

Zeitschrift: Schweizerische Zeitschrift für Soziologie = Revue suisse de sociologie
= Swiss journal of sociology

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Soziologie

Band: 13 (1987)

Heft: 3

Artikel: Les yeux dans les yeux : l'interpellation télévisuelle et l'implication du téléspectateur

Autor: Terrenoire, Jean-Paul

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-814389>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 17.05.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

LES YEUX DANS LES YEUX. L'INTERPELLATION TELEVISUELLE ET L'IMPLICATION DU TELESPECTATEUR

Jean-Paul TERRENOIRE
Centre de Sociologie de l'Ethique
(E.H.E.S.S. & C.N.R.S.)
Paris

"Ai-je évité vos yeux que
je cherchais toujours ?"
Racine

La *Commedia dell'arte* avait fait de l'interpellation du public un procédé : grâce à quelques jeux de scène conventionnels, l'un des acteurs prenait ostensiblement les spectateurs à témoin, cherchant leur adhésion ou, mieux encore, leur complicité. Juge et partie, chacun des assistants était alors convié à adopter le point de vue du batteur d'estrade, à embrasser sa cause, à s'impliquer personnellement et, dans certains cas, à manifester bien haut ses sentiments.

Le plus souvent, alors que les propos échangés sur les tréteaux n'en laissaient rien paraître, l'appel à la connivence de la salle était lancé par le biais d'une gestualité détournée, faite de postures, de gestes et de regards à la dérobée. Parfois, l'adresse gestuelle s'accompagnait d'une interpellation verbale modulée *mezza voce*.

Une telle façon de faire transformait radicalement les rapports du public au spectacle. L'assistance était amenée à entrer métaphoriquement dans l'action qui se déroulait jusqu'ici sous ses yeux, et l'acteur qui l'invitait à rompre les distances, à passer symboliquement de l'autre côté de la rampe, devenait du même coup son comparse.

Dans l'aparté, le comédien, véritable *janus bifrons*, en venait à assumer deux rôles : il incarnait un personnage unique et singulier, il était aussi Monsieur Tout-le-Monde.

Le procédé est toujours d'actualité dans le monde du spectacle, mais il demeure confiné dans un genre particulier, et sa mise en oeuvre reste, souvent, ponctuelle et marginale.

Il retrouve toutefois droit de cité à la télévision, sur le plateau, là où l'interpellation du téléspectateur est la règle.

Certes, la manière de faire n'est plus tout à fait celle du théâtre populaire italien. Au petit écran, l'adresse verbale n'a plus à se dissimuler : elle se module directement et de vive voix. De même, l'adresse gestuelle n'a plus à passer par des formes déguisées : elle peut se déployer ouvertement et sans ambiguïté.

Mais l'essentiel du procédé est conservé : il s'agit toujours, par des artifices de mise en scène et, ici, de mise en images, d'établir entre le meneur de jeu et les spectateurs une relation familière et privilégiée.

L'animateur d'un plateau télévisé, lui aussi, fait partie du spectacle mais, en raison du caractère manifeste, direct et durable de l'interpellation télévisuelle¹, il se présente, plus nettement, et sans doute plus sûrement que l'acteur de théâtre, comme le double, l'*alter ego*, le porte-parole du spectateur, formulant ses questions, énonçant ses opinions, anticipant ses réactions. Et le téléspectateur, à son domicile, est invité, en retour, à lui faire confiance et à se reconnaître en lui².

Interpellation télévisuelle : gestes et images

Dans les situations "naturelles", c'est-à-dire dans les activités sociales quotidiennes et ordinaires qui mobilisent le corps sans passer par des médiations instrumentales, l'interpellation met en oeuvre des signes vocaux et mimogestuels caractérisés.

Les signes vocaux sont nombreux et divers : interjections, pronoms personnels, déictiques³, auxquels il faut ajouter les marqueurs linguistiques du "commentaire", genre de l'énonciation accompagnant, le plus souvent, l'interpellation directe du destinataire⁴.

