversation. Sans adopter toute l'argumentation de Metz à propos du paradigme de la « conversation audiovisuelle » (titre d'un livre de G. Bettegini), je le rejoins sur sa conclusion : « la conception du spectateur comme un *interlocuteur* – selon une idée déjà présente, depuis quelque temps, en sémiotique textuelle – me paraît inutilement provocante dès l'instant où le terme est privé de cela même qui fait sa définition, l'idée d'une interaction immédiate possible (5). »

Qu'une conversation dont on ne respecte pas les règles entraîne des incompréhensions est certain ; en revanche, il serait hasardeux de risquer qu'un récit, pour être compris, doit respecter des règles contractuelles, tout simplement parce que la compréhension, au sens où on l'entend pour la langue, n'est pas le seul mode d'approche possible du récit, de l'œuvre d'art ou du document audiovisuel. Un débat politique qui tourne mal ne favorise certes pas l'intellection des arguments, mais ce peut être un bon moment de télévision pour le spectateur. Si le débat présidentiel de 1995 entre Jospin et Chirac a généralement déçu, n'est-ce pas précisément que les deux acteurs ont visé la compréhension, alors que le spectateur attendait un plaisir moins intellectuel ? Un combat plutôt qu'un débat. Anticipant sur de telles critiques, Charaudeau fait l'hypothèse de la superposition possible de contrats à l'intérieur d'un même acte de communication médiatique. L'information empilerait, par exemple, un contrat d'information et un contrat de captation, lui-même

(3) J'adopte la terminologie proposée dans la traduction française (*Réseaux* n° 44-45, nov.-déc.-janv.-fév. 1990) ; les expressions italiennes sont les suivantes : *televisione notizario*, *televisione loisir*, *televisione di servizio e intrattenimento*, *televisione di intrattenimento e servizio*.

(4) JOST, 1996.

(5) METZ, 1991, p. 27.

reposant, non sur d'autres contrats encore, mais sur deux principes : le principe de plaisir et le principe de sérieux (6).

Une même émission peut provoquer des sentiments contradictoires. Mais quelle est la vertu heuristique du concept de contrat appliqué à la télévision ? Déjà, on l'a vu, l'un des deux contractants est condamné à accepter ou à refuser par des réactions, dont il peut simplement souhaiter qu'on les prennent en compte, mais sans pouvoir discuter, en sorte que sa signature n'est qu'un acte de soumission momentanée à l'émission. A présent, voici qu'il faut deux contrats, là où n'importe quel juriste serait contenté de mettre deux clauses !

Dans un récent ouvrage, Umberto Eco, qui fut l'un des premiers à recourir à l'idée de pacte, y apporte d'ailleurs une mystérieuse restriction, montrant à quel point la « signature » du récepteur est problématique : Jusqu'à quelques milliers d'exemplaires (estimation variable d'un pays à l'autre), on touche en général un public connaissant parfaitement le pacte fictionnel. (Après, et surtout au-delà du premier million d'exemplaires, on entre dans un no man's land où il n'est pas sûr que les lecteurs soient au courant de ce pacte (7).)

Si, comme je l'ai montré ailleurs (8), le genre est au cœur d'un affrontement de l'émetteur, qui impose sa sémantisation au document audiovisuel par divers moyens para- ou épitextuels (titre, générique, dossier de presse, autopromotion, etc.), je préfère le considérer comme une *promesse* qui entraîne chez le spectateur des attentes, que la vision du programme met à l'épreuve (l'écart entre les deux expliquant parfois la différence entre l'audience d'une émission et son indice de satisfaction) (9).

Quoique, en certains cas, la sémantisation du document ou du film soit bien cette promesse de bonheur attachée au Beau,

dont parle Stendhal, bien plus fréquemment, la promesse s'entend au sens où la copy-stratégie d'une campagne publicitaire promet un bénéfice au consommateur qui achètera le produit qu'elle vante. Soit une annonce de *Bas les masques* empruntant la forme suivante : « Mireille Dumas donne la parole aux exclus... ». Cette affirmation est un acte de discours indirect : sous l'assertion se cache la promesse que l'émission va (enfin) permettre à ceux qui sont d'habitude privés de parole de parler. Si, maintenant en tant que téléspectateur, je regarde l'émission avec un œil critique, il apparaît clairement que l'acte promissif passe par la qualification d'une relation de la télévision et de l'animatrice au monde – Mireille Dumas est une simple médiation entre les exclus et nous – qui occulte le geste génétique de la production de programme, à savoir le fait que l'enregistrement a été raccourci au montage, notamment en mettant l'emphase sur l'écoute de l'animatrice, ce qui pourrait se dire autrement : grâce au montage, Mireille Dumas coupe la parole aux exclus...

Dans cette perspective, les étiquettes accolées au genre ne doivent pas être lues comme des traces de ce rêve cratylique du mot juste, mais comme une sorte de label ou de sceau garantissant la composition du produit (un peu comme la brosse à dent de Winnie « solennellement pure soie de porc garantie » dans *Oh ! les beaux jours !*). L'autopromotion des chaînes sur leurs programmes à venir est une promesse ontologique : ils doivent participer de cette essence, que l'annonce ne fait qu'entrevoir comme un pâle reflet. La stratégie de communication de la programmation est de faire comme si une émission était un objet sémiotiquement simple, en la réduisant à une seule de ces dimensions.

Si, à l'instar de la méthode mise en œuvre par J.-M. Schaeffer pour la littéra-

(6). CHARAUDEAU 1991.

(7) ECO, 1994.

(8) JOST 1996 b.

(9) On trouve une idée du même genre, à l'orée du siècle, chez R. Canudo : « Les spectacles se déroulent entre deux extrêmes pathétiques de l'émotion générale : le *très émouvant* et le *très comique*. Les affiches contiennent des deux promesses d'accomplissement, les accouplant » (CANUDO [1911] 1995).

ture, on analyse les noms de genres ou les titres des émissions en examinant ce qu'ils disent de l'acte communicationnel qu'ils prétendent accomplir, on peut reclasser les programmes en fonction de ce qu'ils avancent de leur énonciation, de leur destination et de leur fonction :

### **Énonciation**

Tout discours peut être renvoyé à une personne inventée, un je-origine fictif, comme dirait Käte Hamburger, à une personne réelle ou à une personne feinte (10).

Les émissions de fiction se définissent peu par le statut fictif de leur énonciateur, précisément parce que la stratégie mise en œuvre par les divers acteurs de la télévision (producteurs, programmeurs, animateurs) est d'identifier le fictif au réel : qu'on se rappelle comment B. Pivot mélangeait dans ses débats des considérations sur les personnages de fiction et sur les récits de vie. Que l'on pense aussi aux relations que les annonces des chaînes tissent entre les téléfilms ou les films et notre actualité. Quant au « reality show », indépendamment de toute considération sur sa vraie nature, force est de constater que son appellation renvoie au point de vue de la réalité. La réalité en est *l'énonciateur*, comme dirait Ducrot (11).

De même, le mot « reconstitution », qui évoque une pratique judiciaire courante mettant en scène le vrai inculpé : l'usage de ce terme est évidemment ambigu puisque, à l'inverse, à la télévision, il substitue généralement aux véritables protagonistes d'un drame des acteurs (contrairement à ce qui se fait en Argentine, où certaines reconstitutions de faits divers organisées par la police sont retransmises en direct). Quant à « témoignage », il s'est répandu comme la poudre dans toutes sortes d'émissions (informations, talk shows, reality shows, divertissement, etc.) attestant que l'ancrage dans un énonciateur réel est un argument

fort pour entraîner l'adhésion du spectateur. Il me semble que l'analyse statistique des étiquettes génériques par chaîne et par périodes nous en apprendrait beaucoup non sur la nature même des émissions diffusées par une chaîne à un moment donné, mais sur les stratégies qu'elle entend adopter pour séduire son public.

