

LE PROGRAMME GLOBAL

Gisèle BERTRAND
Chantal de GOURNAY
Pierre-Alain MERCIER

LE propos de cet article sera d'analyser, à partir des pratiques de zapping (changements fréquents d'une chaîne à l'autre en cours de programme), la logique concrète de la réception des programmes télévisés. Le statut exploratoire de la recherche était lié au souci de tester une démarche méthodologique qui n'avait pas encore été expérimentée. Après une phase préliminaire d'interviews «classiques», nous avons enregistré, avec des magnétoscopes asservis à la télécommande, des programmes tels qu'ils ont été effectivement reçus et «modulés» par des zappeurs. Puis nous avons interrogé ces zappeurs en les confrontant à ces bandes vidéo enregistrées, les mettant ainsi en position de découvrir, d'expliquer et de commenter le résultat de leur propre pratique. Les données recueillies se composent de 11 interviews (dont 5 autonomes, non associées au commentaire des bandes vidéo) et de 6 enregistrements vidéo. Ces trois types de données, relevant de deux corpus bien distincts (des discours et des programmes), peuvent être appréhendés séparément, comparative-

ment ou bien conjointement. Malgré la limitation volontaire du terrain, les données recueillies ont pu nourrir des analyses suffisamment riches qu'il ne peut être question de développer ici. Elles ont fait l'objet d'un rapport disponible au CNET (*). Nous tenterons simplement de repérer les principaux questionnements auxquels ce travail apporte des commencements de réponse.

Si l'on appréhende le zapping dans sa «réalité» statistique, on aboutit très vite à en épuiser l'intérêt. En considérant le zapping comme l'ensemble des «décrochages» de programmes de l'ensemble des téléspectateurs, on obtient une mesure du phénomène peu significative en raison de sa dilution. Le poids des pratiques peu intenses de la grande majorité et des zappeurs occasionnels vient masquer l'expression des pratiques des zappeurs véritables.

Les chiffres de Médiamétrie indiquent une moyenne de 15 à 20 changements de chaîne par jour en France, ce qui n'a aucune commune mesure avec le «score» d'un de nos zappeurs enquêtés, lequel se situe autour de 240 changements en deux heures d'écoute. L'instabilité de l'écoute, telle qu'elle peut être repérée par les instruments de mesure dont on dispose actuellement, se concentre sur des plages horaires qui correspondent à des «carrefours» et que chacun de nous peut intuitivement repérer à partir de l'observation de sa propre pratique. Les journaux télévisés, balayages éventuels en fin d'émission, recherche à l'aide de la télécommande d'un programme précis dont on a oublié sur quelle chaîne il est diffusé, et bien sûr, ce qui inquiète mais ne surprend personne, décrochages au cours des écrans publicitaires. Il n'y a pas là matière à réflexion.

Aussi faut-il déplacer le point de vue et ne plus considérer la globalité artificielle

(*) "Fragments d'un récit cathodique. Une approche empirique du zapping", collection CNET/Réseaux, novembre 1988.

d'une pratique associée à un public lui-même perçu comme global

C'est le *zapping du zappeur* qui sera ici analysé, en tant que pratique singulière, irréductible aux diagnostics statistiques fournis par des instruments de mesure dont la fiabilité est contestée, puisqu'ils ne rendent pas compte d'un comportement individuel mais d'un agrégat de réactions imputables aux divers membres du ménage qui constitue à l'heure actuelle la seule unité de réception «mesurable»

Sans doute les caractéristiques de réception du zappeur sont-elles actuellement minoritaires dans l'ensemble des téléspectateurs, et peut-être ne sont-elles pas également distribuées dans les diverses strates socio-démographiques. Mais elles semblent à ce point liées aux formes actuelles d'une certaine culture médiatique (culture *des* médias, et non culture *par les* médias) que l'analyse des comportements qui leur sont liés en demeure légitime. Ces comportements seraient sinon prédictifs (de ce que sera, d'ici à quelques années, le mode «normal» de consommation de programmes télévisés), du moins symptomatiques (de l'instauration de nouveaux modèles de production, de gestion et de consommation de l'information, d'autres symptômes pouvant être repérés tant dans le domaine de la production de marchandises culturelles - disques, livres - que dans celui des pratiques de communication téléphonique, par exemple)

En partant du point de vue du récepteur (le téléspectateur zappeur), on peut rendre compte des occurrences spécifiques de l'usage de la télécommande. Mais c'est en définitive la partie la moins intéressante du travail du chercheur car elle se heurte à des considérations «normatives» :

