

GÉNÉRICITÉ, SÉQUENTIALITÉ, ESTHÉTIQUE TÉLÉVISUELLES

Noël NEL

Dans toutes les cultures, on a toujours postulé la surdétermination des œuvres artistiques par un certain nombre de caractéristiques communes regroupables sous le terme de genre. Le mode d'apparition de ce dernier a fait dire à un observateur comme Pierre Bourdieu : « Tout semble indiquer que, même chez les spécialistes, les critères de pertinence qui définissent les propriétés stylistiques des œuvres-témoins restent le plus souvent à l'état implicite et que les taxinomies esthétiques implicitement mises en œuvre pour distinguer, classer et ordonner les œuvres d'art, n'ont jamais la rigueur que tentent parfois de leur prêter les théories artistiques » (1).

Dans cette optique, il faut alors affirmer du même geste que le genre est un artefact : « ce terme de genre dénote un artefact, un objet construit par abstraction généralisante, à partir des objets empiriques que sont les textes, qui ne sont jamais que des représentants impurs de tel ou tel genre » (2). Les critères que l'on va alors mobiliser pour fonder l'identité générique ne peuvent être que relatifs. Et l'on comprend pourquoi certains théoriciens comme A.J. Greimas et J. Courtès ont

repoussé le genre comme taxinomie non scientifique.

On parle habituellement de genre lorsqu'on repère dans les textes et œuvres, au-delà des changements, un ensemble de stabilités, régularités, invariants qui peuvent relever d'une même conception de l'identité, et qui installent auprès du public récepteur ce que H.R. Jauss nomme un « horizon d'attente ». Évidemment, la relativité de ces constats exclut d'imaginer la présence évidente de systèmes de codification parfaitement clos ou de fonctionnements institutionnels autarciques. De plus, dans certaines conceptions de l'écriture ou de l'invention, chères déjà au cœur des artistes romantiques et privilégiées par Blanchot, Barthes ou Derrida, le genre se résumerait à l'orthodoxie qu'il impose et à la stérilité qu'il produit.

Avec la télévision, le problème se déplace singulièrement. D'un côté, l'absence – occasionnelle ou permanente – de visée esthétique dont la taxent certains analystes et l'évidence quotidiennement réaffirmée de la répétition sérielle conduiraient à trancher (un peu vite) le débat : le diagnostic de contagion générique serait pertinent. Mais, d'un autre côté, ce média qui attrape tout et qui diffuse tout, ce robinet à images, cette « image d'images » pourrait opérer un tel brassage des genres qu'il conviendrait de mieux analyser cette médiation particulière, où le syncrétisme et la multi-généricité brouillent les cartes.

Les typologèmes de la généricité télévisuelle

Si l'on se tourne un instant du côté des recherches entreprises dans les domaines de la littérature, de la linguistique – analyse du discours, actes de langage, pragmatique conversationnelle, ethnolinguis-

(1) BOURDIEU, 54.

(2) KERBRAT-ORECCHIONI, 1980. On trouve des considérations identiques chez T. Todorov, J.-M. Schaeffer, T. Pavel, ou J.-M. Adam.

tique (3) – et du cinéma (4), on y remarque un certain nombre d'acquis dont le transfert au secteur de la télévision pourrait sembler utile.

Il en ressort d'abord que les critères présentés dans les tentatives de rangements, typologies et taxinomies ne peuvent être exclusivement internes ou externes à l'objet. J.-M. Schaeffer (5) distinguait déjà deux types de classifications. Les classifications endogènes émanant des stratégies institutionnelles de production et des pratiques professionnelles visent la mise en place sociale et la légitimité ; émanant des compétences de récepteurs, elles garantissent à l'identité générique une marge de labilité. Plus abstraites et volontiers savantes, descriptives et normatives à la fois, les classifications exogènes fonctionnent comme instruments de symbolisation. La coexistence permanente des deux conduit à n'en mépriser ni à n'en privilégier aucune.

Qu'elle soit un texte littéraire, un film ou une émission de télévision, toute œuvre est une réalité sémiotique complexe et multidimensionnelle qui combine à différents niveaux les marques ou indices typiques, dont le plus ou moins grand degré de cohérence conduit à inférer l'existence d'une identité générique. L'ensemble de la littérature savante évoquée ci-dessus pousse à sélectionner un petit nombre de typologèmes de base, même si on est souvent bien en peine d'explicitier le concept qui cerne le typologème, le nombre exact de typologèmes mobilisés, la forme d'ordre induit entre eux (ordre linéaire, périodique, matriciel) et les spécificités aux limites de la typologie.

Pour la télévision, le paramètre de l'ancrage institutionnel est souvent prégnant. Sa présence exige toujours la mobilisation de dispositifs socio-symboliques (6) qui

agissent comme autant de contraintes programmées : fixation de places entre partenaires de la communication ; proposition de pactes ou contrats concernant le statut vériconditionnel des énoncés (fiction, non-fiction) et les régimes de croyance ; installation de rapports d'imitation ou de subversion entre chaînes, dans le cadre de lignes éditoriales concurrentes et d'une véritable tyrannie de l'audimat.

Au registre de la situation de production, la télévision mêle en permanence les émissions qui font référence à une contextualisation – émissions d'information et d'actualité, à base de discours et de reportages – et les émissions à repérage nettement plus fermé comme les fictions. Dans le premier cas, il en découle un travail spécifique des constructions référentielles portées par le langage, l'image et le son pour échafauder les « scénarios du réel ».

