



**HAL**  
open science

## Transferts d'images à la télévision.

Laure Bolka-Tabary

► **To cite this version:**

Laure Bolka-Tabary. Transferts d'images à la télévision.. *Communication & langages*, 2006, 149 (1), pp 15-27. 10.3406/colan.2006.4611 . hal-01137497

**HAL Id: hal-01137497**

**<https://hal.science/hal-01137497>**

Submitted on 30 Mar 2015

**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.

## Transferts d'images à la télévision. Dynamiques répétitives et formes de réception

In: Communication et langages. N°149, 2006. pp. 15-27.

### Résumé

La télévision donne-t-elle à voir le monde ou se donne-t-elle avant tout en spectacle ? À lire l'article de Laure Bolka-Tabary on est en droit de se le demander. L'auteur nous montre en effet que la télévision est un lieu de circulation constante d'images identiques et qu'elle fonctionne en partie sur des transferts internes. On assiste donc à un phénomène de répétition des contenus et une multiplicité des statuts de l'image. La rhétorique citationnelle, à travers une typologie de ces transferts, permet d'interroger les phénomènes de réception et d'appropriation en mobilisant les notions de contexte et d'inférence. Elle montre que l'activité intellectuelle en jeu se centre sur la mémoire et révèle à quel point le média lui-même est devenu un dispositif « culte », aut centré et légitimant pour un téléspectateur que l'on dit être devenu acteur. Mais est-il réellement l'acteur de cette « mémoire médiatique de masse » ?

---

Citer ce document / Cite this document :

Bolka-Tabary Laure. Transferts d'images à la télévision. Dynamiques répétitives et formes de réception. In: Communication et langages. N°149, 2006. pp. 15-27.

doi : 10.3406/colan.2006.4611

[http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan\\_0336-1500\\_2006\\_num\\_149\\_1\\_4611](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan_0336-1500_2006_num_149_1_4611)

---

# Transferts d'images à la télévision

Dynamiques répétitives  
et formes de réception

LAURE BOLKA-TABARY

L'étude de la télévision, qui s'envisage dans un contexte de concurrence et de rentabilité, ne peut faire l'économie d'une réflexion de nature à la fois structurelle et pragmatique. Comprendre comment se structurent les programmes, comment ils se répondent entre eux, permet de déceler les stratégies communicationnelles du média, qui se construisent notamment en fonction du téléspectateur. Les quelques pistes développées dans cet article proposent d'élargir les réflexions ouvertes ces dernières années sur les principes sériels vers une étude des dynamiques répétitives en jeu dans les images télévisuelles.

Ces dynamiques de circulation d'images peuvent se décrire comme des dynamiques transitionnelles touchant à l'organisation même du contenu télévisuel. Car les programmes de télévision s'entre-alimentent, et ce aussi bien sur le plan scripto-visuel (ce qui est montré et comment cela est montré) que sur le plan audio-idéal (ce qui est dit, de quelle manière et avec quel contenu intellectuel). La télévision présente donc une forte porosité interne de ses contenus, d'une chaîne à l'autre, d'une émission à l'autre. Cette porosité se rencontre également à un niveau intra-médiatique, relevant généralement du métatexte ou de l'hypertexte<sup>1</sup>, puisque la télévision alimente également les autres médias : presse, Internet et même téléphonie mobile. Les usagers des médias se retrouvent donc face à des transferts de contenus télévisuels qui se traduisent par une répétitivité pluri-médiatique des images accrue par l'avènement de l'Internet haut débit et particulièrement visible dans les programmes de télé-réalité.

**La télévision donne-t-elle à voir le monde ou se donne-t-elle avant tout en spectacle ? À lire l'article de Laure Bolka-Tabary on est en droit de se le demander. L'auteur nous montre en effet que la télévision est un lieu de circulation constante d'images identiques et qu'elle fonctionne en partie sur des transferts internes. On assiste donc à un phénomène de répétition des contenus et une multiplicité des statuts de l'image. La rhétorique citationnelle, à travers une typologie de ces transferts, permet d'interroger les phénomènes de réception et d'appropriation en mobilisant les notions de *contexte* et d'*inférence*. Elle montre que l'activité intellectuelle en jeu se centre sur la mémoire et révèle à quel point le média lui-même est devenu un dispositif « culte », autocentré et légitimant pour un téléspectateur que l'on dit être devenu acteur. Mais est-il réellement l'acteur de cette « mémoire médiatique de masse » ?**

1. Au sens défini par Gérard Genette dans *Palimpsestes* (1992) et dans la mesure où l'on peut se permettre de transposer la notion de texte à celle des contenus médiatiques de toutes formes.

Nous nous intéresserons ici à la dimension intra-télévisuelle de ces transferts et plus particulièrement à l'objet « image de télévision » dans son acception strictement visuelle. L'observation des transferts d'images à un niveau *intra* doit être l'étape préalable à une observation globale des transferts médiatiques d'images. La télévision étant un média de flux, la particularité des transferts intra-télévisuels est d'avoir pour source des images séquentielles qui passent donc – à moins qu'elles ne restent sous leur forme initiale – à l'état d'images fixes ou d'animations numériques, occupant partiellement ou totalement l'espace de l'écran. Les transferts internes à la télévision occasionnent des types de répétition qui ne demandent pas, de la part du producteur, un effort de transposition matérielle, puisqu'il n'y a pas de changement de support ; la médiation des images est donc la même d'un point de vue matériel.