- Un usage est presque toujours «instrumental», c'est-à-dire assujéti à des critè-

res d'efficacité, même lorsqu'il est en apparence associé à des conduites subjectives, parce que se pose inévitablement le problème de son adéquation avec les attentes - conscientes ou pas, explicites ou pas - du téléspectateur. Même lorsque le chercheur essaie d'éviter la question normative du «bon» ou du «mauvais» usage de la télécommande, elle sera de toute façon réintroduite par le récepteur lui-même, qui se jugera bon ou mauvais zappeur au terme d'une soirée en fonction des gratifications qu'il en aura retirées, s'estimant déçu ou satisfait, manipulé ou manipulateur, selon une hiérarchisation qu'il aura lui-même établie ;

- une autre variante de la démarche normative consiste à se demander lequel, parmi les modes d'usage spécifiques qu'on a repérés, a le plus de probabilité de se constituer en usage dominant dans le futur (à défaut de cette interrogation prospective, les observations du chercheur passeraient pour être «platement empiriques»)

Il semble donc illusoire de prétendre que le chercheur se trouve à l'abri d'une vision normative de la pratique dès lors qu'il adopte le point de vue de récepteur. Une manière de tenir à distance cette tentation normative, c'est de ne pas coller à la description exhaustive des modalités de l'acte de zapper, dont l'interprétation reste de toute façon tributaire du discours plus ou moins construit (et donc plus ou moins normatif) de l'usager.

Dans cette optique, la description des occurrences du zapping n'est qu'un moyen pour arriver à définir le type de *relation* que le récepteur entretient avec le média. Autrement dit, le «comment» du zapping se transforme au terme de l'analyse en un «*pourquoi regarde-t-on la télévision ?*», par le jeu d'un passage incessant entre la pratique du zappeur

(telle qu'elle est objectivée par la méthode de prélèvement opérée par le chercheur) et son discours sur sa pratique.

De la relation au média et de l'identité de la télévision

L'observation des actes de réception nous a permis de caractériser un nouveau type de relation à la télévision. Mais cette relation n'est que le cadre à l'intérieur duquel les actes de réception s'organisent selon un ordre de circonstance (aléatoire) qui échappe à toute tentative de théorisation, au stade actuel de la recherche. Autrement dit, le «cadre» (la relation) constitue la seule structure à peu près stable, à l'intérieur de laquelle les actes de réception sont constamment retraités, voire renégociés.

L'analyse du zapping a permis de dégager un nouveau type de relation à la télévision qui assigne à cette dernière une autre identité. Cette transformation de l'identité de la télévision est d'autant plus imperceptible que le média n'a pas subi d'innovation majeure. De même que les messageries - usage marginal parmi les multiples fonctions du minitel dans sa phrase de démarrage - ont contribué de manière prépondérante à l'identité de la télématique, le zapping pourrait être porteur d'une nouvelle identité de la télévision, dans un contexte où l'offre de programmes est en train de se chercher.

Une telle hypothèse, si elle se confirmait, est d'autant plus intéressante qu'elle va à l'encontre du discours dominant de la prospective des années 80, lequel annonçait une tendance à l'indifférenciation des médias ou leur homologation progressive en une sorte de mégaréseau polyvalent. On pouvait dès lors imaginer une production de programmes destinés à circuler indifféremment sur le câble, la télévision ou dans les

salles de cinéma. Or s'il s'avérait que la relation au programme est en quelque sorte parasitée par la relation spécifique au média, cela obligerait à une spécification des contenus en fonction du moyen de diffusion.

Cela signifie que la consommation d'un programme reste conditionnée par la représentation que le spectateur se fait du média, et qu'un même produit n'est pas reçu de la même façon selon qu'il passe à la télé, au cinéma ou en vidéocassette. Notre approche du zapping s'est principalement heurtée à cette question des représentations du média et de leur mutation récente depuis l'élargissement de l'offre audiovisuelle. Cette représentation que le récepteur se fait de l'émetteur (comment il construit l'identité de la télévision) tend à devenir globale, voire totale, c'est-à-dire qu'elle nie toute possibilité de différenciation entre les chaînes (l'image de la chaîne) et entre les produits (la syntaxe particulière de telle œuvre ou de tel énoncé étant impitoyablement absorbée, dissoute dans le «langage télé» qui mêle indéfiniment le discours *de* la télé et le discours *sur* la télé).

