



HAL
open science

Structuration sémiotique et effets de lecture des transferts d'images télévisuelles : Étude du corpus pluri-médiatique des images de l'émission StarAcademy4

Laure Bolka-Tabary

► **To cite this version:**

Laure Bolka-Tabary. Structuration sémiotique et effets de lecture des transferts d'images télévisuelles : Étude du corpus pluri-médiatique des images de l'émission StarAcademy4. *Indice Index Indexation*, Nov 2005, Villeneuve d'Ascq, France. pp.151-162. hal-00948785

HAL Id: hal-00948785

<https://hal.science/hal-00948785>

Submitted on 18 Feb 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Structuration sémiotique et effets de lecture des transferts d'images télévisuelles :

Étude du corpus pluri-médiatique des images de l'émission *StarAcademy4*

Laure Bolka-Tabary

Cersates UMR CNRS 8529
Université Charles-de-Gaulle - Lille 3
"Pont de Bois"
BP 60149
59653 VILLENEUVE D'ASCQ Cedex
laure.bolka-tabary@univ-lille3.fr

Résumé

Les images des émissions de télé-réalité se retrouvent couramment transférées dans des supports tels la presse magazine ou l'Internet. Ce texte propose une étude sémio-pragmatique du positionnement des images de télévision dans ces supports de transferts. Il semble également particulièrement intéressant d'observer les nouvelles pratiques de lecture multidimensionnelles induites par la circulation inter-médiatique de l'objet « image de télévision » : le statut à la fois indiciel et symbolique des images transférées se combine avec un système d'index qui met en évidence une pratique de « zapping » lectoriel ; la nature indicielle de l'image transférée nous permet également de penser les phénomènes d'identification du téléspectateur-lecteur, en particulier à travers une projection du corps fortement liée aux affects.

Mots-clés : transfert médiatique, image télévisuelle, lecture, sémio-pragmatique, corps.

Introduction

Dans une société où les moyens de communication visuels sont démultipliés, nous sommes rarement confrontés à une image unique mais plutôt à une multitude de répétitions de la même image, même si ce n'est pas toujours strictement à l'identique. Avec l'avènement en France de la télé-réalité, nous assistons de plus en plus à une forte circulation inter-médiatique des images de télévision. Pour Olivier Aïm, « ce que l'on désigne par télé-réalité est aussi affaire de signes et de circulation de signes »¹. Ces « circulations » ou plutôt « transferts » de « signes » s'effectuent principalement sur Internet et dans la presse magazine. En effet, soumise au flux continu de la télévision, l'image transférée d'une émission comme *Star Academy* se retrouve à la fois sur des « pages-écrans », sans structure *a priori* ou à structures mouvantes de l'Internet, et sur des « pages-papiers », *a priori* structurées dans les formats relativement fixes de la presse magazine.

Nous envisageons la communication selon le modèle inférentiel développé par Dan Sperber et Deirdre Wilson pour lesquels « communiquer, c'est produire et interpréter des indices »² et nous

¹ AÏM, Olivier. « Une télévision sans surveillance ». In *Communication et Langages* n°141, septembre 2004, p.50.

² SPERBER, Dan, WILSON, Deirdre. *La pertinence : communication et cognition*. Les Éditions de Minuit :

présentons ici une étude sémiotique de l'organisation des images de télévision dans les supports où elles se trouvent couramment transférées. Nous pensons en effet que la circulation inter-médiatique des images montre la coexistence d'images-index ou images-indices et d'images-symboles qui jouent un rôle fort dans l'identification du lecteur. Le double statut des images transférées est donc à mettre en évidence, ce qui permettra d'identifier les systèmes d'index - systèmes permettant la reconnaissance d'images - et d'éclairer la nature indicielle des images mais également leur nature symbolique. Ceci nous permettra d'envisager la capture du corps comme élément majeur du processus d'identification et de montrer le « pathos » contenu dans les images *données à voir* de l'émission. De manière transversale, ce sont les nouvelles pratiques de lecture multidimensionnelles induites par la circulation inter-médiatique de l'objet « image de télévision » que nous observons, car nous pensons qu'une étude sémiotique comme celle que nous présentons ne peut s'envisager uniquement du point de vue de la structure mais doit nécessairement inclure une dimension pragmatique pour s'intégrer dans l'étude du processus circulatoire des médias actuels.