Mais, pour l'usager, ces transferts intra-télévisuels exigent d'intégrer les codes de fonctionnement propres au média télévision, de connaître son « protocole de médiation<sup>2</sup> ». Ils demandent également une certaine connaissance des différents genres télévisuels ainsi qu'une sollicitation de la mémoire audiovisuelle.

Les rhétoriques de répétition mises en œuvre dans les différents programmes impliquent ainsi, dans une visée pragmatique, d'éclairer les conditions de réception induites par les transferts et donc de mobiliser les notions de mémoire et de contexte. Elles nous amènent particulièrement à nous interroger sur les effets de ces reprises d'images dans la réception lorsque ces images sont réellement perçues comme redondantes.

## DESCRIPTION DES TRANSFERTS INTRA-TÉLÉVISUELS

### Précisions terminologiques sur les concepts de transfert et de répétition

Bien que cette dimension ne constitue qu'une partie des circulations d'images télévisuelles observables, nous envisageons les transferts d'images dans leur dimension intra-télévisuelle. Plutôt que de « circulation », il sera d'ailleurs plus juste d'employer le terme de « transfert » ou de « citation ». Antoine Compagnon définit la citation comme un « espace privilégié du texte » qui « lance et relance la dynamique du sens et du phénomène<sup>3</sup> ». La citation doit également être comprise comme un « commentaire ». Selon Yves Chevalier, la citation télévisuelle se définit comme la transformation d'un énoncé télévisuel en « archive<sup>4</sup> » ; dans le contexte d'une émission comme « L'hebdo du médiateur », elle est également « candidate à la légitimité<sup>5</sup> ». La notion de « circulation » implique l'idée de

2. Sur ce point, voir l'article de Yves Jeanneret et Emmanuel Souchier, « La communication médiatisée est-elle un "usage" ? », *Communication & langages*, n° 132, juillet 2002, p. 16 : « Les médias ont la propriété de mettre en forme l'interaction, d'offrir un support à l'expression symbolique et de conditionner, dans une certaine mesure (conditionner n'est pas déterminer) les moyens de l'interprétation. Mais sans doute conviendrait-il ici d'employer le terme de former en ce sens qu'il s'agit effectivement de "donner une forme" au processus de communication, autrement dit de lui permettre d'exister à travers un protocole de médiation. »

3. Antoine Compagnon, *La seconde main ou le travail de la citation*, Le Seuil, 1979, p. 43-44.

4. Yves Chevalier, « Le travail de la citation métatélévisuelle », *Émergences et continuités dans les recherches en information et communication. Actes du XII<sup>e</sup> Congrès national des sciences de l'information et de la communication*, SFSIC, 2001, p. 297.

5. Yves Chevalier, *op. cit.*, p. 299.

« circularité<sup>6</sup> », tandis que le mot « transfert<sup>7</sup> » comporte l'idée de passage et donc de durée, de même la « citation » qui renvoie à une référence directe ou à un extrait de texte<sup>8</sup>. Sur un média de flux, les images sont davantage soumises au transfert qu'à la circularité, au sens stricte du terme.

Les termes « citation » et « transfert » peuvent se définir par opposition l'un par rapport à l'autre : le terme de citation semble plus apte à désigner l'état de l'image après le transfert, qui est celui d'un objet « cité » ; le terme « transfert » désigne donc plus volontiers la *dynamique* de la citation, le *processus* par lequel une image devient un objet cité. Quant à la « répétition », même si elle désigne des images citées, elle sert à nommer le *phénomène* citationnel. C'est à ce phénomène que nous ferons le plus fréquemment référence<sup>9</sup>.

La citation intra-télévisuelle est un type de citation *intra-médiatique* qui désigne des répétitions d'extraits d'images télévisuelles à l'intérieur même du média télévision.

À la télévision, nous pouvons parler de citation lorsque le processus d'insertion de l'image est visible, ce processus étant la condition *sine qua non* pour que l'image soit perçue comme objet cité. En effet, lors de transferts intra-télévisuels, nous sommes en présence de citations de contenus mais aussi de citations simultanées de contenants ; le montage doit donc être ostensible ou la citation annoncée (textuellement ou verbalement), et la citation doit également pouvoir renvoyer à de l'image identifiable – voire même reconnaissable – comme quelque chose de télévisuel. Il y a donc appel à la mémoire. Par contre, la mise en visibilité du processus ne signifie pas qu'il y ait forcément recontextualisation de l'image lors de la citation ; c'est un point sur lequel nous reviendrons lorsque nous traiterons du rapport de l'image à sa source.

Dresser une typologie des transferts d'images intra-télévisuels va nous permettre d'appréhender de manière plus théorique les contenus télévisuels mais aussi de cerner les différents contextes et conditions de la citation, ainsi que les dynamiques qui les parcourent.

### **Typologie des transferts d'images intra-télévisuels**

Ce qui nous intéresse ici dans la répétition, c'est cette idée de porosité des programmes télévisuels entre eux, qui sont non pas interchangeables mais entre-nourris. L'image cite en effet la télévision dans une logique de mise en abyme ou d'*emboîtement* de l'image citée dans l'image citante (on pourrait dire également d'*emboîtement* de l'*image-source* dans l'*image-récit*). Alain Gauthier<sup>10</sup> parle à ce sujet d'« image endémique », une image caractérisée par sa redondance.

