



HAL
open science

La télévision au prisme du cinéma nord-américain : perspectives intermédiatiques

Bastien Tellenne

► **To cite this version:**

Bastien Tellenne. La télévision au prisme du cinéma nord-américain : perspectives intermédiatiques. Sciences de l'information et de la communication. 2022. dumas-04023789

HAL Id: dumas-04023789

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04023789>

Submitted on 10 Mar 2023

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.

Copyright

Mémoire de Master 2

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Médias

Option : Médias, innovation et création

La télévision au prisme du cinéma nord-américain Perspectives intermédiaiques

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Thierry Devars

Nom, prénom : TELLENNE Bastien

Promotion : 2021-2022

Soutenu le : 28/09/2022

Mention du mémoire : Très bien

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier en premier lieu mon tuteur universitaire, Thierry Devars, qui m'a guidé avec patience et bienveillance depuis les prémices de ce travail de recherche. Du difficile choix de mon sujet à la définition de mes pistes d'investigation, la pertinence de ses conseils et sa disponibilité ont largement contribué au résultat de ce mémoire. Je le remercie également pour la richesse de cette deuxième année de master, à laquelle il a grandement contribué en tant que responsable pédagogique, et pour sa confiance lorsqu'il a accepté de m'accueillir au sein du département Médias.

Je remercie également Marie-Noëlle Tranchant, qui a accepté au pied levé et avec grand enthousiasme de m'accompagner dans cette aventure en tant que tutrice professionnelle. Sa lecture attentive et ses retours avisés m'ont permis d'affiner ce travail jusqu'aux derniers instants. Un grand merci à elle pour sa présence lors de ma soutenance.

J'adresse mes remerciements à Luc Lagier, pour m'avoir d'abord inspiré le thème de ce mémoire, puis pour notre échange qui m'a rassuré quant à la pertinence de mes intuitions et de mon angle d'analyse. Sa websérie *Blow Up* s'est avérée être un outil particulièrement utile pour certains des partis pris méthodologiques mobilisés.

Merci enfin à mes proches, famille et amis, pour leur soutien et leurs conseils permanents. Les échanges que nous avons eus m'ont souvent permis de m'engager sur de nouvelles pistes de réflexion, de préciser ou de corriger les étapes successives de ce travail. Merci à Inès, qui écrivait son mémoire en même temps que moi : l'entraide et le soutien mutuel nous ont permis à tous les deux d'arriver à bon port. Merci à mes parents, ma sœur, Philippe et Kylian, sans qui ce mémoire n'aurait pu voir le jour dans sa présente version.

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS.....	2
SOMMAIRE.....	3
INTRODUCTION.....	5

I. DES ANNÉES 1970 À LA FIN DU XX^{ème} SIÈCLE : LA NAISSANCE D'UNE CINÉGÉNIE TÉLÉVISUELLE..... 15

1. L'expansion du motif télévisuel au cinéma : l'horizon de l'intermédialité..... 15
 - a. *Le langage cinématographique et l'intégration de motifs au cinéma*..... 15
 - b. *Le motif télévisuel au cinéma, un « cas paradigmatique » des relations intermédiatiques* ... 18
 - c. *Le « Nouvel Hollywood » et son héritage comme contexte favorable à l'émergence d'un motif télévisuel*..... 20
2. Cinégénie diégétique de la télévision..... 22
 - a. *Télévision-motif, télévision-moteur*..... 22
 - b. *L'espace textuel et éditorial du film investi par la télévision*..... 25
 - c. *Le cas de The Truman Show : un double niveau de lecture*..... 27
3. Cinégénie extra-diégétique de la télévision..... 30
 - a. *Un accueil favorisé par une matérialité commune*..... 31
 - b. *Présence, intimité, érotique : le remède télévisuel*..... 34

Conclusion partielle..... 38

II. LA TÉLÉVISION AU PRISME DU CINÉMA : UN PARADIGME INTERMÉDIAL ESSENTIELLEMENT CRITIQUE..... 40

- 1) Une rupture dans les représentations des médias au cinéma..... 41
 - a. *Le cinéma et la représentation des médias de masse (presse écrite et radio)*..... 41
 - b. *Du remède au poison, la télévision comme pharmakon*..... 45
 - c. *Un genre privilégié pour représenter la télévision : la dystopie*..... 48
- 2) La télévision, média sans valeur(s)..... 51
 - a. *Un média d'arrière-plan visuel et sonore*..... 51
 - b. *Le règne du profit et l'audimat : spectacle sans limite et dégradation du contenu*..... 55
 - c. *Des effets sur le réel*..... 59
- 3) Un média totalitaire et mystifiant..... 63
 - a. *"You're on television!" : autoritarisme télévisuel et aliénation des masses*..... 63
 - b. *La télévision comme nouvelle religion*..... 66

Conclusion partielle..... 68

III. L'INTERMÉDIALITÉ COMME OUTIL RÉFLEXIF DE CONSTRUCTION IDENTITAIRE ET DE LÉGITIMATION..... 70

1. L'intermédialité, outil de construction identitaire du cinéma..... 71
 - a. *Naissance et avènement du cinéma : de l'intermédialité spontanée*..... 71

b. ... à l'intermédialité négociée.....	73
c. <i>La télévision au cinéma : continuité d'une stratégie de légitimation par la comparaison (identification/séparation)</i>	75
2. L'intermédialité, outil de relégitimation pour le cinéma.....	76
a. <i>Du média de l'oubli au média de la mémoire</i>	77
b. <i>Du média du factice au média du réel</i>	79
c. <i>De la vérité imposée à la grande « disponibilité »</i>	82
3. La fin de la dichotomie	84
a. <i>L'intermédialité comme réaffirmation de la dimension artistique du cinéma</i>	85
b. <i>Préserver la représentation propre au cinéma</i>	87
Conclusion partielle	88
CONCLUSION	90
BIBLIOGRAPHIE	95
1. Ouvrages	95
2. Articles scientifiques et universitaires	96
3. Travaux de recherche.....	97
4. Sites internet consultés.....	97
CORPUS D'ANALYSE	99
RÉSUMÉ	100
MOTS-CLÉS	100

INTRODUCTION

« Ceci tuera cela¹. »

Victor Hugo, *Notre-Dame de Paris*

Dans son épisode « La Télévision au cinéma », l'émission d'Arte *Blow Up* réalise l'exercice de citer cent films dans lesquels apparaît la télévision, qu'elle ne soit présente que dans une scène particulière ou que l'intrigue soit pleinement consacrée au « monde » télévisuel². Si nous sommes d'abord fasciné par ces phénomènes de circulation des images et des thématiques dans les films, nous est rapidement venu le sentiment que le phénomène prend une tournure particulière lorsqu'une collision s'opère entre instance représentante et sujet représenté : lorsqu'un média s'intéresse à un autre média. Au-delà de la conclusion très claire, au terme de cet épisode, d'une critique constante et féroce de la télévision par le cinéma, la représentation cinématographique de la télévision semble ouvrir la voie à de nombreuses réflexions sur les rapports que peuvent entretenir les deux médias, et plus particulièrement sur les discours que peut tenir l'un au sujet de l'autre.