1. Image-indice et image-index

1.1. Mise au point terminologique

Selon leur acception sémiotique et peircéenne, « index » et « indice » désignent la même propriété d'un signe. Peirce définit l'indice comme « un signe ou une représentation qui renvoie à son objet non pas tant parce qu'il a quelque similarité ou analogie avec lui ni parce qu'il est associé avec des caractères généraux que cet objet se trouve posséder, que parce qu'il est en connexion dynamique (y compris spatiale) et avec l'objet individuel d'une part et avec les sens ou la mémoire de la personne pour laquelle il sert de signe, d'autre part »³.

La distinction entre « indice » et « index » reste pour autant problématique. Suivant Umberto Eco, nous nous attacherons à la « fonction sémiotique » du signe qui est « le rapport (...) entre un élément de la forme de l'expression et un élément de la forme du contenu »⁴. Pour François Jost, qui applique la tripartition peircéenne du signe au domaine télévisuel, « à l'indice correspondent ces images dont la valeur tient au contact direct avec notre monde physique ou avec le studio : enregistrement automatique, direct et documentaire ou reportage, en tant qu'ils sont un témoignage sur la réalité qui s'est trouvée un jour devant la caméra ».⁵ L'image-indice se caractérise donc par une relation de causalité avec ce qu'elle représente, et à la télévision cette causalité renvoie au monde « réel » extérieur. L'« index » semble quant à lui renvoyer à une intention de perception, à une direction donnée à l'attention ou encore à une orientation de la lecture. En cela il renvoie aux notions d'organisation et de classement. Une image-index serait donc une image ayant pour fonction de nous guider dans un document.

Dans le cas précis des transferts d'images des émissions de télé-réalité dans des médias annexes, les producteurs des sites Internet et de la presse magazine mettent en place des systèmes *indexicaux* et *indiciels* afin de référencer les images sorties de leur contexte originel. Les systèmes indexicaux permettent de positionner l'image dans le média, en les classant par exemple dans une rubrique définie ou en les plaçant dans des cadres. Cela relève de l'organisation du média en tant que document structuré. Les systèmes indiciels, quant à eux, permettent de référencer ces images en tant qu'images télévisuelles par des dispositifs de contextualisation pouvant être amenés par des éléments textuels ou encore par des indices graphiques comme les logos des émissions. Ces systèmes révèlent des stratégies éditoriales qui diffèrent selon le type de média d'« accueil » du transfert d'images : sites officiels de

1986, p.13.

³ PEIRCE, Charles S. *Ecrits sur le signe*. Éditions du Seuil, 1978, p.158. Peirce distingue trois aspects de signes qui sont l'*icône*, l'*indice* et le *symbole*, l'icône (dont il n'est pas question dans cette communication) étant un signe présentant une relation de similarité avec l'objet qu'il représente : ainsi, la photographie est une icône.

⁴ ECO, Umberto. *La Production des signes*. Indiana University Press, 1976. Le livre de Poche, 1992, pour l'édition française.

⁵ JOST, François. « La promesse des genres » in *Réseaux* n°81, 1997. <http://www.enssib.fr/autres-sites/reseaux-cnet/81/sommai81.html> (consulté le 2 juillet 2002).

l'émission, sites officiels, sites « perso », presse de programme, presse pour adolescents, presse people ou encore presse masculine.