Seconde distinction pour qualifier les émissions selon leurs modes d'énonciation : l'oralité. « Talk show », *Ça se discute*, etc.

En ce qui concerne les modalités d'énonciation, qui, depuis Platon, discriminent les différents types de genres, elles enjoignent au téléspectateur de se situer dans un univers culturel extérieur à la télévision mais en continuité avec le programme. De ce point de vue, « soap opera », « télé-roman » et « dramatique » renvoient à des traditions génériques distinctes et pré-télévisuelles.

### **Destination**

Outre le genre « émissions pour la jeunesse », qui se définit par le public qu'il vise, de nombreux titres impliquent le téléspectateur. Mais, contrairement à ce que pourrait laisser accroire l'opposition souvent réitérée entre une paléo-télévision venue « d'en haut », imposée à un téléspectateur passif, et une néo-télévision axée sur le citoyen-spectateur, acteur de son histoire (12), l'analyse statistique des titres en fonction de la présence des formes pronominales de la 2<sup>e</sup> personne prouve la détermination de la télévision des années 50 et 60 à faire penser au spectateur qu'il est au centre de son dispositif par l'introduction d'une relation entre émetteur (nous) et récepteur (vous) : *A vous de juger* (53-68), *Ce que vous ne savez peut-être pas*, *En votre âme et conscience*, *Si c'était vous* (1957), *Voulez-vous jouer avec nous* (1963), *Si vous voulez savoir* (1961), etc.

(10) Voir JOST, 1995.

(11) DUCROT, 1984.

(12) Philippe Plaisance, *Libération*, 8 janvier 1992.

## Fonction

Comme je l'ai avancé précédemment (13), les noms de genre partagent encore du point de vue de l'énonciation les programmes en deux types d'actes qu'ils prétendent accomplir : d'un côté, il est des genres que je nomme *illocutoires*, parce qu'ils se définissent essentiellement par le but poursuivi par le locuteur (14). Des cinq actes illocutoires avancés par J. R Searle, je retiens notamment l'assertion qui, engageant « la responsabilité du locuteur sur un état de chose et sur la vérité de la proposition exprimée » (15), caractérise bien l'information ; d'autres noms de genres renvoient plutôt aux effets *perlocutoires* qu'ils visent, aux changements de comportement qu'ils cherchent à provoquer chez les téléspectateurs : « divertissement », *C'était pour rire*, etc. Là encore, un programme peut dire qu'il fait quelque chose et faire autre chose. Je n'y reviens pas.

Contrairement au contrat qui est une convention passée à deux, la promesse est un acte unilatéral qui n'oblige que le locuteur (certaines promesses ne se font d'ailleurs qu'à soi-même). Que celle-ci ne soit pas tenue a des conséquences ou des sanctions diverses : le téléspectateur peut ne pas y prêter attention, s'en offusquer, quitter la chaîne... ou s'en réjouir : n'est-ce pas ce qui arrive lorsqu'un accident spectaculaire, sous prétexte du devoir d'informer exhibé comme une garantie, est repassé à l'envi sous plusieurs angles et au ralenti ? Tout en rejetant la dérive de l'information vers le spectaculaire, le téléspectateur ne garde-t-il pas l'antenne ? N'est-ce pas aussi le cas quand, avec l'alibi culturel fourni par le titre *Bouillon de culture*, B. Pivot reçoit B. Bardot, vedette de l'émission de divertissement de Jean-Pierre Foucault une semaine plus tôt ? Le succès d'une émission tient parfois à une promesse mal tenue... Quoi qu'il en soit du respect des

engagements de l'émetteur, la sanction est rarement l'incompréhension comme dans la conversation. Seulement la frustration plus ou moins grande des attentes spectaculaires.

Mais de quoi sont faites ces attentes, précisément ? Non seulement de croyances, comme on l'a souvent dit, mais aussi de savoirs, d'émotions et de plaisir. En sorte que rien n'oblige – si ce n'est l'idée que voir est une activité passive, un abandon de soi – à penser que le spectateur va croire sur parole que cet objet sémiotique complexe qu'est tel ou tel genre est seulement ce qu'on lui dit qu'il est ou même qu'il va le recevoir comme on le lui demande : quoique *Hélène et les garçons* soit à regarder comme un divertissement, rien n'empêche les enfants de le voir comme une initiation aux comportements des adultes (16).

Si la finalité rhétorique des étiquettes est de peser sur les attentes, elles doivent composer avec la compétence du téléspectateur, qui interprète les documents en fonction de savoirs et de croyances attachés à des genres audiovisuels préexistant parfois à la télévision (les actualités, le documentaire, le film de fiction), et en fonction de savoirs et de croyances propres à la relation de l'image à son objet. Tout document est en lui-même promesse d'une relation à un monde dont le mode ou le degré d'existence conditionne l'adhésion ou la participation du spectateur, relation que la triade peircienne icône, indice, symbole qualifie particulièrement bien. Evidemment, rien dans l'image ne garantit cette relation qui ne repose que sur la sincérité et l'intégrité de l'émetteur.

A l'indice correspondent ces images dont la valeur tient au contact direct avec notre monde physique ou avec le studio : enregistrement automatique, direct et documentaire ou reportage, en tant qu'ils sont un

(13) L'insistance un peu lourde, sur le fait que *j'ai avancé* ces thèses naguère, est motivée par le fait que l'autre signataire de l'ouvrage où je les ai exposées pour la première fois se les approprie volontiers, les répercutant çà et là, sans les référer à leur auteur ou à leur source (cf. JOST, et LEBLANC, 1994).

(14) Même distinction chez SCHAEFFER (1989) et COMBES (1992).

(15) SEARLE 1979, p. 52.

(16) PASQUIER, 1994.

témoignage sur la réalité qui s'est trouvée un jour devant la caméra ; à l'icône, le monde mental de la diégèse, qui construit une temporalité autonome détachée de la simple adhérence de l'empreinte : bien sûr, ce qu'on appelle la fiction, puisque celle-ci vise un « monde possible », et non un monde réel, mais aussi le documentaire et le reportage, pour autant qu'ils structurent l'iconique en fonction de schémas narratifs et argumentatifs permettant d'accroître l'intelligibilité de la réalité ; au symbole, le film visé comme œuvre d'art, dans la mesure où, comme l'a montré Arthur Danto, conférer un statut artistique à un objet, c'est déceler en lui un *aboutness*, attribuer à l'objet matériel une signification profonde (17).

Les savoirs attachés aux genres sont d'abord fondés sur ce noyau essentiel qui permet de les identifier comme tels, les *règles constitutives*. J'entends par là (à la suite de Schaeffer) ces règles transhistoriques sans lesquelles le genre ne serait pas ce qu'il est. De même qu'un match de basket joué au pied n'est plus du basket, le direct suggère une concomitance de l'événement et de la réception ; le documentaire, que l'on parle du monde réel, contrairement à la fiction, etc.

Qu'un direct adopte un découpage calqué sur le cinéma (comme dans les années 50) ou qu'il passe par une fragmentation de l'écran (comme lors de la retransmission de l'enterrement de F. Mitterrand), qu'un documentaire ait une voix *over* ou non est affaire d'époque, de mode, de style : il ne s'agit là que de *règles normatives* qui ne sont pas essentielles à la définition du genre.