Notre postulat de départ sera de rappeler que le cinéma, comme la télévision, constitue avant tout un objet médiatique, ce que sa dimension artistique tend à faire oublier³. En cela, il fait partie des « moyens de transmission et de circulation symboliques techniquement et socialement déterminés⁴ ». À l'instar de François Jost dans son ouvrage *Sous le cinéma, la communication*, nous considérons que « sous toute image, il y a des intentions à retrouver », même si « celles-ci ne sont ni données d'avance, ni assurées⁵. » Il y a donc l'histoire que le film *raconte*, en premier lieu ; dans une plus large mesure, il y a tout ce qui est *dit et transmis* par le film sur ses objets et sur les thématiques dont il traite – en somme toutes les productions de sens du film. Ces deux natures, narrative et discursive, constituent en quelque sorte les deuxième et troisième niveaux du rapport au réel du film, dont le premier niveau est d'ordre technique : l'enregistrement mécanique de formes en mouvement et leur restitution à volonté, grâce à la projection. Ces trois niveaux

¹ Victor Hugo, *Notre-Dame de Paris*, Livre V, Chapitre 2, « Ceci tuera cela », Le Livre de Poche, Collection Classiques, 1975 [1831], p. 280.

² « La Télévision au cinéma », *Blow Up*, Arte, 23 janvier 2019. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=t-QPi75ZUKI>

³ En France notamment, certains théoriciens ont plaidé pour que le cinéma soit avant tout considéré comme un art et pas comme un simple objet médiatique ou « culturel » (au sens le plus large du terme). Alain Bergala est un des premiers à avancer cet argument (qui peut pourtant sembler ancien) dans son ouvrage *L'hypothèse cinéma : Petit traité de transmission du cinéma à l'école et ailleurs*. Cité par Michel Condé, « Cinéma et éducation aux médias », *Écran large sur tableau noir*, étude réalisée par le centre culturel Les Grignoux, 2011, p. 7.

⁴ Régis Debray, *Cours de médiologie générale*, Paris, NRF, Éditions Gallimard, 1991, p. 15.

⁵ François Jost, *Sous le cinéma, la communication*, Paris, Vrin, 2014, p. 11.

constitueraient dès lors trois perspectives complémentaires pour aborder le sujet de la représentation cinématographique d'un autre média.

Si la télévision est loin d'être le premier sujet dont le cinéma s'est saisi – *Blow Up* a par exemple traité de très nombreux thèmes cinématographiques comparables – l'analyse de ces collisions intermédiatiques nous a semblé digne d'intérêt d'un point de vue communicationnel. Dans une perspective historique, comprendre comment le cinéma a pu appréhender l'émergence de ce nouveau média de masse, et l'intégrer à ses récits pour en donner une ou des perspective(s) particulière(s), nous permettrait de saisir la manière dont il a participé à sa construction dans l'imaginaire social. Construction d'autant plus intéressante qu'elle nous vient du moyen d'expression dominant qui a régné sur une partie du XX^{ème} siècle, « de l'époque où il est massivement diffusé et consommé quasiment sur toute la planète (les années 20) à celle où sa prééminence décline devant d'autres images animées et désormais sonores (les années 60)⁶ ». Dont, tout particulièrement, la télévision. Quelle forme cinématographique a pu prendre ce « malaise, voire [cet] effroi⁷ » que peut représenter, selon Daniel Bougnoux, la transition d'un média vers un autre ?

Afin de restreindre notre champ d'exploration et d'analyse, nous avons fait le choix de nous concentrer sur le cinéma nord-américain (États-Unis et Canada), dans la mesure où, qu'il s'agisse du cinéma ou de la télévision, ce territoire constitue un exemple particulièrement pertinent. Les États-Unis, s'ils ne constituent pas le berceau du cinéma, sont considérés comme le pays ayant le plus profondément façonné cet art (et ce média) au cours de son premier siècle d'existence, tant au niveau des contenus et des techniques qu'au niveau économique et culturel. Il en va de même pour la télévision, qui y connut son premier essor remarquable dès la fin de la Seconde Guerre mondiale. Le Canada, par sa contiguïté géographique avec les États-Unis, bénéficie d'un rayonnement quasi-immédiat dans ces deux domaines⁸.

Jacques Aumont et Michel Marie notent, dans leur *Dictionnaire théorique et critique du cinéma*, que l'expansion de la télévision à partir des années 1950 (et particulièrement aux États-Unis) en fit très rapidement la rivale du cinéma en tant que spectacle et distraction de masse. Elle est l'une des causes de la baisse de fréquentation des salles, qui commença dès cette période, et se prolongea jusqu'aux années 1980.

⁶ Jean-Michel Frodon, « Le cinéma spectacle collectif menacé », *Les Cahiers de Médiologie*, n°1, 1996, p. 128.

⁷ « Passer d'un média à l'autre, par exemple de la photo à la radiographie, puis au scanner et aux cartographies numériques dans l'approche du corps, permet de changer d'échelle et d'explorer l'invisible. Ces sauts technologiques peuvent causer un malaise, voire un effroi : songeons aux turbulences provoquées par l'accès à la photo par rapport au dessin, ou par le passage au papier-monnaie à partir de la présence réelle de l'or et de l'argent dans le louis ou l'écu, ou encore par la télévision puis la vidéo par rapport au cinéma ». Daniel Bougnoux, « Représentation », *mediologie.org*, article en ligne, 2018. URL : <https://www.mediologie.org/representation>.

⁸ L'apparition du terme « *North Hollywood* », principalement à la fin des années 1970, pour décrire l'industrie cinématographique du Canada témoigne de cette empreinte américaine. Le 3 juin 1947, des ingénieurs de la Canadian General Electric captent, pour la première fois au Canada, une émission de télévision électronique publique diffusée par la station américaine WWDT de Detroit. L'année suivante, l'industrie canadienne de la fabrication de téléviseurs est lancée.

Pour Aumont et Marie, l'industrie hollywoodienne entreprit par diverses manières de réagir à cette concurrence importune, que ce soit par la diffusion de ses films (avec par exemple la création de lieux de projection en plein air, les *drive-in*) ou par leur production (films en écran large), mais aussi par l'apparition et le développement de la notion de *blockbuster* (film à gros moyen, « calibré » pour attirer un vaste public)⁹. Ils ne font pas mention, en revanche, d'une éventuelle réaction dans le contenu même des films, qui irait à l'encontre de ce nouveau « rival ».