En vertu de cette perception globale de la télé, la relation du téléspectateur à la télévision participe moins de la métaphore du «branchement» que de celle du bain ou de l'immersion. La posture du téléspectateur n'est plus une posture de l'interface (comme c'est le cas pour la télématique, le téléphone ou le réseau commuté en général) : il est enveloppé par l'univers de la télévision, il est toujours dedans, même lorsque son poste est éteint, car dans son journal quotidien, à la cafétéria de son travail ou sur la station de radio qu'il écoute dans sa voiture, c'est encore de la télévision qu'on parle. Dans ces conditions, il serait plus juste de parler d'une «posture foetale» et, s'il y a bien un branchement,

c'est à l'image du cordon ombilical qu'il fait penser, renvoyant à l'idée d'un canal universel par lequel tout transite. Alors même que le zapping procède d'une démultiplication des canaux survenue du côté de l'offre, la télévision ne fait sens pour le zappeur que dans la mesure où elle est *une*, engloutissant dans un mouvement de fusion/confusion programmes et canaux. La discontinuité opérée par le zapping, l'univers de sens fragmentaire ou partiel dans lequel se meut le zappeur, ne sont «recevables» que dans la mesure où le récepteur dispose de la possibilité de référer les bribes de programme à une unité mythique attribuée au média, investi en quelque sorte d'un *programme global*. Dans cette mesure, le zapping procède d'une démarche ludique assimilable à l'esprit du puzzle : le joueur n'accepte de se soumettre à la douloureuse parce que frustrante expérience d'une représentation partielle que s'il bénéficie de la certitude qu'il existe bien un cadre de référence lui permettant de ressaisir la totalité au stade ultime du jeu. La télévision est ainsi créditée de la capacité de faire sens au-delà du non-sens apparent de chaque programme pris individuellement, et ce sens n'est autre que la *communication* perçue comme une valeur intrinsèque de la société moderne. A cet égard, les Américains se sont montrés plus sensibles que nous à la structure métonymique du zapping (absorbé dans un mouvement perpétuel entre le tout et la partie) puisqu'ils ont trouvé un quatrième terme pour désigner cette pratique (après zapping, zipping et flipping) : c'est le «*grazing*», qui signifie tout à la fois «brouter», «effleurer» et «écorcher». En renvoyant à la symbolique de la terre, le terme «brouter» traduit bien la figure maternelle (englobante) de la télévision par quel-

que bout qu'il la dévore et malgré la frénésie ou le désordre de sa voracité, le zappeur n'en épuise jamais le sens et se perd dans l'immensité du «paysage» audiovisuel, dont il ne cesse pourtant de dénoncer la vacuité. Le terme «effleurer» reflète bien le refus du zappeur d'entrer dans le récit, par peur de la fascination et de l'implication ou, surtout, de la thèse de la manipulation qui leur est associée (selon une vieille expression, il faut s'interdire d'avoir «la tête dans le poste», signe de l'abêtissement des masses). Enfin le terme «écorcher» traduit la mutilation infligée aux programmes.

Le regard que le zappeur porte sur les programmes ne se prête plus aux schémas d'analyse habituellement appliqués à l'étude du «public». Pour le zappeur, la question de savoir si c'est un bon ou un mauvais programme ne se pose pas, puisque tous les programmes sont placés sous le signe de l'équivalence. Le programme est à ses yeux «indifférent». Il n'y a plus de hiérarchie et, par conséquent, prendre le zappeur pour un téléspectateur «sélectif» est un contresens : il ne sélectionne ni ne choisit. Il n'y a plus de critères pour établir la «qualité» d'un programme. Il reste que la seule qualité qu'il attend d'un «programme sans qualités» c'est d'être *télégénique*.

Est *télégénique* tout produit qui est en accord ou en adéquation avec ce que le spectateur croit être l'essence de la télévision, laquelle se définit précisément par le fait d'échapper à tout jugement de valeur, voire à toute appréciation d'ordre esthétique. La télé, ce n'est pas fait pour être beau ni pour parler vrai ; ce n'est même pas fait pour le plaisir si ce n'est un plaisir masochiste. Est *télégénique* tout produit qui contribue à consolider la sphère d'influence de la télévision, c'est-à-dire tout ce qui ren-

force la croyance en un empire de la télévision et fait la démonstration de sa puissance

En somme, le regard du zappeur correspond à une vision tyrannique. Il regarde la télévision non pas parce qu'il l'aime mais parce qu'il croit voir à travers elle la puissance de la communication en action dans une société dite de communication. Il ne peut pas ne pas la regarder parce qu'elle existe puissamment et fait exister tout ce qu'elle médiatise. Il court donc le risque de ne pas exister en se mettant hors de son influence. Il s'intéresse à ce qui, à la télé, constitue un fait de société et à ce qui, à partir de la télé, fait société (*)

Le programme et son double

Concurrence

Il y a quelques années, la multiplication des voies et des canaux d'information et de communication, liée à la révolution des «nouvelles technologies de l'information», a pu faire croire à une nécessaire évolution du modèle des mass-media vers celui des «self-media». Ce fut en particulier le cas en ce qui concerne la vidéo et la télévision : la possibilité d'accroître les canaux de diffusion des programmes, le développement des

«vidéogrammes» et les potentialités des nouveaux réseaux (câbles - en particulier fibre optique -, satellite) semblaient devoir se traduire par une plus grande spécification des programmes et des publics, donc par une plus grande adéquation entre eux ; par une «sérialisation», pour reprendre un terme utilisé à l'époque par Dominique Wolton.