Le critère de l'intention de communication pousse à considérer les programmes et émissions, tout spécialement dans les cas de la non-fiction, comme des actes de langage portés par des intentions illocutoires et visant des buts perlocutoires : faire croire et adhérer dans les émissions militantes, faire rire dans les émissions comiques de jeux, variétés ou gags, faire pleurer dans certains reality shows, faire frémir dans certains reportages, provoquer l'excitation sexuelle dans les émissions « roses », etc. Pour leur part, les émissions de fiction interviennent comme des assertions sérieuses d'actions feintes, comme l'établit Genette (7) lorsqu'il définit la fiction. On voit alors que l'on retrouve les trois fonctions sociales traditionnelles de la télévision – informer, éduquer ou cultiver, divertir ou distraire – et, avec elles, les difficultés à établir un inventaire plus complet (8), à fonder avec rigueur la domi-

(3) Un bilan particulièrement clair en a été proposé par PETITJEAN, 1992, 349-366.

(4) On peut notamment mentionner : GOIMARD, 1980, 92-120. CinémAction n° 68, 1993. A ces synthèses, on ajoutera les travaux de LENNE sur le fantastique, de SIMON sur le comique, de LEUTRAT sur le western, de GOIMARD sur le mélodrame, etc.

(5) SCHAEFFER, 1989, 77.

(6) Dans mes deux ouvrages, 1990, j'ai proposé une définition de la notion de dispositif, notion qui me paraît la plus indiscutable pour la télévision.

(7) GENETTE, 1991.

(8) Ainsi, BOURDON, 1988, 19-36, y ajoute la fonction de persuasion.

nation d'une fonction sur les autres, à distinguer entre action directe et action indirecte, bref à déployer les intentions à l'oeuvre dans un seul macro-acte de discours. C'est pourquoi il peut paraître opportun de relayer les théories des actes de langage et des fonctions par une théorie de l'agir communicationnel (9) qui conviendrait à l'agir télévisuel.

Même si les analyses de l'énonciation télévisuelle en sont encore au stade de l'esquisse, on peut tirer d'études très solides un certain nombre d'indications utiles. Sur le plan énonciatif, les émissions de télévision conjuguent énonciation sérieuse, énonciation fictionnelle, énonciation ludique. Peu ou prou, tous les dispositifs sont subsumés par le régime de la présentation : « forme de relation à l'autre » ; « site pour des sujets » ; cas particulier de la logique d'actualisation et de dissipation ; production du direct comme « spectacle d'un être ensemble », à la fois dans le champ et dans le cadre ; libération d'instantanés émotifs spectaculaires (10) ; moyen d'incarner une énonciation déictique et une réflexivité très forte. La télévision semble sans cesse présenter par les discours de ses présentateurs et animateurs, se présenter, verser dans l'autopromotion ou l'autocélébration. Elle délivre trois types fondamentaux de discours – discours en situation (émissions de plateau ou de terrain), discours théoriques et narrations – ainsi qu'un certain nombre de types intermédiaires comme éditoriaux et allocutions, narrations historiques, journaux de voyages, récits de vie. Mais la plupart se trouvent rattachés aux discours en situation, et inscrits dans une chaîne énonciative, avec énonciateur principal, énonciateurs délégués, homo-énonciateurs (témoins), para-énonciateurs... La polyphonie énonciative règne.

Pour ce qui concerne l'organisation formelle, la théorie des structures séquentielles de base (11) de J.-M Adam peut,

mieux que les analyses de sémiotique textuelle ou les modèles très abstraits de la linguistique textuelle, nous servir à décrire l'organisation superstructurelle des émissions. Adam aborde l'hétérogénéité compositionnelle en termes hiérarchiques, à partir d'un nombre limité de séquences prototypiques : narrative, descriptive, argumentative, explicative et enfin dialogale. Pluriséquentielles, les émissions de télévision reposent bien sur une hiérarchie de séquences et un type encadrant, le tout dans des dispositifs portés par des intentions de communication. Mais, si l'on veut couvrir toute la gamme, il faut ajouter la séquence prescriptive, ludique ou sérieuse, et la séquence poétique.

Inévitable, et pourtant marqué par le plus grand flou terminologique, le thème doit aussi être examiné. Entité lexicale, propriété structurante, type de scénario, vision de monde, il est assurément une unité sémantique à extension variable. Des études thématiques, on retient d'abord la distinction entre genres factuels et genres fictionnels. Mais la télévision, qui est presque toujours en retard sur le surgissement de l'événement, opère vite la confusion des deux, dans certains genres mixtes comme le reality show ou le docudrama, par le moyen de procédures assimilables à la « feintise » (12) c'est-à-dire à un ensemble de stratégies de truquages qui n'affectent ni l'événement, ni sa mise en récit, mais sa mise en représentation, pour mimer un énoncé de réalité vécue qui a fui.

Les six typologèmes qui viennent d'être rapidement évoqués placent les deux grandes catégories de l'expression (organisation formelle) et du contenu (organisation thématique) dans une liaison pragmatique forte au contexte (ancrage institutionnel, situation de production, intentions de communication, actes énonciatifs). C'est pourquoi, à l'image de ce qu'avance Genette pour la littérature, on pourrait les réduire à trois : « les grands

(9) GOSSELIN, 17-18, 1995, 17-33.