Pourtant, un rapide tour d'horizon des films notables – entendons par là ceux qui ont été suffisamment reconnus par un public pour nous permettre de les citer aujourd'hui – traitant de façon plus ou moins explicite de la télévision fait ressortir une certaine homogénéité temporelle. Sur les cent films cités par Luc Lagier, par exemple, seuls onze ont été réalisés avant 1975, et plus du tiers sont sortis entre 1975 et 1990. Dans un court article intitulé « 28 films sur la télé » et paru en 1995, Yves Rousseau ne citait que 2 films antérieurs à 1976¹⁰. Si ces deux éléments sont loin de constituer la preuve tangible d'une période particulière propice à l'émergence de la télévision comme sujet cinématographique, ils permettent de dessiner une tendance. Alors que dès les années 1960, les États-Unis peuvent déjà être considérés comme une « société télévisuelle¹¹ », il faut attendre une quinzaine d'années pour que le petit écran investisse le grand de façon significative. Ce délai coïncide avec l'avènement d'une nouvelle ère pour le cinéma américain, le « Nouvel Hollywood », qui court de la fin des années 1960 au début des années 1980.

Insufflé par une révolution culturelle plus large et par une nouvelle génération de réalisateurs¹² – qui, pour la première fois, prenait le pouvoir vis-à-vis des sacrosaints studios et de leurs méthodes rigides – le Nouvel Hollywood fut un mouvement cinématographique de rupture, à tout point de vue. Au niveau esthétique d'abord, avec la production d'œuvres de très haute qualité ; mais surtout dans sa façon de défier ouvertement les conventions de l'âge classique, en revisitant les genres (western, film noir), ou en incorporant à ses intrigues des thématiques jusqu'alors considérées comme taboues, au premier rang desquelles la corruption du pouvoir, la sexualité ou la violence¹³. C'est notamment à l'aune de ce grand

⁹ Jacques Aumont, Michel Marie, *Dictionnaire théorique et critique du cinéma (3^{ème} édition)*, Paris, Armand Colin, 2016, p. 266, article « Télévision (et cinéma) ».

¹⁰ Yves Rousseau, « 28 films sur la télé », 24 images, (78-79), 28–29, 1995. En-dehors de *The Ladie's Man* de Jerry Lewis (1961) et *Le Diabolique Docteur Mabuse* de Fritz Lang (1960), les vingt-sept autres films cités sont postérieurs à 1975.

¹¹ En 1960, 90% des foyers américains possèdent un téléviseur. Lors du premier débat télévisé de l'histoire entre Nixon et Kennedy, les commentateurs estiment que la « télégenie » du second a été un élément décisif dans sa victoire à l'élection présidentielle de la même année.

¹² Il est en réalité possible de distinguer deux générations de réalisateurs dans le même mouvement du Nouvel Hollywood. La première, celle des cinéastes nés dans les années 1930 (Peter Bogdanovitch, Francis Ford Coppola, Warren Beatty, Stanley Kubrick...) et la seconde, celle du baby-boom de l'après-guerre (Martin Scorsese, Steven Spielberg, Georges Lucas, John Milius, Brian de Palma...).

¹³ Peter Biskind, *Le Nouvel Hollywood. Coppola, Lucas, Scorsese, Spielberg... la révolution d'une génération*, Paris, Le Cherche-Midi, 2002, p. 7-18.

changement que pourrait s'expliquer l'introduction d'un discours critique de la télévision – alors considérée comme un organe de promotion des pouvoirs institutionnels et économiques – au cinéma. Nous situons symboliquement ce bouleversement à la sortie de *Network* de Sidney Lumet, en 1976. Ce film, sur lequel nous reviendrons en détail, constitue une satire sans détour sur les empires économiques que sont alors devenus les grands *networks*¹⁴ américains de l'époque, qui n'hésitent plus, pour faire grimper l'audimat, à transformer l'information en pur divertissement populiste. Une de nos intuitions est que le film de Lumet témoigne d'une forme privilégiée qu'adopte le cinéma pour traiter de la télévision : la dystopie ; celle-ci étant entendue comme « une anticipation cauchemardesque illustrant la manière dont le vivre-ensemble et la subjectivation individuelle sont affectés de manière néfaste par les relations entre l'humanité et la technologie¹⁵ ».

Plusieurs questionnements se présentent alors à nous. D'abord, nous l'avons brièvement esquissé, celui du discours véhiculé par un média au sujet d'un autre. Car au-delà de ce qui est propre à chaque intrigue, une analyse approfondie de différents films devrait permettre de mettre au jour des éléments discursifs structurels, qu'ils soient observables de manière occasionnelle ou répétée. C'est le cas, par exemple, lorsque l'on conserve une posture très haute et que l'on considère que « le cinéma dit du mal de la télévision », ce qui constitue déjà un élément de discours. L'un des objectifs principaux de ce mémoire sera de décortiquer ce « mal » afin de voir ce qui le constitue plus précisément. Nous questionnerons par exemple la possibilité d'une prédilection du genre dystopique pour la représentation de la télévision par le cinéma. Mais également, puisque nous avons défini la dystopie comme une certaine forme d'anticipation, le rôle de la temporalité dans la production de sens d'un média à propos d'un autre. Il n'est pas certain, par exemple, que ce rapport soit le même lorsque le cinéma traite d'un média qui lui est antérieur (la radio ou le journal papier).

Mais avant même de pouvoir en dire du mal, il faut bien que le film intègre le média télévisuel – que l'on parle d'un simple téléviseur allumé dans le coin d'une pièce, ou d'une intrigue dépeignant l'industrie télévisuelle – qu'en somme il incorpore à sa propre matérialité la matérialité d'un autre média, en deçà de tout jugement de valeur. C'est le propre de ce que l'on pourrait interroger comme une « cinégénie » de la télévision, c'est-à-dire sa capacité à s'intégrer et à s'exprimer dans une structure narratologique différente de la sienne ; en somme, pour reprendre Philippe Marion, à exprimer la « transparence relative de sa représentation » dans « l'opacité du matériau expressif¹⁶ ». Cette perspective

¹⁴ Réseaux nationaux de télévision. Les trois *networks* historiques sont créés dans les années 1930-1940 (ABC, CBS, NBC), auxquels s'adjoignent des réseaux challengers dans les années 1980 et 1990 (Fox, UPN et The WB).

¹⁵ Antoine Faure, Macarena Urzúa Opazo, « Un futur noir sans futur. Politique de la dystopie et politique du temps dans deux épisodes de Black Mirror », *Quaderni*, « Politique(s) des dystopies », n° 102, 2021, pp. 55-70.

¹⁶ Philippe Marion, « Narratologie médiatique et médiagénie des récits », *Recherches en communication*, n°7, 1997, p. 85.

nous conduit à considérer la télévision comme un *motif cinématographique*, au même titre que l'on peut en considérer tant d'autres : la fenêtre, la nuque, l'escalier, le miroir, le duel, l'ombre, le corps qui tombe, le labyrinthe, etc. Jordi Ballo et Alain Bergala, qui plaident pour une véritable théorie du motif au cinéma, prennent pour point de départ de celui-ci ses « affinités avec son langage et ses dispositifs techniques¹⁷ ». Mesurer la cinégénie de la télévision revient donc à questionner son potentiel rang de motif cinématographique, et inversement.