La première tâche de l'analyste des genres est de démêler le constitutif du normatif ou, si l'on veut, le substantiel de l'accidentel. La seconde, beaucoup plus complexe, est de démêler l'écheveau intriqué des savoirs sur l'image, socialement hétérogènes, des croyances attachées aux types de documents. Comme idéal type, chaque programme est associé à une relation à un monde donné – indiciel, iconique, symbo-

lique – et à un espace-temps qui permettent de l'interpréter en fonction de savoirs et de croyances, et d'inférences, comme le montre le tableau 1 ci-après dont l'exploration va permettre une première approche de l'interprétation des genres.

Sur le versant du constitutif, les conditions du tournage (direct, différé), le mode d'être du monde représenté (réel, fictif, artistique) sont d'abord logiquement liés à des savoirs concernant la médiation audiovisuelle : tout document ressortissant à l'indiciel réduit la part de *l'inventio*, pour laisser une marge de manœuvre plus ou moins grande, selon qu'il s'agit de direct ou de différé, à la manipulation de l'espace et du temps. Quelles que soient les variations rhétoriques ou esthétiques qui affectent l'image et le son (noir et blanc *vs* couleurs, télé-objectif *vs* grand-angle, etc.), cette corrélation est constitutive de la réception du document comme indice.

Inversement, viser un document comme icône, c'est admettre du même coup que l'espace et le temps sont manipulés (sans connotation péjorative) en vue de faciliter l'intelligibilité du monde rapporté, qu'il soit réel ou fictif. Quant au spectateur de l'œuvre d'art, il sait que la structuration de l'œuvre ne dépend pas des seules nécessités de l'intrigue et qu'il revient à l'attention spectatorielle, confiante dans l'intention esthétique de l'émetteur, de trouver la logique qui conduit l'ordre des plans. Je vais y revenir.

Tous ces savoirs sont inégalement partagés par les téléspectateurs, et relèvent donc d'un apprentissage possible, mais ils peuvent aussi être acquis, quasi intuitivement, par une opération inférentielle : par exemple, de la non-préparation d'une catastrophe je conclurai, si j'y réfléchis une minute, aux contraintes spatio-temporelles pesant sur la retransmission. Quoi qu'il en soit de leur mode de production ou d'acquisition, ces connaissances engendrent des croyances à la fois sur l'émetteur et sur le monde qu'il médiatise ou construit. Au premier sont associés une figure anthropoïde et



Tableau 1  
Types d'inférences en fonction des types de documents

Type d'inférence Type de document	Promesse	savoirs		Inventio	Narrativité	croyances	
		espace	temps			Figure anthropoïde	Type de flux
Enregistrement automatique	Garantie d'authenticité	+ ou - aléatoire	non	non	en deçà	-	éphémérité
		mise en cadre + ou - maîtrisée	subi	non			
		mise en cadre et points de vue + ou - maîtrisés	Travail sur la simultanéité + ou - possible	non			
Direct préparé	Promesse d'authenticité	construction de l'espace en fonction du réel	construction du temps en fonction du réel	non	+ ou -	Médiateur — Manipulateur	éphémérité constitutive
Fiction	Promesse de pertinence narrative du visible et de l'audible	construction de l'espace en fonction de l'intrigue	construction du temps en fonction de l'intrigue	oui	+	Narrateur	intemporalité
Œuvre d'art	Promesse de pertinence artistique du visible et de l'audible	construction de l'espace en fonction du beau	construction du temps en fonction du beau	oui	au-delà	Artiste	éternité

indice

icône

symbole

une promesse sur le document dont elle est responsable ; au second, un mode d'existence temporel conféré par le type de flux associé au document.

## Une typologie des flux

Quelles sont les inférences produites par le spectateur selon qu'il se met en position de regarder une émission en direct, un documentaire, un film de fiction, un chef-d'œuvre, catégories intuitivement présentes dans l'esprit de chacun ? Comment les savoirs sur les dispositifs sont-ils réinvestis pour constituer des attentes sur l'espace-temps, sur la réalité des événements, la part du récit et la figure anthropoïde, organisatrice du document ?

En premier lieu, il faut souligner que le fameux flux de la télévision, que l'on met à toutes les sauces, n'a rien à voir avec cet autre, pourtant éminemment fluide, qu'est le déversement continu d'images dans les écrans branchés aux caméras de surveillance. Une hésitation saisit le voyageur de passage dans les aéroports de Buenos Aires : sur les nombreux écrans de télévision destinés à le faire patienter dans les salles d'embarquement, soudain les publicités sont interrompues par l'image de voyageurs qui franchissent le seuil de la douane, suivie d'un gros plan d'un couple qui s'embrasse, etc. S'agit-il d'une *sit'com* ? Nullement. De la réalité filmée de façon aléatoire et livrée en pâture à ceux mêmes qui y participent... La difficulté passagère d'interprétation des images tient ici à l'hésitation entre la captation automatique, qui ne se fonde pas sur une promesse, mais sur une *garantie* d'authenticité, et la constitution d'un flux intentionnellement organisé.

A certains moments, il arrive que le flux télévisuel s'identifie au flux du monde : c'est le direct. Bien que le mode de diffusion soit le même que dans la captation automatique, bien que le montage puisse y ressembler comme deux gouttes d'eau, le savoir et les croyances attachés au direct

non préparé sont fort différents : à l'éphémérité de la surveillance qui redouble le déroulement de notre présent d'acteur potentiel (et non de spectateur), le surgissement d'une catastrophe en direct (le stade de Furiani, l'attentat d'Atlanta) est d'emblée tragique parce qu'il mêle toujours le déroulement inexorable d'une temporalité subie à la vision parcellaire des cameramen qui la saisissent sur le vif (*live*). En un sens, c'est le spectacle de la médiatisation zéro, c'est-à-dire d'une médiatisation réduite au travail de l'œil (cadrage, mouvement de caméra) : la réalité restreinte à notre point de vue humain. Cette éphémérité vécue de façon tragique, malgré le découpage visuel qui peut s'y associer, est une *promesse d'authenticité*.

Le direct préparé – dramatiques, retransmissions d'événements, magazines, variétés, etc. – 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. Pour celui qui sait que les positions de caméra, le choix des cadres, les mouvements ont été prémédités, s'y ajoute à la promesse de l'authenticité celle d'une lisibilité accrue du réel : ce qui est pris par la caméra n'appartient plus au monde afilmique, mais au *profilmique*, c'est-à-dire à une organisation intentionnelle du visible (18). Cette double croyance guidait évidemment la réception des dramatiques des années 50-60 : à cette impression de suivre un récit mis en scène, filmé selon un découpage analytique destiné à aider le spectateur, se mêlaient des défauts témoignant de son authenticité : bruits hors plateau, perche dans le champ, trous de mémoire des acteurs, etc.

Tout plateau en direct relève de cette dualité de sentiments : les changements de caméra sont destinés à faciliter l'identification émotive comme la compréhension de ce qui se passe dans le studio (d'où les « reaction cuts », les gros plans sur les mains d'un écrivain dans une émission lit-

(18) Parce que le montage a toujours joué un rôle structurant dans le direct, l'appellation « télévision de continuité » (BOURDON, 1988) pour caractériser ce type de diffusion me paraît maladroite.

téraire, etc.), mais, en même temps, l'écoute est suspendue à cette croyance que, à chaque instant, il peut se passer quelque chose, dérapage d'un homme ivre (Boukovski) ou d'un homme qui menace de se tuer en direct (*Apostrophes* aussi).