¹ Je propose de réserver l'adjectif "télévisé" pour qualifier tout ce qui est diffusé par le canal de la télévision, et l'adjectif "télévisuel" uniquement pour ce qui est propre à la télévision, notamment dans le domaine de la gestualité, de la mise en scène et de la mise en images.

² A l'instar du théâtre, la télévision ne peut s'adresser à tous et à chacun, qu'au prix d'une abstraction symbolique. Mise en discours, mise en scène et mise en images construisent, de concert, un destinataire et un destinataire génériques, un présentateur et un téléspectateur universels, c'est-à-dire détachés des particularités de leur vécu quotidien, de leurs attaches sociales, et de leur histoire propre. C'est dans ces conditions seulement que leurs rapports privilégiés peuvent s'instaurer pleinement et sans réserves. Mais pour que le dispositif d'identification ainsi mis en place puisse avoir quelque efficacité à la réception, il faut que le téléspectateur concret se prête au jeu, ce qui n'est jamais acquis d'avance, et ce qui se fait, le plus souvent, sous bénéfice d'inventaire.

³ A la suite de Bülher (1965), j'appelle "déictiques" les marqueurs linguistiques qui explicitent les conditions sociales, culturelles, historiques et géographiques de l'énonciation (qui ?, à qui ?, où ? quand ?).

⁴ Selon la linguistique textuelle d'Harald Weinrich (1964, 1973) à laquelle je me réfère ici, deux grands genres peuvent être distingués dans l'énonciation : le "récit" (Erzählung) et le "commen-

Cependant, à quelques exceptions près, l'expression vocale télévisée partage avec l'expression radiophonique et l'expression vocale en situation "naturelle" les mêmes marques et les mêmes signes. Ce n'est donc pas chez elle qu'il faut chercher ce que l'interpellation télévisuelle a de spécifique mais plutôt dans les modalités de l'expression visuelle qui en est l'autre versant⁵.

L'expression visuelle fait appel à la gestualité dans son ensemble, accordant à l'une de ses composantes, le mouvement des yeux, un rôle déterminant. Des études psychologiques et éthologiques récentes, montrent combien le regard, quand il est posé sur l'autre, éveille son attention, augmente sa vigilance, mobilise ses énergies et provoque des réactions (Corraze, 1980). C'est, sans doute, sur le caractère hautement significatif de l'adresse oculaire directe que repose l'essentiel de l'interpellation visuelle.

Dans les situations "artificielles" où la mise en scène des pratiques est délibérée, voire codifiée, qu'il s'agisse de rituels ou de spectacles, les mêmes observations peuvent être faites, et le regard est l'un des signes forts dont les capacités d'indication et d'interpellation sont fréquemment utilisées.

Mais les formes et les conditions dans lesquelles il se manifeste sont différentes : une gestualité et une scénographie, soigneusement élaborées et explicitement réglées, soulignent et fixent désormais, avec la précision la plus grande, sa signification et sa portée.

Ainsi, le regard délibérément appuyé qui marque l'interpellation du destinataire, pour capter et orienter à son bénéfice l'attention du destinataire, doit s'accompagner d'indications posturales et gestuelles conventionnelles dans un cadre et un décor scénographiquement valorisants.

L'interpellation télévisuelle, quant à elle, procède non seulement des artifices d'une gestualité et d'une mise en scène qui lui sont propres, mais aussi des ressources d'une mise en images qui donne au regard de l'interpellateur un poids décisif en raison de l'usage intensif qu'elle fait habituellement des plans rapprochés et des gros plans⁶.

En effet, les cadrages serrés de la télévision sélectionnent et mettent en valeur les signaux mimo-gestuels émanant du haut du corps, et singulièrement du visage. De l'ensemble de la gestualité ainsi cadrée, le regard se détache alors comme un élément lourd de signification. Il le doit sans doute à sa

taire" (Besprechung, terme qui peut se traduire aussi par "exposé"), chacun des deux genres ayant ses marqueurs propres.