Enfin, il convient aussi de mesurer la portée d'une telle *re-représentation* (car la télévision consiste déjà en des représentations), à savoir quelles pourraient être sa ou ses visées sous-jacentes. Peut-on envisager – à supposer que la télévision commençât vraiment à passer au crible du cinéma à la suite de l'élan irrévéréncieux et contestataire du Nouvel Hollywood – que le propos cinématographique *s'arrête là*, au fait de dénigrer un média considéré comme rival et envahissant ? Il semble que les enjeux de notre sujet dépassent cette guerre d'égo et d'idéologie, et que l'insertion de l'objet télévisuel au cinéma ne soit pas sans influencer directement sur le cinéma lui-même, sur la construction et l'évolution de son identité propre. Comme le précise Éric Méchoulan : « Non seulement devons-nous prendre en compte une pluralité de relations constitutive du "média", mais surtout ce média n'est jamais séparé d'autres médias. C'est au contraire dans la relation aux autres médias qu'un média est constitué¹⁸. » Il conviendra ainsi de s'interroger sur les enjeux réflexifs que convoquent la citation du média télévision par le cinéma, dans la lignée des processus de légitimation par la comparaison avec les autres arts qu'a pu mettre en exergue François Jost. Il écrit qu'« au début du XXème siècle, quand il s'agit de fonder le cinéma comme art, ces liens, en apparence secrets, loin d'être négligés par les penseurs de l'époque, sont affichés d'emblée. [...]»¹⁹. Après l'identification aux arts nobles, l'opposition à un média dévoyé aurait-elle également permis au cinéma de reforge et de relégitimer son identité ?

Le présent travail s'inscrit ainsi dans le champ de recherche que Jürgen E. Müller nomme l'« archéologie intermédiatique » ou encore l'« histoire intermédiatique des médias²⁰ ». L'angle d'analyse qui en découle naturellement est l'*intermédiarité*, dont l'établissement en tant qu'« axe de pertinence » doit justement beaucoup à Müller. L'*intermédiarité* s'intéresse aux relations et interactions entre des médias distincts à l'intérieur d'une œuvre, ces interactions se développant « dans des contextes sociaux et

¹⁷ Jordi Ballo, Alain Bergala (dir.), *Les motifs au cinéma*, PUR-Cinéma, 2019, 352 p.

¹⁸ Éric Méchoulan, « Intermédialité, ou comment penser les transmissions », *Fabula Colloques*, 5 mars 2017, article en ligne, URL : <https://www.fabula.org/colloques/document4278.php>.

¹⁹ François Jost, *Sous le cinéma, la communication, op. cit.*, p. 24.

²⁰ Jürgen E. Müller, « Vers l'intermédiarité : histoires, positions et option d'un axe de pertinence », *Médiamorphoses*, vol. 16, 2006, p. 108. À des fins de simplifications, nous privilégierons au cours de ce mémoire l'emploi de l'adjectif « intermédiatique » au détriment de celui d'« intermédiaire ». Les deux ont toutefois la même signification.

historiques spécifiques²¹ ». Les théoriciens de l'intermédialité tiennent pour acquis que les médias ne peuvent être conçus comme des « monades isolées²² » et indépendantes les unes des autres, mais que pour quiconque souhaite étudier leur fonctionnement, leur nature et leur histoire, questionner leurs interactions relève de l'indispensable. Plus précisément, ce mémoire aura pour outil d'analyse ce que Müller définit comme l'« intermédialité transformationnelle » de la télévision au cinéma, soit « l'analyse de la re-représentation d'un ou de différents médias dans un [autre] média²³ ». Ajoutons que l'étude de la matérialité est centrale dans une perspective intermédiatique, dans la mesure où cette dernière fait partie d'« un nouveau paradigme en sciences humaines [...], allant de la textualité à la matérialité²⁴ ». L'intermédialité trouve ainsi ses fondements dans la thèse de Marshall McLuhan, qui veut que le « sensible » (signifiants, médias, formes) détermine l'« intelligible » (signifiés, messages, fond). Nous pensons ainsi que l'axe de pertinence intermédiatique est propice à l'appréhension des principaux questionnements évoqués plus haut.

Les quelques pistes de réflexion esquissées nous conduisent à formuler la problématique suivante : **en quoi la représentation dystopique de la télévision a-t-elle permis au cinéma nord-américain de réaffirmer, en creux, son identité médiatique et artistique ?**

Pour y répondre, ce travail s'articule à trois hypothèses de recherche, constitutives de ses trois grandes parties. D'abord, nous interrogeons l'idée que **la fin du XXème siècle a concrétisé, aux États-Unis et au Canada, une cinégénie du média télévisuel (H1)**. Néanmoins, cette cinégénie irait paradoxalement de pair avec une dévalorisation, dans la mesure où **la représentation cinématographique de la télévision aboutirait principalement à un discours critique vis-à-vis de cette dernière (H2)**. De cette idée découlerait finalement que **le récit intermédiatique participe en creux au discours réflexif d'une identité heureuse, sur le rôle salutaire du cinéma et sa nature fondamentalement artistique (H3)**.

Comme mentionné plus haut, notre terrain d'analyse se restreindra au territoire nord-américain, c'est-à-dire à des films réalisés et produits aux États-Unis et au Canada. À cette délimitation géographique s'ajoutera une circonscription temporelle, qui provient de notre intuition d'une cinégénie de la télévision révélée à la suite du Nouvel Hollywood. Nous nous limiterons donc à une période comprise entre 1976 et 1998 ; cependant, nous n'arrêterons pas la portée de nos analyses et de nos résultats à cette période, et nous

²¹ *Ibid.*, p. 99-110. Müller préfère qualifier l'intermédialité d'« axe de pertinence » ou d'« approche intermédiaire » plutôt que de « champ de recherche », notion trop assimilée selon lui à un programme de recherche exhaustivement défini et clos. L'intermédialité, pluridisciplinaire, dynamique et toujours en développement, se caractérise dès lors plutôt comme une perspective, un angle de recherche, un outil d'analyse permettant d'appréhender les phénomènes intermédiatiques.

²² *Ibid.*, p. 105.

²³ Jürgen E. Müller, « L'intermédialité, une nouvelle approche interdisciplinaire : perspectives théoriques et pratiques à l'exemple de la vision de la télévision », *Cinémas*, 10, 2-3, 2000, p. 107.

²⁴ Jürgen E. Müller, « Vers l'intermédialité », *Médiamorphoses*, n°16, 2006, p. 101.

nous autoriserons à dresser des perspectives au-delà de celle-ci. Troisième et dernière borne à notre objet d'étude, nous restreindrons notre propos à ce que Christian Metz désigne comme le « cinéma dominant », c'est-à-dire « les productions considérées comme cinématographiques par la majorité des spectateurs²⁵ ». Il s'appuie sur la définition que donne Eliseo Verón de la « norme sociale²⁶ », soit celle « qui régit les jugements d'appartenance au cinéma dans l'imaginaire social ». Cette limitation n'a rien d'évident dans la mesure où il n'existe pas qu'un seul type de cinéma : pensons par exemple au cinéma expérimental ou au dessin animé. Mais elle permet de constituer un objet « cinéma » appréhendable dans le cadre de ce mémoire.