Pour autant, cette redondance n'est pas toujours perçue comme telle par le téléspectateur car la redite n'est pas forcément créée de manière explicite par le

6. Le verbe « circuler » est issu du latin *circulus* qui signifie « le cercle ».

7. Du latin *transferro* qui signifie « porter au-delà ».

8. Le terme « texte » est compris dans son acception générale renvoyant aux formes d'expression visuelles et orales.

9. Les termes « répétition » et « reprise » peuvent être utilisés comme quasi-synonymes du terme « citation » lorsqu'ils sont clairement contextualisés.

10. Alain Gauthier, *L'impact de l'image*, Paris, L'Harmattan, 1993, chap. 2 : « L'image de masse ».

réalisateur du programme. Il existe des images au rôle illustrateur que l'on peut qualifier de « symboliques », utilisées notamment dans les journaux télévisés : elles servent généralement à illustrer un thème et la reprise de ces images n'est pas souvent perçue. Même si la mention « image d'archive » désigne ces images, leur banalité freine leur mémorisation et donc leur reconnaissance en tant qu'images citées.

Notre typologie s'intéresse à la répétition en tant que phénomène structurant des émissions télévisées ; ce sont ici les intentions cachées derrière la répétition partielle d'un programme qui nous intéressent. Cette typologie ne comprend donc pas la répétition des images « symboliques » ni la rediffusion intégrale de programmes : ces types de répétition sont principalement commandés par la rentabilité économique d'un même produit. La rediffusion de programmes dans leur intégralité répond également pour sa part à la nécessité de remplir la grille de programmation de la chaîne en garantissant un flux d'images continu ; en outre, elle concerne en grande majorité les fictions.

Il apparaît nettement dans ce qui suit que l'image télévisuelle transférée au sein même de la télévision est à la fois *récit* du télévisuel, *symbole* de l'émission qu'elle cite, ainsi que le *témoignage* et l'*indice* de ce qui se passe ailleurs dans le média.

Nous proposons de distinguer quatre types de répétitions : *intra-séquentielle*, *multi-séquentielle thématique*, *promotionnelle* et *critique et/ou analytique*.

La *répétition intra-séquentielle* désigne la reprise d'images à l'intérieur d'une même émission ou séquence d'émission, d'après une rhétorique citationnelle propre à l'émission. Cette catégorie comprend les logos des programmes qui sont souvent repris pour annoncer un changement de séquence au cours d'une même émission. C'est le cas dans l'émission « Vidéo Gags », diffusée sur *TF1*, où la même image fixe (un point d'interrogation jaune sur un fond d'écran de couleur violette) annonce de manière fugace chaque séquence de jeu. On trouve également dans cette catégorie la présentation du déroulement d'un programme sous forme de sommaire en images en début d'émission ; c'est le cas dans l'émission « Tout le monde en parle » diffusée sur *France2*, programme qui met donc en exergue sa qualité de programme pré-enregistré en présentant en début d'émission des extraits de son contenu intégral. Ainsi, la *répétition intra-séquentielle* est une répétition de l'ordre de la fréquence dont le rôle est structurant pour le téléspectateur. Repérer précisément ce type de répétition implique bien souvent de s'être au préalable familiarisé avec le déroulement de l'émission, notamment dans le cas d'une répétition comme celle du point d'interrogation de « Vidéo Gags » qui peut ne pas être perçue lors d'un premier visionnage.

La *répétition multi-séquentielle thématique* désigne la reprise d'images au cours d'une série d'émissions ou dans des émissions indépendantes, pour des besoins narratifs généralement thématiques. Ce type de transfert concerne les émissions de type « Best Of », comme les « Bêtisiers », émissions généralement diffusées lors des fêtes de fin d'année, recensant tous les « dérapages » de la chaîne (fous rires d'un présentateur du journal télévisé, chute d'un journaliste en direct, etc.). Ces émissions font de la répétition leur unique sujet ; elles font également appel à une mémoire collective, portant un message de l'ordre du « il faut absolument avoir

vu ces images », plaçant celles-ci en véritables documents patrimoniaux, témoignages d'une « époque » télévisuelle donnée.

Nous pouvons également désigner dans cette catégorie les émissions de télé-réalité comprenant des émissions quotidiennes en *access prime time*<sup>11</sup> reprenant des images d'un « Live 22h/24 » – diffusé sur le câble et Internet – et dont les images sont également citées dans l'émission hebdomadaire en *prime time*. Un exemple frappant est celui de l'émission « Star Academy 4 », diffusée de septembre à décembre 2004 sur *TF1*, où l'on pouvait voir régulièrement des citations de l'émission quotidienne dans l'émission hebdomadaire (et vice-versa) ; ces citations étaient généralement partielles et apparaissaient dans un cadre inclus dans l'image.

Dans cette catégorie, nous trouvons aussi les génériques de début et fin d'émissions.

La *répétition multi-séquentielle* thématique est presque toujours perçue comme telle car elle est clairement contextualisée. Selon la nature du programme, la répétition sera plus ou moins attendue par le téléspectateur et prendra le rôle de *récit* du télévisuel.

