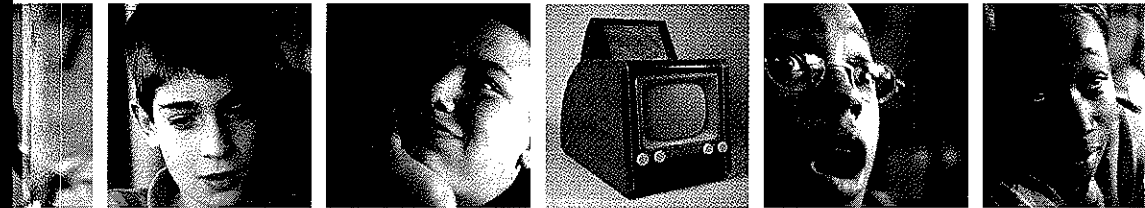
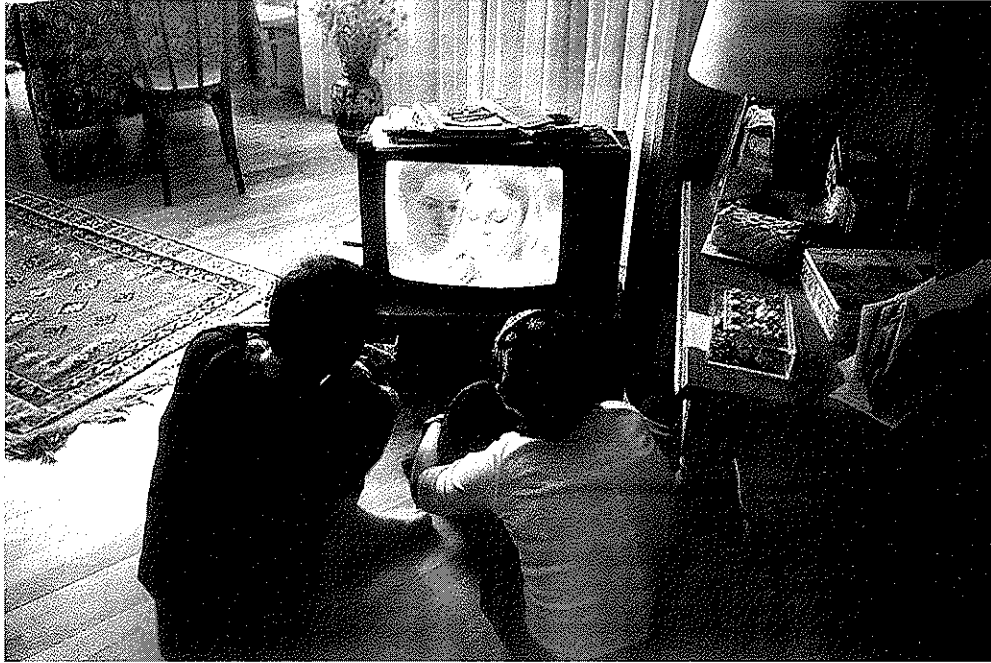


écomusée de Fresnes

## La télé au logis



**CREAPHIS**



▲ Samedi soir et dimanche matin... 2001.  
Pierre Gaudin / Créaphis.

Ne croyez pas les sondages, ne croyez pas les critiques, la télévision n'est pas ce « petit écran » posé dans votre salon, la télévision n'est pas ces vedettes et ces programmes si bien ficelés pour vous attacher (vous scotcher, dit-on) à votre écran. Non, je vous le dis : « la télévision est en vous », « ce n'est pas la télévision qui vous fait, c'est vous qui la faites ». Rassurez-vous, vous n'êtes pas encore pris dans une manœuvre publicitaire pour vous fourguer je ne sais quel abonnement à une chaîne encore plus « proche », encore plus « interactive », encore plus « personnalisée ». Il suffit de vous regarder un peu lucidement, et surtout de vous écouter. Souvenez-vous des six premiers mois de 2001, et osez dire en face que vous n'avez jamais parlé de *Loft Story* avec personne, osez-le ! Vous ne l'avez peut-être jamais regardé, cela ne vous a pas empêché d'en parler ! Voilà une merveille de la télévision de masse : nous pouvons même parler de ce que nous n'avons jamais vu comme si nous y étions. Nous sommes bien loin du poste de télévision, « la télé », ça n'existe que s'il y a des téléspectateurs pour la faire exister, comme le disait Barthe des textes.