Il serait par ailleurs présomptueux d'envisager l'analyse d'un nombre important de films, ou peu révélateur, pour ce faire, de ne les aborder qu'en surface. Notre corpus principal se composera donc de trois films, que nous avons voulu variés dans leurs traitements et les plus représentatifs possibles.

Le premier, déjà cité, est *Network*²⁷, réalisé en 1976 par Sidney Lumet, produit par Metro-Goldwyn-Meyer et tiré d'un scénario de Paddy Chayefsky. Il narre l'histoire tragique d'Howard Beale, présentateur vedette du journal télévisé d'UBS qui a récemment perdu sa femme et qui n'a pas d'enfant. Tout juste racheté par le conglomérat CCA (*Communications Corporation of America*), UBS TV présente alors les pires audiences de l'ensemble des *networks*. Frank Hackett, fraîchement nommé vice-président d'UBS, homme de main de la CCA et dont la seule ambition est de faire remonter le taux d'audimat de sa chaîne, prévoit du changement. Les audiences du présentateur tombant en berne, Hackett décide de se passer de lui, et mandate le directeur de l'Information et ami de Beale, Max Schumacher, pour l'en informer. Le lendemain, durant son émission, Howard Beale annonce qu'il prévoit de se suicider en direct la semaine suivante, dans la mesure où « cette émission était le centre de [sa] vie ». Furieux, Hackett rejette la faute sur Schumacher, et menace de supprimer le statut protégé du service des informations, dont le budget est chaque année largement déficitaire. Pourtant, il s'avère que la performance de Beale n'est pas passée inaperçue, et lorsque celui-ci passe à nouveau à l'antenne, c'est le carton plein d'audience. Diana Christensen, vice-directrice de la programmation, et pour qui les parts d'audience constituent « l'alpha et l'oméga de son existence²⁸ », flaire le bon coup médiatique. Réussissant à prendre la place de Schumacher à la tête du service des informations, et avec l'aval de Frank Hackett, elle donne carte blanche à un Howard Beale devenu fou et transforme son émission en idiotie commerciale. Dans le même temps, elle crée une série documentaire tapageuse sur un groupe terroriste communiste. Schumacher, ayant perdu son travail, quitte

²⁵ Christian Metz, cité par Roger Odin, *Cinéma et production de sens*, Paris, Armand Colin, 1990, p. 40.

²⁶ Eliseo Veron, *La Semiosis Sociale*, Presses Universitaires de Vincennes, 1987.

²⁷ Le titre complet de la version française est *Network : main basse sur la télévision*.

²⁸ James Trier, « Network: Still "mad as hell" after 30 years », *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, International Literacy Association and Wiley, 2006, Vol. 50, No. 3, p. 233.

femme et enfants pour aller vivre avec Christensen, qui l'a séduit. Howard Beale devient lui le « prophète enragé des médias », enjoignant les foules à se révolter sans trop savoir contre qui ni pourquoi. Son émission se transforme en un divertissement reprenant les codes des *talk-show* de fin de soirée avec un orchestre, un public, un plateau élaboré, des rubriques populistes... : il est passé de l'information à l'« *infotainment* ». Les nouveaux dirigeants d'UBS et ceux de la CCA sont satisfaits, jusqu'au jour où les critiques et dénonciations d'Howard Beale se tournent vers ce qu'il considère finalement comme la source de tous les problèmes de la vie contemporaine : la télévision. Devenu une menace pour la chaîne sur laquelle il passe, il est sévèrement recadré par Arthur Jensen, propriétaire de la CCA, qui lui demande d'abandonner ses idées populistes et de propager un message pro-capitaliste et mondialiste. Le présentateur s'exécute, mais les audiences de son émission baissent à nouveau. En parallèle, Schumacher décide de quitter Christensen, obsédée par ses objectifs d'audimat et incapable d'exprimer la moindre émotion. Celle-ci et la direction d'UBS décident alors d'envoyer le groupe terroriste communiste tuer Beale en pleine émission, pour relancer l'audimat. Beale devient alors le premier homme « à avoir été assassiné parce qu'il ne faisait pas assez d'audience ».

Le deuxième film que nous analyserons est *Videodrome*, de David Cronenberg, produit par l'organisme fédéral d'État Telefilm Canada, sorti en 1983 et distribué aux États-Unis par Universal Pictures. Dans un genre très différent du premier, ce *body horror* raconte l'histoire de Max Renn, directeur de la petite chaîne de télévision érotique *Civic TV*, qui capte un jour le signal d'un mystérieux programme-pirate intitulé « Videodrome », et qui met en scène sévices et tortures sexuelles. Ce programme lui est montré par son ami et employé Harlan, qui lui affirme que le signal provient de Pittsburgh. Max Renn pense avoir la solution pour réaliser de bonnes audiences en diffusant ce nouveau divertissement. En parallèle, Max entame une relation avec Nicki, animatrice de radio rencontrée sur un plateau de télévision. Lors de leur première nuit ensemble, ils visionnent « Videodrome » et Max a une hallucination : il a l'impression d'être *dans* le programme. Ce qu'il ne sait pas, c'est qu'à force de le visionner, il développe peu à peu une étrange tumeur du cerveau, sorte d'excroissance qui provoque chez lui des visions et des altérations physiques. Sa cicatrice à l'abdomen se transforme épisodiquement en fente dans laquelle il peut « insérer » des objets. La frontière entre réalité et univers télévisuel devient alors bien mince. Nous apprendrons plus tard que le programme « Videodrome » n'a en fait encore jamais été diffusé, qu'Harlan montrait à son patron des cassettes enregistrées afin de provoquer chez lui la tumeur et de le « programmer » grâce à ses hallucinations (en insérant une cassette dans la fente de son ventre). Derrière cette machination se trouvent Barry Convex et son entreprise *Spectacular Optical*, qui cherchent à utiliser « Videodrome » à des fins politiques d'asservissement des masses et de contrôle des esprits. Leur but est d'utiliser Max Renn pour qu'il se débarrasse du personnel de *Civic TV* et que la chaîne diffuse le programme pour la première fois. Après avoir tué ses collègues, il entreprend d'assassiner Bianca O'Blivion, la fille du professeur Brian O'Blivion,

l'inventeur et la première victime de « Videodrome ». Bianca parvient à échapper à Max et à le reprogrammer contre Barry Convex et ses acolytes. Max élimine les dirigeants de *Spectacular Optical*, mais, trop atteint par le mal qui s'est emparé de lui, il obéit à ce que lui ordonne la télévision : délaisser son corps pour s'intégrer totalement à la « nouvelle chair » et ne faire qu'un avec la télévision, en se suicidant.