(10) Tous ces aspects sont relevés par ESQUENAZI, 1996.

(11) ADAM, 1992.

(12) JOST, 1995, pp. 163-175.

paramètres concevables du système générique se ramènent à trois sortes de « constantes » : thématiques, modales et formelles » (13). Pris dans l'orientation vers la réduplication d'un genre existant ou vers sa transformation, ils posent le problème des modes d'articulation des trois composantes. La gageure serait d'essayer de mettre au point un spectre des genres, à la manière de Goethe, ou un organigramme en arbre, à la façon dont Goimard a tenté de cartographier les genres du cinéma, allant du plus général – l'opposition industrie/art – au plus particulier – le clivage bon/mauvais – selon un schéma d'inclusions hiérarchisées et univoques (14). Sans doute vaut-il mieux se tourner d'abord vers un système tabulaire à double entrée, et même vers cette « espèce de cube translucide » entrevue par Genette, où chaque genre serait finalement placé à l'intersection de plusieurs catégories. Car, une fois constatée l'hésitation des professionnels de télévision entre la notion de genre (définie par le contenu et le seul thème) et la notion de forme (assimilable au dispositif), on doit nécessairement se pencher sur la question de l'identité générique. Pour moi, le genre télévisuel apparaît finalement comme la stabilisation momentanée de dispositifs (forme simple) ou de métadispositifs (forme complexe du journal, du magazine ou de l'émission spéciale), au carrefour de trois paramètres s'imbriquant quasi nécessairement : les régimes scopiques surdéterminants (représentation, présentation, virtualisation) et les types d'images mobilisées (factuelles, fictionnelles, virtuelles) ; les catégories d'agir impliquées ; les séquences audiovisuelles sélectionnées ou combinées. De ces paramètres qui vont être successivement explorés, il ne peut résulter in fine qu'un nombre fort important de configurations génériques.

Régimes scopiques et mondes télévisuels

J'ai pu proposer (15) d'engager une critique de la raison iconographique qui étudierait l'hétérogénéité des pratiques iconologiques, la complexité du champ de la vision occidentale, l'histoire des paradigmes perceptifs propres à la peinture, à la photo, au cinéma, à la télévision et aux « nouvelles images ». Aux notions hégémoniques de sphères gouvernées par un média-roi (thèses de Debray ou de Virilio), il me paraît plus prudent de substituer l'idée de régimes scopiques passés et actuels. Il s'agit d'analyser la programmation des actes de perception – types de regards et modes de visibilité – des représentations mentales et dispositions passionnelles – types d'intelligibilité, modes d'affectivité et de croyances – visant à la construction d'un observateur comme « effet d'un système irréductiblement hétérogène de rapports discursifs, sociaux, technologiques et institutionnels » (16) (Crary, 1994 : 26). Cette construction opère dans des conditions épistémologiques et institutionnelles : champs de règles, dispositifs de vision, réseaux de communication.

Les régimes iconiques, qui concernent tout ce qui a précédé les « nouvelles images », privilégient la représentation, c'est-à-dire la « béance entre le modèle et son image » (17), le modèle étant une forme de « déjà là ». Les régimes idoliques (18) promus par les « nouvelles images » tentent, dans une partie au moins de leurs visualisations, de modéliser l'intelligible, donc d'inventer des modèles qui vaudraient pour un certain nombre de réalités abstraites. Dans l'état actuel de son développement, la télévision française mêle la totalité des régimes scopiques disponibles, les régimes iconiques et les régimes idoliques, soit les images du réel, de la fiction et du virtuel, dans le cadre de configura-

(13) GENETTE, 1986, p. 154.

(14) GOIMARD, 1980.

(15) NEL, 1996 a.

(16) CRARY, 1994, p. 26.

(17) *Id.*, p. 250.

(18) GUÉAU, 1986.

tions dominées par l'orientation phatique vers la présentation. De cette façon, tout téléspectateur a affaire à trois grandes orientations référentielles vers le réel, l'imaginaire et le virtuel, autant dire à trois mondes plus ou moins combinables. Ceux-ci sont inégalement porteurs de genres en puissance, puisque la virtualisation n'en est qu'à l'aube de son développement.

Le discours audiovisuel factuel est celui qui avance sur le pôle du réel ou de l'existant qui a déjà eu cours un certain nombre d'assertions, en obéissant au critère de vérité-fausseté. On le rencontre dans le documentaire cinématographique, le reportage télévisuel et tout magazine fondé sur eux. Le discours fictionnel, cinématographique et télévisuel, concerne le pôle du possible réglé par les besoins de cohérence et de consistance. Il échappe donc aux critères du premier. Reprenant certains propos de K. Propper, F. Jost a clairement établi (19) que l'analyse du discours télévisuel nécessitait à présent de dépasser l'opposition réalité-fiction, qui mobilise des catégories ne relevant pas du même paradigme, et d'inventer un outil conceptuel adéquat pour nommer les formes de fausseté de l'information télévisuelle. A Käte Hamburger, il emprunte alors la notion de « feintise » qui, appliquée à la télévision, sert à identifier un certain type d'effet de réalité : « L'effet de réalité que produit la feintise ne vient pas de la ressemblance avec le monde, mais de la conviction que ce discours est proféré par quelqu'un qui appartient à notre monde. » Le champ de la feintise recouvre alors toutes les stratégies et procédures qui tendent à simuler le vécu sur la base d'un lien existentiel avec ce qui est représenté. Il s'agit globalement d'un effet de témoignage par évocation d'un corps présent de filmeur (feintise profilmique), par production d'un témoin protagoniste ou spectateur de l'action (feintise narrative), par mise en forme documentaire sérieuse ou parodiante (feintise énonciative). Dans une sémiotique de la gradualité, la feintise

peut se rapprocher davantage de la fiction ou du factuel.

