

## LA TELEVISION INTERROGEE PAR LES JEUX TELEVISES DU MIROIR AU PRISME

Laurence Leveueur

La métaphore du miroir est au cœur de nombreuses analyses cinématographiques. Jean-Philippe Trias, dans une définition liminaire d'un numéro de la revue *Cinergon* consacré au « spéculaire », inventorie la terminologie dérivée de ce concept central :

(...) “ spéculaire ” peut qualifier toutes les formules par lesquelles le cinéma se regarde et dédouble ses images : réflexivité, métafilm, intertextualité, citation, migration, emploi, reprise, allusion, auto-fiction... ou remakes, split-screen, reflets, dédoublements, flash-back, regard caméra, faux raccords, inversions, fondus enchaînés... peuvent être spéculaires dès qu'ils usent du miroir comme métaphore, dispositif ou objet concret. (Trias, 2010, p. 5)

La multiplication des termes est ici révélatrice de la confusion verbale qui entoure l'emploi de cette notion. Et lorsque l'on passe du grand au petit écran, force est de constater que l'usage scientifique du mot a lui aussi donné lieu à des acceptions relativement diverses. Mais lorsque l'on se penche sur le versant ludique de ces phénomènes, et en particulier sur son déploiement dans les jeux télévisés, la notion de réflexivité pose problème. Le décryptage de ces programmes qui renvoient, citent ou réemploient les images de la télévision, conduit le chercheur à réinterroger la métaphore du miroir, et peut-être à la rejeter au profit d'une autre image à portée heuristique, plus conforme à l'analyse que l'on souhaiterait mener ici...

### La télévision spéculaire

François Jost distingue trois types de programmes souvent confondus et regroupés sous l'appellation de « métatélévision » : les programmes d'autopromotion, les programmes qui analysent d'autres programmes et enfin ceux qui « opacifient » leurs médiations verbales ou visuelles (Jost, 1999, p.33), facilitant, chez le téléspectateur, la conscience de cette médiation.

Ces feintises énonciatives sont depuis longtemps exploitées, y compris dans les premiers jeux télévisés. Ces jeux du « second degré » mettent à distance les images télévisuelles, parfois même sur le ton de l'humour, comme lorsque l'émission *Lectures pour tous* est parodiée dans le cadre de l'émission de jeux *Télé-Match*, diffusée le 16 octobre 1958 : Pierre Desgraupes accepte d'y interroger très sérieusement un faux Hippocrate, afin d'illustrer un questionnaire sur le thème de la médecine. L'émission imite alors l'un des traits propres de la réalisation de ce programme littéraire : le gros plan. L'œil de la caméra vient donc filmer en gros plan, voire en très gros plan, les pieds du journaliste et de son invité. Le téléspectateur peut ainsi s'amuser de cette référence explicite.

Nombreux sont ceux qui qualifient de réflexifs les programmes qui s'appuient sur une promesse de transparence du média et proposent aux téléspectateurs de réfléchir sur et avec les images de télévision. Ces émissions, que Pierre Beylot fait appartenir à la catégorie des « discours réflexifs explicites » (Beylot, 2000, p.13), ont pour vocation affichée de « (...) parler des programmes télévisés, de dévoiler les coulisses du petit écran, d'en évoquer les vedettes, d'en analyser le discours, ou encore d'en pratiquer une relecture parodique. » (Beylot, 2000, p. 13)

Mais la réflexivité télévisuelle ne se borne pas aux émissions dont la vocation affichée est un retour sur soi. Comme le souligne Virginie Spies dans un ouvrage consacré à la question, il existe des « (...) lieux à l'intérieur desquels la télévision se prend pour objet, mais de façon non systématique. » (Spies, 2004, p.149) Ces programmes mettent l'accent sur la médiation audiovisuelle, renseignent aussi le téléspectateur sur « (...) la position spectatorielle à adopter pour le programme à venir » (Spies, 2004, p.168), ou encore assurent l'autopromotion de la chaîne de diffusion. Bien souvent *spectaculaires*, ils mettent en avant le pouvoir du média.