⁵ Je laisserai de côté la question des rapports de l'énonciation et de la monstration qui n'avait pas été traitée dans l'étude de l'interpellation visuelle à laquelle je me référerai ci-dessous. J'en ai fait, à propos d'autre chose, une analyse détaillée (Terrenoire, 1986).

⁶ La co-détermination de la mise en scène et de la mise en images caractérise aussi, mais à des degrés divers, le cinéma, la photographie, la peinture et le dessin. Chacun, en ce domaine, a sa spécificité. A la télévision, la mise en images doit tenir compte de la taille du petit écran et des conditions domestiques de la réception.

mobilité, à ses propriétés déictiques, mais aussi au rapport qu'on lui prête avec l'intériorité et la personnalité du sujet.

Dans le procès de l'interpellation télévisuelle, le destinataire n'est pas présent sur le plateau mais chez lui, devant son petit écran⁷. Pour toucher ce spectateur à distance, solliciter son attention, établir avec lui une relation suivie, l'impliquer personnellement, le locuteur présent dans le studio doit passer par le simulacre du regard à la caméra. Les potentialités et la portée pragmatique⁸ d'un tel regard sont déterminantes.

Ce n'est sans doute pas un hasard si, comme le montrent certaines études (Corraze, 1980, 103-150), nous nous souvenons plus aisément, et plus précisément, parmi tous les sujets saisis par la photographie, de ceux qui fixent l'objectif. La même observation peut être faite à la télévision. Grâce à ce subterfuge, chaque téléspectateur, croisant un tel regard sur le petit écran, peut avoir l'impression que l'on s'adresse à lui.

Le regard à la caméra lancé par le présentateur du journal télévisé, par l'animateur de variétés, ou par l'hôte d'une émission littéraire, apparaît donc comme *une proposition visuelle d'ordre déictique visant à inscrire pragmatiquement la communication dans un registre particulier voulant que le destinataire s'implique personnellement dans la relation avec le destinataire, s'identifie à lui, et le considère comme son mandataire.*

L'adresse oculaire directe est, sans aucun doute, l'une des conditions pour que le spectacle devienne communication⁹. Elle est nécessaire pour que le téléspectateur se sente interpellé. Est-elle suffisante ?

L'implication du téléspectateur

Pour répondre à la question, il faut aller voir du côté de la réception, observer le téléspectateur devant le petit écran et l'interroger.

⁷ Voici l'occasion de donner un exemple concret de la différence entre une réalité télévisée et une réalité télévisuelle. Sur un plateau de télévision, plusieurs personnes peuvent s'entretenir devant les caméras sans se soucier des téléspectateurs, du moins en apparence. Au cours du dialogue, chacune d'elles peut interpellier les autres par la voix, le geste et le regard. Cette interpellation qui ne vise pas ceux qui assistent à la scène par petit écran interposé, est une interpellation télévisée. Par contre, si l'une ou l'autre des personnes, ou même plusieurs, se tournent, à un moment donné, vers les caméras et regardent l'objectif, l'interpellation concerne alors le téléspectateur, c'est une interprétation télévisuelle.

⁸ Au sens où l'entend généralement la linguistique contemporaine.

⁹ Ce qui, dans le domaine des images, est, peu ou prou, l'équivalent du passage du récit au commentaire (Weinrich, 1964).

Les résultats d'une étude récemment consacrée aux pratiques de jeunes téléspectateurs français nous donnent les moyens d'en juger concrètement (Terrenoire, 1986).

L'expérience consistait à faire visionner par des élèves d'un collège de l'Enseignement public¹⁰, une séquence d'un journal télévisé de la mi-journée¹¹. Il s'agissait d'un débat animé par le présentateur, et consacré à l'innovation technique. Il mettait en présence deux journalistes spécialisés et deux experts.

Après la projection, les adolescents étaient appelés à commenter des photographies¹² montrant les plans choisis par le réalisateur pour cadrer, tout au long de la séquence, le présentateur *lorsque celui-ci s'adressait directement aux téléspectateurs* [Photos 1, 2, 3 & 4].