1.2. Images-indices vs images-symboles : le double statut

La nature indicielle des images se confond avec leur nature symbolique. Peirce définit le symbole comme « un signe conventionnel ou dépendant d'une habitude (acquise ou innée) »⁶. Il ajoute qu'« un élément constitutif d'un symbole peut être un indice »⁷. Une image peut donc être à la fois indice et symbole. Une image de l'émission *Star Academy*, transférée par exemple sous une forme fixe sur la couverture d'un magazine pour adolescents, sera à la fois indice du contenu de ce magazine, indice d'un contenu télévisuel transféré, mais pourra aussi, selon sa nature, représenter un symbole de l'émission.

Le logo de l'émission est un exemple particulièrement remarquable du double statut de l'image de télé-réalité. Ce double statut ne se retrouve pas uniquement dans les émissions de télé-réalité mais dans toutes les circulations d'images télévisuelles, à cela près qu'une émission comme *Star Academy* présente des images indicielles de types divers qui sont le logo de l'émission, les « personnages » de l'émission – que ce soient le présentateur ou les candidats – et des « lieux » divers. Nous nous attarderons plus tard sur la nature « symbolique » des indices.

2. Systèmes d'index et re-connaissance d'images : la pratique du zapping

L'usage du média met en place des processus inférentiels qui lui permettent de restituer un contexte aux images transférées, d'une part en utilisant les systèmes d'index mis en place par les différents médias, d'autre part en interprétant les indices qu'ils fournissent, mais également en se référant à ses connaissances personnelles préalables de l'objet « image de télévision », c'est-à-dire en faisant référence à la mémoire. La lecture d'images est en effet une lecture qui demande un « effort » intellectuel. Pour Martine Joly, « la lecture des images, qu'elles soient fixes ou animées et en séquence, mobilise les mêmes activités intellectuelles de toute lecture, qui suppose une interaction entre l'œuvre et le lecteur ou le spectateur : toute une stratégie discursive est nécessairement à l'œuvre, mettant en jeu l'intertextualité, les attentes et les opérations mentales d'ajustement du destinataire telles que la mémorisation ou l'anticipation. »⁸. Le fait que ces images soient « rapportées » rend le travail de recontextualisation d'autant plus complexe. Le lecteur se trouve en effet face à des écrits papiers et des écrits « d'écran » pour appréhender des images dont la nature première est audio-visuelle.

2.1. La lecture de magazines

La lecture de magazines tout comme la lecture d'un site Internet relève d'une pratique de « zapping » : le lecteur n'est plus confronté au flux télévisuel linéaire mais à des objets manipulables par le « feuilletage » ou le « clic ». L'activité cognitive est donc renforcée puisqu'elle ne s'applique plus à une simple visualisation d'images amenée par le choix d'une chaîne mais à une action qui conduit chaque lecteur à une utilisation singulière du magazine ou du site qu'il parcourt ; et c'est justement de « parcours » dont il s'agit, un parcours orienté par les choix du support en matière d'indexation.

Pour Jean-Marie Charon, la lecture du magazine relève bel et bien d'une pratique du zapping : « le magazine présuppose la multiplicité des cheminements correspondant à autant de lecteurs et de lectures. Le récit visuel introduit ainsi au zapping et à un rapport au lecteur essentiellement individualisé. Dans la double page elle-même, unité de lecture – une fois le magazine ouvert – l'organisation de l'espace et des récits continue par les modes de traitement des photos, des dessins, des infographies, des titres, des encadrés, des balises, etc., à offrir un contenu ouvert à de multiples

⁶ *Op.Cit.* p.164

⁷ *Op.Cit.* p.162

⁸ JOLY, Martine. *L'image et les signes : approche sémiologique de l'image fixe*. Paris : Nathan, 1994, p.87.