Dans ces premières théories, qu'elles concernent une réflexivité généralisée, implicite ou explicite, un point commun transparait : l'importance du rôle et de l'attitude spectatoriels dans tout phénomène de réflexivité, comme le soulignait déjà François Récanati (Voir Récanati, 1979, p.33). Le caractère réflexif d'une émission télévisuelle, surtout s'il s'agit d'une réflexivité implicite ou diffuse, présente dans le contenu, le sujet, ou manifeste dans les dispositifs, dépend du regard du téléspectateur. Pourtant, d'autres auteurs s'opposent à cette conception de la « réflexivité », à ce que Récanati nomme la « *transparence cum opacité* » du signe.

### **Du spéculaire au prismatique**

Dans sa thèse de Doctorat, Nabil Aliouane s'appuie sur une distinction proposée par Marie-France Chambat-Houillon entre réflexivité et autoréférence : « Qualifier une émission d'autoréférentielle signifie qu'elle se prend pour son propre sujet. Ainsi les émissions consacrées à la télévision comme *Télé Dimanche*, *Lignes de mire...* sont des émissions autoréférentielles » (Chambat-Houillon, 1998, p.588). Or, la « réflexivité engage le discours télévisuel à un autre niveau. La réflexivité est le mouvement par lequel un discours nous livre des informations sur sa propre énonciation » (Chambat-Houillon, 1998, p.588). Partant de ce postulat, Nabil Aliouane précise que :

(...) le mouvement complexe de la réflexivité ne consisterait donc pas seulement (simplement) à “prendre pour thème la télévision”, mais à prendre sa propre énonciation pour thème et à indiquer clairement la spécularisation en cours. En somme la citation (faire apparaître en son sein un extrait d'émission), l'autoréférence (se prendre pour thème), la monstration du dispositif technique, ne sont pas des conditions suffisantes pour qualifier une émission de réflexive. (Aliouane, 2004, p.22)

Pour le chercheur, les émissions réflexives le sont au sens second du terme, car elles ne tiennent jamais un discours critique sur leur propre énonciation. Ainsi, un jeu comme *Télétests* [1980-1981] est réflexif au sens second, puisque sa réalisation joue sur l'opacification de la médiation verbale (Voir Leveneur, 2006). Toutefois, la vocation affichée de ce programme de l'INA n'est pas de proposer aux téléspectateurs une lecture critique de sa propre énonciation, mais bel et bien de réfléchir aux images audiovisuelles de façon globale.

Face à la confusion verbale qui entoure la métaphore du miroir, il lui préfère celle du prisme – solide qui permet de dévier et décomposer les rayons lumineux – plus adaptée, selon lui, à l'analyse du phénomène observé sur le petit écran. Partant de cette nouvelle métaphore, nous souhaiterions en montrer ici la productivité dans l'analyse des jeux télévisés. À partir d'un échantillon d'émissions issues d'un corpus massif du genre constitué par ailleurs (Voir Leveneur, 2009), nous montrerons que les processus à l'œuvre au sein des programmes ludiques qui s'appuient sur les archives audiovisuelles sont principalement des mécanismes de transfert, de décalage ou de décomposition des images citées... Et selon les procédés

employés, les émissions analysées peuvent afficher deux types d'objectifs : soit elles font des images citées des objets de questionnement, soit elles en font des supports de questionnaires.

### **Le décalage/transfert des images dans les jeux télévisés prismatiques.**

Le transfert ou le décalage des images télévisuelles dans un cadre énonciatif différent permet, dans les programmes ludiques, de transformer ces dernières en supports de questionnaires. Ce procédé est particulièrement récurrent au sein des jeux appartenant à la catégorie des devinettes visuelles (Voir Leveneur, 2009). Le foisonnement des programmes de ce type, dès les débuts de la télévision, correspond à la volonté des producteurs de répondre à un reproche récurrent de la critique concernant l'aspect trop peu visuel des premières émissions de jeux, souvent importées de la radio.