Comment les jeunes téléspectateurs percevaient-ils le regard à la caméra ? Les conditions de la mise en images jouaient-elles un rôle dans cette perception ? Pour le savoir, les expérimentateurs demandèrent aux élèves d'un premier groupe d'explicitier la perception qu'ils avaient de chacun des plans : le présentateur du journal *les* regardait-il ? regardait-il *la caméra* ? ou bien regardait-il *ailleurs* ?

Chose remarquable : tous les adolescents donnaient une réponse qualifiée malgré la mauvaise qualité des documents photographiques qui ne détaillaient pas toujours avec la netteté suffisante, les yeux du présentateur et, par conséquent, la direction de son regard. Aucun ne choisissait de répondre "*je ne sais pas* !". C'est dire la prégnance visuelle de l'interpellation. C'est dire aussi combien il leur était difficile de demeurer dans l'indécision.

Grâce aux discussions qui suivirent la projection, il apparut que les élèves s'étaient généralement sortis de l'incertitude en se fiant aux signaux gestuels habituellement associés à l'adresse oculaire directe : la disposition de la tête, et l'orientation du buste de l'interpellateur.

Ecartant l'éventualité du regard "ailleurs", les répondants se partagèrent alors selon deux perceptions nettement caractérisées : l'une, liant le destinataire et le destinataire, que l'on pourrait qualifier de "personnalisée" ("*il me regarde*"), l'autre, en apparence purement technique, que l'on pourrait quali-

¹⁰ Plusieurs classes de 5^e, 4^e et 3^e du Collège Marcel Pagnol de Rueil-Malmaison (Hauts-de-Seine).

¹¹ Antenne-2-Midi, présentation : D. Bilalian ; journalistes spécialisés : G. Leclère, G. Mériaud ; invités : Th. Gaudin (Ministère de l'Industrie), Bernard Dudot (Renault) ; Production : Antenne-2, France, 2 mars 1979, 12h45.

¹² Les photos d'écran sont de Patrice Livet, SIDAV-IRESO (CNRS).

fier de "neutre" ("il regarde *la caméra*"). Plus des trois quarts des élèves interrogés, désignaient cette dernière perception comme la leur¹³.

Toutefois, les avis concernant le cadrage le plus serré [Photo 4] étaient plus également répartis : ceux qui en avaient une perception "personnalisée" étant, cette fois, nettement plus nombreux (quatre sur dix).

Conclusion : *lorsque le présentateur du journal télévisé lançait un regard à l'objectif, son adresse oculaire avait, semble-t-il, plus de chance d'être perçue comme une interpellation personnelle si elle était saisie en gros plan*. Le rôle du cadrage dans la perception du regard à la caméra, mis ainsi en évidence, était-il, pour autant, définitivement établi ?

Des expériences complémentaires venaient enrichir les connaissances à ce sujet.

À partir d'une échelle de notes allant de un à neuf, les élèves devaient apprécier, pour chacun des plans caractéristiques, le "poids" du regard du présentateur. En passant d'un plan d'ensemble à un plan moyen puis à un gros plan, le réalisateur ne donnait-il pas progressivement plus d'importance aux expressions du personnage cadré ? En mobilisant les ressources de la *valorisation iconique*¹⁴, ne soulignait-il pas le regard que celui-ci adressait au téléspectateur ? En d'autres termes, par le biais d'une telle mise en images, le réalisateur ne rendait-il pas l'adresse oculaire directe visuellement plus présente, et l'interpellation qu'elle sous-tendait plus prégnante ?

C'était, en somme, une autre manière d'aborder la question des conditions dans lesquelles, et de l'intensité avec laquelle chacun des téléspectateurs se sentait regardé et visuellement interpellé.

Les observations recueillies allaient toutes dans le même sens : *plus la mise en images resserrait le cadre sur le présentateur quand celui-ci adressait un regard à l'objectif, plus nombreux étaient les téléspectateurs qui interprétaient ce regard comme une interpellation personnelle, et plus son emprise était fortement ressentie*.