accès et différentes formes de séquences de lectures ».⁹

La lecture des magazines où sont transférées les images de l'émission *Star Academy* est tout particulièrement représentative de cette pratique de « zapping » lectoriel. La presse de programme, par exemple, procède par renvois entre rubrique. Ainsi, la lecture, dans *Télé7Jours*¹⁰, d'un encadré présentant l'émission par un descriptif textuel jouté d'images de type « arrêts sur images », renvoie à un article par la mention « voir nos articles pages 24 à 28 ». L'article en question¹¹ présente en haut de sa première page un renvoi aux date, horaire et chaîne de diffusion de l'émission ; il est intrinsèquement constitué d'encadrés illustrés indépendant les uns des autres où chaque candidat est amené à donner son avis sur un candidat mis en avant dans ce numéro du magazine. Dans la presse de programme, les cadres ont une fonction indexicale, que l'on retrouve également dans la presse people et les magazines pour adolescents. Annette Béguin-Verbrugge définit d'ailleurs l'ordonnancement en cadres d'un document comme une « architecture » qui oriente la construction du sens pour le lecteur¹².

2.2. La lecture sur Internet

Aux signes indexicaux des produits multimédias comme les sites Internet, Yves Jeanneret et Emmanuel Souchier ont donné le nom de « signes passeurs » : « Conscient ou non, le geste qui consiste à « cliquer » induit qu'un texte peut se révéler sous son action. C'est-à-dire qu'il suppose un savoir-lire, un savoir-écrire appliqués à une catégorie particulière de signes qu'on peut nommer « signes passeurs ». »¹³ La lisibilité d'un site web se décline donc en lisibilité en tant que document (dans sa définition la plus générique) et en lisibilité en tant qu'objet « site web ». De ce fait, le lecteur doit être familier des « signes passeurs » pour se retrouver dans le système d'indexation mis en place par le site qu'il visite. Les sites Internet présentant des transferts des images de l'émission *Star Academy* sont de types variés. On peut, dans un premier temps, distinguer entre sites officiels (de l'émission et des candidats), sites officieux (sites et forums thématiques, sites et blogs de « fans ») et sites polémiques (sites et forums de « dérision » présentant des réflexions critiques et humoristique).

Selon Charon, la lecture d'un magazine renvoie à la pratique d'Internet ou à la réception des programmes télévisés : « Importance du visuel, avec une grande variété d'associations entre le texte et les images, les magazines sont en phase avec les formes d'écriture auxquels accèdent les internautes. Le zapping, avec ces parcours multiples de lecture entre magazines, au travers du « chemin de fer », dans les rubriques, dans la double page et dans chaque papier, ne sont pas bien loin des sauts entre les chaînes de télévisions ou d'une station de radio à l'autre. La relation individualisée, au travers du contrat de lecture, voire du dialogue personnalisé, avec les multiples courriers des lecteurs ou forums, fait écho aux formes de sociabilité volontaires, choisies, qui se voient privilégiées aujourd'hui »¹⁴. Pour Bertrand Gervais également, la lecture sur Internet, même si elle est marquée par une hypertextualité, peut aussi se caractériser par une pratique du zapping : « L'Internet permet le développement de genres icono-textuels où les rapprochements entre les deux formes se réalisent sous forme de transposition, de collocation, de jonction ou de fusion intermédiaires (Hoek 2002 ; 1995) »¹⁵.

Prenons un exemple de site Internet présentant, tout comme *Télé7Jours*, un transfert d'images de

⁹ CHARON Jean-Marie. « La presse magazine : un média à part entière ? » In *Réseaux* n°105 : La presse magazine. Hermès, 2001, p.59.

¹⁰ n°2324, daté du 11 au 17 décembre 2004.

¹¹ Intitulé « Grégory, on t'aime ! ».

¹² BEGUIN-VERBRUGGE, Annette. *Images en texte, images du texte*. (À paraître aux Presses Universitaires du Septentrion).

¹³ JEANNERET, Yves, SOUCHIER, Emmanuel. « Pour une poétique de l'écrit d'écran » in *Xoana*, 1999, n°6.

¹⁴ *Op.Cit.* p.75-76.

