



HAL
open science

De la couleur à Bruno : réceptions ordinaires de la télévision française

Marie-France Chambat-Houillon

► **To cite this version:**

Marie-France Chambat-Houillon. De la couleur à Bruno : réceptions ordinaires de la télévision française. Evelyne Cohen et Myriam Tsikounas (dir.). 1967 au petit écran, une semaine ordinaire, Presses Universitaires de Rennes, 2014, Collection "Histoire". hal-02544802

HAL Id: hal-02544802

<https://hal.science/hal-02544802>

Submitted on 16 Apr 2020

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.

Version d'auteur de « **De la couleur à Bruno : réceptions ordinaires de la télévision française** » 1967 au petit écran, une semaine ordinaire, É. Cohen et M. Tiskounas (dir.), PUR, Rennes, p. 317-331.

Marie-France Chambat-Houillon
CIM- Sorbonne Nouvelle – Paris 3.

Comment saisir l'ordinaire de la télévision ? Cet ordinaire de la télévision correspond-il aux représentations télévisuelles de ce qui est jugé banal à une époque dans la société ? Autrement dit, l'ordinaire *de* la télévision peut-il se confondre avec l'ordinaire *à* la télévision ? Si parfois le quotidien représenté dans les médias constitue un territoire de l'ordinaire possible pour la télévision, il peut aussi s'appréhender à travers un ensemble de pratiques sociales et sémiotiques. C'est pourquoi la régularité des usages interprétatifs des téléspectateurs constitue un objet d'étude pertinent pour saisir l'horizon de cet ordinaire médiatique.

En 1967, le côtoiement des médias et de la télévision est une pratique sociale bien ancrée dans la quotidienneté des Français avec près de 8 316 325 récepteurs¹. En effet, à cette date-là, depuis trois ans, la télévision française s'est constituée en ORTF et offre à ses téléspectateurs le choix entre deux programmations différentes grâce à la naissance de la deuxième chaîne. Contrairement aux spectateurs de la décennie précédente, Les Français ne sont donc plus dans l'émerveillement épiphanique envers une transmission technique à distance d'images et de sons provenant de la réalité. Ils sont devenus téléspectateurs de programme puisque désormais ils ont la possibilité de choisir le contenu de leur soirée télévisuelle. Par ailleurs, si cette décennie consolide la finalité informative de la télévision qui s'est développée avec le succès du journal télévisé comme rendez-vous régulier à partir de 1949, émerge parallèlement une autre perspective pour la télévision, celle d'être un média de loisir, un divertissement parmi d'autres. L'ordinaire télévisuel réside alors dans l'expansion de cette activité spectatorielle, extension en nombre avec la croissance du parc des récepteurs et expansion aussi en offre de contenu puisque dès le milieu des années 1960, le débat public laisse entendre l'arrivée imminente d'une troisième chaîne, qui se concrétise le 31 décembre 1972 avec « la troisième chaîne couleur ».

Puisque plus de quarante ans nous séparent de 1967, comment éviter le piège dénoncé par Bergson de l'« illusion rétrospective »² pour caractériser la réception spectatorielle ordinaire de cette télévision ? De quelle manière se préserver de ne voir dans le passé qu'un réservoir des potentialités de l'état présent ? En effet, il ne faut pas céder à la tentation d'une interprétation téléologique de l'année télévisuelle 1967, qui ne sera pas évaluée pour elle-même, mais seulement en tant qu'année précédent l'explosive 1968, explosive à la fois pour la société française et l'institution télévisuelle qu'est

¹ Hervé Michel, *Les Grandes dates de la télévision française*, PUF, coll. « Que sais-je ? », p. 47.

² Henri Bergson, « Le mouvement rétrograde du vrai : mirage du présent dans le passé » in *La Pensée et le Mouvement*, Paris, PUF, 1946.

l'ORTF. Comme il est difficile de faire la part des choses, nous voulons éviter lors de l'analyse des émissions de transformer, par *décision sémiotique*³, le moindre événement langagier, la moindre disposition médiatique en signe de ce qui va suivre, afin de neutraliser toute surinterprétation qui conduirait à lire l'arbitraire en intention télévisuelle. Le recours au contexte médiatique, constitué des critiques et des annonces publiques sur la télévision et ses émissions est nécessaire. Ces discours ne disent pas directement comment le téléspectateur moyen pense son rapport au média de l'époque, mais plus précisément comment il *doit* le penser. Prescripteurs de comportements réceptifs, ces discours publics véhiculent les différentes conceptions de la télévision française et construisent des modèles de réception possible que le téléspectateur peut investir ou non individuellement. De ce fait, ils organisent une hiérarchie des représentations de la télévision. L'ordinaire de la télévision ne se saisit pas uniquement dans les programmes, mais aussi dans les jugements, les opinions qui en parlent. L'ordinaire est lui-même affaire de représentation.