Les « téléspectateurs poids lourds » (les heavy viewers) s'installent devant le poste le matin pour le quitter tard le soir. Ceux-là sont branchés en permanence et ne connaissent pas d'autre univers que celui de la télévision mais la plupart d'entre nous sommes bien obligés de vivre en dehors de la télévision. Et pourtant, même pour ceux-là, il n'existe guère de journée sans que la télévision prenne une place dans notre vie. Parfois par hasard, en regardant des programmes dans notre journal alors que l'on sait qu'on ne la regardera pas ou pour se persuader que de toute façon « il n'y a rien d'intéressant, comme d'habitude ! ». Lire les programmes de télé, lire les revues télé, constitue une activité fréquente, de même que la question lancée à la cantonade dans le secrétariat

« tu sais ce qu'il y a à la télé ce soir ? ». Et la conversation démarre aussitôt, les remarques fusent, sur ses goûts, ses habitudes, sur les conflits de choix au sein de la famille, etc. Il ne s'agit que de préparer ce moment où l'on va regarder la télé mais c'est la réception qui est déjà en cours, avant même que le poste soit allumé. Nous regardons le programme et nous nous programmons nous-mêmes. Regarder la télé devient une véritable activité avec ses aspects techniques, bien préparée et mise en scène, avec l'aide précieuse des « plateaux télé ». C'est une activité d'emblée collective : nous avons consulté les programmes (un média public), nous en avons parlé avec les collègues, nous en avons entendu parler. Non seulement « la télé est en nous » mais nos groupes d'appartenance le sont aussi, présents en même temps que nous dans ce travail de la réception. Des chercheurs l'ont traduit sous la forme abstraite des « communautés d'interprétation » (Katz, Eco<sup>1</sup>), mais cela se traduit par un service d'une administration, par des habitués d'un bus, par une équipe de chantier, etc.

Voilà un monde bien peuplé, voire encombré : certains auraient voulu épurer ce face-à-face entre le téléspectateur et le message télé (ou les institutions émettrices de la télé), pour mesurer des impacts, pour analyser des processus d'interprétation ou tout simplement pour mesurer l'audience. Rien de plus épuré en effet que la mesure d'audience, qui doit faire un vrai travail de « laboratoire en plein air »<sup>2</sup> pour réduire le téléspectateur à ce moment précis où il est devant son poste, pour le faire entrer dans de savants calculs et le transformer en particule d'un point d'audience. Ce travail-là est efficace et repose sur des conventions qui font tenir le monde de la télévision, selon les principes marchands qui le dominent actuellement. Mais lorsqu'on adopte le point de vue des supposés « téléspectateurs », le moment du « frottement » au poste de télévision est bien faible dans son emploi du temps : c'est ailleurs et en d'autres temps que se fabrique la télévision « des gens », qui ne doivent plus, dès lors, se définir comme téléspectateurs. Ils sont pris dans des activités qui ont du sens, dans des relations qui ont une histoire, dans des environnements qui sont équipés, dans des évalua-

tions et dans des jugements. L'activité télé est une « activité distribuée », dirions-nous, car elle ne se passe pas devant la télé, elle ne se passe pas dans la tête des gens, elle est collective, elle est équipée (revues, moments, etc.). Elle est prise et reprise dans des situations de tous types et c'est la façon dont elle vient s'y greffer qui fait la particularité de la place de la télévision dans notre « espace public ». Partons plutôt du principe que ce frottement n'est qu'une tangente, qu'il n'y a dans la réception rien de ce choc frontal entre un programme et un téléspectateur etc., que nous ne parlons donc pas de ce qui se fabrique chez les professionnels de la télévision. Nous sommes de l'autre côté du miroir et il n'existe aucun moyen de connaître les deux mondes à la fois, l'onde du producteur et la particule du téléspectateur ! Nous parlons de l'activité de conversation télé, activité ordinaire des gens ordinaires, activité collective et permanente.