La *répétition promotionnelle* désigne la répétition d'images à des fins autopromotionnelles. Ces images se trouvent dans les bandes-annonces des émissions, dans des publicités pour des produits dérivés de programmes télévisés, ainsi que dans les programmes qui promeuvent d'autres programmes de la chaîne. Cette catégorie concerne une émission comme « C'est pas trop tôt<sup>12</sup> » diffusée il y a quelques mois sur *M6*, présentant entre autres les programmes-phares de la chaîne, qui sont généralement des émissions de télé-réalité. Ces programmes sont présentés sous forme d'extraits ou de résumés des émissions passées et à venir puisqu'ils se suivent souvent de manière chronologique, tout comme les différents épisodes d'une série. Le logo de l'émission « C'est pas trop tôt » reste toutefois omniprésent à l'écran et les images sont souvent accompagnées de commentaires oraux.

Cette catégorie comprend également les promotions d'« après-émission ». Ce type d'émission concerne en majorité le suivi de la carrière des candidats des émissions de télé-réalité et la reconversion d'anciens animateurs du petit écran.

Cette répétition, de nature indicielle, agit sur la mémoire du téléspectateur puisqu'il associe des images déjà vues à des images dont la diffusion est à venir. Il possède un lien étroit avec la fidélisation.

La *répétition critique et/ou analytique* désigne des reprises d'images d'un programme d'une chaîne par un programme qui est généralement diffusé sur une autre chaîne, qu'il s'agisse d'une simple analyse ou de jugements critiques. Cela concerne des programmes comme « Arrêts sur images » sur *France5* ou encore le « Zapping » de *Canal+*. La citation d'images est alors le principe intrinsèque de l'émission. Ce type de répétition peut également traiter des images d'une émission dans une autre émission de la même chaîne comme c'est le cas pour

11. Le terme *prime time* renvoie à la tranche horaire qui enregistre la plus forte audience, la tranche 20h30-22h30 pour la France. On parle d'*access prime time* pour la tranche horaire qui précède le *prime time* et qui se situe entre 18h et 20h30 pour la France.

12. Émission remplacée par « Morning Café », qui fonctionne selon le même principe.

« L'hebdo du médiateur », sur *France2*, qui reprend des images du journal d'informations de la chaîne. Dans l'émission « Arrêt sur images », diffusée sur *France5* le dimanche midi, les images des différentes chaînes sont reprises et commentées ; elles sortent alors de leur contexte initial même si le présentateur et les intervenants ont entre autres pour rôle de tenter de l'y replacer par la parole, et donc en faisant appel à l'imagination et/ou à la mémoire du téléspectateur. On peut se retrouver par exemple face à des images du journal télévisé de *France2* où apparaît dans un encadré en bas d'écran la mention « Journal de 20 heures – France2 – 17 novembre 2004 » accompagnée du logo de l'émission « Arrêt sur images ».

Ce type de répétition étant généralement fortement référencé et donc clairement contextualisé, la répétition ne peut pas ne pas être perçue comme telle et, de par la nature même des programmes, elle est d'ailleurs généralement attendue par le téléspectateur. Dans ce cadre répétitif, nous tombons dans une logique de *mise en abyme* de l'image télévisuelle, à la fois *autoréflexive* et *autodiscursive*. On peut reprendre ici le terme d'« images emboîtées » utilisé par Stoichita<sup>13</sup> pour décrire certaines images picturales.

Ces différentes manières de décrire l'image transférée découlent de la nature de son rapport avec l'image originale du transfert, que nous appelons *image-source*. Elles peuvent également aider à la compréhension de la réception des images transférées.

#### **RÉCEPTION OU APPROPRIATION : LE RECOURS A LA MÉMOIRE ET LA QUESTION DU CONTEXTE**

Le rapport entre ce que j'ai nommé *image-source* et *image transférée* dans l'étude du télévisuel fait appel à la mémoire et au contexte de manière indissociable. L'appréciation par le téléspectateur de l'image transférée va en effet dépendre de sa relation avec l'image-source et de la mise en contexte de celle-ci, de son référencement ou non dans le programme en tant qu'image citée.

#### **Mémoire individuelle et mémoire collective**

Toute la dynamique interne des transferts d'images ainsi que l'étude de la réception de ces transferts ne peut s'envisager sans évoquer la mémoire. Selon Giorgio Agamben :

La force et la grâce de la télévision, la nouveauté qu'elle apporte, c'est le retour en possibilité de ce qui a été. La télévision restitue la possibilité de ce qui a été, le rend à nouveau possible. C'est là que réside la proximité entre la répétition et la mémoire<sup>14</sup>.

Mais il serait dangereux de faire abstraction du fait que l'appel à la mémoire n'est pas *de fait* forcé ni même forcément souhaité par le réalisateur d'une émission de télévision, qui peut ne pas vouloir introduire d'effet de répétition dans son programme ; c'est le cas pour les répétitions d'images que nous avons caractérisées de « symboliques ». Dans le cas des types de transferts qui sont l'objet de

13. Victor I. Stoichita, *L'instauration du tableau : Métapeinture à l'aube des temps modernes*, Paris, Klincksieck, 1993.