Le troisième et dernier film de notre corpus principal nous ramène aux États-Unis, en 1998, avec le film de Peter Weir *The Truman Show*, produit par Scott Rudin et Paramount Pictures. Il s'ouvre sur une interview de Christof, le réalisateur de l'émission de télé-réalité « The Truman Show » dont le principe est de filmer sans interruption la vie de Truman Burbank depuis sa naissance, et à son insu. Il est en effet le premier enfant à avoir été adopté par un studio de télévision. Nous découvrons également à Hannah Gill, une actrice jouant le rôle de Meryl, la femme de Truman, et Louis Coltrane, qui incarne Marlon, le meilleur ami du héros. À leur image, tous les habitants de Seahaven sont des comédiens, et la ville elle-même – petite station balnéaire des États-Unis remplie de gens sympathiques, de maisons identiques et de jardins bien entretenus – n'est en fait qu'un immense plateau de télévision. L'intrigue démarre au 10 909^{ème} jour du *show*, et nous suivons Truman dans ce qui semble être une journée banale. Pourtant, au moment de monter dans sa voiture pour se rendre sur son lieu de travail, un projecteur tombe du ciel et vient s'écraser à côté de lui. Cet incident est le premier d'une série d'indices et d'incidents qui vont progressivement conduire Truman à douter de ceux qui l'entourent, puis à penser qu'on le contraint à rester dans sa petite ville natale. Étouffant sous cette existence (trop) parfaite, rêvant de voyage et surtout de retrouver une femme, Sylvia, dont le regard l'a envoûté dans sa jeunesse, Truman va alors tenter, à plusieurs reprises, de forcer le destin et de s'échapper de Seahaven ; sans succès. Mais au jour 10 913, il parvient enfin à déjouer l'attention des millions de téléspectateurs, et à s'enfuir. Tentant le tout pour le tout en révélant la vérité à Truman, Christof essaye convaincre sa « star » que le vrai monde n'est pas plus enviable que « le monde qu'il a créé pour lui ». Bien décidé, Truman franchit tout de même la porte le fait sortir du studio, mettant fin à trente années de direct quasiment ininterrompu.

À ces trois films composant notre corpus principal viendra s'ajouter, en complément, un corpus secondaire constitué de films traitant de la télévision ou faisant appel aux médias au sens large, mais pour lesquels nous n'entrerons pas dans une analyse aussi poussée.

Pour ce qui est de la méthodologie de recherche, nous adopterons une approche sémiolinguistique du cinéma, dans la mesure où nous considérons le film comme un fait linguistique – sans pour autant que cette dimension discursive n'efface les deux autres, technique et narratologique²⁹. Roger Odin définit la sémiolinguistique du cinéma comme celle « qui tente de faire pour le langage cinématographique ce que

²⁹ Bien au contraire, l'idée est que ces trois dimensions constitutives du cinéma se recoupent dans notre travail afin de constituer une dialectique féconde.

fait la linguistique pour les langues naturelles : démontrer les mécanismes de production de sens, comprendre comment le film est compris³⁰. » Nous nous appuyons notamment sur les quelques outils d'analyse explicités dans l'ouvrage *Cinéma et production de sens*³¹. Ces outils peuvent être résumés dans le tableau suivant qui nous servira de base :

TABLEAU D'ANALYSE DE SÉQUENCE FILMIQUE				
STRATE	DETAIL		Dénotation	Connotation
<u>Contexte</u>	Paratexte			
	Conditions de production et de réception			
<u>Description</u>	Visuel	Profilmique	Iconiques	
			Plastiques	
		Filmique		
	Sonore		Linguistique (parole)	
			Musical	
			Bruits	
Relations paradigmatiques ³²				
Relations syntagmatiques ³³				
<u>Synthèse</u>				

Nous verrons ainsi de quelle manière dont la télévision est devenue, à partir des années 1970, un objet médiatique cinégénique, et ce pour des raisons de contexte d'une part, et de matérialités propres aux deux médias de l'autre.

L'analyse sémiologique approfondie de notre corpus nous amènera par la suite à appréhender la matière-même de ces discours et représentations intermédiatiques. Appliqué au cas des films constituant notre corpus, cet examen permettra de mieux saisir et de détailler les éléments structurants d'un discours principalement négatif.

³⁰ Roger Odin, *Cinéma et production de sens*, Paris, Armand Colin, 1990, p. 11.

³¹ *Ibid.*, Première partie, p.59-135.

³² Relations paradigmatiques et relations syntagmatiques constituent deux modes de production de sens ; ces deux modes interviennent en même temps sur les mêmes éléments du film. « On appelle relation paradigmatique la relation qui s'établit entre un élément du message et tous les éléments susceptibles d'intervenir à sa place. Les relations paradigmatiques sont des relations *in absentia* : elles relient un élément du message à des éléments qui ne sont pas manifestés dans ce message mais par rapport auquel cet élément prend son sens. » Moins prégnants dans le langage cinématographique que dans les langues dites naturelles, les paradigmes intervenant au cinéma sont *contextuels* (liés à une certaine conception du monde), *stylistiques* ou *communicationnels* (liés à un traitement, à un genre ou à un axe de communication). *Ibid.*, p. 92-103.

³³ « On appelle relation syntagmatique toute relation qui s'établit entre des éléments co-présents de façon proche à l'intérieur d'un même message ; les relations syntagmatiques se définissent comme des relations *in praesentia*, de proximité. » On peut distinguer trois principaux types de relations syntagmatiques : les relations syntagmatiques de succession, les relations syntagmatiques spatiales et les relations syntagmatiques de simultanéité. *Ibid.*, p. 105-110.

Enfin, il conviendra de s'attarder sur les significations profondes et les logiques sous-jacentes de cette critique, en envisageant la possibilité d'un discours réflexif ; autrement dit, nous verrons que l'intégration d'un autre média en son sein permet au cinéma de réaffirmer ses singularités.

I. DES ANNÉES 1970 À LA FIN DU XXÈME SIÈCLE : LA NAISSANCE D'UNE CINÉGÉNIE TÉLÉVISUELLE

Cette première partie vise à poser le cadre théorique et méthodologique de l'ensemble de ce travail, en explicitant en quoi le cinéma se constitue en langage et quelles en seront nos principales catégories d'analyse. Il conviendra également de montrer comment ce langage intègre des motifs visuels récurrents, au même titre, par exemple, que la peinture, qui possède elle aussi son langage. L'apparition d'un potentiel motif télévisuel au cinéma ouvre dès lors une perspective « intermédiatique », un média (le cinéma) devenant lieu d'accueil, et donc de re-représentation d'un autre (la télévision). Les représentations de la télévision au cinéma endossent le rôle de « cas paradigmatiques³⁴ » d'étude de l'intermédiabilité, à l'image de ceux sur lesquels Jürgen Müller entend faire reposer la recherche en archéologie – ou généalogie – intermédiatique. De manière réciproque, l'approche intermédiatique devient ainsi le cadre d'analyse de cette intégration et de cette interaction, nous appelant à en considérer le contexte social, historique et institutionnel. En ce qui concerne notre sujet, il est probablement à chercher dans l'héritage d'une rupture esthétique et morale aux États-Unis : le « Nouvel Hollywood ».