Point n'est besoin d'avoir regardé la télévision la veille pour en parler en attendant chez le coiffeur ou avec son voisin. Parler des images vues, des vedettes de télé ou même des émissions anciennes sans cesse reprogrammées par la nostalgie de la télé d'antan. Soudain, voilà possible une discussion assez détaillée, longue avec quelqu'un qu'on ne connaissait pas ou peu quelques minutes auparavant. On fait souvent ses débuts dans les relations ordinaires, dans le « savoir-papoter » en apprenant à « parler pour ne rien dire ». La télévision est parfaite comme support de ces conversations superficielles où l'on ne s'engage pas trop. « Ne nous plaignons pas de la superficialité des rapports sociaux », rappelait Simmel, qui vantait l'art de la conversation comme modèle de la sociabilité moderne. Nous parlons pourtant de quelque chose, de ce qui a été montré à la télé et donc supposé tombé dans le domaine public. Voilà un grand avantage qu'aucun média ne dispute à la télévision de masse, toujours dominante malgré les nombreuses tentatives pour créer des télévisions plus ciblées : nous pouvons estimer, sans grande crainte de nous tromper, que le Français moyen a regardé le journal télévisé de la veille, a vu le film du dimanche soir ou le match de Coupe d'Europe de foot, ou encore qu'il connaît au moins *le Loft* ou *Qui veut gagner des millions ?* Les plaisanteries qui circulent dans les conversations ordinaires s'appuient souvent sur cette supposée connivence et celui qui ne comprend pas l'expression « c'est votre dernier mot » ou les plaisanteries sur ce qui se passe dans « la piscine » comprend qu'il faut mettre rapidement à jour son « Encyclopédie » (Eco)

1. Katz (Elihu), « The Two-step flow of communication : an up-to-date report on an hypothesis », in *Public Opinion Quarterly*, 1957, 1, pp. 67-78. Eco (Umberto), *Lector in fabula*, Paris, Grasset, 1985.

2. Callon (Michel), Lascoumes (Pierre) et Barthe (Yannick), *Agir dans un monde incertain. Essai sur la démocratie technique*, Paris, Le Seuil, 2001.

s'il veut encore participer du même univers social que ses contemporains. Du coup, même sans avoir regardé la télé, il se trouvera pris dans la culture télévisuelle de son époque. Et grâce à cette participation, par procuration ou en direct, il se trouve porteur d'un « stock de connaissances (supposées) partagées » (Schutz<sup>3</sup>), déjà publiques, et par-là neutralisées, prêtes à la circulation dans des mondes très différents.

Parler de la télévision ressemble alors à « parler de la pluie et du beau temps » : oui, ce sont des « lieux communs », mais précisément, ce que chacun peut vérifier en engageant la conversation à travers ces lieux communs, c'est leur caractère « commun », et cela sans prendre de risque démesuré. La télévision fournit quantité de supports pour cette vérification du commun, sans grand risque puisqu'elle est l'activité culturelle a priori la plus répandue. Ensuite, on peut commencer à explorer des différences de pratiques, « moi, je ne regarde jamais cette émission », sans que l'on sache s'il s'agit d'une contrainte pratique (« je me lève tôt le matin »), d'un goût (« j'aime pas Arthur ») ou d'un jugement (« ces émissions-là c'est très nul »)<sup>4</sup>. L'avantage avec la télévision, c'est que rien ne vous oblige à justifier vos comportements ou vos avis : dès que l'on sent que cela pourrait devenir conflictuel, on peut se replier sur des positions préparées à l'avance du genre « il en faut pour tous les goûts ! ». Mais le plus souvent la conversation dans les lieux publics ou commerciaux, pourra se contenter d'une entrée en matière par la télévision : c'est bien un « token », « a coin of Exchange », « une valeur à échanger » (comme la rumeur chez Kapferer<sup>5</sup>) où se manifeste surtout notre capacité à partager un monde moyen, sans engagement, sans conflit. C'est bien une forme de paix civile qu'on attend quand on engage une conversation télé. Dans tous les cas, on sait que cela n'a pas de conséquences. On peut alors faire l'inventaire des émissions actuelles ou anciennes, d'un même genre ou non, des animateurs : et chacun de donner son avis, même critique, mais sans que cela produise un marquage durable. Dire : « j'aime pas PPDA » n'a quand même pas la même portée que de dire : « j'aime pas Chirac ! »