14. Giorgio Agamben, *Image et mémoire*, Éditions Hoëbecke, 1998, p. 70.

cette recherche, la répétition est vue comme un phénomène structurant des programmes de télévision ; ainsi, le recours à la mémoire, sans être obligatoirement sollicité, n'est pas caché et conditionne la réception.

Ce recours à la mémoire peut revêtir différentes formes. En Histoire, on distingue entre mémoire officielle, mémoire collective et mémoire individuelle. L'étude de la réception télévisuelle requiert d'avoir à l'esprit les notions de *mémoire individuelle* et de *mémoire collective* : la mémoire individuelle est celle qui mobilise l'expérience télévisuelle personnelle du téléspectateur tandis que la mémoire collective mobilise une expérience de l'ordre de la connaissance historique patrimoniale de la télévision. Les répétitions du domaine de l'intra-séquentiel<sup>15</sup> font appel à la mémoire individuelle et même à la mémoire immédiate. Les répétitions du domaine de l'extra-séquentiel<sup>16</sup>, quant à elles, peuvent faire appel à la mémoire collective télévisuelle, comme c'est le cas pour des émissions de type « Bêtisier ». L'émission « Les enfants de la télé », diffusée sur *TF1*, est d'ailleurs entièrement basée sur le recours à cette mémoire collective.

Pour aller plus loin, nous pouvons avancer l'idée que le réconfort – voire même le confort – apporté au téléspectateur par la répétition, par la sollicitation d'un *déjà vu* mémoriel, est sans doute un élément clé de son utilisation massive par les producteurs de télévision.

Jacqueline Barral, étudiant les effets de répétition dans l'autoportrait qu'elle redessine inlassablement pendant toute une année, développe l'idée d'une sacralisation par la répétition et surtout de la répétition comme point de repère pour la mémoire :

Si la répétition est bien la conséquence d'une angoisse due à la conscience historique, elle en est aussi l'antidote, ou l'échappatoire, car elle permet dans son processus même de jalonner la pensée de paliers, de fragments de temps situés comme entre parenthèses qui, ainsi établis dans leur isolement, permettent à leur tour à celle-ci de *faire retour* ou d'accéder à un *temps retrouvé* avec toute la jubilation ou la jouissance accompagnatrice d'un tel exploit : celui d'être parvenu à un sentiment fragile d'intemporalité<sup>17</sup>.

La répétition jouerait donc un rôle à la fois structurant et rassurant : alors que la nouveauté déstabilise, la répétition – par le biais de la citation – réconforte. À ce réconfort amené par la structuration de la forme répétitive des émissions s'ajoute l'investissement cognitif du téléspectateur. Regarder la télévision n'est pas une activité qui relève du travail mais du loisir, l'investissement cognitif n'est que peu perçu par le téléspectateur lui-même, Annette Béguin-Verbrugge parle d'ailleurs d'« économie cognitive » :

15. Et dans certains cas la *répétition promotionnelle*.

16. La *répétition multi-séquentielle thématique*, la *répétition critique et/ou analytique* et dans certains cas la *répétition promotionnelle*.

17. Jacqueline Barral, « Portraits et autoportraits : étude sur les effets de répétition », in Bruno Duborgel (dir.), *Figures de la répétition : recherches en esthétique et Sciences Humaines*, Saint Etienne, CIEREC, 1992.

La pente naturelle de l'activité mentale, dans les activités sociales ordinaires et en dehors de toute consigne ou tout effort particulier, est plutôt celle de l'économie cognitive<sup>18</sup>.

L'activité cognitive, même si elle s'organise de manière « économique », est pourtant sollicitée lors du travail de contextualisation ou de recontextualisation des images.

### **Le contexte**

Que se passe-t-il lors des transferts inter-médiatiques des images de télévision ? Du point de vue de la réception, il va falloir appliquer aux images un traitement tel qu'elles soient lisibles au même titre que n'importe quelle autre information véhiculée par le média, sans pour autant les dénaturer afin qu'on les prenne pour ce qu'elles sont : des images de télévision citées dans un autre média que le média-source. Ces images doivent être perçues comme l'est, dans un magazine par exemple, n'importe quelle image de ce magazine, sans pour autant que la source soit occultée. En effet, chaque média possède un fonctionnement qui lui est propre en matière d'édition et de mise en forme qui induit des pratiques et des lectures diverses. Chaque média porte donc en creux l'image d'un ou de plusieurs lecteurs modèle (au sens donné par Umberto Eco<sup>19</sup>). De ce fait, l'appréhension et l'appropriation des images se déroulent d'une manière particulière selon chaque type de média, mais également selon chaque lecteur, ce qui soulève le problème du contexte, indissociable des problématiques touchant à la réception. Rappelons que le contexte désigne la périphérie du texte, qu'elle soit matérielle, spatio-temporelle ou encore socioculturelle. Dans notre étude, il s'agit de la périphérie de l'image télévisuelle citée, donc une image déplacée de son contexte initial.