Cette réflexion sur l'ordinaire de la réception télévisuelle s'articule en deux temps. Premièrement de façon macroscopique en établissant une cartographie des discours *dominants* qui ont fait l'ordinaire du paysage de la réception médiatique à l'automne 1967. Pour caractériser, dans un deuxième moment, les conditions de possibilités d'un discours plus particularisant sur une émission spécifique, *Bruno*, issue de la collection des *Seize millions des jeunes (SMJ)*. Si dans la première partie, l'ordinaire de la télévision peut se déterminer quantitativement, comme l'opinion commune partagée par le plus grand nombre, la récurrence d'enjeux similaires ..., au contact de la critique d'un programme, il se spécifie. Il s'agit de saisir comment sous la critique particularisante de *Bruno*, peut sourdre une conception générale majeure de la télévision française en 1967.

Cartographie de la réception médiatique en 1967 : des discours récurrents

A la rentrée 1967, le lecteur de la presse spécialisée et de la presse générale⁴, régionale comme nationale, est peu confronté à des discours particularisant les programmes, malgré la nouveauté de la grille proposée. Ce lecteur-téléspectateur se retrouve en situation connue face à trois types de discours qui organisent l'horizon médiatique de la réception de la télévision française depuis les années 1950. Ainsi, si de façon rituelle, au début de chaque nouvelle saison télévisuelle, une promesse de nouveauté est construite pour séduire les téléspectateurs, elle se trouve fortement atténuée car installée dans des catégories de discours qui, elles, ne sont guères inédites, sortes d'antennes qui reviennent régulièrement dans l'évaluation médiatique de la télévision française.

Distingués par leur objet, trois discours sont repérables à l'automne 1967 à la fois par leur fréquence en ce mois de septembre mais aussi par leur manque d'originalité pour la télévision des années 1960 : un discours institutionnel, un discours technique, et un discours dit de « déploration » de la télévision. Ces trois discours engagent trois visions différentes de la télévision mais qui peuvent se côtoyer ; voire

³ Une fois les conditions réunies, l'attribution d'une signification à un phénomène physique relève de la décision sémiotique d'un récepteur. La décision sémiotique est la première étape de l'interprétation de la signification. Voir Jean-Marie Klinkenberg, *Précis de sémiotique générale*, 1996, Paris, Seuil, collection « Points », p. 83.

⁴ Etude menée sur *Télérama* et la revue de presse de l'ORTF.

même converger au sein d'un même article de presse. En septembre 1967, les journalistes prêtent plus d'intérêt à la télévision qu'à son offre de programmes, qu'ils soient nouveaux ou pas : cette focalisation publique sur la télévision (institution, technique, « mauvais objet ») fait en quelque sorte écran à ses contenus.

Prégnance d'un discours institutionnel

Par définition, le discours institutionnel se trouvant dans la presse est doublement complexe : il se définit à la fois par son objet (l'ORTF en tant qu'institution publique), mais aussi par son destinataire (l'ORTF qui prend la parole) à travers le jeu de la délégation du discours rapporté des journalistes. L'institution télévisuelle se révèle être soit l'objet d'un commentaire, soit un « sujet » locuteur : les deux étant souvent inextricablement présents dans les articles consultés.

Les articles qui traitent de l'ORTF ont partiellement pour fonction de relayer l'actualité institutionnelle la plus récente, en partie, parce que cette information fut non prévisible : en l'occurrence le départ de Claude Contamine qui était depuis 1964 à la tête de l'ORTF. Ce départ ne soulève aucune protestation dans la presse. Contamine est décrit comme l'homme de la surveillance politique des programmes et le garant d'une moralité des productions « maison ». Son bilan, dont se moque la presse en général et *Le Figaro Littéraire* en particulier se résume à un « pas d'histoire »⁵. Son départ est perçu par les journalistes comme une promesse de souplesse pour le futur fonctionnement de l'ORTF et un prétexte pour modifier ses structures profondes puisque la double fonction qui était la sienne (directeur général adjoint et directeur de la télévision) ne sera pas reconduite, mais remplacée par un seul directeur des programmes en la personne de Emile Biasini⁶. Ainsi le changement d'homme est-il interprété préfigurant un changement dans l'organisation institutionnelle, que les événements de 68 précipiteront. De façon plus anecdotique, certains journalistes considèrent que Claude Contamine a payé, à la place de Guy Lux, l'insuccès de son jeu de l'été 1967, *Impossible n'est pas français*, jeu déclaré majoritairement « insignifiant ». Contamine est décrié dans la presse comme l'homme de la médiocrité télévisuelle. Ce point de vue laisse entendre les défiances critiques de l'époque envers la programmation des jeux, de la variété, du ludique en général, tendance montante à l'époque à la télévision française.

Cette tendance naissante se retrouve exprimée également à travers le « marronnier » journalistique de l'annonce de la grille des programmes de rentrée. Ce discours porte moins sur les nouveautés programmées que sur le style général de la programmation : « un mot nouveau : gai, un brin magique couleur »⁷. Mais là encore, cet accent sur la tonalité des émissions n'est pas original. Depuis 1964, avec l'arrivée de la deuxième chaîne, cette demande de jovialité est en tête des réclamations des téléspectateurs qui trouvent les émissions toujours plus tristes et funestes⁸. Cet appel au comique et à la joie entretenu par les journalistes au nom des téléspectateurs traverse la décennie sans jamais vraiment être satisfait, au point de revenir régulièrement habiter l'horizon médiatique de la réception télévisuelle, au point d'en devenir une antienne. En

⁵ 18 septembre 1967.