¹⁵ GERVAIS, Bertrand. « Naviguer entre le texte et l'écran. Penser la lecture à l'ère de l'hypertextualité ». <http://archivesic.ccsd.cnrs.fr>

l'émission *Star Academy*. Le site *Bofacademy*¹⁶, dont le contenu satirique renvoie en grande partie au suivi en continu des émissions de télé-réalité françaises, accorde une place prépondérante à l'émission *Star Academy*. Les pages se présentent comme des récits textuels chronologiques mis à jour quotidiennement et illustrés d'arrêts sur images de l'émission. Un menu permet de renvoyer aux récits des semaines, puis un second menu renvoie ensuite aux récits des journées, partiels ou complets. Des informations thématiques sur l'émission comme « le château », « Nikos Aliagas », « Avant-émission » ou encore « Starac à l'étranger » sont également disponibles. L'internaute peut ainsi « zapper » d'une journée à une autre et s'extraire alors du flux iconique et narratif de la forme télévisée.

3. Niveaux symboliques des indices

Les images transférées fonctionnent comme surenchérissement de l'émission : l'image s'insinue partout, elle est omniprésente. En effet La « captation des regards »¹⁷ décrite par Esquenazi pour la télévision vaut également pour la méta-télévision.

3.1. Symboles, stéréotypes et identification

Nous pouvons repérer divers niveaux symboliques des indices : celui de la réalité, celui du quotidien lié à celui de la temporalité, celui de la corporéité, celui des stéréotypes sociaux ou encore celui de la promesse éditoriale.

Les images télévisées de la *Star Academy* tout comme les images transférées de l'émission sont donc des signes et constituent des indices. Ces indices sont ceux d'une *promesse* de transparence inhérente au concept de télé-réalité qui promet de « tout voir », de « tout savoir ». Ce sont des indices d'une « *réalité* » - peu importe dans notre propos qu'elle soit faussée et scénarisée – qui, dans le cas du flux télévisuel, est une réalité du quotidien, faisant donc écho au quotidien du spectateur, ce qui constitue déjà un premier élément du processus d'identification. Selon Bernard Stiegler, la *temporalité* du flux même est déjà un moteur identificatoire : « la caractéristique des objets temporels est que l'écoulement de leur flux coïncide « point par point » avec l'écoulement du flux de la conscience dont ils sont l'objet – ce qui veut dire que la conscience de l'objet *adopte le temps* de cet objet : son temps *est* celui de l'objet, *processus d'adoption* à partir duquel devient possible le phénomène d'identification typique du cinéma. »¹⁸, phénomène que l'on peut aisément transposer à la télévision puisqu'il constitue également un média de flux.

Les indices présents à l'écran fonctionnent comme des assertions d'une promesse télévisuelle. Dans le cas de la télé-réalité et de l'émission *Star Academy*, les candidats doivent correspondre à certains stéréotypes sociaux et physiques - donc identitaires - pour que leur place dans l'émission soit validée par le téléspectateur. De même, les discours qui sont fait sur eux dans la presse et sur les sites officiels tendent à consolider la « personnalité » que l'émission leur construit. Les images et extraits vidéo les représentant sont toujours choisis de manière à les conforter en tant que personnages stéréotypés. Pour Olivier Aïm, « l'enjeu est d'évaluer la « télégénie » des « candidats ». La qualité de leur prestation est jugée en fonction des indices, positifs ou négatifs, qu'ils laissent à l'écran. Rhétorique judiciaire et sémiotique indiciaire se conjuguent alors pour former un spectacle de la preuve, de l'*é-vidence*. ». Nous verrons par contre que les corps sont en quelque sorte dissociés des personnages et doivent représenter une homogénéité qui normalise leur portée indicielle¹⁹. Selon Jean-Pierre Esquenazi, « le dispositif d'une institution comme TF1 s'oppose au panoptisme²⁰ en en retournant les termes : il donne à voir au lieu de voir par elle-même. Mais d'un autre côté on pourrait

¹⁶ <http://www.bofacademy.com/>

¹⁷ ESQUENAZI, Jean-Pierre. « La vérité d'une institution : TF1 et son téléspectateur ». In BUXTON, David, ESQUENAZI, Jean-Pierre, LAMBERT, Frédéric, et al. *Télévisions. La vérité à construire*. L'Harmattan, 1995, p.142.