Derrière cette perspective se lisait souvent celle d'une mutation progressive mais irrésistible des moyens de diffusion de services et de programmes consommables en réels médias de «communication» - soit par le simple fait d'une plus grande proximité (d'intérêt, de culture, de sensibilité) entre émetteur et récepteur (le message chuchoté à l'oreille remplaçant l'annonce du crieur public) ; soit, bien évidemment, par l'ouverture d'une voie de retour rendant le système interactif.

La mise à plat des «menus» offerts aux zappeurs que nous avons rencontrés, durant le prime-time de journées ordinaires d'une semaine ordinaire de septembre 1987, ne permet pas vraiment de déceler cette plus grande «communication», voire cette connivence entre émetteur et récepteur dans le contenu des programmes. Par exemple, pour la soirée du mardi 8 septembre :

TF1	A2	FR3	C+	LA 5	M6
Banzaï (Film français)	Papy fait de la résistance (Film français)	La nuit de l'iguane (Film américain)	Le retour de Jedi (Film américain)	Pour une poignée de dollars (Film américain)	Le retour de Don camillo (Film français)

Autre exemple, pris dans la même semaine, le jeudi 10 :

TF1	A2	FR3	C+	LA 5	M6
Columbo (Série amér.)	La femme flic (Film français)	Qui a tué Helen Bowen (Téléfilm américain)	?	Maigret (Série française)	La statue en or massif (Film américain)

(*) Concernant la dernière proposition, voir D. Boullier, La conversation télé, LARES (Comment la conversation sur la télé génère de la relation)

Donc, un ensemble de programmes «grand public», «tous publics», c'est-à-dire sans public spécifique, programmes s'adressant à tous en général, donc à aucun en particulier. Non seulement les soirées sont découpées pratiquement selon les mêmes grilles d'une chaîne à l'autre (structurées par les J T, les écrans publicitaires diffusés aux mêmes heures), mais encore elles offrent très souvent le même type de «menu» au cours de la même soirée (ainsi, par exemple, les programmes de fiction (films, téléfilms, séries) sont-ils souvent diffusés sur toutes les chaînes les mêmes soirs; on a même parfois l'impression que sont mis en concurrence les mêmes types de films (comiques, par exemple)

Pour un public - celui que nous avons rencontré, dont la seule spécificité est sans doute, précisément, de se sentir spécifique -, difficile de choisir entre ces programmes. Certains pourraient objecter, dans l'exemple que nous présentons ci-dessus, que *La Nuit de l'iguane*, film de John Huston avec Richard Burton et Ava Gardner, ne peut a priori être comparable à *Banzai*, de Claude Zidi, starring Coluche. Ce serait négliger le fait qu'il ne s'agit pas du film de Huston, mais de son ectoplasme télévisé, doublé, réduit dans une diagonale de 42 ou de 55 cm, que, par ailleurs, certains auront déjà vu la version originale (c'est-à-dire non seulement dans ces dialogues, mais aussi dans son format, et projetée), ou auraient pu la voir, ou encore envisagent de la voir, qu'enfin le croisement de l'œuvre de Huston par le support «télévision» peut paraître tout à fait incongru, alors qu'en revanche le Zidi, par son absence même de légitimité culturelle est un produit tout à fait adapté à la diffusion cathodique. (Dans le même ordre d'idée, certains de nos interviewés précisent-ils ne pas du

tout apprécier la musique classique à la télévision)

Bref, face à ce type de menu, dont les programmes apparaissent comme réellement concurrents (ici, des programmes de fiction, dont tous semblent à peu près visibles pour diverses raisons, mais dont aucun n'est réellement regardable), pour beaucoup la décision est quasi impossible. A cette indécidabilité inhérente au programme s'ajoute, de plus, une quasi-impossibilité, pour le récepteur, de se l'approprier, c'est-à-dire de construire une relation spécifique, sinon en termes de communication, du moins en termes de consommation, avec l'un ou l'autre de ces programmes.