3. Boullier (D.), Legrand (M.), Gouriou (F.). *Je regarde, j'aime, c'est bien. Les téléspectateurs jugent la télévision*, Euristic Média, (pour l'INA), Janvier 1990.

4. Schutz (A.), *The Phenomenology of the Social World*, Evanston, Northwestern University Press, 1962.

5. Kapferer, (J.-N.), *Rumeurs*, Paris, Le Seuil, 1986.

Parfois, la conversation glisse pourtant vers un engagement plus fort, porteur d'affects, où les émotions seront partagées ou s'affronteront. Mais le registre restant celui de l'émotion, là encore, chacun apprend à relativiser les éventuels désaccords. On constate pourtant des moments d'emballement, d'excitation, au souvenir d'anciens « moments forts » ou de héros disparus. Ces personnes avec qui l'on bavarde, que l'on ne connaît pas et qui se trouvent partager un instant notre vie, ont en fait vécu des moments communs, alors que nous étions à distance. Cela donne lieu à des discussions parfois passionnées, si la situation le permet (un repas par exemple), d'autant plus qu'aucun enjeu ne pèse sur cette controverse simulée. Discuter de l'intérêt de *ça se discute*, c'est encore mimer l'émission elle-même et le médium qui finit par tout considérer comme objet de discussion, de programme, de mise en scène, avec ce qu'il faut de réel pour accrocher et ce qu'il faut de technique pour garder ses distances. Dans ce jeu entre accroche et mise à distance des passions, la conversation télé est une ressource fondamentale. Et pourtant, tout cela est sérieux : on voit ceux qui se prennent au sérieux, ceux qui argumentent, ceux qui prennent tout à la plaisanterie, on voit ceux qui ont des connaissances, ceux qui expriment leurs sentiments, etc. Dans une conversation télé, sont mis à l'épreuve non pas la télé ou les goûts télé, mais la capacité à participer à un monde commun, avec ce qu'il faut de divergence et de convergence. On s'attache ainsi plus à la forme, au ton, au style, qu'à la source même de ce qui a été dit. C'est souvent parce que des thèmes de conversation permettent d'exprimer des émotions que la projection sur la télévision est possible. La télévision fonctionne alors comme un Rorschach (un support de test projectif à base d'encre de Chine, en psychologie). Ces projections sont mises en commun, confrontées et il faut apporter comme il convient sa contribution à la discussion.

Mais ce qui permet encore plus aisément l'échange spontané, ce sont les grands événements : la télévision rend compte de ces événements ou en produit elle-même et elle démultiplie le sentiment de participation collective, à la condition expresse du direct. Et régulièrement, nous aurons du plaisir à nous remémorer la vision collective du tir au but raté de l'Italie en Coupe du Monde, qui permettait la qualification de l'équipe de France, vision collective dans un café, qui génère une explosion de joie avant de courir prendre le train à la gare toute proche.