¹⁸ STIEGLER, Bernard. *La technique et le temps*. 3. Le temps du cinéma et la question du mal-être. Paris : éditions Galilée, 2001, p.61.

¹⁹ *Op. Cit.* p.53

²⁰ La notion de panoptisme est développée par Michel Foucault dans *Surveiller et punir* comme un diagramme du pouvoir dans une société disciplinaire.

dire qu'il en généralise les procédures avec une remarquable efficacité : il atteint son « public » directement au domicile de ce dernier ; il ne considère pas chacun de ses interlocuteurs comme des cas particuliers à surveiller : il en fait un portrait uniforme et unanime qui réussit au contraire à éliminer toute marginalité »²¹.

3.2. La capture du corps comme élément majeur d'identification : le pathos

Qu'en est-il des indices émotifs lorsque les images sont transférées sur Internet et dans la presse magazine, et que, la plupart du temps, elles le sont sous forme fixe, donc incapables de restituer les mouvements ?

Nous avons vu que les images indicielles étaient de différentes natures (personnages, logos, lieux). Il n'en reste pas moins que, d'un point de vue quantitatif, même si le logo est souvent repris comme un leitmotiv, l'image de type « portrait » est largement privilégiée, ne serait-ce qu'au niveau du format. Les magazines musicaux et magazines pour adolescents proposent pour la plupart des posters en format de type A4, A3 ou même A2. Le poster, prisé par les adolescents - qui peuvent ensuite l'afficher dans leur chambre - semble bel et bien être un élément attractif. Les transferts d'images représentent très souvent les candidats de manière isolée ou en duo. Les plans serrés sont privilégiés et les émotions ne sont plus alors artistiques mais sont présentes dans les expressions des visages et des corps aux mouvements suspendus. Il s'agit toujours de *faire ressentir*.

Selon Jacques Fontanille, le corps participe de la modalité sémiotique et fournit un des aspects de la « substance » sémiotique²². Nous avons en effet à analyser le corps comme indice, un indice relevant de l'émotionnel puisqu'il renvoie à un « pathos » exprimé par le corps en en représentation - donc en déplacement - de celui qui s'exhibe à la télévision. Mais si la télévision est un média qui présente une capture des corps, et même, dans le cas de *Star Academy*, une promesse²³ de capture illicite des corps, le regard du téléspectateur est porté par ce mouvement corporel²⁴ et projette alors son propre corps sur le corps perçu. Cette projection du corps est le versant corporel (physique) de l'identification. Alain Mons évoque la « *réciprocité phénoménologique* » qui fait que « le message télévisuel que je perçois, et qui me vise, renvoie *in fine* à la consistance problématique de mon propre visage, de mon corps de téléspectateur »²⁵.

Pour Olivier Aim, « lire les indices sur les corps individuels ou collectifs, voilà l'ouverture « épistémioïde » permise par le panoptisme télévisuel »²⁶. L'émission *Star Academy* nous annonce en effet, lors de son générique : « sous vos yeux, ils vont devoir tout donner ». La promesse est totale et le « tout donner » renvoie aux fonctions corporelles que sont le mouvement et la voix²⁷. Ce « tout donner » renvoie aux prestations artistiques dont l'objectif est - et cela est répété presque quotidiennement dans l'émission - de procurer de l'*émotion* au téléspectateur. Le mouvement corporel doit donc être un indice d'émotion, il relève le plus souvent du « pathos ». Selon David Le Breton, notre époque individualiste a porté le corps au rang de trophée : « le corps demeure l'ancre, seule

²¹ ESQUENAZI, Jean-Pierre. « La vérité d'une institution : TF1 et son téléspectateur ». In BUXTON, David, ESQUENAZI, Jean-Pierre, LAMBERT, Frédéric, et.al. *Télévisions. La vérité à construire*. L'Harmattan, 1995, p.143

²² FONTANILLE, Jacques. *Soma et Séma. Figures du corps*. Paris : Maisonneuve et Larose, 2005, p.16.