Equivalence, indécidabilité, inappropriabilité des programmes concurrents dont la «cible» ne peut faire l'objet que d'une définition quantitative (le «grand public»), donc aussi peu «adressés» que ces prospectus écrits par un ordinateur et glissés dans la boîte aux lettres qui vous apprennent avec les mêmes formules «personnalisées» que vous avez peut-être gagné une automobile, un radio-réveil ou 500 000 F.

Face à cette situation difficile, le zapping fournit une triple réponse :

- Il déculpabilise d'abord le récepteur qui remplace la «lecture» de programmes a priori peu valorisants, peu «culturellement légitimes» (ne serait-ce que du fait même du support de leur diffusion la télé) par un simple «feuilleter» qui ne peut plus nourrir aucun soupçon d'aliénation, de naïveté ou de déchéance,

- ensuite, il ne force pas à choisir, et constitue la réponse naturelle du récepteur à des programmes qui s'adressent tous à lui en général, mais aucun à lui en particulier : le récepteur les regardera donc tous en général, mais n'en regardera aucun en particulier. En d'autres termes, il regardera tous les programmes à

la fois, mais n'en regardera *réellement* aucun ,
- enfin, si chacun des programmes paraît inappropriable par le récepteur, ce dernier ne pouvant établir avec lui une relation de proximité ou de connivence, ne serait-ce que parce qu'il perçoit trop clairement que le programme - par son contenu, mais aussi sa programmation même dans la soirée, son mode de présentation et de diffusion - s'adresse à tout le monde en général, le récepteur trouvera dans sa propre façon de consommer ce programme (par bribes, de façon désinvolte, compétente, ou bien compulsive, frénétique, boulimique) le moyen de le rendre à la fois propre (approprié) à la consommation (en l'occurrence, adapté à son humeur, à son désir, à son indifférence), et propre (appartenant) à lui-même dans la mesure où personne n'aura «consommé» exactement le même programme que lui

Co-occurrence

Avec la télécommande (et son usage répété il apparaît ici que le zapping est indéniablement un phénomène qui se nourrit de lui-même), cette concurrence des programmes tend à se muer en une réelle co-occurrence

C'est-à-dire que non seulement les programmes s'adressent au même moment au même (non) public, mais encore qu'ils se «déroulent» tous simultanément, qu'ils se partagent le même espace. Bien évidemment, la télécommande n'a pas objectivement changé la position des programmes les uns par rapport aux autres. Ce qui a changé, c'est la représentation que certains des téléspectateurs ont de la relation des programmes entre eux. Grâce à la possibilité (c'est-à-dire en fait à la conscience incessante de la possibilité) de convoquer d'un geste, immédiatement, à l'écran n'importe

lequel des programmes concurrents, lesdits programmes, même lorsqu'ils sont *momentanément* occultés par le programme affiché, se voient doués d'une «présence», d'une disponibilité nouvelles. Ils ne disparaissent pas, à la suite d'un choix ferme et définitif, dans la poubelle des offres refusées et des occasions perdues. En quelque sorte, même *momentanément* absents de l'écran, ils ronronnent en sourdine. Par le même phénomène, la présence et la permanence du programme affiché sont affectées d'une fragilité toute particulière. Ils sont atteints de relativité ; et leur éventuel rejet devient une décision d'autant plus légère qu'il ne s'agira plus de les quitter, mais simplement de s'en absenter un moment, et qu'on pourra toujours «les rattraper» un peu plus loin. A cet égard, le geste du doigt sur la télécommande semble davantage relever du mouvement d'un spectateur qui détourne la tête que de l'expression d'une volonté d'anéantir ou de mutiler le programme : le récepteur a nettement conscience que son zapping n'interrompt pas le débit du programme.

Cette fragilisation apparente de la relation entre le récepteur et le «programme affiché» (celui qu'il semble être en train de «suivre»), liée à sa conscience de la co-occurrence des autres programmes, renforce la pratique du zapping et semble déstabiliser le «contrat d'énonciation» (M. de Certeau), ou, du moins, le «contrat de communication» (F. Casetti) qui liait jusqu'alors le récepteur au programme. Si le contrat existe encore, les termes en sont changés.

- Pour ce qui est de sa durée : il est renégociable à chaque seconde ;

- pour ce qui est de son niveau il ne lie plus le récepteur à tel ou tel programme (tel ou tel récit) spécifique, mais à l'*ensemble* des programmes.