Déjà, l'utilisateur s'approprie différemment les mêmes images, pas seulement lorsqu'elles apparaissent sur des supports différents, mais également dans le cadre des transferts intra-télévisuels parce que les images sont alors mises en scène de différentes manières qui induisent des stratégies d'exposition propres non seulement à chaque média mais également à chaque catégorie en lesquelles peut se subdiviser le média. L'appréhension des images de télévision exige un savoir préalable : distinguer et reconnaître les genres télévisuels ainsi que le fonctionnement spécifique de chaque programme, en relation notamment avec la chaîne, l'horaire de diffusion et le public visé. La réception est également conditionnée par l'effort consenti par le téléspectateur dans le travail de contextualisation des images. Annette Béguin-Verbrugge, travaillant sur l'acte de lecture, souligne en effet que « le contexte engage [...] très fortement la construction mentale » et que :

18. Annette Béguin-Verbrugge, *Images en texte, images du texte. Dispositifs graphiques et communication écrite*, Presses Universitaires du Septentrion, 2006. Notons que ce travail concerne la lecture dans un contexte éducatif, mais qu'un contexte ludique peut tout aussi bien être concerné par les réflexions dont nous faisons ici état.

19. Le lecteur modèle – tel qu'il est défini par Umberto Eco dans *Lector in fabula* – représente le lecteur idéal, celui que se construit mentalement l'auteur lorsqu'il écrit ; le lecteur modèle est celui qui a la capacité de donner au texte le sens voulu par l'auteur, de l'interpréter avec exactitude.

Le caractère automatique ou contrôlé des inférences dépend à la fois des modèles et routines que le lecteur a déjà intégrées et de son degré d'investissement.

Elle précise également que :

Réfléchir à une multiplicité de contextes potentiels, ne pas s'en tenir au contexte le plus probable demande un effort intellectuel. La pensée divergente du lecteur-spectateur est sollicitée.

Du point de vue du téléspectateur, le travail de contextualisation fait donc appel à la mémoire individuelle ou collective, mais cet appel convoque des inférences et demande également un recours à ses capacités de concentration.

Gardons aussi à l'esprit le fait que l'image transférée va devoir coexister avec d'autres images qui, elles, ne sont pas des images transférées. Cela complexifie le travail de recontextualisation entrepris par le téléspectateur. Annette Béguin-Verbrugge remarque que :

Délimiter le contexte par une autre frontière, c'est le constituer en nouvel objet d'attention. Dès lors le contexte se démultiplie en contextes emboîtés jusqu'à l'infini<sup>20</sup>.

Et c'est ce qui arrive à nos images télévisuelles citées hors contexte (notamment lors des répétitions extra-séquentielles) et qui demandent donc à être recontextualisées. Les éléments environnants de l'image citée revêtent des formes multiples. Les éléments textuels ont bien souvent un rôle de référencement, que ce référencement soit ou non adéquat ; selon leur contenu, ils replacent l'image dans son contexte initial ou peuvent la déplacer. Les éléments graphiques comme les logos ont ce même rôle de référencement. Par contre, les images séquentielles (de même format ou même « matérialité » que l'image citée) sont les éléments perturbateurs de la mise en contexte : leur nature a une influence prépondérante sur la compréhension de l'image comme image citée. Si les images transférées se trouvent, par exemple, dans un écran qui sert de décor à un plateau<sup>21</sup> de télévision, leur rôle de décor limitera l'attention que peut lui accorder le téléspectateur. Si par contre l'image transférée se trouve dans un cadre vers lequel se tournent les personnes présentes à l'écran, l'attention du téléspectateur se portera *de fait* sur cette image. Sans la présence d'un référencement textuel ou d'un logo favorisant les inférences, il faut donc qu'il y ait monstration par une mise en scène relativement ostensible pour que l'image citée puisse être clairement identifiée. En nous référant à « l'image du texte<sup>22</sup> » que théorise Emmanuël Souchier, nous pouvons ici parler d'un « texte de l'image », d'une énonciation télévisuelle « rendue visible par l'auteur<sup>23</sup> » en ce que l'image porte la marque de l'instance énonciatrice dans

20. *Ibid.*

21. L'émission « Ça se discute », diffusée sur France2, propose régulièrement ce type d'agencement : tandis que l'invité parle en direct sur le plateau, des images d'une vidéo qui sera diffusée après l'interview défilent sur un écran situé derrière lui.

22. Emmanuël Souchier, « L'image du texte. Pour une théorie de l'énonciation éditoriale », *Cahiers de médiologie* n° 6, 1998, p. 137-145.

23. *Ibid.*, p. 140.

le processus de citation. L'énonciation transforme l'image, mais cette énonciation, dont la marque est le référencement de l'image, est ce qui rend la citation à la fois visible et lisible : *visible* en tant qu'image citée, *lisible* en tant qu'image remise en contexte par le processus énonciatif.

Du côté des programmes de télévision eux-mêmes, le rapport aux images transférées reste alors assez complexe à cerner. Il peut être marqué tantôt par des phénomènes d'inclusion, tantôt par des phénomènes de distanciation (pour ne pas parler d'exclusion). Ce rapport dépend de la manière dont l'image est présentée dans le programme et du rôle qu'elle y joue. Ainsi, on peut regarder une émission présentant sur des écrans inclus dans le cadre des images transférées, comme par exemple des images d'archive mettant en scène une personnalité invitée sur le plateau d'une émission de divertissement ; ces images peuvent y être présentées sans contexte, et bien qu'inclues dans de nouvelles images, elles seront surtout illustratrices. L'absence de référencement montre bien une prise de distance par rapport à ces images. Dans ce cas, on peut même parler d'une supplantation de l'image transférée qui se trouve alors subordonnée à ce qui l'entoure. L'inclusion, quant à elle, est bien souvent liée à une volontaire exhibition des images.