⁶ *Le Monde*, 09 septembre 1967.

⁷ *La Croix*, 08 septembre 1967.

⁸ Pour plus de détails, se reporter à « Une télévision ou des chaînes », in François Jost (dir.) *Années 70, la télévision en jeu*, CNRS Editions, Paris, 2005.

rien spécifique des programmes de l'automne 1967, il exprime plutôt l'opinion commune des téléspectateurs français des années 1960 qui souhaitent davantage voir la télévision fonctionner sur le mode du divertissement. En 1967, si la télévision française est en marche vers le ludique, certaines résistances persistent en classant les programmes entre eux, d'un côté les « bons » (l'information), de l'autre les « mauvais » (les jeux et la variétés).

Il faudra quelques années pour que la télévision française gagne complètement ses galons de média de loisir. Deux étapes paraissent symboliques de cet engagement de l'ORTF : la première par une déclaration à la presse de Jean-Jacques de Bresson qui consacre l'année 1969 en année comique⁹ ; la deuxième par la confirmation de cette promesse de bonne humeur dans une expression célèbre de Arthur Conte, PDG de l'ORTF, en juillet 1972 qui considère à la télévision « comme plus important encore de développer les forces de la joie ».

Progrès technique et illusion naturaliste

Cependant à l'automne 1967, il est une information incontournable qui occupe massivement les colonnes de la presse : l'avènement des émissions en couleurs sur la deuxième chaîne. Il s'agit surtout de discours techniques, ou plutôt technologiques, qui voient dans la couleur, un élément indiscutable de progrès. A côté de ces discours de promotion d'innovation technique, il faut remarquer une perspective intéressante pour qui tente de cerner les cadres réceptifs ordinaires de la télévision française : il se dessine aussi la volonté de présenter la couleur comme un élément mélioratif pour les émissions, comme un critère de qualité pour celles-ci. Ainsi, « Des grandes émissions pour l'arrivée de la couleur » titre *France soir*¹⁰ qui considère le premier événement sportif de l'ère de la couleur la diffusion d'« un match de football sur une pelouse verte » opposant le Red Star Paris à Ajaccio. Cet enthousiasme public autour de la diffusion couleur vient du fait qu'elle est reçue comme complétant et achevant les prétentions réalistes et référentielles de la télévision. Celle-ci d'ailleurs ne rencontre plus aucun obstacle pour fonctionner comme une fenêtre complètement ouverte sur la société, sur le monde. L'arrivée de la couleur fait de la télévision un régime de médiation exemplaire pour la réalité : d'ailleurs, Alexandre Tarta, réalisateur d' *Arc-en-ciel*, une des premières émissions en couleur, confiera qu'après cette émission, il lui a été fortement reproché que la forêt landaise apparaissaient davantage dans des gammes chromatiques plus proches du violet que du vert réaliste¹¹. « Ce sont les couleurs de la vie »¹² qu'offre désormais la télévision française.

Néanmoins face aux discours progressistes vantant la couleur comme élément réaliste de la transmission télévisuelle, s'observent des mises en garde de la part des critiques, toutes fondées autour du même argument que la couleur présente sur la deuxième chaîne ne doit pas nuire à la qualité des programmes de la première, seule chaîne vraiment légitime aux yeux des journalistes, car reçue par le plus grand nombre de Français. Ainsi, *l'Humanité* invite-t-elle ses lecteurs à ne pas être dupes de cette avancée technique qui ne préjuge en rien de la qualité des programmes, tous genres

⁹ *Télé-Magazine*, semaine du 18 au 24 janvier 1969.

¹⁰ 1er septembre 1967.

¹¹ Voir *supra* l'entretien avec Alexandre Tarta, p. 63-76.

¹² *Aurore*, le 2 octobre 1967.

confondus¹³. L'expérience de la couleur permet d'ouvrir un débat public sur la nature des critères de qualité des programmes. Une bonne émission n'est pas toujours une émission techniquement parfaite ou mettant en œuvre un savoir-faire audacieux. La critique met donc en garde les dirigeants de l'ORTF sur le fait que la couleur ne doit être ni un alibi ni une excuse comme l'indique l'éditorial de *Télérama*¹⁴: « Il ne suffira pas qu'une émission soit en couleur pour qu'elle soit meilleure qu'en noir et blanc. La vulgarité, la médiocrité, la mauvaise information se verront bien mieux en couleurs. »

Nostalgie d'un âge d'or télévisuel révolu

La troisième catégorie de discours qui fait le lit de la réception télévisuelle ordinaire depuis 1964 est celle de la lamentation envers la télévision. Celle-ci n'est pas inédite à l'automne 1967, mais elle est relancée par l'arrivée de la couleur. Présentée sur la seule deuxième chaîne, la couleur apparaît élitiste, car ne concernant qu'une partie de la population française¹⁵ : « La couleur, mais pour qui ? »¹⁶ et est réservée à cette partie de la population qui pourrait se permettre de changer d'équipement pour apprécier les programmes en couleurs : « La couleur trois fois plus complexe, trois fois plus chère »¹⁷ de telle sorte que « la vie en rose est hors de prix »¹⁸. Et ce discours de déploration de la télévision ne serait pas complet sans la ritournelle habituelle contre le manque de complémentarité entre la programmation des deux chaînes : « *Lagardère et l'Affaire des poisons* à la même heure... quelle erreur ! »¹⁹

Ce panorama des différents discours sur la télévision dans la presse française montre qu'à l'automne 1967 l'opinion se polarise autour de l'arrivée technique de la couleur consolidant la télévision en tant que média de restitution fidèle de la réalité. Contrairement à la décennie précédente et au début des années 1960, la télévision n'est plus perçue comme un lieu d'innovation ou de recherche artistique. Son aspect langagier n'est plus discuté dans les journaux au profit d'un ancrage de sa fonction de retransmission du réel.