Le 11 septembre 2001, la vision du deuxième avion entrant dans la tour puis de leur effondrement, en direct ou en quasi-direct, (car on ne sait plus vraiment, tant les images ont été revues) inaugure une nouvelle ère historique, nous dit-on, à laquelle nous « participons », « ensemble ». Et c'est cela qui rend crédible cette affirmation invraisemblable autrement, « nous sommes tous Américains »... car, pourrions-nous ajouter et c'est plus exact, « nous regardons tous CNN en direct ! ». L'important dès lors, c'est que ces événements font partie des ressources communes pour entrer en relation. La participation commune à un événement télévisuel autorise à débattre avec le premier venu accoudé au bar, ne serait-ce que pour dire : « c'est incroyable », « vous avez vu quand ils se jettent par la fenêtre ? ». A partir de cette entrée en matière, nul ne sait prédire le cours de la conversation qui va suivre : « le gars qui a filmé ça avec son caméscope, il a dû toucher un maximum de blé » ; « moi je ne monterai plus en avion » ; « quand on a vécu en Algérie comme moi, on ne s'étonne pas » ; « moi, j'ai un beau-frère qui connaît quelqu'un qui a été pris dans un incendie dans une tour, une fois », etc. Où est passé la « source », ces images pourtant supposées identiques et partagées ? La conversation le montre, la réception permet de connecter tout avec tout dans un travail d'interprétation et d'appropriation qui se fait toujours à plusieurs. Mais grâce à ce média de masse, ce travail peut se faire dans les espaces publics, avec des inconnus.

Cependant, il faut bien reconnaître des différences entre le travail de la conversation fait par des collectifs « de fortune », comme ces rencontres fortuites, et celui fait par des collectifs durables, comme la famille ou les groupes professionnels. Les univers partagés sont plus nombreux, l'expérience commune est plus riche, les présupposés ont été souvent explicités. Mais c'est à ce moment que l'on voit encore mieux comment la télévision devient un « espace transitionnel » : elle permet de parler de tout, du plus intime au plus conflictuel, tout en respectant les règles convenues de la pudeur et de la non-agression. On peut tout associer à partir du matériau télé et l'on n'est pas obligé de respecter les formes reconnues de l'argumentation. La télévision permet à tous de proposer un thème de conversation, d'associer librement en empilant d'autres récits de télévision, sans plus de formalisme. Nous sommes loin des formes du « débat démocratique » éclairé et pourtant, c'est une « opinion publique locale » qui va se constituer. Voici deux façons différentes de le faire :

9 h. Secrétariat d'un laboratoire de biologie

Trois présentes : Marie-Laure, Liliane, Lucette.

Marie-Laure (dès que Liliane arrive) : Alors est-ce que tu as regardé ton émission *[sur la chirurgie esthétique]* ? (Oui). Marie-Laure parle de l'émission, elle a été choquée par les images, dégoûtée. Lucette n'a pas regardé : elle ne peut pas regarder ça mais de toutes façons, elle se couche tôt. Son mari a commencé, mais n'a pas pu continuer, c'était trop violent. Le mari de Liliane, non plus ! Marie-Laure ramène plusieurs fois les mêmes scènes et les mêmes remarques. Elle a été choquée par l'opération du nez (elle a un vilain nez et Lucette la taquine à ce propos). Elle se pose la question : « Si on était handicapé, est-ce qu'on irait ? » Elle admet que son nez n'est pas joli mais elle n'irait jamais le refaire. « On n'est pas assez mal dans notre peau ». Tous les reportages sont pris un par un et discutés, sauf la calvitie *[alors qu'il est connu que le mari de Marie-Laure est chauve]*. Une laborantine arrive et écoute sans participer à la conversation, alors qu'elle a regardé l'émission. Une autre laborantine arrive. Liliane lui pose la question. « Ah oui ! J'ai regardé ». Mais un patron arrive : la discussion s'arrête aussitôt.

A 10 h, Sophie arrive. Marie-Laure lui demande si elle a vu l'émission. Sophie l'avait vu. On reparte des séquences. Sophie trouve que l'émission était mal construite (pas assez de discussions après chaque film). Les médecins se renvoyaient la balle. Tout le monde se débinait quand il fallait parler prix ou dessous de table. On rappelle l'attaque personnelle qu'a subi l'un des médecins par un téléspectateur au téléphone : il a répondu que ça arrangeait les gens de payer en liquide. Marie-Laure se range à l'avis des autres sur le côté profiteuse de l'entreprise.