²³ Voir au sujet de la promesse médiatique l'article de François Jost. « La promesse des genres » in *Réseaux* n°81, 1997. <http://www.enssib.fr/autres-sites/reseaux-cnet/81/sommaire81.html> (consulté le 2 juillet 2002) : «

²⁴ Jacques Fontanille évoque ce déplacement du regard dans une réflexion concernant le cinéma mais que nous pouvons également appliquer à l'image en mouvement de la télévision : « Le cinéma, ce complexe d'empreintes lumineuses et de mouvements, offre un simulacre du déplacement du regard, porté par le déplacement d'un corps virtuel », *Op.Cit.* p.85.

²⁵ MONS, Alain. « L'expérience imagologique : quotidien et média » In *Media et information* n°2, 1994, p.45.

²⁶ *Op.Cit.* p.54. Le terme de « panoptisme » est repris par l'auteur en écho à Foucault (*Surveiller et punir*) et lui sert à décrire le dispositif des émissions de télé-réalité comme un dispositif de surveillance où mes acteurs sont vus sans voir ceux qui les voient.

²⁷ Le mouvement pour les cours de danse, de théâtre et d'expression scénique, complémentaire de la voix pour le chant.

susceptible de river le sujet à une certitude (...) par laquelle il peut se rattacher à une sensibilité commune, rencontrer les autres, participer au flux des signes et se sentir toujours en prise sur une société où règne l'incertitude »²⁸. Le corps, mis en valeur dans les émissions de télé-réalité, génère un besoin d'identification qui est aussi celui de l'identification à des normes : normes physiques (les proportions du corps) et normes relationnelles ou communicationnelles (l'attitude, les émotions exprimées par les mouvements du corps et les expressions du visage). Le Breton évoque ce besoin d'un « épanouissement dans l'intime »²⁹ qu'est l'épanouissement du corps, si bien que le corps devient un objet d'évaluation individuelle (il devient même sujet) : « Le corps n'est plus un destin auquel on s'abandonne, il est un objet que l'on façonne à sa guise. Le rapport de la conscience du sujet à son corps s'est profondément modifié. L'imaginaire contemporain subordonne le corps à la volonté, il fait du premier un objet privilégié de l'environnement de la seconde »³⁰. Le corps devient un « faire-valoir », un indice de valeur, il est une « mise en signes » : « Le narcissisme moderne traduit ce fait paradoxal d'une distance envers soi-même, d'un calcul, il convertit le sujet en opérateur faisant de son existence et de son corps un écran où agencer favorablement des signes »³¹. Déjà, dans *La chambre claire*, Roland Barthes s'interrogeait sur le caractère déictique de l'image photographique. Evoquant le fait d'être pris en photo, il écrit : « dès que je me sens regardé par l'objectif, tout change : je me constitue en train de « poser », je me fabrique instantanément un autre corps, je me métamorphose à l'avance en image »³². Comme si le corps devait refléter quelque chose de l'âme de la personne filmée ou photographiée ; Barthes parle d'ailleurs de l'« air » du visage : « L'air et cette chose exorbitante qui induit du corps à l'âme »³³.

Les signes du corps sont sélectionnés pour ce qu'ils signifient dans le montage des émissions, de même dans les articles de presse magazines ou sites Internet officiels : ils sont sélectionnés pour les valeurs qu'ils transmettent et qui s'insèrent dans le contrat de lecture de la chaîne, du site ou du magazine. Dans le cas de la presse pour adolescents notamment, ce qui est montré, ce sont des signes d'épanouissement du corps, des sourires, le corps capté comme une expression d'assurance, de bien-être, de bonheur. Nous sommes alors en présence de signes maîtrisés. Dans le cas des sites et magazines de nature satirique (et également dans la presse dite « à scandale »), les corps sont choisis comme indices de « lâcher prises », de maladroites. Les indices recherchés sont ceux des « râtés » du corps, de sa trivialité. Nous sommes alors en présence d'une démystification du corps des sujets télévisuels, rabaissés au rang de la « vulgate ».