Cependant, il est possible de penser que si les débats publics ne tournent plus autour des questions d'avancées stylistiques ou esthétiques pour la télévision, c'est parce qu'elle a déjà consacré quelques auteurs originaux, dont celui qui sera le maître de cérémonie de la soirée inaugurale de la diffusion en couleurs le 1er octobre 1967, Jean-Christophe Averty, reconnu pour son travail innovant à la fois par la critique et les téléspectateurs. Par ailleurs, son ballet « Le croupier amoureux » se retrouve en compétition à Ravenne en septembre 1967 pour le prix Italia²⁰. L'omniprésence d'Averty dans la presse est motivée par cette double actualité : actualité liée à une avancée technique pour la télévision française avec la curiosité de savoir comment Averty,

¹³ 07 septembre 1967.

¹⁴ 24 septembre 1967.

¹⁵ En 1969, la deuxième chaîne n'est reçue que par 64 % des téléspectateurs pour une couverture nationale de 75 %.

¹⁶ *Le Figaro*, 04 septembre 1967.

¹⁷ *Le Figaro*, 05 septembre 1967.

¹⁸ *Témoignage Chrétien*.

¹⁹ *L'Aurore*, 20 septembre 1967.

²⁰ Malheureusement, Jean-Christophe Averty n'a pas été récompensé. En revanche, la même année le prix Italia pour le documentaire est attribué à l'ORTF pour *La Section Andersen* réalisé par Pierre Schoendorffer », diffusé dans *Cinq colonnes à la une*.

toujours inventif avec le médium, va composer avec la couleur, et actualité d'une reconnaissance, d'une légitimité des programmes de télévision, perçus alors comme des œuvres de création.

Les différentes représentations hétérogènes de la télévision qui sourdent dans la presse ne sont donc pas complètement inédites : elles poursuivent des conceptions déjà existantes dans les décennies précédentes. Néanmoins, un virage s'amorce, celui d'une certaine idée de la télévision comme média réaliste et naturaliste, rendant minoritaire l'idée que la production télévisuelle puisse s'appréhender comme création. Nous allons voir que ce déplacement des représentations générales de la télévision se retrouve à l'œuvre dans la critique des programmes avec, en particulier, l'émission *Bruno*.

Une émission ordinaire traitant de l'ordinaire de la jeunesse française

Proportionnellement aux articles consacrés à la télévision et aux programmes fin septembre 1967, il faut admettre que l'émission *Bruno* ne déchaîne aucune passion remarquable, favorablement ou défavorablement, ni de la part de la critique professionnelle, ni de celle des lecteurs de *Télérama*. A ce titre, elle me semble exemplaire de ce qu'il est possible de qualifier de programme ordinaire à la télévision. Certes, si l'actualité télévisuelle est saturée par le départ de Contamine et l'arrivée de la couleur laissant donc peu de place à la construction d'un cadre réceptif spécifique aux programmes, et même si l'émission ne passe pas complètement inaperçue, les critiques de *Bruno* ne font pas saillance, ni par leur nombre, ni par leur ferveur.

Une collection notoire : Seize Millions de Jeunes

Diffusé le dimanche 24 septembre 1967, sur la deuxième chaîne, *Bruno* est un film de Jean-Pierre Lajournade appartenant à la collection *Seize Millions de Jeunes (SMJ)*, produite par André Harris et Alain de Sédouy. Cette collection de programme débute en avril 1964 et s'arrête en mai 1968. Les producteurs sont bien connus des téléspectateurs, à travers une autre collection, *Zoom*, également diffusée sur la deuxième chaîne et qui promet une nouvelle forme d'information plus libre et inventive que celle présentée dans le cadre du journal télévisé, sans cesse supervisé par le pouvoir politique en place. Aux côtés de *Caméra III* et de *Tel Quel*, sur la deuxième chaîne ou encore de *Cinq colonnes à la une*, Harris et Sédouy renouvellent les façons de parler de la réalité en construisant « une information largement ouverte sur [notre] époque et ses problèmes, qu'ils soient politiques, ou que de façon plus large ils concernent [notre] société. Une information qui ne soit pas un instrument de diffusion des tabous et des conformismes les plus nocifs, mais qui provoque l'approfondissement et la réflexion »²¹.