Confirmation était donnée lors d'une expérience menée différemment et avec un autre groupe d'élèves. Les jeunes n'avaient plus à choisir un type de

¹³ Pour apprécier la portée d'une telle observation, une remarque méthodologique s'impose ici. L'expérience se faisait à propos d'images animées visionnées au préalable, mais à partir d'images fixes. L'inconvénient, c'est que le regard n'était saisi que lors de son point de fixation. Figé par l'instantanéité, il n'était rapporté ni au mouvement oculaire qui l'avait mené à destination, ni à celui qui l'entraînerait vers une autre. Et pourtant, c'est dans une telle dynamique que le regard prend tout son sens et tout son poids. Les élèves qui avaient perçu l'adresse oculaire directe de façon neutre s'étaient-ils sentis moins fortement pointés par le regard du présentateur qu'ils ne l'auraient été si l'image sur laquelle ils avaient à réagir avait été animée ? La question reste ouverte.

¹⁴ La notion de "valorisation iconique", et les méthodes qui permettent de la mesurer, sont exposées dans mon . "Analyse scénologique de l'image télévisée : la valorisation iconique" (Terrenoire, 1982).



1



2

3



4



perception, neutre ou personnalisée, mais à indiquer, dans le cas d'une perception personnalisée comment ils la pondéraient, en rangeant les quatre plans caractéristiques selon le sentiment qu'ils avaient d'être "plus ou moins regardés par le présentateur".

La distribution des plans selon le rang moyen obtenu montrait que l'ordre des perceptions était rigoureusement le même que l'ordre des cadrages : *le sentiment d'être interpellé par le regard du présentateur du journal télévisé était de plus en plus fort au fur et à mesure que le cadrage se resserrait.*

Même constatation lorsque les élèves eurent à juger les plans caractéristiques du débat non pas dans une perspective esthétique mais *du point de vue du spectateur du journal télévisé*. Chaque plan représentait, en effet, une *modalisation* du rapport du téléspectateur avec le présentateur¹⁵. Classer les uns et les autres par ordre de préférence, c'était indiquer les modalisations les plus appréciées ou les plus pertinentes, et celles qui l'étaient moins.

Le plan préféré était un plan moyen [Photo 2] où Daniel Bilalian apparaissait seul, cadré à mi-distance, entouré des éléments significatifs du décor et du mobilier qui ne laissaient planer aucune ambiguïté sur le lieu de l'énonciation - le studio du journal télévisé, et sur le statut de l'énonciateur - le présentateur habituel d'*Antenne-2-Midi*. Par contre, le gros plan [Photo 4] était très nettement rejeté.

Le cadrage serré était presque toujours ressenti comme un cadrage *rapproché*. Le sentiment des élèves rejoignait ainsi les observations faites ici ou là sur les effets proxémiques de la profondeur de champ¹⁶. La mise en images instaurait, pour eux, une distance significative entre le sujet représenté à l'écran et le spectateur.

L'échelonnement des plans soumis à l'appréciation des élèves était donc, en quelque sorte, l'équivalent d'une échelle des distances socialement possibles entre le présentateur du journal et le téléspectateur, et les jeunes de Rueil le comprirent de cette façon.

Comment interpréter dans ces conditions la relégation, dans l'ordre des préférences, du gros plan à la dernière place ?

Trop intimiste peut-être, cette relation proposée qui mettait l'accent visuel sur la particularité de la personne de l'énonciateur ? Et si oui, jugement négatif sur ce plan parce qu'implicitement chacun des répondants pensait qu'une telle intimité n'était pas de mise dans une émission consacrée à l'in-

¹⁵ La mise en images, comme la mise en discours, porte la marque de modalisations qui signalent plus ou moins explicitement le rapport que le réalisateur établit avec le monde auquel il fait référence, avec sa façon de le montrer, et avec les spectateurs auxquels il destine ses images.