L'intervention humaine n'est plus simple médiation, elle est aussi manipulation, une manipulation lavée de ses connotations péjoratives : simplement le geste d'un homme qui nous *aide* à comprendre la réalité diffusée, un narrateur (19). Entre le direct préparé nous mettant en contact avec notre monde (cérémonie, match, etc.) et celui qui nous relie au studio, il existe néanmoins une différence : alors que, dans le premier cas, la figure anthropoïde du médiateur-manipulateur prend la forme d'un témoin oculaire qui structure son témoignage, dans le second, c'est celui qui est dans l'image – l'animateur – qui apparaît comme l'organisateur de ce flux, éphémérité constitutive de la diffusion télévisuelle : éphémérité de l'image qui *diffuse*, c'est-à-dire qui se répand et s'évanouit.

Le documentaire et le reportage sont au-delà de ce simple contact indiciel avec le monde, dont se prévaut le témoin. Ils créent aussi, au moyen du montage, une structuration iconique de l'espace et du temps qui, parfois, révèlent le regard qui les organise. Cette construction néanmoins ne doit pas aller jusqu'à inventer les événements, même si, dans une certaine mesure, elle ne vise que le probable. Que le documentaire soit déjà du récit ne suffit pas à le mettre du côté de la fiction. La promesse est seulement d'accroître la lisibilité – et non la visibilité – du monde (20). De ce point de vue, documentaire et reportage convergent : seule les différencie la relation du documentaire au flux spectral. Alors que le premier rend lisible le monde, le second s'attache à rendre intelligible le fleuve dans lequel le spectateur baigne quotidiennement : *l'actualité*.

La fiction en tant que construction d'un monde est, je l'ai dit, du côté de l'icône (même si par ailleurs elle porte jusqu'à un certain point les stigmates de notre réalité : personnages ou situations factuelles, décors « naturels », etc.), puisqu'elle représente un monde possible. La manipulation peut toucher tous les paramètres audiovisuels. Chaque type de fiction détermine par l'usage qu'elle fait des images et des sons jusqu'où ceux-ci sont pertinents : tout « compte » chez Godard, alors que les sons ne sont présents dans une série américaine que s'ils aident à « lire » une situation.

Même si toutes les fictions ne sont pas équivalentes du point de vue du flux, puisque certaines collent plus que d'autres à la situation actuelle du téléspectateur, elles ont toute en commun de capter un temps révolu, suffisamment autonome pour que sa rediffusion procure encore du plaisir. Le test de l'enregistrement privé est à ce titre exemplaire pour différencier les types de flux : alors que la rediffusion d'un direct perd beaucoup de son intérêt, il est toujours possible de revoir dans l'après-coup une fiction : le temps écoulé entre la diffusion et le visionnement de la bande vidéo est fonction de l'adhérence de celle-ci à notre propre temporalité et elle suggère donc de classer les différents genres de la fiction en fonction de leur plus ou moins grande intemporalité : l'épisode de feuilleton peut se voir hors flux (de préférence quand même avant celui qui lui succède dans le récit), le film, de même que la série, peuvent se voir sans aucun rattachement à l'écoulement des images télévisuelles. Si la fiction suppose la construction d'une temporalité que nous comparons toujours, peu ou prou, à la nôtre, en tant qu'objet artistique, elle subit de la part du récepteur une *délinéarisation* qui la situe dans un autre temps, ayant ses lois propres faites de rappels, de réminiscences, d'anticipations ou d'échos, et qui se prête à l'extraction du flux par le revisionnage indéfini, parce qu'il

(19) Témoin ce jugement d'A. Bazin sur *Sixième étage*, un programme diffusé en mai 54 : « ... les caméras ayant une fois pour toutes trouvé la bonne place dans un espace facilement intelligible, le téléspectateur savait du commencement à la fin et à tout moment où il se trouvait. Cette possibilité de s'orienter avec clarté et vraisemblance ne lui est que trop rarement dispensée. On ne dira jamais assez combien elle est cependant nécessaire à la crédibilité du spectacle télévisuel. » (*Radio-Cinéma-Télévision*, 30/5/54).

(20) Je développe tout cela dans JOST, 1997.

repose sur la promesse que l'intégralité du visible et de l'audible est régie par l'intentionnalité d'un artiste. Viser un film comme une œuvre, c'est donc toujours, qu'on le veuille ou non, préférer au transitoire la durée immuable, comme le souhaitait Lessing, et lui faire rejoindre ce Panthéon où se juxtaposent les films de toujours, et donc la situer dans une postérité ou dans l'éternité conçue, comme le note Michel Foucault, par le « principe esthétique de la survie, de son maintien par-delà la mort, et de son excès énigmatique par rapport à l'auteur (21) ».

Le flux est donc loin de s'identifier au flot temporel qui lui est isochrone : le téléspectateur y navigue avec des vitesses et une adhérence temporelle variables.

## Modes d'énonciation et second degré

Tout le chemin que nous venons de suivre, et qui retrace quelques-unes des inférences que suscitent, chez le spectateur, les grands genres audiovisuels (documentaire/fiction), les grands modes de diffusion (direct/enregistré) et le statut artistique conféré au film ou au document, peut être parcouru en sens inverse. A partir du document lui-même, où se reconnaît tel ou tel aspect attaché à ces genres, le spectateur peut, par exemple, spontanément croire que telle émission est en direct ou appartient au genre documentaire : ainsi, des imperfections de tournage, de l'impossibilité de préparer les axes, des manques de mise au point on tirera que le film de l'extraterrestre de Roswell est véridique... ! En fin de compte, de la confrontation de la promesse constitutive du document aux savoirs conférés par la presse ou par l'examen des indices matériels proposés par le programme lui-même, en fonction d'une compétence que modifie considérablement l'éducation aux médias, naît l'idée que l'énonciateur – et la figure anthropoïde qui

lui est associée – est plus ou moins fiable, plus ou moins respectueux de sa promesse.

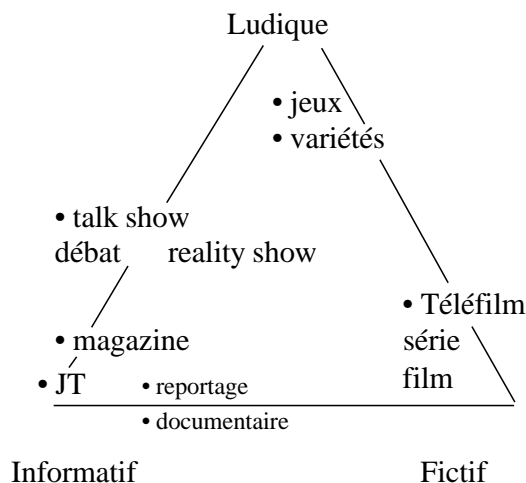
Guidée par cette typologie des genres, fondée à la fois sur le mode de diffusion et sur la relation du signe audiovisuel à son objet – monde ou énonciateur –, l'interprétation du programme se fait également en fonction des modes d'énonciation qu'on lui attribue.

J'en ai proposé trois (22) :

Le mode informatif, qui adopte les règles de l'assertion définie par Searle : 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 ;

Le mode fictif, où la seule véritable règle est la cohérence de l'univers créé avec les postulats et les propriétés qui le fondent ;

Le mode ludique, où les règles du jeu, mais aussi l'observation de règles sociales ou de rites (variétés), prescrivent le déroulement du temps et où les effets perlocutoires guident l'émission.