Ainsi, l'une des premières séquences de l'émission *Télé-Match* [1954-1961] consistait à reconnaître, à partir de photographies, d'images télévisuelles ou de séquences sonores, certains événements de l'actualité. Cette formule sera d'ailleurs reprise dans une autre émission intitulée *Documents secrets* [1985-1986, FR3], co-produite par Pierre Bellemare et Jean-Paul Rouland. Dans ce programme, six images cachent un document photographique, le « document secret », et font chacune l'objet d'une devinette. Chaque devinette résolue permet de découvrir peu à peu cette image cachée qui représente également un événement, souvent historique, que le candidat doit identifier. Nombreuses sont les émissions ludiques qui se fondent sur les devinettes visuelles. Dans ce cas, l'essentiel de la production télévisuelle du genre se contente de transférer des images de télévision d'une émission à l'autre.

Ce transfert est signalé par un dispositif bien connu qui permet de différencier les images citées de celles de l'émission qui les diffuse : la mise en cadre. Dans *Télé-Match*, ce cadre n'est autre qu'un écran de télévision présent sur un plateau qui reproduit le dispositif d'un salon, afin de renvoyer métaphoriquement au foyer du public. Dès les années 90, les écrans présents sur les plateaux de jeux se multiplient afin de diffuser les extraits cités, comme dans *Télédélires* [1995-2000, TF1], ou encore dans la série *Absolument* [2002-2003, M6], qui fait de la télévision l'un des médias de référence dans des émissions spéciales retraçant les grands moments de l'histoire d'une génération.

La rediffusion des images de télévision est aussi souvent signifiée par des incrustations à l'écran qui permettent de signaler le changement de cadre énonciatif. En 1968, un programme court intitulé *Annoncez la couleur* [1968-1969, ORTF, 2<sup>ème</sup> chaîne] est lancé. Son objectif est d'augmenter les ventes de téléviseurs couleur, sous le patronage du Syndicat des Constructeurs d'Appareils Radiorécepteurs et Téléviseurs. Au cours d'une séquence de 10 minutes, insérée dans un programme couleur d'une demi-heure, on fait apparaître des nombres à quatre chiffres. Le jeu consiste alors à désigner le nombre représenté deux fois dans la même couleur au cours de l'émission. Ainsi, la puissance du média à travers la technique de la couleur est mise en avant par le programme, et clairement affichée dans le discours de Pierre Sabbagh, qui en est le présentateur :

« (...) nous aimerions essayer de vous faire sentir que l'on peut être informés mieux s'il l'on voit l'information en couleur. On peut se distraire mieux s'il l'on est distrait vraiment... Je veux dire comme on est distrait réellement dans la vie grâce à la couleur. Et à quoi bon parler de tenter de se cultiver car parler d'une toile de maître en noir ça n'a pas beaucoup de sens ne croyez vous pas ? [...] ce merveilleux appareil qu'est la télévision couleur qui vous permet de recevoir la vie à domicile, la vie du monde, et mieux peut être participer à l'ensemble des activités humaines. [...] À vous la télévision en couleur, à vous la vie! »

Les programmes ludiques prismatiques, en vantant le pouvoir du dispositif télévisuel, tentent de fidéliser leur audience. Et parfois même, la citation est dépassée au profit d'une forme de mimétisme qui permet à certains de ces programmes de faire autrement référence aux émissions passées. L'imitation de jeux considérés comme cultes commence dès 1968, avec une émission intitulée *Le premier des six* [ORTF, 1<sup>ère</sup> chaîne] et produite par Armand Jammot. Six candidats venus de six villes différentes s'affrontent ainsi dans différentes épreuves intitulées « L'homme du XX<sup>ème</sup> siècle », « Le mot le plus long », « Cinq contre un », autant de jeux connus du public dans les années 1950-1960. La formule sera d'ailleurs remise au goût du jour plusieurs décennies après avec *Le Marathon des jeux télé* [2006, France 2]. Ce programme se fonde sur la reprise de jeux considérés comme cultes, dont on cite les images d'archive et dont on importe aussi l'esthétique (décors reproduits à l'identique au sein du plateau de l'émission, références à l'habillage visuel des programmes cités) et les sons (jingles, musiques). Autant de procédés de transferts à la fois des images (sous forme d'extraits ponctuels), mais aussi des concepts et éléments identitaires propres aux émissions de référence.