Ce changement du niveau où s'établit la

relation du récepteur au programme (du programme affiché à l'ensemble des programmes disponibles) tend à transformer l'appréhension par le téléspectateur-zappeur du programme «affiché», voire, par contagion, celle qu'il a de l'écran même :

- Le programme affiché est appréhendé moins dans ce qu'il montre que dans ce qu'il masque il empêche l'accès à tous les autres programmes ,

- et l'écran fait écran à la majorité des programmes

A la faveur de cette inversion de la première fonction perçue du programme affiché, le zapping apparaît guidé par une *logique de dévoilement* au moins autant, si ce n'est plus, que par une logique de fuite ou d'occultation. Chaque «décrochage» rend visible, révèle, met au jour (voire met au monde) une information latente qui demandait à apparaître , et, bien évidemment, une fois «affichée» cette information vient occulter, dans le même moment, non seulement celle dont elle prend la place, mais encore toutes les autres

Cette volonté de mettre au jour de façon incessante tout ce que, nécessairement, masque l'écran est perceptible dans la façon dont les zappeurs commentent leur propre pratique : ils «surveillent», ils «balayent», ils «vont voir», ils «guettent», et, surtout, ils «ne veulent pas louper» , trahissant à la fois l'utopie du scoop (en termes non d'information stricto sensu mais, plus largement, d'*événements*, ou de spectacle) qu'il ne faut pas chercher dans tel ou tel programme spécifique, mais dans l'*ensemble* des programmes disponibles, dans les replis de ce métaprogramme, et la volonté d'«optimiser» la consommation de télévision, en ne retenant que les «crêtes» - mais toutes les crêtes - des différents programmes

Dans cette logique, la pratique des zap-

peurs peut être comparée à une sorte de danse des sept voiles (imposée au métaprogramme), à cela près que c'est une danse sans fin, la nudité du métaprogramme restant par définition inaccessible.

Cohérence

La fragilisation de la relation du récepteur-zappeur au programme spécifique (telle ou telle émission, voire la «programmation» proposée par telle ou telle chaîne) n'implique donc pas, bien au contraire, une fragilisation de sa relation à l'ensemble des programmes, ni à «la télévision» en général. En d'autres termes, les zappeurs sont d'abord des consommateurs de programmes (et, souvent, d'assez gros consommateurs) ; et s'ils ne pouvaient zapper, sans doute certains d'entre eux éteindraient-ils beaucoup plus souvent leur poste.

Mais cette relation solide que permet de maintenir, voire qu'accentue le zapping, s'établit désormais au niveau d'un ensemble que nous appelons «métaprogramme» ou «programme global» (et non «programme disponible», selon une terminologie plus usuelle, dans la mesure où il ne s'agit pas ici d'un menu qui ne serait proposé qu'une fois, au moment du choix, mais d'un programme toujours présent - même s'il est caché -, et à tout moment - même si jamais dans sa totalité - accessible) Par rapport à ce métaprogramme, chacun des programmes spécifiques (les seuls qui peuvent être concrètement affichés) n'est qu'une variante, ou bien un élément, une facette

C'est à partir de ce métaprogramme que le zappeur construira le sien propre ; c'est à son niveau qu'il rétablira son discours critique (les discours que nous avons recueillis portaient le plus souvent soit sur les grands genres transver-

saux de programmes, soit sur la télévision en général, et rarement - ce, malgré notre approche concrètement liée à des fragments spécifiques de programmes spécifiques - sur le «récit» propre de telle ou telle émission particulière, ou sur les différentes «chaînes» - , et c'est lui qui constituera le réel récit dont il est à l'écoute

Cette relation au programme global, permise par le «recul» du regard du téléspectateur «moderne» et «compétent», se traduit à la fois par la difficulté de choisir entre les multiples variantes d'un même programme, et par une volonté d'accès qui ne peut être satisfaite ou du moins momentanément apaisée que par une rotation rapide des différentes facettes du programme - une sorte de regard panoptique qui seul serait susceptible de rendre compte de la globalité de l'objet regardé. La succession rapide d'images pratiquement fixes (clichés) à l'écran grâce à la télécommande, suggère l'illusion proprement cinématographique du mouvement, mais il s'agirait moins de créer artificiellement l'idée de l'écoulement du temps que celle du saisissement synoptique d'un espace (une image simple de ces deux logiques liées mais distinctes pourrait être celle d'un dé dont un dispositif optique ou mécanique permettrait de discerner en même temps - ou quasi en même temps - les six faces, donnant soit l'illusion du mouvement le déroule, soit celle d'un regard soudain doué d'ubiquité, enfin capable de saisir la globalité du dé, c'est-à-dire sa réelle nudité)

Cette quête mythique de la globalité perdue se nourrit d'un désir à la fois de mélange et d'exhaustivité (le regard distancié du récepteur mettant au jour, au-delà des fragments particuliers, le dessin global de la mosaïque), elle sous-tend par ailleurs la recherche de corres-

pondances (d'un programme à l'autre : «regardez, nous dit l'une, il y a ici un film avec Brando, et là, *précisément*, ce téléfilm minable où ce jeune apprenti acteur répète une scène d'*Un tramway nommé Désir*), et la suscitation de redondance certes, de plus en plus, notre télévision radote (une «télé de stock», comme on dit plus poliment), mais pour peu qu'on se mette à zapper, ce n'est plus du radotage mais la maladie d'Alzheimer !