Les images transférées peuvent donc être complètement dé-contextualisées et dépersonnalisées. Elles peuvent également être re-contextualisées dans un contexte qui n'est pas celui de l'image-source. Il s'agit alors d'un détournement de l'image. On trouve des images détournées dans ce que nous avons nommé *répétitions avec perspective critique*, mais celles-ci peuvent aussi être détournées par la chaîne même, par les *répétitions multi-séquentielles thématiques*, à des fins d'autodérision.

### **RÉPÉTITION ET FIDÉLISATION : LES ENJEUX DE LA RÉCEPTION**

Les effets de la réception dépendent des différents rapports qu'entretient l'image transférée avec l'image-source et qui sont fonction du type de programme dans lequel cette image apparaît.

Nous avons vu que le statut d'image citée convoquait pour le téléspectateur un recours à la mémoire et donc un effort cognitif lié aux problèmes soulevés par la contextualisation.

La réception de ces images soulève d'autres enjeux, relevant pour les chaînes de la nécessité de la fidélisation. Pour Guy Lochard et Henri Boyer :

On peut [...] considérer que d'une part le petit écran est globalement devenu « un univers publicitaire » et que d'autre part s'y est installé le règne du « simulacre », avec la consécration d'un discours redondant qui doit être consommé sans effort et qui pour ce faire n'obéit qu'à la double loi de la spectacularisation et de l'évidence, discours de séduction qui ne doit laisser aucun répit à un téléspectateur subjugué et vorace<sup>24</sup>.

Un premier élément de réflexion porte sur le caractère emblématique de certaines images. Beaucoup de programmes, et notamment les citations à vocation promotionnelle (ce que nous avons nommé *répétition promotionnelle*)

24. Guy Lochard, Henri Boyer, *Notre écran quotidien : une radiographie du télévisuel*, Paris, Dunod, 1995, p. 152-153.

mettent en effet en place des stratégies d'exposition de l'image-source où celle-ci est exhibée. On trouve les mêmes types de rapports à la source dans ce que nous avons nommé *répétitions multi-séquentielles thématiques* qui, encore plus que les reprises promotionnelles, promeuvent parfois l'image au rang d'icône. C'est le cas des images de bêtisiers vues et revues, qui sont d'ailleurs généralement présentées comme des « séquences cultes », « moments cultes » voire même « moments d'anthologie » de la télévision. Ces images peuvent devenir emblèmes d'émissions. La scène de Loana dans la piscine avec Jean-Edouard dans l'émission « Loft Story » est ainsi devenue emblématique : la simple évocation du programme amène à remémorer cette scène devenue mythique ; elle représente l'émission mieux qu'un logo et l'on peut même dire qu'elle symbolise à elle seule le concept de « télé-réalité ». Ces images emblématiques deviennent ce que l'on appelle des « images culte ».

L'importance quantitative des transferts d'images intra-télévisuels nous amène à un second élément de réflexion en nous montrant à quel point la télévision se nourrit de la télévision. En effet, le petit écran n'est plus aujourd'hui un simple outil de restitution d'images : il nourrit des rêves de réussite et de gloire (par l'intermédiaire des programmes de télé-réalité et la connaissance des quelques carrières télévisuelles et musicales entamées par certains candidats de ces programmes), elle nourrit aussi des débats passionnés sur la manipulation des médias concernant les images d'actualité du Journal Télévisé avec des émissions comme « Arrêts sur images » ou « C dans l'air ».

Le poste de télévision devient un objet fétiche, souvent central et rassembleur dans le foyer, comme jadis la cheminée devant laquelle on se racontait des histoires. Il prend des proportions parfois démesurées avec le succès récent du Home Cinéma couplé aux technologies d'enregistrement sur Disques Vidéo Digitaux. L'émission « Les enfants de la télé », diffusée depuis quelques années sur *TF1*, est ainsi autocentrée et célèbre la télévision comme un véritable art en en faisant un objet patrimonial indispensable. Bernard Leconte distingue :

Une réflexivité télévisée mettant à jour les modes de fabrication et de fonctionnement de la télévision et une réflexivité télévisuelle rappelant sans cesse au téléspectateur qu'il se trouve devant son récepteur de télévision<sup>25</sup>.

Contrairement au cinéma qui *raconte*, la télévision *expose* : le cinéma *masque* tandis que la télévision (en tout cas les produits proprement télévisuels comme les émissions de plateau) *dévoile* ses dispositifs :

Sans cesse, la télévision nous rappelle à elle ; sans cesse, elle se « rappelle à notre bon souvenir<sup>26</sup> ».

Après l'image comme « image-culte », on peut donc parler de la télévision comme d'un « objet-culte » ou même « dispositif-culte », convoquant un idéal de monstration de soi révélé par les émissions de télé-réalité.

25. Bernard Leconte, *Télé, notre bon plaisir. Énonciation télévisuelle et pédagogie*, Paris, L'Harmattan, 2002, chapitre 1.4, « La télévision regarde la télévision (énonciation et réflexivité télévisuelle) ».