Ces modes permettent de regrouper grossièrement les principaux genres télévisuels, tout en rendant compte du plaisir mêlé que certains suscitent : débats politiques hyper-réglés en fonction de l'information à délivrer devenant un jeu quand la joute verbale

(21) FOUCAULT, 1969, p. 80.

(22) Dans la précédente version de cette tripartition (*La télévision française...*, *op. cit.*), j'ai présenté ces modes comme des « stratégies discursives » de l'émetteur. Il me semble aujourd'hui qu'ils appartiennent aussi à cette répartition intuitive entre trois attitudes : « c'est pour de vrai », « c'est pour de faux », « c'est pour rire ».

ou l'affrontement physique, dus à quelque « tricheur », débordent ce gardien des règles qu'est l'animateur.

Un reality show comme *Témoin n°1* est au centre du triangle modal. Lié à l'information par les affaires réelles qu'il traite, il se déroule comme un jeu, dont les spectateurs sont les acteurs par le biais d'un dispositif ludique assez répandu à la radio (on vous donne des indices sur notre inconnu ; appelez si vous l'avez identifié), tout en construisant l'attention spectatorielle sur le mode de la fiction policière : présentation du crime, indices et faits inexpliqués qui se présentent comme autant de « mystères » (le maître mot de Jacques Pradel).

*Les Cinq dernières minutes* sont sur la ligne ludique-fictif ; *Info* ou *Intox*, quelque part entre ludique et informatif ; le « docu-drame » ou *52 sur la Une* entre informatif et fictif. Cette classification en modes d'énonciation ne recouvre pas toujours la globalité d'un programme. De même qu'un genre de discours ne se confond pas avec un genre littéraire, ceux-là ne s'empilent pas forcément sur le tout du programme : une émission omnibus peut juxtaposer le ludique, l'informatif et le fictif.

Le respect des règles régissant chacun de ces modes est le premier critère qui permet au téléspectateur de savoir si l'énonciateur respecte la loi du genre. Un journaliste qui ne peut pas prouver ce qu'il avance ou dont on s'aperçoit qu'il ne dit pas la vérité est un hâbleur ou un menteur. Un narrateur qui ne respecte pas les règles de vraisemblance qu'il s'est donné (qui fait s'envoler un personnage qui n'a pas cette propriété, par exemple) est un mauvais conteur. Un animateur ou l'acteur d'un débat qui ne respecte pas les règles du jeu est un tricheur. Autant dire que si chaque mode ne se juge pas en terme de vrai et de faux, comme l'information, il n'en possède pas moins sa loi – qui constitue sa généricité, puisque tout

objet y ressortissant doit la respecter.

Cela étant, la télévision met en œuvre, pour chacun de ces modes, des façons de contourner la loi qui créent une couche de genres parfaitement isomorphes au triangle informatif-fictif-ludique. Tout genre a son double, son imitation, et celui-ci dans la télévision d'aujourd'hui est à son tour devenue un genre.

Si l'on considère avec K. Hamburger que la différence entre fiction et réalité est moins dans l'objet de l'énoncé que dans le sujet de l'énonciation, on distinguera trois types d'énoncés : l'énoncé de réalité ancré dans un Je-Origine réel, l'énoncé de fiction ancré dans un Je-Origine fictif et l'énoncé feint, énoncé à la première personne, qui rend indécidable la distinction entre l'invention et le témoignage. Ce dernier type, que K. Hamburger appelle la feintise, n'est pas un procédé parmi d'autres, mais la simulation d'une énonciation. Contrairement à la fiction, inscrite dans la logique platonicienne de l'imitation de la réalité (*mimésis*), la feintise est une imitation de l'énoncé de réalité (23).

Comme mode d'énonciation, la feintise s'insinue à des titres divers – et de façon partielle – dans le mode informatif (quand le journaliste met en scène une action quotidienne, par exemple, *feintise itérative*). Généralisée à l'ensemble d'un programme, elle caractérise aussi des genres qui s'appuient sur différents types de *feintises filmiques*. Force est de constater que lorsqu'on présente à un public un montage faisant se succéder un extrait du magazine *24 Heures* (24) s'ouvrant sur un travelling dans les rues de Paris la nuit et le début de reconstitution de l'affaire Burgos tournée dans les mêmes conditions (25), personne ne voit de différences entre ces deux degrés de relation des images au monde (26). Bien que ce test sur la réception n'ait pas valeur scientifique, il renforce l'hypothèse que la

(23) JOST, nov. 1995.

(24) « Métro Parano ? », 1990.

(25) « L'affaire Gilles Burgos » (réal. J.-P. Froment), *Le glaive et la balance*, 1991.

(26) Je fais allusion ici à une petite expérience tentée avec le public d'une Journée Portes ouvertes de la Vidéothèque de Paris. Celui-ci devait déterminer, grâce à un questionnaire précodé, à quel genre appartenaient des extraits d'émissions ou de films montés à la suite les uns des autres.

distinction entre réalité et fiction ne vient pas de l'image, mais de la connaissance du sujet de l'énonciation. Faut-il, comme Platon, qui voulait bannir de la cité les spécialistes de l'imitation qu'étaient les poètes comiques ou tragiques, bannir de la télévision ces feinteurs de tout poil ? Pour moi, la réponse est claire.

Les *feintises énonciatives* qui simulent le document en tant que tel se répartissent en parodies de *mimésis* et en parodies de dispositifs : les premières comprennent aussi bien le détournement de citation audiovisuelle (du *Collaroshow* au *Zérorama*) que les véritables imitations d'une œuvre connue (ce fut pendant plusieurs années la spécialité de P. Sébastien dans ses divers shows). Ces « *A la manière de* » aboutissent à la fabrication d'une fiction de second degré. Quant au mode ludique, il recourt lui aussi, et de plus en plus, au second degré. Je ne fais pas seulement allusion à des émissions comme *N'oubliez pas votre brosse à dents*, animée par Nagui, dont l'intention affichée était de se moquer des jeux télévisuels, mais plutôt à l'insertion dans certains programmes de parodies de dispositif à des fins ludiques, comme par exemple, le journal télévisé de CNNL dans *Nulle part ailleurs*, qui se moque de CNN. Une histoire du second degré à la télévision montrerait, à n'en pas douter, comment, localisé à certains moments dans la grille de telle chaîne (mettons Canal+ entre 19 et 20 heures dans les années 80), il a peu à peu diffusé dans tous les canaux et contribue à modifier les genres de toutes les chaînes. Témoin *Les Grosses Têtes*, dont l'étude permettrait d'observer les mutations d'un genre, d'une forme simple quotidienne (l'histoire drôle) à un dispositif radiophonique (mêlant jeu et interventions « comiques »), puis à un dispositif télévisuel modifié progressivement par des métissages génériques (l'histoire drôle racontée par les acteurs de l'émission devient un sketch joué sur scène) jusqu'à récupérer le second degré : l'émission du

3 octobre 1996 mettait en scène deux amuseurs jouant, l'un le présentateur du JT, l'autre le responsable de la régie publicitaire lui demandant d'infléchir son journal en fonction du public visé... TF1 mise à nu par ses faux publicitaires mêmes.

Jean Thévenot soulignait, avant même que la télévision dans sa forme actuelle n'existât véritablement, qu'elle s'adresserait à un « téléviseur » (on ne disait pas encore téléspectateur) qui aurait la « mentalité d'un spectateur de cinéma plutôt que d'un auditeur de radio », ce qui ne serait pas sans poser de problème, puisque la télévision imposerait son programme à un destinataire habitué à choisir son film en toute liberté. Le même Thévenot ajoutait : la « force attractive de ce récepteur [il parle du poste] ne sera pas tout de même telle que son propriétaire doive devenir l'esclave, lui être rivé comme un frère siamois à un frère et ne plus avoir de vie active (27) ».