Ainsi, dans la feintise fictionnalisée, le documentaire ou reportage recourt à l'acteur professionnel et à la reconstitution. Ainsi, le factuel fictionnalisé reconstruit un réel qui n'a pas eu de témoin en substituant à l'objectivité du reportage qu'il feint la subjectivité de procédés fictionnels qu'il déploie.

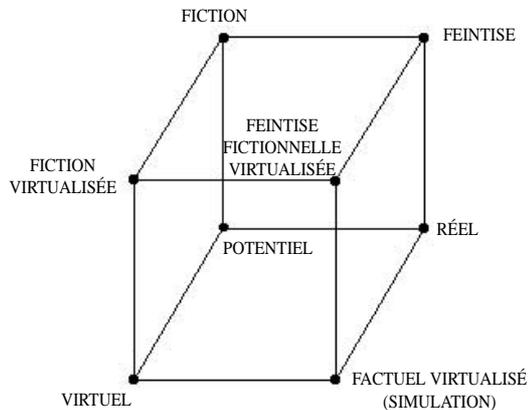
L'insertion du virtuel dans les programmes, à différents niveaux, oblige à présent à penser, autant que faire se peut, les combinaisons de plus en plus sophistiquées entre le factuel, le fictionnel et le virtuel, car elles pourraient être génératrices de genres nouveaux. Ni l'opposé du réel (car opposé à l'actuel), ni le synonyme du fictionnel, le virtuel est un mode d'existence latente, d'essence problématique et transitoire. C'est « un processus de transformation d'un mode d'être en un autre » (20). Toute cartographie devrait envisager alors un double mouvement : celui qui va du réel ou actuel au virtuel, soit la virtualisation en rapport avec la création de réalité ; celui qui va du fictionnel au virtuel, soit la virtualisation en rapport avec la fiction. Dans le premier cas, la virtualisation affecte les êtres, les signes et les choses du réel par une transformation du type de la « désubstantiation ». Celle-ci est un détachement ou décrochage de l'enracinement spatio-temporel – l'ici, le maintenant, le cela – sans qu'il y ait totale indépendance de tout espace-temps de référence, puisque l'opération reste attachée à des supports physiques et techniques. Le virtuel y est un « hors là », sans être une dématérialisation radicale ou une réincarnation patente. Il s'articule au réel pour créer l'événement. Dans le second cas, la virtualisation peut se distinguer du possible fictionnel, comme un « complexe problématique » ou un « nœud de tendances » (Deleuze), de forces et d'événements mutants peut se différencier d'un ensemble statique et constitué. Les critères de reconnaissance et de distinction sont alors ces vitesses nouvelles dans des

(19) JOST, 1995.

(20) LÉVY, 1996.

espaces-temps en métamorphose illimitée, avec déconstruction de toute identité, production d'altérité, passage de l'intériorité à l'extériorité et vice versa. Mais l'opposition fictionnel-virtuel n'est jamais tout à fait évidente.

Avant même d'être numérique et interactive, la télévision mêle donc les images du réel, du fictionnel et du virtuel. Un modèle à trois dimensions, inspiré du modèle AIP de D. Zeltzer (21), peut nous permettre de dresser une cartographie satisfaisante des phénomènes actuellement en émergence et de donner ainsi consistance aux vœux de Genette concernant le recours au cube.



A partir d'un hypothétique point d'origine, où cohabiteraient les différents modes d'être, on peut projeter les trois axes du réel, du fictionnel et du virtuel. Il s'agit bien de trois modes d'être différents, trois formes de visibilité perceptibles sur le petit écran. Le réel est donc le pôle de l'existant et du factuel, obéissant au critère de vérité/fausseté. Le fictionnel est le pôle du possible, réglé par les besoins de cohérence et de consistance. Le virtuel est un autre pôle du possible, un pré-réel problématique et mutant, une force de surgissement à forte dimension d'intelligibilité. La représentation sous forme de cube permet de repérer pour les nommer les formes hybrides inévitables :

– entre le factuel et le fictionnel : la « feintise »,

– entre le réel et le virtuel : le factuel virtualisé ou simulation,

– entre le fictionnel et le virtuel : la fiction virtualisée,

– entre la feintise et la fiction virtualisée : la feintise fictionnelle virtualisée.

Tout réel qui a fui (accident, catastrophe) ou qui est encore dans les limbes de l'inexpliqué (maladie, phénomène micro et macrocosmique) peut donner lieu à une modélisation dynamique qui teste des hypothèses. Il s'agit en ce cas de simulation. Ainsi, aux États-Unis, ces émissions de télévision qui donnent à voir des procès où l'on montre des reconstitutions d'accidents d'avion ou de catastrophes. Le modèle y est système d'explication axé sur le formalisme mathématique. Tout réel inaccessible qui subsiste peut de même ouvrir à un dispositif de reproduction analogico-numérique, la plus exacte possible. Ainsi, dans un reportage, telle reconstitution en images de synthèse de la grotte Cosquer, désormais interdite. Le modèle y apparaît comme simulation et double parfait.