SMJ participe de cette envie de faire de l'information télévisée *autrement*, par laquelle l'actualité n'est plus au cœur de la démarche journalistique : il s'agit plutôt de relayer les problèmes contemporains auxquels les jeunes peuvent être confrontés. Pourtant cette collection n'est pas directement destinée aux jeunes téléspectateurs, il s'agit d'un programme où l'on parle certes des jeunes en leur donnant la parole, mais qui selon le souhait des auteurs se présente comme un « carrefour des jeunes et de leurs

²¹ Lettre de Jacques Thibau à Harris et Sédouy, datée du 12 décembre 1968, publiée dans les annexes de *Une télévision pour tous les Français*, Seuil, Paris, 1970.

aînés »²². Pour éviter une « ségrégation » du public, il n'y a pas de thématiques réservées, de telle sorte que les numéros sont très éclectiques : ils tentent de cerner l'ancrage de la jeunesse dans son époque sous des angles très différents (travail, étude, loisir, etc.). Sont ainsi réalisés à la fois des portraits de jeunes gens célèbres (Sheila, Nicoletta ou Claude François) sans pour autant se détourner des jeunes inconnus. La série s'intéresse alors à tous les jeunes qu'ils soient issus des couches plus aisées de la population française, comme les plus marginales. *SMJ* se veut « une entreprise de démystification »²³ aiment à rappeler ses producteurs qui tentent d'éclairer les difficultés trop souvent tenues dans l'ombre d'une génération, sans ton moralisateur, ni apport de solution. Ainsi *SJM* partage la visée éditoriale de *Zoom* qui invite les téléspectateurs à prendre conscience de l'existence des problèmes, à y réfléchir, en évitant de proposer des solutions préconçues.

Outre l'inventivité formelle des réalisateurs qui n'hésitent pas employer des caméras légères pour leurs sujets, une des particularités de *SMJ*, selon Marie-Françoise Lévy²⁴ réside dans l'explication de la détresse de la jeunesse par « le rôle d'une société [...] jugée potentiellement responsable du malaise latent de ce groupe social lié par l'âge, une société laissant vacantes ou inadaptées ses réponses face aux questions que ce malaise suscite ». L'atout de cette collection est de construire pour la première fois à la télévision française, la jeunesse en une catégorie sociologique à part entière, certes autonome, mais qui a désormais une place légitime dans la société. La promesse de la collection est à travers l'anatomie de la jeunesse ordinaire de pointer les difficultés de la société française en général.

A la rentrée de 1967, le créneau horaire pour *SMJ* est le dimanche à 19 H 45, après le *24 heures actualités* et avant une émission de variétés, *Central variétés*. Hétérogène par son contenu, *SMJ* l'est aussi par sa tonalité. C'est le cas de *Bruno*. Son réalisateur, Jean-Pierre Lajournade, considéré comme un « jeune Turc » de la télévision d'après Jacques Siclier²⁵, débuta en 1965 à l'ORTF en co-produisant *Lire*, l'émission littéraire de la deuxième chaîne, et en réalisant plusieurs sujets pour *Zoom*. *Bruno* n'est pas sa première réalisation pour *SMJ*, déjà en 1965, par deux fois, Lajournade collabora²⁶ avec Harris et Sédouy.

Bruno et la réalité sociale

Bruno raconte les difficultés d'un jeune licencié de philosophie, Bruno, après la mort de son père, à trouver un travail non seulement en adéquation avec sa formation supérieure mais surtout en accord avec les idéaux auxquels il aspire. Si certaines critiques se sont essentiellement arrêtées aux questions d'insertion des jeunes sur le marché du travail²⁷, ce récit met en scène plutôt les désillusions d'un jeune homme face aux modèles de vie proposés par la société.

²² *Télé 7 jours*, 14 octobre 1965.

²³ *Télé 7 jours*, 14 octobre 1965.

²⁴ Marie-Françoise Lévy, « La jeunesse irrégulière dans la télévision française des années soixante : une absence troublante », *Revue d'histoire de l'enfance « irrégulière »* [En ligne], Numéro 4, 2002, mis en ligne le 03 mai 2007, consulté le 08 février 2011. URL : <http://rhei.revues.org/index53.html>

²⁵ *Le Monde*, 28 septembre 1967.

²⁶ *SMJ* du 11 novembre 1965 et du 18 mars 1965.

²⁷ *La Provence*, 26 septembre 1967.

Dans sa critique, *Télérama* semble créer un lien presque consubstantiel *a posteriori* entre la réalisation singulière de Lajournade et l'esprit de la collection qui, rappelons-le consiste à échafauder une vision structurale pour rendre compte des maux de la jeunesse française des années 1960. Ainsi peut-on lire : « Le cas de Bruno est certes très particulier. Mais les structures auxquelles il se heurte nous sont communes et la question que pose Bruno [...] pourrait être celle de beaucoup de jeunes gens : comment faire pour vivre ? »²⁸