Si l'on n'a pas pris suffisamment la mesure, jusqu'à aujourd'hui, des relations fortes qui unissent télévision et cinéma dans les années 50, on doit reconnaître que l'émergence du second degré est le symptôme de l'abandon du *modèle du spectateur* au profit du *modèle du téléspectateur*. Il témoigne du fait que, pour constituer une communauté, le savoir du direct qui relie chacun à tous dans une communauté virtuelle et instantanée n'est plus suffisant ; il faut aujourd'hui unir par un effet « club » des individus qui ont des connaissances communes, moins du mode de diffusion et de temporalité attachés aux documents que des émissions elles-mêmes. L'âge de la télévision a cédé la place à une *culture des programmes*.

A ce savoir, qu'il faut bien appelé *téléphilique* (à l'instar de « cinéphilique »), s'ajoute une connaissance intuitive, plus ou moins solide, des *règles constitutives* de certains types de programmes. Certains seulement, toute la difficulté du classement ontologique des émissions étant de déterminer lesquels. Si chacun s'accorde sur la recon-

(27) THÉVENOT, 1946, p. 26.

naissance d'un noyau de règles consubstantielles au JT ou à la série, il est plus malaisé de savoir si l'on associe à ce que les producteurs présentent comme des « talk shows » des règles constitutives différentes de celles qui définissaient les débats d'autrefois. Leur apparente nouveauté n'est-elle pas à verser au crédit de ce que j'appelle les règles normatives ? A partir d'une telle problématique, il revient à l'analyste de répondre à cette question, fondamentale dans la logique de l'archivage (28).

### **L'hédonisme télévisuel : le temps d'un sein nu**

Si la compréhension et la croyance sont au centre de plusieurs réflexions sur les genres télévisuels, le plaisir et l'émotion qu'ils procurent sont plus rarement étudiés. Il est vrai que la catégorisation de ces réactions se heurte à de multiples obstacles : soit l'on oppose deux publics, celui qui veut se divertir et celui qui veut se cultiver (i. e. : s'ennuyer), soit l'on prétend qu'il n'existe qu'un seul public et, donc, des programmes « tout public » qui lui sont destinés (c'est plus ou moins la thèse de M. Souchon) (29). Cette antinomie, fondée sur des préjugés sociaux (les intellectuels n'aiment pas rire vs les couches populaires et les enfants, etc., tournent le dos au savoir) aplatit les différences entre des plaisirs plus ou moins universels, comme ceux qui résultent de la pulsion scopique, et ceux qui segmentent socialement en fonction de la recherche de la « distinction » (30).

Au cœur des plaisirs liés à la pulsion scopique est évidemment cette sensation particulière que provoque la perception du direct, notée par Bazin en son temps : « Nul doute en effet que la conscience de la simultanéité de l'existence de l'objet et de notre perception ne soit au principe du plaisir spécifique de la télévision : le seul que le cinéma ne puisse nous offrir. Il n'y a pas de

raison que cette conscience ne serve pas l'émotion érotique. On voit bien que notre sentiment n'est pas le même, devant, mettons, l'image d'une femme nue sur un écran de cinéma et le reflet de cette femme réelle retransmis par un jeu de glace (31). »

Ce n'est pas directement de l'image que vient le plaisir, mais de la conscience du dispositif, de la connaissance de la simultanéité. Là encore, le savoir est premier. Ce n'est pas d'être absorbé par l'image, comme pour les premiers spectateurs de Lumière, mais de se sentir témoin d'une réalité dont on est séparé. Et, en ce sens, le théâtre est incapable de nous livrer le même plaisir que le spectacle réel, parce que la temporalité qu'il représente est construite d'avance, prévue.

Si Bazin est plus ému par le reflet d'une femme dans un miroir que par une image filmique de cette femme, c'est que celui-là est saisi subrepticement par un jeu de glaces, comme volé à la femme. Ce qui provoque l'émotion dans le spectacle en direct (le spectacle au sens littéral : sur une scène), c'est qu'il se fonde sur un « contrat » exhibitionniste (au sens propre, cette fois, d'accord passé entre la télévision et celle ou celui qui accepte de se montrer plus ou moins intimement), mais que, dans le direct, les limites fixées par le contrat peuvent être dépassées. L'exemple de Bazin est sans ambiguïté : « Quoi qu'il en soit, les téléspectateurs américains qui eurent la bonne fortune de ne pas cligner des yeux au moment précis où craqua accidentellement la bretelle d'une robe découvrant un sein en gros plan au cours d'une émission en direct connurent un instant spécifique de télévision érotique : le temps d'un sein nu entre deux changements de caméra » (nous sommes en 1954... chaque époque à ses plaisirs !). La thèse est la suivante : le téléspectateur est voyeur car, au-delà du contrat exhibitionniste sur lequel repose le dispositif du spectacle en direct, il

(28) NEL (1988) et LOCHARD et SOULAGES (1994) vont dans le sens d'une telle démarche.

(29) SOUCHON, 1990.

(30) Les tenants de la stratégie consciente d'évitement qui fonde l'idée du « tout public » négligent ce second aspect de l'hédonisme télévisuel.

(31) BAZIN, 1954 b, p. 25.

peut toujours advenir un événement qui l'excède et le fait basculer. Contrairement à l'acteur qui peut se projeter dans le tout-percevant que sera le spectateur assis dans la salle obscure, l'animateur ou la speakere dont parle Bazin ne sait ni dans quel contexte ni au travers de quelle activité il sera vu (c'est bien l'obstacle que rencontrent aujourd'hui les analyses d'audience : on compte des individus devant l'écran, mais on n'est jamais sûr qu'ils se comportent comme des spectateurs).

En ce sens, la pratique du magnétoscope subvertit le genre en accentuant cet écart entre l'exhibitionnisme affiché de l'acteur en spectacle et l'usage voyeuriste de sa reproduction. Les multiples névrosés de l'arrêt sur l'image en tout genre ne me démentiront pas : le plaisir du téléspectateur est de s'affranchir du contrat qui fonde la participation de l'acteur au spectacle par une possession totale de l'image de celui ou de celle qui ne se donne que sous certaines conditions du « live ». Cette pulsion va bien au-delà du contenu érotique de l'image : qu'il s'agisse de se repasser à l'envi un accident de Formule 1 ou un plongeon, le geste du spectateur est de dissocier le spectacle-objet du spectacle enregistré et reproduit à sa demande. D'y voir ce qui devait être, par définition, invisible : la décomposition du mouvement ou la nudité d'un corps, voire, dans le pire des cas, un jeune enfant qui tombe de sa chaise.

## Ton et identification générique

Ce dernier exemple, tiré d'un probable *Vidéogag*, ne fera sans doute pas rire tout le monde et il nous faut donc tenir compte de ce plaisir plus segmentant socialement, auquel j'ai fait allusion tout à l'heure. Je propose de l'isoler, si l'on peut dire, grâce au « ton », au niveau, comme on parle d'un niveau de langue, qui, pour être subjectif et

discutable, n'en est pas moins efficient dans la classification implicite des genres par le téléspectateur. La typologie des genres audiovisuels attend sa roue de Virgile (32). Il n'est pas sûr que nous accepterions de ranger les effets à produire sur le public comme Cicéron : style « simple » pour expliquer, « moyen » pour plaire, « noble » pour émouvoir (33). Quoiqu'il en soit, plus le temps passe, plus il devient apparent que seules des différences de ton discriminent véritablement certains programmes : le journal télévisé de TF1 et de France 2 dont les dispositifs, la durée des sujets, la hiérarchie de l'information diffèrent moins que le style du présentateur. *Studio Gabriel* et *Nulle part ailleurs*, en access-prime-time, sont deux émissions « omnibus » centrées autour d'un invité dont la forme est bien proche, mais que le ton plus gentil de l'un et plus dérisoire de l'autre sépare (c'est de moins en moins vrai). Je n'insiste pas sur ces évidences. En revanche, il importerait d'inventorier, d'une part les types de tons propres à la télévision d'une époque, d'autre part quels rôles jouent ces tons dans le rapprochement transversal de programmes en apparence plutôt hétérogènes.