Nota : toute la journée, Marie-Laure parlera de l'émission... et de son nez.

L'émission avait été anticipée et déjà discutée : une « mobilisation » collective était faite. Mais on assiste à un double traitement de la proposition télé. D'un côté, on insiste sur le choc émotionnel, qui est partagé. Pour preuve, on introduit les maris ! Le choc conduit d'ailleurs à revivre chaque séquence, en les suivant une à une : ce frisson rétrospectif et collectif représente une dimension à la fois

intense et peu risquée de la communauté d'expérience qu'on produit ici sur un mode fusionnel. L'introduction d'un cas personnel ne fait qu'ajouter à la charge émotive et se transforme même pratiquement en appel à l'aide, pour réassurer sa position, son image.

Une certaine zone de confiance s'est créée dans ce groupe ce qui permet à Marie-Laure de verbaliser explicitement les problèmes que lui pose son nez. L'occasion offerte par la télévision mais surtout par le caractère ordinaire, normal, d'une conversation télé sur ce thème lui permet de réintroduire, de façon non choquante, ce problème très personnel : le milieu de travail s'en trouve valorisé comme *univers de proches*.

Mais un deuxième traitement est effectué par une participante, arrivée par la suite, vers un modèle de « l'opinion avertie ». Sophie *tire la leçon* de cet amoncellement de faits : elle les ordonne autour d'un point de vue sur l'argent et sur les médecins, univers très proche pour tous les participants, mais encore plus pour elle (fille d'un patron). Elle se situe à l'opposé de la démarche de Marie-Laure pour faire du commun. L'expérience personnelle est retraitée à l'occasion de l'expérience télé, mais cette dernière peut-être à son tour retraitée comme moment de constitution d'une opinion, ajustement d'une vision du monde.

9 h. Techniciens d'un central téléphonique.

Cinq personnes prennent le café.

Marcel, en rentrant dans la pièce dit : « Je ne regarde pas souvent la télé mais je suis resté à voir *Droit de réponse* jusqu'à minuit pour voir de L. ».

Les autres collègues connaissent le contexte permettant d'interpréter cet énoncé : de L. est un grand propriétaire d'un château non loin de Rennes. Il s'intéresse aux vieilles voitures et Marcel le connaît personnellement car il retape lui aussi des vieilles voitures et en possède plusieurs. Mais un point reste obscur...

Gérard (informateur) demande : « Mais pourquoi de L. était-il à la télévision ? ».

Marcel précise : « pour un débat sur l'héritage ». « Les gens croient que la vente d'un château peut rapporter beaucoup d'argent mais c'est pas vrai ». De L. a dû vendre un château pour s'acheter une Rolls. Les collègues charrient Marcel, qui a l'air de plaindre De L. Jacques, chef de service, a vu l'émission : il parle du discours démagogique de Tapie et du dessin de Wolinski sur Tapie (« Il parle comme mon chauffeur »).

Il signale que Tapie n'a pas apprécié. Jacques a trouvé abusif le témoignage d'un des participants qui se plaignait d'avoir tout perdu, alors qu'il leur en reste beaucoup. On enchaîne sur le zoo (qui se trouve aménagé dans le château de De L.) et tout le monde est d'accord pour le trouver cher pour ce qu'il y a.

Cette conversation associe d'emblée expérience télévisuelle commune et particularisme du rapporteur. Cette introduction ne choque pas parce que l'univers de référence (la région de Rennes, les goûts de Marcel pour les voitures, *Droit de réponse*) est connu. Marcel se sent ainsi autorisé à réintroduire son univers de goûts personnels dans le milieu de travail, occasion fournie grâce à la conversation télé. Mais Marcel introduit cependant une dissonance en semblant s'associer de trop près à un univers (les riches et leurs problèmes d'héritage) qui s'oppose à celui des techniciens fonctionnaires. Dans ce cas, « l'hyper personnalisation » est *contrée*.