Ces correspondances et ces redondances confortent l'indécidabilité du programme; le zappeur les traque et parfois s'en irrite, mais en même temps elles le rassurent, elles calment son angoisse de «louper», de ne pouvoir réellement, quelle que soit sa dextérité, embrasser du même regard la totalité des programmes puisque «c'est bien partout la même chose», que derrière l'apparent foisonnement des programmes gît une secrète mais accessible cohérence

Plus même que la cohérence le programme global abrite le *sens* c'est à ce seul niveau qu'aux yeux de ce «téléspectateur averti» qu'est le zappeur peuvent être appréhendés tant le sens du récit que celui de sa «consommation» : sens global, voire sociologique ou ethnologique (la télé reflet de l'état des médias, donc, à travers lui, de l'état du monde) A l'instar d'un nombre croissant de critiques et de chroniques de télévision, il n'est pas plus question de consommer que de rendre compte de telle ou telle émission spécifique mais, globalement, d'une soirée entière (de sa densité, de son ambiance, de sa qualité globale) Le programme particulier, qu'on «suivait» fidèlement (et qui nous «aliénait») apparaît désormais comme la trompeuse *anecdote* qui nous interdit précisément d'accéder au sens. Le zappeur a appris à «dépasser l'anecdote», à restituer le récit à sa place véritable. On ne le manipulera

pas c'est lui qui manipule Le programme spécifique n'est qu'un leurre pour détourner son attention du vrai théâtre des événements le programme global

Puisque la nouvelle compétence du téléspectateur moderne (que concrétisent son «regard distancié» autant que sa dextérité instrumentale) ne peut se voir validée par le choix d'un programme (ils sont tous «grand public» et indifférenciables), elle s'exprimera donc par cette relation privilégiée à un métaprogramme

Peut-être, dans certains cas, cette recherche de cohérence globale du métaprogramme traduit-elle également la nostalgie d'un temps où il n'y avait effectivement qu'un programme, où la télé était une, tout à la fois programme, système et téléviseur maintenant tout éclaté, et le zappeur serait alors essentiellement occupé par la noble tâche de ressouder le programme

Enfin, la position du zappeur par rapport au programme mais aussi son profil et son origine (s'il s'avère que le zappeur est issu de ces gens qui «ont un problème» avec la télévision et que sans télécommande il ne pourrait sans doute pas, actuellement, regarder la télé *telle qu'elle est*) font apparaître le développement de sa pratique comme la traduction d'une triomphante médiatisation du réel Il y a quelques années, certains reprochaient à la télévision (nouvel opium, moyen d'aliénation des masses) de détourner notre attention de la vraie vie, de la réalité du monde, ce qui signifiait qu'un réel était concevable ailleurs que dans le poste, le zappeur abandonne ce postulat excessif pour lui, le réel est bien dans le poste, mais on ne peut l'atteindre qu'au niveau du métaprogramme; il ne devient accessible que par ce jeu de mixage, de mise en relation, en opposition, en superposition, en cor-

respondance qu'opère le zapping Ces fragments isolés que sont les programmes spécifiques ne sont que leurre pour midinettes Alors que son grand frère fermait le poste et regardait par la fenêtre, le zappeur, lui, fait naître le sens à l'aide de sa télécommande

Hors de la télé point de zapping...

Cette volonté de maîtriser, de gérer et de rendre un sens à une surabondance d'informations que nous ne sommes plus actuellement capables de consommer, de hiérarchiser, bref de recevoir, ne s'exprime sans doute pas uniquement dans le zapping des programmes télévisés

Apparente boulimie, mélange, surconsommation, indécidabilité, non-hiérarchisation, semblent accompagner de façon plus générale la multiplication des possibilités d'accès aux différents réseaux d'information (ainsi que les progrès des moyens de stockage). Ainsi pourrait-on, par exemple, rapprocher - en matière de (sur) consommation différée - les pratiques liées au répondeur téléphonique de certains usages du magnétoscope consommation différée d'information «de flux»; on ne rate plus une émission (enfin, on ne rate plus la *possibilité* de la regarder), comme on ne rate plus un appel téléphonique, alors qu'auparavant