¹⁶ Le premier, E. T. Hall (1966, 1978) a étudié systématiquement, en situation "naturelle", les distances socialement significatives. L'analyse des images peut s'en inspirer avec bonheur à condition de ne pas s'enfermer dans la perspective essentialiste qui est souvent la sienne.

formation ? Questions restées ouvertes car les données recueillies à Rueil ne permettaient pas de trancher.

D'autre part, les préférences exprimées rangeaient en position intermédiaire le plan d'ensemble [Photo 1] et le plan rapproché [Photo 3]. Classés second et troisième, très proches l'un de l'autre, les deux plans présentaient des conditions scénographiques voisines du plan plébiscité [Photo 2] : le décor et le mobilier du studio étaient visibles, nettement euphémisés dans le plan rapproché, mais montrés distinctement dans le plan d'ensemble qui incluait, de plus, tous les protagonistes du débat.

A l'exception du gros plan, la situation d'énonciation était clairement établie à l'image : pas de doute, chaque plan nous parlait bien du journal télévisé.

Manifestement, les élèves s'exprimaient à la réception comme si, pour eux, une règle voulait qu'en matière de journal télévisé le présentateur soit placé à une distance moyenne, et dans une situation iconographique qui rappelle, par un minimum de signes, le studio dans lequel les informations sont habituellement développées. Les jeunes téléspectateurs réagissaient comme si, dans ce domaine, la mise en images devait respecter quelques principes de pertinence et de bienséance. La nature de la perception qu'ils étaient amenés à avoir dépendait donc, pour une grande part, des attentes qu'ils pouvaient avoir en la matière¹⁷.

On pouvait alors mieux comprendre pourquoi la majorité des élèves avait perçu d'une manière neutre le regard à la caméra de Daniel Bilalian. *C'est parce que l'interpellation personnelle n'était pas attendue dans ce genre d'émission, qu'elle n'était pas perçue.*

Chacune des observations faites à Rueil montrait donc, à sa manière, comment *la perception personnalisée d'une interpellation dépendait de l'association la plus étroite d'une adresse oculaire directe, d'une gestualité assortie, d'une scénographie propice, et d'une mise en images pertinente.*

Tout n'était pas dit pour autant. Les jeunes téléspectateurs avaient encore des choses à nous apprendre, notamment sur les conditions dans lesquelles une interpellation télévisuelle pouvait être recevable.

Les conditions de la réception

Les expériences montrèrent, en effet, que l'on devait pousser plus loin l'analyse.

¹⁷ Dans une expérience n'intéressant pas l'interpellation télévisuelle mais l'interprétation des plans (Terrenoire, 1986), on trouvait quelque chose de semblable : les plans les mieux interprétés étaient ceux qui comportaient des éléments significatifs du contexte scénographique.

Pourquoi, par exemple, ne pas voir du côté des effets de la rhétorique visuelle ? Dans ce domaine, à propos de la photographie et de sa réception, Roland Barthes (1980) réactualisant les catégories anciennes des rhétoriciens, distinguait deux sortes d'intérêts pour l'image : le *studium* et le *punctum*.

Selon ses termes, le premier serait un champ plus ou moins stylisé qui renverrait à une information classique pour laquelle nous pourrions éprouver un intérêt général, parfois ému, mais dont l'émotion passerait par le relais raisonnable d'une culture morale et politique. Quant au second, le *punctum*, il viendrait scander le premier : ce ne serait pas nous, spectateurs, qui irions le chercher dans l'image, c'est lui qui partirait de la scène pour venir nous toucher¹⁸.

Cette intéressante distinction qui s'applique à l'image animée comme à l'image fixe pourrait être reprise pour marquer la réalité ambivalente de la perception visuelle. Le sens que l'on attribue aux images et à ce qu'elles contiennent, dépendrait alors de ce qui, en elles, nous informe, et de ce qui, grâce à elles, nous interpelle. Et l'un n'irait pas sans l'autre.