La reprise de la conversation par Jacques prend le travers inverse : à partir de l'expérience télé, il reprend son discours convenu contre les patrons et les riches (il est militant PC connu). Ses tentatives ratent souvent mais ici il sait mouler son discours dans le registre télévision, en argumentant à l'aide de « faits d'observation », vus pendant l'émission et susceptibles d'être partagés par tous. Mais ce déplacement n'aboutit pas réellement car il n'est pas *repris*, c'est-à-dire accepté comme un *cadre* possible de la conversation. Cette tentative de généralisation étant contrée à son tour, le groupe produit une *appréciation commune* sur une situation locale (le zoo) expérimentée par tous. Mais, de façon significative, elle intègre au passage la connotation anti-riche apportée par le discours de Jacques. Le travail de déplacement effectué est important : il trouve un nouveau *contexte* pour la « proposition de conversation télé », elle-même construite dans le frottement à une « proposition télé ». Il faut trouver l'ajustement exact à la dimension du groupe (rien ne sert de se mettre d'accord sur des généralités), à son échelle de pratiques communes (la région de Rennes) et à sa tradition idéologique (la gauche mais sans la langue des partis qui signale un autre univers de référence).

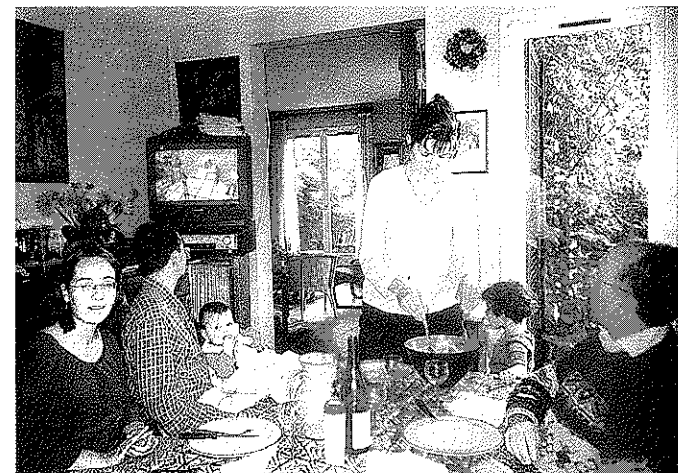
La conversation télé fournit un cadre souple de formation de l'opinion publique, qui ne doit pas être interprétée en référence à la proposition de la télévision

comme institution (le programme télé) mais seulement dans le contexte des relations locales. Ce cadre de la conversation télé permet de faire jouer la tension particulier-universel sur fonds commun bien au-delà de l'univers professionnel. Le statut du médium fournit une condition privilégiée à ce jeu particulier/universel : la relation à la télévision (terrain commun mais spectacle privé), créée par le dispositif technique, est l'élément essentiel pour ce travail de conversation, et non un quelconque contenu. C'est une autre façon de dire avec Mac Luhan<sup>6</sup> : « Le message, c'est le médium », mais à condition de souligner l'inexistence sociale de ce supposé message « structural » s'il n'est pas retravaillé dans différents univers et remis en contexte pertinent.



▲ Conversation autour de la télé dans une cantine, Fresnes. 2001.  
Alexandre Delarge / Ecomusée.

6. Mac Luhan (Marshall), *Pour comprendre les media*, Paris, Mame, 1968.



▲ Le repas du dimanche et la télé, Voisins-le-Bretonneux, 2001.  
Juliette Spire / Ecomusée.



▲ Partage d'un moment devant la TV, Chevilly-Larue, 2001.  
Juliette Spire / Ecomusée.



▲ Tours jumelles : être ensemble au cœur de l'actualité.  
Captures d'écran : Evelyne Coutas / Ecomusée.