26. *Ibid.*

Enfin, nous ne pouvons parler de fidélisation dans la répétition sans évoquer le « plaisir du retour à l'identique<sup>27</sup> », phénomène largement développé par la psychanalyse à propos des névroses traumatiques<sup>28</sup> et mis en évidence dans le champ de recherche sur les médias par les études sur les séries télévisées. Ce plaisir d'un retour à l'identique, plaisir inhérent à la répétition, renvoie aux processus de banalisation. Avec le transfert se crée une dépendance du téléspectateur aux images qui fait qu'il peut adhérer aux rediffusions multiples tout comme le téléspectateur réticent ou critique peut les rejeter. Il suffit de voir le succès des sitcoms aux principes sériels et répétitifs pour s'en convaincre. Car par répétition on peut aller jusqu'à désigner ce qui est répétitif sans être une reproduction fidèle et qui désigne certains éléments redondants des programmes de télévision. Nous pensons ici au décor d'un plateau ou encore au présentateur d'une émission qui constituent la carte de visite d'un programme puisqu'ils marquent une ambiance et révèlent un esprit particulier. Nous pouvons penser également aux héros des séries télévisées : le succès des séries dépend fortement des sentiments que le spectateur éprouve pour le personnage, qu'il provoque l'admiration ou même l'agacement ou le rejet – l'essentiel semblant être sa crédibilité et son charisme – et l'omniprésence du même personnage au cours de chaque épisode est le lien qui jalonne la série et garantit la fidélité du spectateur au programme. Cela nous conduit à évoquer la nostalgie qui possède un lien étroit avec la notion de *plaisir dans la répétition*. À ce sujet, Emmanuel Souchier parle de la « satisfaction pulsionnelle » qui accompagne la répétition<sup>29</sup>. Le plaisir dans la répétition est au cœur du succès des rediffusions de séries comme « La petite maison dans la prairie » ou « Ma sorcière bien aimée » sur M6<sup>30</sup>, mais également des bêtisiers qui nous montrent des images extraites d'émissions populaires disparues comme le fameux « Tournez Manèges ».

La répétition est une notion au fondement de beaucoup d'œuvres d'artistes du mouvement « Popart », comme les célèbres sérigraphies d'Andy Warhol ; la répétition s'y retrouve comme une caractéristique de la modernité, dont la consommation de masse est l'emblème. À la télévision comme dans les tableaux de Warhol, la répétition intensive de certaines images entraîne une banalisation des images trop exposées. Banalisation immédiate dans les programmes à rhétorique de *répétition intra-séquentielle* où les reprises des mêmes images peuvent conduire à la lassitude voire même à la saturation du téléspectateur ; banalisation plus tardive – et de fait beaucoup plus insidieuse – des images trop souvent vues, comme c'est le cas pour certains films et certaines séries rediffusés chaque année, et que le téléspectateur finit par connaître par cœur. Là est le revers de la surexposition des images.

27. Guy Lochard, Henri Boyer, *Notre écran quotidien : une radiographie du télévisuel*, Paris, Dunod, 1995, p. 120.

28. Voir à ce sujet l'essai de Sigmund Freud, *Au-delà du principe de plaisir* (1920), qui développe l'idée de la compulsion de répétition comme d'une obsession de maîtrise.

29. Emmanuel Souchier, « Notice de *Un rude hiver* », in Raymond Queneau, *Oeuvres complètes II*, Romans I, Gallimard, coll. « La Pléiade », 2002, p. 1644.

30. Même si le gain économique pour les chaînes n'est pas à négliger...

**DE LA RÉPÉTITION AUX MÉTAMORPHOSES MÉDIATIQUES...**

Réfléchir aux transferts d'images implique, nous l'avons vu, de réfléchir à la notion de répétition. Cette notion nous invite à nous interroger sur l'image télévisuelle en tant que forme, une forme sans cesse réutilisée et recontextualisée. Pour autant, l'image télévisuelle n'est pas seulement une forme que l'on déplace, que l'on transfère, c'est également une forme mouvante. L'image citée se transforme par le processus même de la citation, elle est répétition sans être *mimesis* puisqu'elle intègre un dispositif télévisuel autre que son dispositif originel. Pour Antoine Compagnon, le phénomène de transformation est indissociable de la dynamique citationnelle :

Recoller ne restitue jamais l'authenticité. [...] Lorsque je cite, j'excise, je mutile, je prélève<sup>31</sup>.

En citant l'image, le nouveau dispositif ne peut effectivement que la transformer, voire la dénaturer ; c'est ce qu'il fait par exemple en la plaçant dans un cadre occupant partiellement l'écran : le contenu de l'image est le même mais il ne s'agit finalement plus de la même image puisque, si la recontextualisation peut lui conférer son sens initial, elle nous est cependant présentée sous une forme différente de celle qui était la sienne au départ, la visualisation de l'image n'est plus la même.

Plus que de métamorphoses télévisuelles, c'est vers les transferts et métamorphoses pluri-médiatiques que doivent se diriger les réflexions actuelles sur les phénomènes de réception et d'appropriation de l'image de télévision. L'analyse des médias est en effet une analyse qui doit aujourd'hui dépasser le stade de l'unimédia et considérer la production médiatique en général comme le résultat de dynamiques convergentes et pour partie tournées vers les nouveaux produits télévisuels.

---

**LAURE BOLKA-TABARY**

31. *Op. cit.*, p. 16-17.