Ces premiers constats nous mèneront naturellement à questionner ce statut de *motif cinématographique* de la télévision ; ce qui reviendra, autrement dit, à mesurer le potentiel cinégénique de la télévision. Cette cinégénie se mesure *in situ*, dans l'œuvre elle-même, et il est possible d'en distinguer d'une part des caractéristiques diégétiques – tel motif télévisuel permet d'augmenter, d'améliorer le potentiel narratif ou esthétique du film – et d'autre part des caractéristiques extradiégétiques – tel motif télévisuel, au-delà de l'espace-temps propre à la fiction, témoigne d'une harmonie visuelle ou symbolique avec le cinéma au sens large.

Ces différents aspects devraient permettre de valider ou de réfuter notre première hypothèse de recherche.

1. L'expansion du motif télévisuel au cinéma : l'horizon de l'intermédiabilité

a. Le langage cinématographique et l'intégration de motifs au cinéma

Afin de s'inscrire pleinement dans une approche sémiolinguistique, il nous faut considérer le film comme un objet langagier spécifique. Il s'agit donc d'en saisir les « traits pertinents³⁵ », qui nous donneront

³⁴ Jürgen E. Müller, « Vers l'intermédiabilité : histoires, positions et option d'un axe de pertinence », *Médiamorphoses*, vol. 16, 2006, p. 105.

³⁵ Ou traits « distinctifs », ou encore traits « classificatoires », c'est-à-dire les unités qui permettent de distinguer le langage cinématographique des autres langages : dès que l'on en supprime un ou qu'on le remplace par un autre trait,

ensuite les clés d'analyse détaillées dans le tableau en introduction. Pour Roger Odin, ces traits pertinents sont au nombre de cinq pour le langage cinématographique, si l'on ne considère que la matière de l'expression³⁶ du support-image (et non du support-son³⁷, pour simplifier) pour le cinéma dominant :

- L'/iconicité visuelle/, soit la relation de signification fondée sur un rapport de ressemblance entre le signifiant et le signifié. Un signe iconique est donc analogique. Le cinéma possède d'ailleurs un *degré d'iconicité* élevé (plus que la photographie ou le dessin par exemple).
- La /duplication mécanique/, le cinéma reposant sur la reproduction photographique comme moyen de copie mécanique de la réalité. Ce trait distinctif s'oppose ainsi à tous les types de production d'images /à la main/ (dessin, peinture...).
- La /multiplicité/, dans la mesure où un film est toujours composé de plusieurs images (appelées « photogrammes »).
- La /mobilité/ du filmage avec divers procédés : rotation de la caméra sur son axe (*panoramique* horizontal ou vertical), déplacement de la caméra dans l'espace (*travelling*), *zoom* et *dé-zoom* : la production de mouvement est ici purement optique.
- La /narrativité/, puisque pour la majorité des spectateurs considère avant tout le statut narratif du film, qui assure donc son ancrage social.

S'il existe bien un langage cinématographique, celui-ci n'est pas tout à fait assimilable à un langage dit naturel. Roger Odin a en effet montré, à la suite de Christian Metz, que le cinéma ne présente rien d'analogue au phénomène de « double articulation » des langues naturelles³⁸. Pour Metz, le cinéma est donc un « langage sans langue », dans la mesure où la double articulation constitue le trait distinctif des langues naturelles. En revanche, la production de sens au cinéma peut être décortiquée en suivant deux axes existant dans d'autres langues : l'axe des relations *syntagmatiques* – soit l'axe des relations de combinaison entre

on change de langage. Ces traits pertinents sont usuellement représentés /entre barres obliques/ pour signifier leur commutabilité avec d'autres traits.

³⁶ Issue de la linguistique, la « matière de l'expression » désigne la structure matérielle (physique, sensorielle) du support des significations. Elle ne se confond ni avec le « support », ni avec le « signifiant » : la matière est une forme donnée au support, le signifiant est une forme donnée à la matière de l'expression.

³⁷ Bien que celui-ci fasse évidemment partie intégrante du cinéma. Nous convoquons bien l'aspect sonore des séquences étudiées dans nos analyses sémiolinguistiques.

³⁸ Le langage cinématographique ne possède pas d'articulation en *phonèmes* (deuxième articulation des langues naturelles par le biais d'unités phoniques vides de sens), puisque l'image se situe toujours dans l'univers du sens ; ni en *morphèmes* (première articulation par le biais d'ensemble fermé d'unités non autonomes pouvant servir de marques grammaticales fixes et explicites, comme le temps, le pluriel ou la négation) ; ni en *lexèmes* (unités à sens plein), car l'image du film nous place d'emblée dans des unités de dimension bien supérieure aux lexèmes, c'est-à-dire directement dans le degré de précision du « texte » au sens linguistique de construction complexe signifiante : un morceau de musique, une peinture ou un film sont des textes. Roger Odin, *Cinéma et production de sens*, op. cit., p. 61-90.

les éléments qui constituent le message³⁹ – et l’axe des relations *paradigmatiques* – soit l’axe des relations de substitution entre éléments susceptibles d’apparaître en un même point du message⁴⁰.

Les relations paradigmatiques sont moins prégnantes dans la production de sens des films que dans celle des langues naturelles. Les mouvements de caméra constituent certainement la seule structure paradigmatique assez stable du langage cinématographique. En-dehors de ceux-ci, les paradigmes intervenant dans les films sont principalement *contextuels* (liés à une certaine conception du monde), *stylistiques* ou *communicationnels* (liés à un traitement, un genre ou à un axe de communication). Le langage cinématographique se caractérise en revanche par une prolifération remarquable de relations syntagmatiques que nous regrouperons dans les catégories d’analyse suivantes :

- Les relations syntagmatiques de succession (au niveau plastique, entre les plans ou les séquences)
- Les relations syntagmatiques spatiales
- Les relations syntagmatiques de simultanéité

Ces deux modes de production de sens (relations paradigmatiques et syntagmatiques) peuvent intervenir en même temps sur les mêmes éléments du film et constitueront nos axes d’analyse privilégiés.

Nous pouvons ainsi préciser quelque peu notre tableau présenté en introduction :

		Dénotation	Connotation
Relations paradigmatiques	Mouvements de caméra		
	Paradigmes contextuels		
	Paradigmes stylistiques ou communicationnels		
Relations syntagmatiques	Relations syntagmatiques de succession		
	Relations syntagmatiques spatiales		
	Relations syntagmatiques de simultanéité		

Ces caractéristiques langagières brièvement esquissées permettent donc au cinéma d’intégrer par analogie des éléments du monde réel. Surtout, les traits pertinents du cinéma semblent particulièrement propices à l’intégration de ce que nous souhaitons interroger comme relevant d’un « motif » télévisuel, dans la mesure où la télévision partage la quasi-totalité de ces traits. Nous ne considérons là que les traits pertinents relatifs à l’apparence visuelle de l’image cinématographique (/iconicité visuelle/, /duplication

³⁹ Prenons en exemple la phrase « le chien grogne » : chaque relation entre les éléments de la chaîne parlée constitue une relation syntagmatique : les relations entre *l-* et *-e* dans *Le*, entre *le* et *chien* dans *le chien*, entre *le chien* et *grogne* constituent des relations de type syntagmatique. *Ibid.*, p. 91-110.