Dans le même ordre d'idée, il est difficile de ne pas rapprocher le zapping que permet - et suscite - la télécommande de celui que, de plus en plus, pratiquent les utilisateurs des modernes systèmes de téléphone qui les préviennent pendant qu'ils sont en ligne que quelqu'un d'autre essaie de les appeler et leur permettent même de gérer plusieurs conversations à la fois, en imposant à chaque correspondant des segments d'attente comparables aux ellipses et éclipses que le zappeur fait subir au pro-

gramme là aussi le perfectionnement technique, rendant présent l'idée d'une communication incessante et globale, tend à venir à bout des échanges particuliers

Malgré cette analogie qu'on peut établir entre le mode de gestion des programmes télévisés que constitue le zapping et certains comportements liés à la communication téléphonique (la possibilité technique, associée au téléphone professionnel, d'être informé des appels en attente grâce à un signal sonore ou visuel, et surtout l'injonction psychologique d'y répondre même lorsqu'on est occupé, à l'instar du zappeur qui ne peut résister à l'«appel» des autres programmes disponibles), le phénomène du zapping nous semble indissociable de la télévision, contrairement à l'usage courant du terme zapper pour désigner des attitudes postmodernes caractérisées par le papillonnage. Selon les tenants de la thèse postmoderne, toute activité de réception, quel qu'en soit le média (et même l'absence de média, s'agissant de la réception des signes en général) pouvait relever du zapping dès lors qu'elle donnait lieu à une juxtaposition ou à un collage d'éléments hétéroclites prélevés sur des sources multiples. Nous adopterons ici un cheminement inverse, consistant à montrer en quoi le zapping est spécifiquement télévisuel.

Tout d'abord, le zapping est favorisé par deux conditions associées à l'offre télévisuelle : la *circULARITÉ* et la *réversibilité*. Qu'est-ce-à-dire ? Pour le comprendre, il faut faire un détour par des tentatives d'interprétation de ce qu'est le zapping qui ont été véhiculées par les médias eux-mêmes et qui constituent un contresens par rapport à la véritable signification du phénomène. Parmi les représentations erronées du zapping, il en est une qui provient d'un créateur célèbre : il s'agit du clip publicitaire réalisé par

Fellini pour une boisson (Campari ou Martini ?). La scène se passe dans un train, la passagère zappe sur les paysages qui défilent par la fenêtre, passant des pyramides égyptiennes aux lieux touristiques les plus éloignés, jusqu'au moment final où s'affiche la bouteille destinée à l'apéritif. Le contresens qu'on peut repérer dans cette représentation du zapping réside dans la linéarité spatio-temporelle associée au train : chaque lieu n'est représenté qu'une seule fois, il n'y a pas de retour possible sur le paysage précédent. Alors que pour le téléspectateur, le retour sur le programme initial est une condition essentielle du zapping. Le défilement des chaînes n'est pas «infini» et s'organise en boucle (circularité).

Les décrochages du zappeur n'ont jamais ce caractère définitif ou irrémédiable qu'on ressent dans la vie lorsqu'on «rate le coche». Il s'absente momentanément d'un récit mais dispose d'une connaissance assez large des conventions narratives et des procédés d'écriture filmique pour combler les «creux» engendrés par les décrochages, un peu comme au jeu du pendu ou des mots croisés. Il peut donc «remonter le temps» du récit (réversibilité).

Ces deux conditions (circularité et réversibilité) font défaut à la programmation radiophonique. Chaque séquence musicale est trop courte pour qu'on puisse la «rattraper» après s'être absenté de la fréquence. D'autre part, rares sont les radios équipées de la fonction de mémorisation des fréquences propre au boîtier de la télécommande, ce qui rend la sélection plus hasardeuse et le retour plus long et problématique. Ces facteurs invalident la comparabilité entre le zapping et l'errance sur la bande FM.

Enfin, dans l'ordre des idées reçues, on pense à tort que le zapping correspond à une écoute peu «prenante» un peu

comparable à l'écoute distraite ou «flottante» qu'on associe à la radio, appréhendée comme «fond sonore» conciliable avec d'autres activités parallèles. Or le zapping se situe aux antipodes d'une écoute distraite. L'attention du zappeur est très soutenue et son énergie est mobilisée par une série de micro-décisions afférentes à l'abandon répété du programme en cours. Le «nomadisme» sur les ondes est par définition plus inconfortable que la position statique et

n'est guère propice à la somnolence qui guette le téléspectateur. La réception «réactive» sinon active du zappeur paraît difficilement conciliable avec une activité parallèle, fût-elle manuelle. Le zapping exige la concentration et le véritable «sérieux» qui caractérisent l'ordre ludique, ces facultés d'attention font du zappeur le téléspectateur dont rêvent les publicitaires qui, pourtant, le redoutent car il est bien présent quand le «poste» est allumé.