Si l'on consulte, par exemple, ce que disent les premiers magazines de télévision, on s'aperçoit que l'idée du classement des genres tient moins à leur contenu ou à leur forme qu'au sentiment qui s'en dégage : « ... le samedi soir, de la musique de chambre après une comédie, d'accord. Et quelque chose de gai après l'impression peu tonifiante laissée par *Notre Petite Ville*. Malheureusement, c'est le contraire qu'on a donné (...) *Sciences d'aujourd'hui* et le *Récital Isaac Stern* après *Du côté des grands maîtres*, c'est un peu trop de choses sérieuses pour la même soirée (34) ».

Au-delà de cette mise en paradigme intuitive des émissions (sérieux/gai) où d'aucuns verraient les effets de la structuration de la grille en fonction des missions de

(32) La « roue de Virgile » corrèle genres épique et lyrique et niveaux de style en prenant appui sur les œuvres du poète.

(33) COMBES, 1994, p. 44. SCHOLÉS (1986) explore les tons fictionnels, p. 81.

(34) Jean Parrot, *Mon Programme*, 6 novembre 1954.



la télévision, ces réactions témoignent de rapprochements transversaux qui unissent ou opposent des émissions de genres ou de formes diverses. Et il ne fait aucun doute, pour moi, que ce jugement sur le ton qui se dégage de la globalité d'un programme est aussi un critère d'identification générique. *Les Enfants de la télé* (sur France 2), qui entremêlent un plateau, avec des invités, aux extraits de la télévision du passé, et la *Fureur du vendredi soir* (TF1), qui met en scène un vaste karaoké où des chanteurs d'aujourd'hui interprètent des chansons d'hier, sont deux émissions qui ressortissent au monde ludique, mais leur dispositif comme leur forme sont distincts l'un de l'autre, tout autant que des *Années Twist* ou des *Années Tube*. A l'évidence, le sentiment d'une nostalgie exprimée à travers une communion festive fédère tous ces programmes par-delà leur diversité.

Aristote soulignait déjà que l'histoire d'Œdipe, qu'elle soit représentée sur scène ou racontée, restait tragique : « la frayeur et la pitié peuvent assurément naître du spectacle, mais elles peuvent naître aussi du système des faits lui-même » (35). On pourrait en dire autant du comique : que les sketches de Coluche soient représentés sur scène ou qu'ils prennent naissance, à l'intérieur d'un film, d'une situation qui ne tire sa nécessité que de cette attraction, ne change pas grand-chose à l'émotion spectatorielle. En termes d'effet, le ton (comique, ironique, impertinent, nostalgique, tendre, etc.) est sans doute plus déterminant dans le choix d'un programme que l'opposition entre film et spectacle qui perpétue celle, beaucoup plus ancienne, entre épopée et drame. De ce point de vue, l'étude de la grille de TF1 au cours d'une année suggère un certain nombre d'équivalences : un match de football le mercredi soir vaut pour un *reality show* animé par J. Pradel (36).

Qu'on me comprenne bien : je ne dis pas que le ton est la dimension prééminente du

genre. J'affirme seulement que, dans certains cas, et probablement à l'intérieur de périodes données, il joue comme une *dominante* dans l'inclusion ou l'exclusion des programmes dans une classe.

Résumons-nous : le genre, comme catégorie de réception est une promesse qui est spécifiée par le type de flux, par un mode énonciatif, par un ton, et, faudrait-il ajouter, par un dernier aspect que je laisse de côté, ses modes de discours (37). Faut-il hiérarchiser ces niveaux de pertinence et comment ? La première solution consisterait à faire le tableau croisant toutes ces dimensions. Je n'ai pas imaginé le nombre de cases qu'il devrait comporter, et dans quelle géométrie. Je sais seulement qu'il a sûrement sa place dans la Bibliothèque de Babel décrite par Borges.

Du point de vue de l'archivage, s'il importe de prendre tous les niveaux en compte, de décrire les programmes selon chacune de ces pertinences, ni l'unicité des critères ni leur hiérarchie ne sont requises. Au chercheur revient la tâche d'assigner la dominance à la dimension nécessaire à la constitution d'un genre : les émissions nostalgiques, la méta-télévision ou tout autre chose. Pour le spectateur immergé dans le flux, il en va autrement : à un moment donné, un genre est conçu comme une configuration stable de modes et de dispositifs articulant un thème avec un certain ton, tout cela formant un « assemblage » indissociable (comme on le dit d'un vin). La répétition et la sérialisation d'un prototype mixant ces dimensions finissent par constituer un genre, en sorte que l'émission omnibus, brandie comme l'absolu mélange, est elle-même un genre identifiable en tant que tel.

Qu'est-ce que le « concept » dont les professionnels nous rebattent les oreilles, et qui définit, pour eux, un programme ? Une forme idéale, abstraite, fondamentalement imitable et où, surtout, ne se reconnaît pas la trace d'un auteur. Ce que la loi classe

(35) *La Poétique*, p. 81.

(36) En 1994, *Témoin n° 1* était programmé le mercredi soir en prime-time, de même que certains matchs de football.

(37) Chaque programme fait plus ou moins de place à l'argumentatif, à l'explicatif, au descriptif ou au narratif, etc. Certains modes de discours sont constitutifs de tel genre (l'explicatif pour l'émission scientifique, par exemple), d'autres n'y sont qu'en tant que règles normatives : ainsi, le narratif, pour illustrer tel aspect de la vie sociale dans une émission politique.

comme « non-œuvre » est en fait assez proche de ce que Genette rangeait du côté des « œuvres à immanence plurielle », telles que *la Chanson de Roland*. Œuvre à plusieurs textes, à plusieurs versions, celle-ci forme un « architexte » qui, en opposition à l'œuvre unique identifiable comme une identité numérique, constitue une identité générique. « Une œuvre à immanence plurielle est, logiquement, un genre que l'usage, pour telle ou telle raison dont il est seul juge, a décidé de tenir pour une œuvre (38). » Ce que dit Genette de ces textes à tradition orale, on le dirait avec tout autant de pertinence, me semble-t-il, de ces non-œuvres proprement télévisuelles. Parce qu'elles tentent de sérialiser un « format », elles relèvent véritablement de ce régime allographique de l'œuvre pour lesquelles, selon Goodman, l'idée même de copie perd son sens. De même que l'ambition du producteur est de sérialiser un prototype où la multiplicité des auteurs qui ont travaillé à son élaboration est insoupçonnable (où ne se reconnaît aucune individualité), la vision de spectateur est guidée par ce qu'il a déjà vu et qui lui sert de référence. Le savoir téléphilique auquel je faisais allusion plus haut est peut-être celui de l'auditeur médiéval de *la Chanson de Roland* sur l'histoire qu'il raconte (39). Quant au dispositif, pour user de comparaisons plus modernes, on pourrait rapprocher le genre de ces styles qui, dans les traitements de texte, se définissent par modification du précédent. L'émergence du genre et sa conscience se font quand l'assemblage stable des dimensions génériques se trouvent modifiés. *Studio Gabriel* dérive de *Nulle part ailleurs* et 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. Autre exemple : lorsque Jean-Pierre Foucault reçoit Brigitte Bardot à l'occasion de la sortie de son livre, le fait que cette conversa-