À partir des années 90, les jeux prismatiques signalent aux téléspectateurs le transfert des images en y apposant leur logo. Les images rediffusées portent ainsi la marque des émissions de jeu, dont l'habillage contamine les citations, afin que les téléspectateurs puissent identifier les programmes, comme dans *Drôles d'équipes* [2004, M6], qui ajoute aux deux bandes noires signifiant la diffusion des extraits le logo de l'émission sur les images citées. Ce procédé sera repris dans le *Grand Duel des générations* [2009, TF1] : série qui oppose deux générations et un panel de 100 personnes devant les départager au gré des thèmes et des images d'archives qui viennent illustrer le programme.

Certaines émissions ludiques prismatiques proposent parfois de re-contextualiser les images citées, apposant sur ces dernières des commentaires. Ce procédé renforce chez le téléspectateur une vision *décalée* des images, en signalant leur déplacement dans le temps. Les animateurs donnent alors aux candidats et aux téléspectateurs des informations complémentaires sur les extraits, comme dans l'émission *Le Champion de la télé* [2003, TF1], produite par Quai Sud et présentée par Julien Courbet, et qui met en compétition des *téléphiles* avertis dont il s'agit de tester la culture télévisuelle. Toutefois, dans les émissions ludiques, ces procédés de re-contextualisation des images restent souvent très anecdotiques et les éléments d'information apportés par les animateurs sont bien souvent destinés à donner au programme un simple vernis culturel.

Ces quelques procédés de transfert et de décalage participent de ce que Nabil Aliouane nomme les procédés prismatiques appliqués au texte citant (Aliouane, 2007). Ces mécanismes foisonnent dans les émissions ludiques prismatiques qui interrogent la culture télévisuelle des candidats ou s'amuse à les faire jouer à des programmes cultes. Mais les images citées servent ici à des fins purement illustratives. D'autres jeux télévisés vont tenter de réemployer les images de télévision différemment, faisant de ces dernières non plus des supports de questionnaires, mais bel et bien des objets d'analyse et de questionnement. Dans ce cas, les procédés prismatiques s'appliquent non plus au texte citant, mais bel et bien aux images citées, qu'il s'agit désormais de décomposer.

### **La décomposition des images dans les émissions ludiques.**

Les émissions prismatiques appliquent aux images citées des procédés de décomposition multiples. Le plus fameux est assurément l'arrêt sur images, stade final de la déconstruction,

qui donne au téléspectateur l'illusion de tout voir, d'être dans la position d'une focalisation spectatorielle (Voir Jost, 1999). Cette technique est différemment utilisée dans les jeux télévisés, mais elle semble récurrente dans ceux qui relèvent de l'énigme policière. L'émission *Les Cinq dernières minutes* datée du 3 juillet 1965 présente un cas remarquable illustrant ce rôle particulier dévolu au public. L'enquête menée par l'inspecteur Bourrel s'interrompt vers la fin du programme, proposant au spectateur un temps de pause, un « interlude de réflexion », meublé par le mouvement de la caméra qui parcourt une pièce dans laquelle un indice est supposé trahir l'assassin. L'objectif de la caméra accomplit alors un mouvement d'ocularisation interne (Jost, 1999, p.57) en imitant le mouvement d'une tête qui observerait les lieux. Ce temps de pause est signalé par un message à l'écran qui invite chacun à poser son regard sur certains détails de la pièce. Autrement dit, le regard du téléspectateur est triplement sollicité : par l'inspecteur Bourrel, tout d'abord, qui interpelle les inspecteurs en herbe lors de ce moment privilégié, par le texte même ensuite qui s'inscrit sur l'écran de télévision et ancre véritablement l'image, et par le mouvement de la caméra enfin qui reproduit celui que nos têtes seraient censées faire si nous étions véritablement sur les lieux. Le contact visuel mis au départ en œuvre par le regard face à la caméra du commissaire est comme inversé, invitant à projeter notre propre regard sur une scène illusoire. Ainsi la réalisation donne le sentiment au téléspectateur que l'écran devient comme un prolongement de son regard.