Le cinéma nous offre depuis près de quinze ans des décors en images de synthèse (*Tron*, 1982), la simulation de l'eau (*Abyss*, 1989), la torsion complète de la tête de Meryl Streep (*La mort vous va si bien*, 1992), le retour des dinosaures (*Jurassic Park*, 1993), le clonage de R. Bohringer (*Vingt mille lieues sous les mers*, 1995) ou le jeu vidéo de grande envergure (*Mortal Kombat*, 1995). De cette fiction virtualisée, la télévision commence à explorer les possibilités. Un jeu interactif comme *Hugo délire*, toute occurrence du magazine *L'Œil du cyclone* consacrée à Imagina, toute *Nuit Cyber* de Canal +, en présentent des exemples, de dimension variable, sans qu'on puisse pourtant affirmer que les anciennes expériences d'art vidéo, proposées par J.-C. Averty ou par l'INA auraient enfin trouvé une postérité.

(21) ZELTZER, 1992. Je remercie P. Morelli de me l'avoir signalé et d'avoir commencé avant moi ce type d'investigation, dont je me distingue cependant sur plusieurs points de terminologie.

Avec *Forrest gump*, le cinéma nous offre un merveilleux moment de feintise fictionnelle virtualisée, une reconstitution où, grâce à un truquage, un acteur de fiction serre la main du président Kennedy. On pourrait imaginer des astuces du même ordre dans un reality show, par exemple.

Il peut donc sembler dès à présent nécessaire de bien repérer les émissions ou séquences d'émissions télévisées qui illustrent les régimes scopiques et les grands types d'images qu'ils proposent, de façon exclusive ou dans des combinaisons hybrides, selon des récurrences plus ou moins fortes qui pourraient instituer des genres.

Complexité de l'agir télévisuel

On a souvent remarqué que la télévision est particulièrement apte à ingérer les caractéristiques formelles, thématiques et génériques de médias qui l'ont précédée : la presse écrite (le feuilleton, le journal) ; la radio (le direct, le bulletin, la présentation, la conversation, la sérialité) ; le cinéma (le téléfilm, le documentaire, le sérial). De même, elle est friande de retransmissions de spectacles vivants : cirque, music-hall, sport, théâtre. Cette boulimie a entraîné une hétérogénéité très forte des émissions et des missions, ce qui ne doit pas décourager de chercher la cohérence possible de l'agir télévisuel et les logiques qu'il développe.

Traditionnellement, on répète à l'envi la trilogie endogène des fonctions, ce qui conduit à présent à simplifier abusivement la réalité. Ainsi, la paléo-télévision ne se serait souciée que d'éduquer et de cultiver, la néo-télévision ne chercherait qu'à divertir. Ou alors, on affirme le mélange inextricable des fonctions dans la plupart des émissions. Pour finir, on remplace les fonctions par des effets.

Par l'expression habermasienne de « l'agir communicationnel », je cherche à poser les bases d'une théorie de l'action

sociale sous sa forme communicationnelle, très exactement médiatique, et très précisément télévisuelle. Dans le champ médiatique, qu'il faudrait envisager au moins du triple point de vue philosophique, sociologique et historique, se déploient des formes sociales de communication initiées par la télévision. Il s'agit de pratiques institutionnelles, stratégiques ou non, passant par des actions complexes, au cœur d'un réseau hétérogène d'espaces publics (espaces médiatiques : presse écrite, radio, télévision, et espaces non obligatoirement médiatiques) et au sein de logiques souples de production visant l'industrialisation culturelle (disques, presse, livres, jeux informatiques, programmes télévisuels).

C'est dans ce contexte qu'il faut risquer une cartographie de l'agir télévisuel, en s'inspirant, par exemple, du schéma proposé par A. Gosselin au sujet de la communication politique (22), car il a le mérite d'aborder de manière synthétique le concept de l'agir. Pour Gosselin, les territoires de la communication, au sens spatial et sectoriel, sont « relatifs aux facteurs organisationnels, structurels, contextuels et événementiels qui définissent les frontières des contraintes et des opportunités ». « Constituées par l'ensemble des dispositifs, des formules, des cadres, des règles et des stratégies qui définissent les situations d'interaction », les arènes sont alors les émissions. Croisant l'axe des phases du procès – de la production à la réception – avec l'axe des niveaux d'activités – des territoires aux arènes – il isole six types d'agir qui combinent les recherches de Max Weber (agir téléologique, axiologique, affectuel, par habitus), de Goffman (agir dramaturgique) et d'Habermas (agir communicationnel). Seul, l'agir communicationnel intégrerait tous les attributs : moyens, fins, valeurs, conséquences, auto-représentation, intercompréhension.