De fait, dans le cas du regard à la caméra, pour que le spectateur le perçoive comme une interpellation, il ne suffit pas que certaines conditions de mise en scène et de mise en images soient remplies, il faut aussi que l'adresse personnalisée ait un sens. La question se pose donc en termes nouveaux : dans quelles circonstances, en vertu de quelles clauses, selon quelles conventions un ensemble de signes gestuels et iconiques acquière-t-il un sens, et pour quels téléspectateurs ?

A ce sujet, les élèves du Collège Marcel Pagnol nous laissaient, tout d'abord, dans l'expectative.

Il s'agissait, en effet, de savoir si le sentiment d'être personnellement interpellé dépendait, chez eux, de l'intérêt qu'ils portaient au journal télévisé en général, ou à la séquence visionnée en particulier.

En ce qui concerne l'intérêt, les jeunes pouvaient être regroupés en trois ensembles : les *amateurs d'information*, réguliers et attentifs ; les *téléspectateurs sélectifs* qui en prenaient et en laissaient selon la curiosité du moment ; les *indifférents*, enfin, qui ne regardaient jamais l'émission. Or, quel que soit le groupe considéré, perception neutre et perception personnalisée se partageaient sensiblement de la même façon.

Fallait-il en conclure, comme semblaient l'indiquer les jeunes téléspectateurs, que la perception d'une interpellation personnelle *via* le regard du présentateur ou de l'animateur n'était associée ni à l'intérêt pour l'émission, ni à la qualité de l'attention qu'on lui accordait ? Sans doute, non, car les études

¹⁸ A mon avis, les correspondances établies par l'auteur (du spectateur à l'image : *studium* ; de l'image au spectateur : *punctum*) ne sont sans doute pas aussi rigoureuses dans les faits.

citées jusqu'ici n'avaient fait qu'effleurer le sujet. Il aurait fallu s'appuyer sur l'observation précise des occurrences de l'interpellation et des formes qu'elle prenait¹⁹.

Sans attendre, d'autres questions, plus fondamentales, pouvaient être soulevées. Evoquons, par exemple, celle du rôle éventuel de la situation sociale des téléspectateurs dans la différenciation de leurs perceptions de l'interpellation télévisuelle.

Chez les jeunes de Rueil, ni le sexe, ni l'âge, ni la situation scolaire, ni la condition sociale ne rendaient compte de la distribution des réponses selon les deux perceptions neutre ou personnalisée. Mais il était difficile de tirer des conclusions définitives à ce sujet, la population étudiée, numériquement faible, n'étant pas représentative.

En réalité, l'éventualité d'une sensibilité au caractère personnalisé de l'interpellation télévisuelle différente selon l'*habitus* culturel et l'appartenance sociale ne peut être exclue²⁰, singulièrement quand le milieu social dans lequel vit le téléspectateur privilégie les rapports de personne à personne.

En fait, l'enquête de Rueil ne nous laissait pas totalement démunis pour juger de la pertinence de l'hypothèse. Il apparaissait bien, à l'occasion d'un ensemble d'expériences relatives à l'interprétation des plans et des angles, que *les perceptions des téléspectateurs étaient, en partie, façonnées par les attentes et les dispositions culturelles dépendant de leurs appartenances et de leurs solidarités sociales* (Terrenoire, 1986).

Certes, le petit écran livrait toujours, au journal télévisé comme ailleurs, des normes, des valeurs et des données culturelles, sans tenir compte de l'histoire et de la situation des uns et des autres, comme si leur portée était universelle. Mais, à la réception, ces divers éléments de la culture étaient parfois contestés, en tout cas le plus souvent réinterprétés par des téléspectateurs plus ou moins critiques, fermement établis dans leur pratique, même s'ils n'étaient pas capables d'en faire la théorie.

*

* *

¹⁹ Nous avons, néanmoins, recueilli quelques informations au sujet de la forme quand nous avons demandé aux élèves s'ils préféraient que l'information leur soit donnée par un présentateur unique ou par un couple. Le duo, dans sa forme dialoguée suspendait, provisoirement ou définitivement selon le cas, l'adresse oculaire directe et donc l'interpellation personnelle du téléspectateur. Mais, après la projection, comme la discussion le montra, la possibilité d'être personnellement impliqué demeurait pour certains élèves. Le dispositif d'énonciation conservait ainsi quelques unes des propriétés du procédé de la Commedia dell'arte. Comme le dit un jeune téléspectateur de Rueil : "Quand il y a dialogue, on a l'impression que l'un c'est le public, et que l'autre me répond".