tion est rythmée par le surgissement impromptu d'invités qui ont compté dans la vie de l'actrice renforce l'existence d'un type générique fondé sur *Sacrée Soirée*, auquel le titre de l'émission *Sacrée Brigitte* fait d'ailleurs référence, facilitant la sérialisation générique de la réception. Ce faisant, parce qu'il met sur la piste de la généalogie générique, le titre des programmes se voit doté d'une fonction nouvelle. Son action sur l'interprétation ne va plus, comme hier, du péritexte au texte lui-même, du générique au programme, dans une démarche somme toute centripète qui ramène le téléspectateur à l'immanence textuelle, mais du nom de l'émission à la série des programmes dont il assure la filiation. Aujourd'hui, le titre est moins une consigne sémantique qu'une structure syntaxique très typée qui assure la déclinaison d'un genre comme le nom de marque règne sur des sous-marques grâce à la permanence d'un radical (*Danone, Danette, etc.*). *La fureur du samedi soir* (France 2, 1996), *La fureur de l'été* (TF1 1996), *La Mini-fureur* (40) (TF1 1996), etc.

Le même mouvement transforme une série à succès en genre. Une sit'com' comme *Hélène* en hypotexte de la série adolescente, avec ses nombreux titres. Une série comme *Urgences* en prototype du genre de la série médicale, etc. Si, en ce point, l'interprétation est soumise au geste productorial des industries culturelles et à ce processus de la constitution toujours rétrospective du genre, l'historien des formes tente de reconstituer cette hiérarchie logique dont parle Genette, qui va par exemple « d'un individu (le texte du *Roland* d'Oxford) à une espèce (la *Chanson de Roland*) à un genre historique, la chanson de geste, à un genre théorique (Todorov) ou « analogique » (Schaeffer), l'épopée, à un genre plus vaste : poème ou récit, œuvre litt., œuvre d'art, artefact, objet du monde ou d'ailleurs (41) ». Plus l'onde

(38) GENETTE, 1994, p. 235.

(39) Sur les relations entre l'oralité et la télévision, cf. F. DUPONT, 1991.

(40) A remarquer que, en l'occurrence, l'inventeur de la marque la conserve, même si la chaîne qui l'emploie change.

(41) *Ibid.*

s'élargit pour inclure celle qui va naître, plus l'inclusion théorique devient hasardeuse. Peut-on penser les talk shows en dehors des formats qui les structurent ? Faut-il y inclure, par exemple, ces « émissions témoignages » qui pratiquaient « l'art délicat de la conversation préparée qui consiste non seulement à intervenir mais aussi à écouter ce que l'on sait déjà, *sans communiquer au spectateur* ses préoccupations de mise en ordre de l'émission (42) » ? La réponse est dans cet article, comme, chez Henry James, l'image dans le tapis.

Dans un musée de Bucarest, on peut voir une icône défigurée par un quadrillage fait à

l'aide d'un objet contondant : ses propriétaires, oublieux ou peu respectueux de son statut d'œuvre religieuse, en avaient fait un échiquier... Le pire que l'on peut faire subir aux programmes télévisés est, à l'inverse, de ne pas voir le quadrillage et de le traiter à égalité avec une icône accrochée au mur. Comment faire en sorte que la grille de la programmation soit isomorphe à la grille d'interprétation du téléspectateur ? Là réside, bien sûr, la question cruciale de la programmation. Aussi, plutôt que de s'entêter à chercher le genre dans les programmes eux-mêmes, on a préféré ici dire *ce que fait le genre*.

(42) RCTV 16/13/54. L'auteur oppose ces émissions à la télévision « spectaculaire ».

---

## RÉFÉRENCES

---

- ARISTOTE (1980). *La Poétique*, Seuil.
- BAZIN A. (1954a). « Au sixième étage. La télévision n'est ni du théâtre ni du cinéma », *Radio-Cinéma-Télévision*, 30 mai.
- (1954 b). « Pour contribuer à une érotologie de la télévision », *Cahiers du cinéma* n° 42, décembre.
- BOURDON J. (1988). « Propositions pour une sémiologie des genres audiovisuels », *Quaderni* n° 4, Printemps.
- CANUDO R. (1995). « Les entretiens inédits », tome X, n° LXI, 25 oct. 1911, repris dans *L'usine aux images*, Seguiet, Arte éditions.
- CASETTI F. (1990). *Tra me e te*, Rome, RAI-VPT, 1988, trad. fr. d'un chapitre dans *Réseaux* n° 44-45, nov.-déc.-janv.-fév.
- CHARAUDEAU et al. (1991). *La télévision. Les débats culturels. « Apostrophes »*, Didier-Érudition.
- COMBES D. (1992). *Les genres littéraires*, Hachette.
- DANTO A. (1989). *La transfiguration du banal*, trad. fr. Paris, Éd. du Seuil, coll. Poétique.
- DUCROT O. (1984). « Esquisse d'une théorie polyphonique de l'énonciation », *Le Dire et le dit*, Paris, Minuit.
- DUPONT F. (1991). *Homère et Dallas*, Hachette, Les essais du XX<sup>e</sup> siècle.
- ECO, U. (1994). Six promenades dans les bois du roman et d'ailleurs, Grasset.
- FOUCAULT (1969). M. *Bulletin de la société Française de Philosophie*, séance du 22 février.
- GENETTE G. (1994). *L'Œuvre de l'art*, Seuil.
- GOODMAN N. (1992). *Manières de faire des mondes*, Traduction française. Nîmes, Éd. J. Chambon.
- HAMBURGER K. (1986). *Logique des genres littéraires* (1957), trad. fr., Seuil.
- JOST F. (1995). « Le Feint du monde », *Réseaux* n° 72-73, juill., oct.
- (1996 a). « La TV fait sa classe » in *Les jeunes. Pratiques culturelles et engagement collectif*, Publication du Conseil général du Territoire de Belfort.
- (1996 b). « Propositions pour une typologie des documents audio-visuels », *Semiotica*, n° 112 1/2.
- JOST F., LEBLANC G. (1994). *La télévision française au jour le jour*, INA-Anthropos.
- LOCHARD G. et SOULAGES J.-C. (1994). « Les imaginaires de la parole télévisuelle », *Réseaux* n° 63, janv.-fév.
- METZ C. (1991). *L'énonciation impersonnelle ou le site du film*, Méridiens Klincksieck.
- NEL N. (1988). *A fleurets mouchetés, 25 ans de débats à la TV*, INA, La découverte.
- PASQUIER D. (1994). « Hélène et les garçons : une éducation sentimentale » ; *Esprit* n° 202, juin.
- SCHAEFFER J.-M. (1989). *Qu'est-ce qu'un genre littéraire ?* Seuil, coll. Poétique.
- SCHOLES R. (1986). « Les modes de la fiction », *Théorie des genres*, Seuil, coll. Points.
- SEARLE J. R. (1979). *Sens et expression*, Paris, trad. franç., Éd. de Minuit.
- SOUCHON M. (1990). « Un public ou des publics ? », *Communications* n° 51.
- THÉVENOT J. (1946). *L'âge de la télévision et l'avenir de la radio*, Les éditions ouvrières.