Avec *Bruno* se dessine une fonction de la télévision qui est de dévoiler au moyen d'un cas spécifique une réalité socialement partagée, de partir de la compréhension d'événements particuliers et individués afin de saisir le malaise de toute une génération. Dans cette perspective, son action se déroule en province, plus exactement à Pau, et non dans la singularité de la capitale. D'ailleurs, l'insistance sur le lieu du récit, comme un non-lieu spécifique, s'exprime dès l'*incipit* par une longue séquence composée de vues aériennes des monuments de la ville, ville montrée désertée de ses habitants. Cette séquence descriptive neutre s'accompagne par un commentaire statistique en voix *over* des différentes catégories de populations, à l'individu près. Cette précision numérique offre au discours introductif de *Bruno* une valeur objectivante, proche de l'énoncé scientifique. Du moins dans ses premiers plans, *Bruno* fonctionne tel un microscope paradoxal qui par un effet de loupe sur un sujet particulier permet de mieux comprendre l'environnement général dans lequel il évolue. Cette introduction qui présente le milieu que fréquente Bruno comme celui de la « normalité provinciale » fonctionne comme un substitut de tous les autres coins possibles de France, afin d'éviter tous reproches de parisiisme qui pourrait exclure la jeunesse qui ne fréquenterait pas les rues germanoprates pour mettre en place les conditions d'une vision sociologique. Mais malgré les artifices visuels et sonores de l'introduction pour construire ce récit en miroir universel d'une jeunesse française homogène, sa suite demeure imparfaitement transparente.

Bruno, un mauvais miroir ?

Bruno est-il un mauvais miroir de la jeunesse de française ? Certainement, mais pas pour les raisons qu'évoque Sylvain Roumette dans *La Télé dans le rétroviseur*²⁹, pour lequel les références de *Bruno* sont les failles visibles du film. « Plus proches du quartier Latin que des Basses-Pyrénées », selon lui, elles ne permettent pas au film de construire un point de vue généralisable à l'ensemble de la jeunesse. Or, les références littéraires et culturelles qui émaillent le récit sous forme de citations et autres emprunts intertextuels paraissent pleinement vraisemblables et cohérents avec l'univers diégétique donné au départ, en l'occurrence l'état des connaissances d'un étudiant de philosophie. L'intertextualité visible des énoncés n'est en rien gênante, puisqu'elle est motivée par la formation de son personnage principal.

D'ailleurs la tentative de construire un regard sociologique passe par la construction du personnage de Bruno en un *sujet d'énonciation théorique*, fonctionnant comme le signe de la jeunesse, c'est-à-dire valant pour tous les jeunes gens qu'il représente. Ainsi les références mises dans la bouche de Bruno sont-elles là pour assurer l'épaisseur du personnage et ainsi sa crédibilité et authenticité en tant que symbole possible pour la jeunesse. Mais cette visée sociologique propre au dessein de la

²⁸ *Télérama*, semaine du 24 au 30 septembre 1967.

²⁹ Sylvain Roumette, *La Télé dans le rétroviseur, Chroniques inactuelles*, Harmattan, 2009, Paris, p.42.

collection n'est pas uniquement à rechercher dans le contenu montré ou raconté comme le suggère Roumette, mais plutôt du côté de l'énonciation de l'émission pour saisir la façon dont *Bruno* prétend parler des jeunes.

Avant tout, *Bruno* est un récit fictionnel dont les personnages principaux sont joués par des comédiens : il n'emploie pas l'arsenal classique du dispositif de l'interview à l'œuvre dans la majorité des productions de *SMJ*. Si la construction du regard sociologique passe par l'amplification d'un sentiment de vécu pouvant être partagé par le plus grand nombre, elle s'exprime ici de façon plus singulière, selon *Télérama*, non pas, via le personnage de Bruno – inventé de toutes pièces – mais plutôt en rendant explicites les conditions de production du programme qui « mêle fiction et réalité, [et qui] a été partiellement improvisée tournées avec des acteurs non professionnels [...] et les moyens techniques du reportage. » *Bruno* est donc une construction fictionnelle qui emprunte, en partie, sa forme à une technique de restitution médiatique du réel qu'est le reportage d'information, notamment dans les scènes de recrutement où le personnage du jeune homme est confronté à des vrais directeurs de ressources humaines, à des « je-origine » réels pour reprendre le concept de Käte Hamburger, qui « jouent » vraiment leur propre rôle. Ces entretiens sont des reconstitutions véridiques de la réalité du monde du travail dans la France des années 1960. En recourant à ce procédé de feintise³⁰, le film veut faire passer ce qui relève du probable (ce qui serait vraisemblablement passé si Bruno avait vraiment existé) au possible, voire au réel. Rendre public le choix de son mode de production est un gage d'authenticité pour parler de la réalité des jeunes contrebalançant la dimension fictionnelle. De façon générale, *Télérama* ne fera que minimiser les qualités du récit de fiction de *Bruno* au profit des valeurs de crédibilité et d'authenticité de l'enquête sociologique.