Ailleurs, cet arrêt sur image est au service de programmes fondés sur le principe du jeu des erreurs. Citons par exemple *La Bonne conduite* [1976-1982], une émission présentée par Manuelle Lidsky et Michel Vidaud, puis par Michel Denisot. Réalisée par Guy Saguez, elle propose aux jeunes téléspectateurs de TF1 quelques tests sur le code de la route, notamment grâce à un petit film dans lequel les concurrents doivent repérer des erreurs de conduite ou des anomalies. L'image y est décortiquée puisque le colonel Lagache, chargé d'indiquer aux téléspectateurs les erreurs qu'il fallait repérer, se tourne vers un grand écran dont il se sert comme d'un tableau de professeur. Afin d'attirer l'attention du téléspectateur, l'émission joue avec les cadres et les cercles pour mettre en valeur les panneaux routiers importants ou signaler les erreurs commises par les personnages du court métrage à l'aide d'incrustations apposées sur les images arrêtées.

On retrouve ce procédé à l'œuvre dans d'autres programmes de jeux cette fois-ci destinés à tester la fidélité des téléspectateurs à une chaîne de diffusion, comme *Télé Fidélité* [1975-1976, TF1], qui diffuse de courtes séquences d'émissions programmées sur TF1. Le jeu consiste pour le public à en raconter la suite par téléphone alors que l'image est arrêtée à l'écran.

Il reste toutefois deux émissions atypiques qui ont tenté d'accorder au téléspectateur une place centrale dans la construction du sens des images, et donc dans leur décomposition analytique : *La Boîte à Malices* [1972-1973] et *Télétests* [1980-1981], deux jeux proposés par Jean Frapat, le Service de la Recherche de l'ORTF et l'INA. Des familles entières ou bien des individus de catégories sociales ou professionnelles spécifiques y sont questionnés sur le sens d'un film court projeté à l'envers, sur les images d'une foule agitée dont il s'agit de saisir les actions, etc. Le but du jeu consiste pour eux à identifier la nature des comportements de certains personnages ou à replacer dans le bon ordre les situations d'un film. Dans ces programmes, candidats et téléspectateurs jouent avec les images télévisuelles elles-mêmes, et sont souvent invités à en reconstruire le sens.

La réalisation de l'émission *Télétests* affiche d'autres procédés de décomposition comme le montage *cut*, la diffusion répétée des extraits ou encore le ralenti. L'ambition de ce programme présenté par Claude Villers est de disséquer les images de télévision en même temps que le regard du téléspectateur, autrement dit les préjugés et stéréotypes qui biaisent sa lecture des images. Dans le jeu de la fausse interview par exemple, il s'agit de distinguer, parmi trois extraits mettant en scène trois personnages racontant mot pour mot la même histoire, celui qui fait apparaître un vrai témoin de ceux qui sont l'œuvre de comédiens. Dans le jeu de l'anomalie, le candidat doit repérer, parmi une scène de foule rediffusée à l'envie et au ralenti, l'anomalie qui s'est glissée à l'écran.

La décomposition de l'image citée permet ici d'interroger la lecture des images. Ainsi, *Télétests* proposera au public une série de jeux en projetant des images sans le son, auxquelles les candidats devront trouver la bande originale adéquate parmi les trois qui leurs sont proposées. Avant *Télétests*, *La Boîte à malices* diffusée sur la première chaîne et réalisé par Jean-Pierre Barizien, invitera des familles de téléspectateurs à commenter elles-mêmes des images de journaux télévisés, ou encore à reconstituer le bruitage d'un petit film à l'aide d'instruments divers. Dans les deux cas, les mécanismes qui régissent la diffusion des images télévisuelles sont véritablement questionnés.

### Conclusion

Les émissions ludiques prismatiques, selon qu'elles mettent en œuvre de procédés de transfert, de décalage ou de décomposition des images, font de ces dernières tantôt des supports de questionnaires, tantôt des objets de questionnements. Les jeux télévisés présentés ici répondent pour la plupart à une *logique sérielle*, à une « esthétique de la répétition » (Aliouane, 2004, p.200), qui permet à la télévision de prendre en charge son histoire, et ce à moindre coût. Mais ils permettent aussi aux producteurs de fidéliser leurs audience, voire de créer un consensus autour d'une sorte de culture télévisuelle ; de ce que les producteurs du *Grand Zap* sur M6 [1995-2004] ont qualifié de « culture ZAP ».