Conclusion

Ces quelques exemples d'images-index, images-indices et images-symboles nous offrent une porte d'accès vers l'analyse sémio-pragmatique de la circulation pluri-médiatique des images des émissions de télé-réalité à travers notamment les concepts de stéréotypes et d'identification spectatorielle. La sémiotique du corps nous permet d'appréhender les images de l'émission *Star Academy*, non seulement en tant qu'index mais aussi et surtout en tant qu'indices corporels, de signes d'une émotion qui renvoie à l'identification et à la fidélisation du téléspectateur dans la mesure où ce dernier est sensible à un certain « pathos ». En cela, la dimension pluri-médiatique des images de l'émission multiplie les sources de l'émotion ainsi que les ressources identificatoires.

²⁸ LE BRETON, David. *Anthropologie du corps et modernité*. Quadrige / PUF, 1990. Chap.8, « L'homme et son double : le corps alter ego », p.160.

²⁹ *Op.Cit.* p.161

³⁰ *Op.Cit.* p.162

³¹ *Op.Cit.* p.174

³² BARTHES, Roland. *La chambre claire. Notes sur la photographie*. Gallimard Seuil, 1980, pp 24-25.

³³ *Op.Cit.* p.167

Bibliographie

AÏM, Olivier. « Une télévision sans surveillance ». In *Communication et Langages* n°141, septembre 2004.

BARTHES, Roland. *La chambre claire. Notes sur la photographie*. Gallimard Seuil, 1980.

CHARON Jean-Marie. « La presse magazine : un média à part entière ? » In *Réseaux* n°105 : La presse magazine. Hermès, 2001.

ECO, Umberto. *La Production des signes*. Indiana University Press, 1976. Le livre de Poche, 1992, pour l'édition française.

ESQUENAZI, Jean-Pierre. « La vérité d'une institution : TF1 et son téléspectateur ». In BUXTON, David, ESQUENAZI, Jean-Pierre, LAMBERT, Frédéric, et.al. *Télévisions. La vérité à construire*. L'Harmattan, 1995.

FONTANILLE, Jacques. *Soma et Séma. Figures du corps*. Paris : Maisonneuve et Larose, 2005.

GERVAIS, Bertrand. « Naviguer entre le texte et l'écran. Penser la lecture à l'ère de l'hypertextualité ». http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/documents/archives0/00/00/02/83/sic_00000283_00/sic_00000283.html (consulté le 11 octobre 2004).

JEANNERET, Yves, SOUCHIER, Emmanuel. « Pour une poétique de l'écrit d'écran » in *Xoana*, 1999, n°6.

JOLY, Martine. *L'image et les signes : approche sémiologique de l'image fixe*. Paris : Nathan, 1994.

JOST, François. « La promesse des genres » in *Réseaux* n°81, 1997. <http://www.enssib.fr/autres-sites/reseaux-cnet/81/sommaire81.html> (consulté le 2 juillet 2002).

LE BRETON, David. *Anthropologie du corps et modernité*. Quadrige / PUF, 1990.

MONS, Alain. « L'expérience imagologique : quotidien et média ». In *Media et information* n°2, 1994.

PEIRCE, Charles S. *Ecrits sur le signe*. Éditions du Seuil, 1978.

SPERBER, Dan, WILSON, Deirdre. *La pertinence : communication et cognition*. Les Éditions de Minuit : 1986.

STIEGLER, Bernard. *La technique et le temps*. 3. Le temps du cinéma et la question du mal-être. Paris : éditions Galilée, 2001.