Cette combinaison fiction/réalité n'est pas juste un choix stylistique parmi d'autres, mais participe pleinement au projet d'explication sociologique de la collection. Ce dernier n'est pas uniquement motivé par les événements représentés dans le récit, mais par les choix de mise en scène effectués qui expriment la façon dont un jeune réalisateur, Lajournade, parle de son époque. Souvent présenté comme faisant de la « télévision à la première personne »³¹, Lajournade est un réalisateur qui pose sur la réalité qui l'entoure un véritable regard que l'on peut considérer « d'auteur »³². Ainsi, *Bruno* satisfait-il bien la visée documentaire de *SMJ*, non en raison de l'exemplarité de ce qu'il raconte (les difficultés d'un jeune homme pour s'insérer dans la société), mais plutôt par l'authenticité de ses façons de le raconter. Cette authenticité est complexe car elle combine paradoxalement à la fois des techniques de médiation du réel avec des choix artistiques prononcés – sur lesquels nous reviendrons – qui construisent la singularité de l'énonciation de Lajournade. D'ailleurs pour Jacques Siclier, *Bruno* ressemble à « un grand cri de protestation lyrique »³³.

³⁰ La feintise est la « construction d'un monde probable par le renvoi à un je-origine semblant être un sujet d'énonciation déterminé, individuel, donc historique, au sens large. », François Jost, *La Télévision du Quotidien*, De Boeck, Bruxelles, p.108.

³¹ Cette expression, attribuée à Jacques Siclier, est souvent employée à propos du travail de Jean-Claude Bringuier avec *Les Croquis*.

³² Ce n'est d'ailleurs pas anodin que la télévision d'auteur soit contemporaine de l'émergence du cinéma d'auteur comme le défendent *Les Cahiers du cinéma* à travers les films de Jean-Luc Godard ou encore François Truffaut.

³³ *Le Monde*, 28 septembre 1967.

Garder la métaphore du miroir pour parler du rapport de la télévision à la réalité à travers *Bruno* n'est pas pertinent. *Bruno* est un mauvais miroir de la jeunesse française, car sa réalisation, malgré des emprunts aux reportages, n'est pas transparente, traversée par de réelles subjectivités d'auteur (emploi d'images fixes, montage sans raccord, etc.). La réalisation sociologique de *Bruno* s'effectue moins à travers ce qui est énoncé par le film, mais s'opère plutôt par son énonciation. C'est le regard que porte Lajournade sur la jeunesse française de l'époque qui est le véritable objet sociologique de *Bruno*.

Un modèle interprétatif privilégié par la critique

Bruno est une réalisation complexe. Qu'une fiction veuille parler de la réalité n'est pas original en soi, mais qu'en plus elle combine de façon interne plusieurs modèles est beaucoup moins fréquent. Or, *Télérama* suggère que dans *Bruno* la réalité de la jeunesse ne relève pas d'une construction, mais qu'elle est simplement restituée, limitant au maximum les artifices de la mise en scène comme gage de sincérité du propos. Ainsi, les signes de l'énonciation « reportage » que perçoit le journal dans le programme renvoie à l'authenticité de la démarche qui, par un effet de contamination de l'énonciation à l'énoncé, va jusqu'à garantir la qualité ordinaire et donc véridique des propos relatés. Pour le magazine, le reportage devient l'étalon de l'horizon réceptif de *Bruno* suggérant implicitement l'idée d'une télévision qui en tant que média aurait uniquement comme finalité de rendre compte de la réalité de façon transparente. Cependant en valorisant exclusivement la filiation télévisuelle, le journal passe complètement à côté des autres modèles bien présents dans le film. D'ailleurs, *Bruno* est baptisé simplement par le journal d'« émission », sans mentionner sa composition fictionnelle.

Or, l'analyse montre que le reportage journalistique mis en avant par le journal, n'est pas la seule référence employée pour parler de la réalité, impossible de passer à côté de la Nouvelle Vague Française. Ainsi, structurellement, le montage de *Bruno* est un montage qui ne tient pas compte de la grammaire des raccords et surtout de la primauté de l'unité diégétique pour construire une séquence, à la manière de Godard, en privilégiant les faux raccords, les montages syncopés et en multipliant l'insertion des images fixes et immobiles dans le mouvement de l'action. Puisque, la continuité de la réalité n'est pas conservée par les choix énonciatifs, en favorisant le collage au lieu d'un montage classique, Lajournade propose plus un modèle de reconstruction de la réalité qu'une simple restitution ou médiation de celle-ci. Par ailleurs, les allusions et les références littéraires (*T-shirt* sur lequel est écrit « Hegel » porté par Bruno pendant un essai chez un garagiste, les multiples extraits de poésie et littérature qu'il lit à haute voix, etc.), tout en servant la vraisemblance de la diégèse, renvoient aussi aux clins d'oeils qu'emploie Godard dans ses films à la même époque.

L'inscription de *Bruno* dans le modèle cinématographique de son époque se décline aussi par un travail particulier de la bande son. Les ambiances sonores saturées par des bruits de circulation, sur des plans certes de décor citadin, mais quasi-désertés de toute présence humaine. Si le son semble vraisemblable avec le champ montré, il reste que le vide humain des images urbaines contraste avec le trop-plein signifiant des bruits réalistes. Cette qualité de la bande son est la métaphore des difficultés du personnage de Bruno de nouer des contacts avec autrui, de mener une vie sociale satisfaisante.