En adaptant quelque peu la typologie de Gosselin, on pourrait voir dans l'agir télévisuel la stratégie globale d'articulation ou la résultante de plusieurs formes d'agir,

(22) GOSSELIN, 1995.

que le contexte contemporain a placées dans des perspectives économiques et commerciales inévitables. Ces surdéterminations poussent à respecter les contraintes de la culture de flot : accord entre le temps imaginaire inhérent à la programmation et

le temps concret des habitudes de vie des citoyens ; accord entre la visée d'industrialisation de la production d'émissions et la demande de plus en plus forte des téléspectateurs ; considération attentive des scores d'audience et des impératifs dictés

DISPOSITIFS ou RÉGIMES d'AGIR	PRÉSENTATION	PRÉSENTATION + REPRÉSENTATION	REPRÉSENTATION		
			Factuelle	Fictionnelle	Virtuelle
Agir téléologique communicationnel	Conversator, débat Talk-show Réalité Mémorisation	Journal télévisé Magazines d'information et de culture	Documentaire Reportage Récit historique Récit de voyage Chronique	Docudrama	Simulation Réalité augmentée
Agir axiologique	Émission politique Allocutions, conférences Téléachat	Émission pédagogique	Télécharité Téléthon Élection, Élection	Épou publicitaire	
Agir affectuel	Talk-show Jeux télévisés	Magazines de variété Vidéo clip Real Reality Show	Documentaire Image-chose	Parodie phile	Jeux vidéo
Agir dématérialisé spectaculaire	Jeux interactifs Réalité virtuelle et jeux d'énigmes	Émission pédagogique sur la téléformation	Réalité virtuelle de spectacles virtuels	Téléfilm Dramatique Éclair, Autistici Fiction Vidéoclip Film Publicité	Images de synthèse

par la visée de concurrence.

Pour un média comme la télévision, agir téléologique et agir communicationnel vont de pair, puisque la finalité suprême de cette « machine à communiquer » est de produire des émissions. L'agir communicationnel téléologique opère par stratégies explicites, pactes et contrats déclarés pour honorer des missions officielles consignées depuis les origines du média dans des cahiers des charges : informer, cultiver et distraire. La télévision française a d'abord construit sa logique des territoires sur cet agir téléologique et ses arènes sur les émissions en découlant. L'ancienne télévision publique fonctionnait sur une construction durable de grille, une programmation à base de rendez-vous canoniques, une continuité de ligne éditoriale, une relation communicative aisément porteuse de genres, bref un positionnement de chaîne marqué, trente années durant (1950-1980), par l'habitus. Le passage à un système mixte de concurrence a imposé

l'exacerbation des identités et la rupture relative avec la coutume. A partir des années 1980, le triomphe d'un système mixte, public et privé, a donc produit des arènes nouvelles, des finalités différentes (un certain militantisme institutionnel) ou des pratiques plus nettement affichées (spectacularisation généralisée).

L'agir axiologique, cette promotion de valeurs et de normes, ce respect de la bonne tenue morale, politique, culturelle et éthique qui s'inscrivaient hier prioritairement dans la mission éducative (émissions pédagogiques et culturelles) la communication politique (émissions politiques, allocutions et conférences), la publicité institutionnelle s'exprime aussi à présent dans des actions institutionnellement militantes, sur le plan médical (*Téléthon*, *Sidaction*), humanitaire (*Restos du cœur*) ou commercial (*Téléachat*). Les spots publicitaires semblent, par ailleurs, avoir laissé supplanter leur finalité d'information par des visions de monde aux confins de la

fiction.

L'agir affectuel, qui s'épanouissait hier dans la propagande, les variétés et les jeux, triomphe aujourd'hui dans les pactes d'hospitalité, de convivialité et d'authenticité, que la « télévision de l'intimité » a déployés (reality show, talk show), ou les contrats de vérité que l'information fait privilégier (documents d'amateurs, images-choc). Par ailleurs, la recherche de sensations inédites ou interdites a libéré les émissions « roses » ou pornographiques tout comme les jeux vidéo à forte composante séductrice.

Si l'agir dramaturgique et spectaculaire a toujours mobilisé les émissions de variétés et de divertissements, les grands directs et l'ensemble des mondes fictionnels (téléfilm, dramatique, série, feuilleton, film), l'accès du média à une forme de légitimité culturelle a propulsé un grand nombre d'émissions réflexives d'autocélébration, où la télévision se met au miroir et sort ses archives. En ce sens, l'agir dramaturgique a pris une fonction mnémonique. De plus, la dimension communicationnelle et la visée spectaculaire ont généralisé, dans les émissions de présentation du type de la conversation, des jeux et des variétés modernes, l'omniprésence d'un public de plateau. Le recours fréquent aux images de synthèse a généré des effets spéciaux dans la publicité et les vidéoclips, prolongeant de belle manière les expériences poétiques d'art vidéo d'un J.-C. Averty.

Au total, s'il est sûr que l'on peut tenter d'énumérer les émissions ou moments d'émissions qui répondent à chaque forme d'agir, il n'est pas évident cependant qu'à chaque fois, on puisse trouver les preuves de la constitution de genres. Car il reste à examiner un dernier paramètre, celui de la séquence.

De la séquentialité télévisuelle

En ce qui concerne son organisation,

toute émission est composée de séquences, et le dispositif stratégique qui les relie place lesdites séquences dans la perspective de l'agir dominant. La séquence télévisuelle dont il s'agit ici peut se définir comme le traitement audiovisuel d'un nombre limité de grands actes de discours – actes de parole et actes de configuration audiovisuelle – dans les régimes exclusifs ou combinés de la présentation, représentation et virtualisation.