²⁰ Dans le domaine des pratiques culturelles, bien des études montrent les effets de l'appartenance sociale. Voir, par exemple, en France, les travaux de Pierre Bourdieu et de son équipe.

Le regard *porté* sur les images télévisées n'est pas totalement libre : il tient nécessairement compte de leurs éléments constitutifs, de leur principe d'organisation, des limites qu'elles se donnent, et de la perspective qu'elles mettent en valeur. Quant au regard *convié*, celui que les images convoquent, il n'est jamais un maître absolu.

Contemplation dirigée²¹, la perception télévisuelle, comme toutes les autres, est ambivalente. Elle oscille constamment entre la maîtrise de ce qu'elle sollicite et la dépendance de ce qui l'interpelle.

La vérité de la réception des images télévisées ne peut être rendue ni par la théorie de la vision passive, ni par celle du regard souverain, ni par une quelconque position qui réaliserait l'équilibre entre les deux.

Elle participe, en fait, comme toute réception d'images, d'une réalité dialectique²². *Deux regards se cherchent, se trouvent parfois, ou se manquent : regard convié se laissant guider par la façon dont les images donnent à voir, regard porté interrogeant activement le monde visible qui s'offre à lui.*

Les rapports complexes et mouvants de l'interpellation télévisuelle et de l'implication du téléspectateur ne peuvent être compris que dans cette perspective.

BIBLIOGRAPHIE

- BARTHES Roland (1980), *La chambre claire. Note sur la photographie*, Edit. de l'Etoile, Paris, Cahiers du Cinéma, Gallimard, Ed. du Seuil.
- BUELHER Karl (1965), *Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache*, Suhrkamp, Stuttgart.
- CORRAZE Jacques (1980), *Les communications non-verbales*, Presses Universitaires de France, Paris.
- DE FRANCE Xavier (1982), *Eléments de scénographie du cinéma*, Université Paris X, Nanterre, Prépublications de la Formation de recherches cinématographiques.
- HALL Edward T. (1966), *The Hidden Dimension*, Doubleday, Garden City, New-York, trad. française (1978), *La dimension cachée*, Seuil, Paris.
- TERRENOIRE Jean-Paul (1986), "Regards conviés, regards portés. Les émissions télévisées et leur réception". *Etudes sémiologiques et socio-logiques*, (avec SEGRE M. et COURTAS R.), CESE-CNRS, Paris, 3, 133-171.
- TERRENOIRE Jean-Paul (1982), "Analyse scénologique de l'image télévisée : la valorisation iconique", *Anthropologie de la gestuelle, anthropologie de l'image*, CNRS (Geste et Image), Ivry-sur-Seine, sous la direction de KÖCHLIN B., LAJOUX J.-D. et TERRENOIRE J.-P., Actes de l'Atelier 8 du Colloque international de l'Association française des anthropologues "La Pratique de l'anthropologie aujourd'hui", Sèvres, 1981, 63-120.

²¹ L'expression est de Xavier de France (1982).

²² Pour quelques développements à ce sujet, on consultera mon "Images et sciences sociales : l'objet et l'outil" (Terrenoire, 1985). La réception des images n'est pas la seule à participer d'une réalité dialectique, c'est vrai aussi de la réception d'un texte ou d'un discours. Cette conception remet en cause les schémas classiques de la communication.

TERRENOIRE Jean-Paul (1985), "Images et sciences sociales : l'objet et l'outil", *Revue française de sociologie*, XXVI, 509-527.

WEINRICH Harald (1964), *Tempus*, W. Kohlhammer, Stuttgart, trad. française (1973) : *Le Temps*, Seuil, Paris.