La solitude s'exprime aussi thématiquement par l'incompréhension de Bruno par tous ceux qui l'entourent – sa mère, ses amis, une jeune fille de bonne famille dont il tombe amoureux – donnant lieu à de nombreuses scènes où il est seul dans sa chambre en train de soliloquer, s'adressant soit à son reflet dans le miroir, soit en enregistrant sa voix sur un magnétophone. Cette incapacité à communiquer qui aboutira à la compréhension que sa vie n'est que mascarade prend sa plus belle expression dans une séquence où il assiste à une représentation inopinée d'une troupe de théâtre amateur dans un jardin public sans jamais s'y intégrer, restant en marge, simple spectateur qu'il semble avoir toujours été envers les autres et la vie.

Puisque le modèle cinématographique est bel et bien présent tout au long du film, comment se fait-il que cette émission n'est pas été identifiée comme une fiction par *Télérama* ? Il semble que sa programmation au sein de la collection *SMJ* fonctionne comme une consigne de lecture coercitive favorisant un étalon interprétatif qu'est le réel, mais un certain réel, capturé par les modèles informatifs télévisuels. L'orientation de la programmation prend le pas sur le contenu du programme lui-même. Par ailleurs, l'éviction du modèle cinématographique dans l'horizon interprétatif présuppose que si une dimension artistique est possible à la télévision, elle ne peut être compatible avec une approche du réel. *Télérama* ne réaffirme pas la nature fictionnelle de *Bruno* face à sa fonction « documentarisante », comme si l'interprétant cinéma pouvait être un obstacle à la compréhension de la réalité racontée par ce programme. En ne le faisant pas, le magazine néglige que le style puisse être un critère évaluatif pour une émission de télévision et de ce fait, promeut une conception de la télévision comme média transparent, obnubilée uniquement par son référent.

En ce sens, *Télérama* utilise les lunettes de son époque pour « lire » *Bruno*, époque qui veut que la télévision, avec l'arrivée de la couleur, contribue à parfaire sa vocation naturaliste. Dans ce cas, l'horizon réceptif général propre à l'automne 1967 aveugle une partie de la critique de *Télérama* qui ne voit pas –ou ne veut pas voir– le modèle cinématographique présent dans *Bruno*, alors même que d'autres critiques l'ont bien perçu, même négativement³⁴.

Et pourtant si l'énonciation à l'œuvre dans *Bruno* est plus proche du cinéma que du reportage journalistique, cela ne veut pas dire qu'il ne peut pas disposer d'une visée documentaire, comme nous l'avons déjà dit et comme le suggère Godard qui affirme que les films des frères Lumière ne sont pas meilleurs documentaires que ceux de Méliès. Même les fictions peuvent être des modèles d'appréhension de la réalité et atteindre la vérité. D'ailleurs, ce point sera dit explicitement au téléspectateur par le personnage d'un journaliste venu enquêter sur le suicide de Bruno en affirmant que sa vie était « un film néo-réaliste passé par un projectionniste ivre qui intervertit les bobines ».

L'influence des représentations dominantes de la télévision semble patente pour *Télérama*, lorsque la semaine de la diffusion de *Bruno*, le journal réunit ses rédacteurs pour débattre autour du film *La Chinoise* de Godard. Cela donne lieu à un article de trois pages décrivant ce film comme une « actualité reconstituée » et un

³⁴ *Midi Libre*, 26 septembre 1967.

« témoignage personnel sur le désarroi et la révolte de quelques jeunes ». Or, il devient possible d'appliquer, presque mot à mot, les commentaires faits au sujet de *la Chinoise* au film de Lajournade. D'ailleurs, la semaine suivante, un lecteur du journal a bien perçu cette ressemblance en percevant dans *Bruno* un cousin provincial de Godard. *Télérama* accorde bien au dernier film de Godard le droit de rendre compte du réel, comme si finalement la fiction *au cinéma* peut prétendre parler de la réalité, mais perdrait cette qualité, une fois diffusée à la télévision en faveur des modèles journalistiques. Se dessine alors implicitement, par le discours du magazine, une configuration du champ médiatique dans lequel le statut de la fiction au cinéma et à télévision n'est pas identique et dans lequel Godard doit forcément rester attaché à l'art cinématographique exclusivement, sans influencer les hommes de télévision. Or la réputation du cinéaste dépasse le 7^e art, puisqu'en 1967, même Guy Béart avec son émission de variétés, *Bienvenue*, souhaite « faire à la télévision, ce que Godard fait au cinéma... »³⁵ n'en déplaisent aux critiques de *Télérama*.

La critique de *Télérama* sur *Bruno* laisse entrevoir l'hégémonie dans l'opinion publique d'une conception référentielle de la télévision, de telle sorte que celle-ci n'est plus considérée comme un langage, encore moins comme un art, seulement comme une petite fenêtre ouverte sur le monde. Elle montre aussi comment la programmation au sein d'une collection fortement identifiée met en place des attentes autour d'une émission, laissant de côté une part importante de l'organisation interne du programme. De façon générale, l'interprétation d'un contenu médiatique dépend fortement des contextes et des savoirs qui lui sont rattachés, c'est pourquoi au sein de la critique de *Bruno*, se retrouve dans ce qui est dit et surtout ce qui est tu, les grandes figures de la télévision de l'époque. Toutefois, rares sont les cas où l'étalon interprétatif établi par la critique diverge à ce point du contenu diffusé.

³⁵ *La République des Pyrénées*, 23 septembre 1967.