Travaillant sur une période de près de trente ans, il m'est arrivé de montrer que « au total, les émissions littéraires de la télévision reposent sur un nombre limité de modules capables d'entrer dans une combinatoire très ouverte pour constituer une arborescence spécifique » (23). Ainsi, une émission littéraire peut être constituée d'un seul module, une séquence monologique, du type allocution ou intervention (*Lectures pour tous, Trois minutes pour faire lire, Un livre, un jour*). Elle peut devenir dialogale (*Lectures pour tous, émissions spéciales d'Apostrophes* où Pivot questionne un seul invité célèbre). Dans ce cas, nous sommes dans l'entretien et l'interview. Elle se fait polylogale lorsque le plateau d'invités débouche sur la conversation (*Bouillon de culture*). Elle peut encore enchâsser un reportage (représentation documentaristante), un extrait de film (représentation fictionnalisante), une lecture de texte ou une chanson (présentation poétique). Seuls, le mode de présentation, l'unité thématique de la conversation et la relative fermeture référentielle l'empêcheront de se rapprocher de la structure du journal télévisé ou du magazine.

On peut donc penser que toute émission télévisée repose sur la séquentialité, unique ou multiple, et qu'un nombre finalement restreint de séquences est apte à générer, par hiérarchisation (intégration, enchâssement), par répétition (reformulation et modalisation) ou par transformation (expansion, condensation), un grand nombre d'émissions résultantes.

(23) NEL, 1996 b, p. 172-180.

En s'inspirant du travail de J.-M. Adam sur les textes écrits, il faut mentionner d'abord la séquence narrative, aux constituants organisés selon la logique quinaire (24) : situation initiale ; transformation par complication, actions et résolution ; situation finale, accompagnée parfois de sa morale. La télévision propose sans nul doute des récits fictionnels, de type cinématographique et télévisuel, et des récits factuels (reportages) proches parfois du descriptif (récit de bataille, récit de voyage, chronique). C'est dire que la séquence narrative peut insérer les autres types de séquences, tout en représentant la dominante séquentielle. Mais il convient d'éviter de tomber dans le « tout narratif », et dans la réduction de toute émission, voire du discours télévisuel entier, à un « récit médiatique » permanent.

La séquence descriptive actualise les opérations d'ancrage, aspectualisation, mise en relation, enchaînement par sous-thématisation. Elle est à l'œuvre, par exemple, dans l'émission de cuisine avec sa description-recette, l'émission de nature, avec sa description-promenade, le portrait. Elle est aussi bien description d'actions, de procédures, d'instructions. La monstration en direct « absolu » de grands événements lui correspond assez bien.

La séquence argumentative, qui vise à agir sur les opinions, attitudes, comportements, qui conjugue quasi inévitablement présentation langagière et représentation audiovisuelle, repose sur un schéma de base qui met en relation explicite ou implicite les données avec une conclusion. Elle fleurit dans les allocutions télévisées et toutes les formes dialogales de la communication politique, tout magazine à visée scientifique ou didactique explicite.

La séquence explicative n'est pas assimilable à tout discours informatif-expositif qui cherche à apporter un savoir et où expositif signifie à la fois descriptif et explicatif. Elle intervient lorsqu'une réponse est apportée à une question posée,

notamment dans les émissions médicales et scientifiques, les émissions d'information avec production de témoins et envoyés spéciaux sur place.

La séquence dialogale nous conduit du monologue (allocution, conférence) au polylogue (conversation, entretien, débat, talk show).

On peut être tenté d'ajouter à cet ensemble la séquence prescriptive (jeux) et un autre type de mise en séquence non réglé par la structuration hiérarchique de propositions, mais par un processus de composition fondé sur le principe d'équivalence : la séquence poétique. On la rencontre dans l'art vidéo de J.-C. Averty et dans maintes scènes à base d'images de synthèse. Le poétique est alors un mode de planification qui se superpose aux autres séquentialités.

Toutes les séquences évoquées apparaissent dans les domaines de la présentation, de la représentation factuelle, fictionnelle et de la simulation virtuelle. Une émission sera ou une séquence unique, ou la répétition d'une même séquence (magazine), ou le mélange de plusieurs séquences reposant sur une structure compositionnelle encadrante.

D'un maniérisme de la sérialité

Culture de flot, pression du flux, ritualisation forte calquée sur les modes de vie des téléspectateurs, soumission parfois tyrannique à l'audimat constituent autant de contraintes qui pèsent surtout, en dernier ressort, sur la créativité. Si la généralité, si complexe et si relative qu'elle soit, exige la présence constante d'invariants placés à des niveaux très différents, l'impératif de création parfois quotidienne, à visée esthétique ou non, ne peut que conduire à explorer les stratégies de variation. Il en résulte ainsi un jeu incessant de transgression relative ou absolue des frontières (habitudes, normes, codes, conven-

(24) Soit : situation initiale (1), complication (2), actions (3), résolution (4), dénouement (5).

tions). Ainsi, naît un jour « l'infotainment », un mélange de catégories d'agir, téléologique (informer) et dramaturgique (distraire). Docudrama et reality show s'inventent sur le mélange d'images factuelles et fictionnelles, avec focalisation sur le premier pôle, dans un cadre de présentation (reality show) ou focalisation sur le second pôle, dans un cadre de représentation (docudrama). Telle interview du président Chirac (12-12-96) mêlera les modalités de la représentation documentaristante (montages d'archives exprimant le point de vue de chaque journaliste questionneur) à une émission de présentation qui repose sur des séquences dialogales ou trilogales.