Or ces jeux, dont les questionnaires portent sur la connaissance que les candidats ont de l'histoire du média télévisuel ou de ses programmes, se développent ostensiblement à la fin des années 1980, trente ans après que l'étrange lucarne a conquis les foyers français, et au moment où la concurrence entre les chaînes s'intensifie. Ces programmes sont à la fois le lieu d'une stratégie de présentation de soi pour les chaînes de diffusion, mais aussi celui d'une mise en avant du spectacle télévisuel. Ils diffèrent des programmes diffusés au début de la télévision dans la mesure où ils sollicitent de la part des candidats une connaissance globale de l'histoire de la télévision, et non une simple fidélité aux programmes d'une chaîne en particulier (Voir Leveneur, 2009).

Les programmeurs et des producteurs de la télévision privilégient à travers eux une culture qualifiée de « populaire ». Pourtant, les jeux télévisés prismatiques sont accusés de mélanger les genres ; de placer sur le même plan une culture académique, écrite, cultivée, et une culture de masse pervertie par les valeurs de la consommation. Les questionnaires des jeux télévisés, afin de rassembler autour du petit écran l'ensemble des membres de la famille, font se côtoyer deux imaginaires : celui d'une culture respectable parce qu'elle est issue d'un effort d'apprentissage et de recueillement, et celui d'une culture qui naît d'une écoute passive des médias, favorisant ainsi « l'inertie du public ». Mais ce que nous montrent aussi ces jeux télévisés prismatiques, c'est que les programmes sont le reflet non pas de la réalité sociale mais de ce qu'Eric Macé nomme le « conformisme provisoire » des programmeurs et des

producteurs de télévision. Ainsi, « (...) analyser les contenus de la télévision comme les produits faiblement stabilisés des conflits de définitions concernant le monde dans lequel nous vivons, c'est accéder à la manière dont chaque société nationale, à un moment donné, se représente elle-même, à travers ses compromis provisoires et contestés, ses idéaux, ses non-dits, ses stéréotypes, ses normativités et ses mythes. » (Macé, 2006, p.86) L'analyse historique des jeux télévisés prismatiques peut donc renseigner le chercheur sur les conditions dans lesquelles ont émergé ces émissions qui ont choisi de faire des programmes de télévision un élément à part entière de la culture de masse.

## BIBLIOGRAPHIE

- ALIOUANE, Nabil, *De la réflexivité à la prismaticité. Dispositifs, agencements, limites*. Thèse de Doctorat : Université de Metz, 2004a.
- ALIOUANE, Nabil, « Du miroir au prisme », *Médiamorphoses* n°20, 2007.
- BEYLOT, Pierre, *Quand la télévision parle d'elle-même. 1958-1999*. Paris : INA/L'Harmattan, 2000.
- CHAMBAT-HOUILLON, Marie-France, *Pour une théorie de la citation télévisuelle*. Thèse de Doctorat, Université de Paris 3- Sorbonne Nouvelle, 1998.
- JOST, François, *Introduction à l'analyse de la télévision*. Paris : Ellipses, 1999.
- LEVENEUR Laurence, « Du télé-viseur au téléspectateur. Quand la télévision joue avec ceux qui la regardent », *Questions de Communication*, 2006, n°10, p. 333-348.
- LEVENEUR Laurence, *Les Travestissements du jeu télévisé*, Paris : Presses de la Sorbonne Nouvelle, 2009.
- MACE, Eric. *Les Imaginaires médiatiques*. Paris : éditions Amsterdam, 2006.
- RECANATI, François. *La transparence et l'énonciation. Pour introduire à la pragmatique*. Paris : Éditions du Seuil, 1979.
- SPIES, Virginie. *La Télévision dans le miroir. Théorie, histoire et analyse des émissions réflexives*. Paris : L'Harmattan, 2004.
- TRIAS Jean-Philippe (Dir.). *Cinergon*, 19/20, 2010.