Par ailleurs, comme le disait Malraux pour le cinéma, la télévision est une industrie culturelle. Le cinéma a affronté lui aussi cette logique de la spécialisation, de la segmentation des publics, au point de créer, à côté du cinéma d'auteur, un cinéma de genre, dans les secteurs du film policier, du western, du film de terreur, de la comédie musicale. On a pu parler, dans certains cas, de film de série B, de « petite forme » (Deleuze), de maniérisme cinématographique qui contaminerait les genres classiques par des pratiques de métalangage déconstructiviste. Quand Godard met à nu les rouages du film policier ou quand Antonioni déconstruit le mélodrame, on s'accorde à penser qu'ils dévoilent des dis-

positifs parfois complexes, explorent des formes motrices et des conventions puissantes, testent la résistance des archétypes pour les revitaliser. Or, la télévision accomplit dans presque toutes ses émissions ce travail d'exploration des codes. Elle joue avec la labilité des dispositifs et leur capacité d'évolution. De ce point de vue, le maniérisme télévisuel est une pratique permanente de métalangage, dont la face sérieuse s'affiche notamment dans les émissions réflexives à base d'archives, et la face satirique surtout dans les émissions-séquences du style des *Guignols de l'info* ou du *Zérorama*.

A-t-on assez souligné qu'aujourd'hui, comme au temps de la Nouvelle Vague, mais selon d'autres visées, la télévision sert de laboratoire esthétique au cinéma ? En effet, la sérialité est devenue le principe fondateur d'un certain cinéma de genre, où l'esthétique de l'accumulation, de la saturation, de l'épuisement éprouve les limites de la déclinaison sérielle et de la capacité générique. Travail que les images du virtuel ne font que reprendre, dans les processus de la fractalité. Les genres alimentent donc le grand laboratoire de la créativité. Mais leur usure et la nécessité de leur renouvellement s'expérimentent sans doute plus vite et à plus grande échelle dans cette usine de la déclinaison sérielle qu'est la télévision.

RÉFÉRENCES

ADAM J.-M. (1992). *Les textes : types et prototypes*, Nathan, Universités.

BOURDON J. (1988). « Propositions pour une sémiologie des genres audiovisuels », in *Les mises en scène télévisuelles*, quaderni 4.

BOURDIEU P. (1979). *La distinction, critique sociale du Jugement*, Paris, Minuit.

Cinéaction (1993) n° 68 : Panorama des genres au cinéma, Corlet, Télérama.

ESQUENAZI J.-P. *Le pouvoir d'un média* : TF1 et son discours, L'Harmattan.

GENETTE G. (1986). « Introduction à l'architexte ». *Théories des genres*, Le Seuil.

(1991) *Fiction et diction*, Le Seuil.

GOIMARD J. (1980). « Splendeurs et misères de la classification », in J. AUMONT et J.-L. LEUTRAT, *Théorie du film*, Éditions Albatros.

GOSSELIN A. (1995). « La communication politique. Cartographie d'un champ de recherche et d'activités », *Hermès*, n° 17/18.

JOST F. (1995). « Le feint du monde », *Réseaux* n° 72/73.

KERBRAT-ORECHIONI (1980). *L'énonciation. De la subjectivité dans le langage*, Armand Colin.

LENNE G. (1985). *Le cinéma fantastique et ses mythologies*, Henri Veyrier.

LEUTRAT J.-L. (1995). *Le western*, Gallimard.

LEVY P. (1996). *Qu'est-ce que le virtuel ?* Éditions de la Découverte.

NEL N. (1988). *À fleurets mouchetés*, INA, La Documentation Française.

(1990). *Le débat télévisé*, A. Colin.

(1996 a). « Les régimes scopiques », 1 et 2, *Champs visuels*, 1 et 2, mars et juin.

(1996 b). « Écrans et dispositifs de la littérature à la télévision », *CinémAction*, n° 79, mars.

PETITJEAN A. (1992). « Contribution sémiotique à la notion de genre textuel », in *Mélanges offerts à J. David*, Méridiens-Klincksieck.

SIMON J.-P. (1979). *Le filmique et le comique*, Albatros.

ZELZER D. (1992). « Autonomy, interaction and presence », *Présence*, vol. 1, Unit-Press.

DISPOSITIFS et REGIMES AGIR	PRESENTATION	PRESENTATION + REPRESENTATION	REPRESENTATION		
			Factuelle	Fictionnelle	Virtuelle
Agir télédogique communicationnel	Conversation, débat Talk-show Récit Narration	Journal télévisé Magazine d'information et de culture	Documentaire Reportage Récit historique Récit de voyage Chronique	Docudrama	Simulation Réalité augmentée
Agir axologique	Emission politique Allocution, conférence Téléachat	Emission pédagogique	Téléchanté Téléton Sidation, Sidaction	Spot publicitaire	
Agir affectuel	Talk-show Jeux classiques	Magazine de variétés Vidéo gags Reality Show	Document d'amateur Image-choc	Pomographie	Jeux vidéo
Agir dramaturgique spectaculaire	Jeux modernes Re transmissions en direct d'événements	Emission pédagogique sur la télévision	Retransmission de spectacles vivants	Téléfilm Dramatique Série, Art vidéo Feuilleton Vidéo clip Films Publicité	Images de synthèse