⁴⁰ Reprenons la phrase « le chien grogne » : *le* prend son sens par opposition à *un, mon, ce, etc.*, c’est-à-dire par rapport à tous les éléments qui pourraient apparaître devant le mot *chien* ; de la même manière, le mot *chien* prend son sens par opposition au mot *chat, loup, hibou*, c’est-à-dire par rapport à tous les substantifs susceptibles de servir de sujet au verbe *manger*, et ainsi de suite. *Ibid.*, p. 91-110.

mécanique/, /multiplicité/, /mobilité/) – la possibilité de diffuser des films cinématographiques à la télévision étant la preuve de ce large partage de traits distinctifs⁴¹.

La définition du *motif* n'a rien d'évident non plus. En peinture, la notion de motif est devenue courante au moment où les peintres sont sortis de leurs ateliers pour aller peindre « sur le motif », à partir du XVIII^{ème} siècle. L'intégration à l'art pictural de morceaux du monde (comme un paysage, une montagne...) correspond ainsi à un tournant, à une rupture vis-à-vis des usages et des techniques artistiques traditionnelles. Ce n'est qu'à la fin du XIX^{ème} et au début du XX^{ème} siècles que cette peinture sur le motif se répand véritablement, grâce à l'innovation technique des couleurs en tube (en 1841). La technologie et la matérialité propres à l'art pictural ont donc joué un rôle décisif dans l'essor du motif visuel. Enfin, il convient également de considérer le choix de ce morceau du réel, qui n'est pas anodin lui non plus. Il dépend certes des outils de création dont dispose le peintre et qui entreront plus ou moins en adéquation avec tel ou tel motif. Il dépend surtout des tropismes de ce peintre, de ces forces qui le pousseront consciemment ou inconsciemment à se déterminer sur tel ou tel élément⁴².

Appliquée au cinéma, la même logique tridimensionnelle pourrait aider à expliquer l'émergence d'un *motif télévisuel*. Il y a d'abord ce motif que fournit le monde – en l'occurrence la réalité sociale et technologique de la télévision comme nouveau média ayant connu un essor considérable au sortir de la 2^{nde} Guerre mondiale. Ensuite viennent le traitement cinématographique et les spécificités techniques et matérielles du cinéma qui permettent de traduire ce motif. Enfin entre en jeu la dimension plus intime de la singularité de l'auteur. Ces trois dimensions seront convoquées au moment de questionner un potentiel motif « télévision » au cinéma.

b. Le motif télévisuel au cinéma, un « cas paradigmatique » des relations intermédiatiques

L'intégration d'un motif médiatique au sein d'un autre média recèle de nombreux enjeux – et ce particulièrement pour un média comme le cinéma qui, nous le disions, renferme sans cesse un sens et des intentions plus ou moins perceptibles immédiatement. Le champ de recherche intermédiatique est apparu à la suite d'une rupture épistémologique, nombre de chercheurs considérant, au milieu des années 1980, que l'hyperspécialisation universitaire n'aboutissait qu'à des approches cloisonnées et isolatrices des médias et des arts en général. De telles postures leur paraissaient en décalage par rapport à une réalité devenue

⁴¹ La similitude de régime de narrativité des deux médias est beaucoup moins évidente, dans la mesure où la télévision ne diffuse pas *que* des films.

⁴² Jordi Ballo, Alain Bergala (dir.), *Les motifs au cinéma*, PUR-Cinéma, 2019, p. 12.

incontestable : les médias se croisent et s'entrecroisent, se coupent et se recourent en empruntant « les structures et procédés d'autres médias ». Surtout, la généalogie de chaque média n'est pas indépendante de celle des autres : lorsqu'un nouveau média apparaît, cela « a des répercussions sur ceux qui existent déjà⁴³ ».

Les théories de l'intermédialité n'étant pas exemptes de confusions sémantiques, nous nous appuyerons sur trois articles de Jürgen Müller, respectivement publiés en 1994, 2006 et 2007, pour tenter de définir le plus précisément possible ce concept et de justifier son application à notre objet d'étude :

1. « Un film devient *inter*-médiatique quand il transpose le « côte-à-côte » *multimédiatique* de citations médiatiques [...] C'est alors dans la reconstruction de relations *intermédiatiques* que l'on trouve l'un des centres d'intérêt de l'histoire des médias et de la sémiologie⁴⁴. »
2. « Il était évident dès le début que les médias devaient être considérés comme des processus où il y a des interactions permanentes entre des concepts médiatiques qui ne peuvent être confondus avec une simple addition ou juxtaposition. Il allait aussi de soi que cette approche se basait non seulement sur l'analyse synchronique des médias, mais aussi, ou d'abord, sur les développements historiques des médias, frayant ainsi le chemin à de nouvelles histoires. [...] Ces idées fondamentales me paraissent toujours valables⁴⁵. »
3. « Notre conception de l'intermédialité vise à la reconstruction de relations intermédiatiques ; elle n'a pas le statut d'une théorie exhaustive de toutes les relations médiatiques possibles, mais [...] d'un axe de pertinence paradigmatique. [...] Nous entendons par intermédialité le fait qu'un média recèle en soi des structures et des possibilités d'un ou plusieurs autres médias⁴⁶. »

Nous pouvons retenir de ces trois extraits que l'intermédialité se constitue à la fois en tant qu'approche scientifique et en tant qu'objet d'étude : elle constitue en même temps l'outil d'analyse et les phénomènes à analyser. Autrement dit, de la même façon que la perspective intermédiatique nous permet d'appréhender au mieux les enjeux d'un motif télévisuel au cinéma, ce même motif et l'ensemble des phénomènes de rencontres médiatiques qui en découlent contribuent à un éclairage nouveau pour la recherche intermédiatique. En somme, les opérations de re-représentation de la télévision par le cinéma

⁴³ Jürgen E. Müller, « Texte et matérialité – une introduction », in J. E. Müller (éd.), *Texte et médialité, MANA VIII*, Mannheim, 1987, pp. 9-13, pour cette citation et la précédente.

⁴⁴ Jürgen E. Müller, « *Top Hat* et l'intermédialité de la comédie musicale », *Cinémas*, vol. 5, n°1-2, 1994, p. 213.

⁴⁵ Jürgen E. Müller, « Vers l'intermédialité : histoires, positions et options d'un axe de pertinence », *Médiamorphoses. L'identité des médias en question*, n°16, 2006, p.100.

⁴⁶ Jürgen E. Müller, « Séries culturelles audiovisuelles ou : Des premiers pas intermédiatiques dans les nuages de l'archéologie des médias », in Marion Froger et Jürgen E. Müller (éd.), *Intermédialités et socialité. Histoire et géographie d'un concept*, Münster, Nodus, 2007, p. 95-96.

constituent selon nous un « cas paradigmatique » propice à l'étude des interactions entre médias dans leur synchronie et leur diachronie. Ce qui implique notamment de ne pas négliger la fonction sociale de ces interactions, en incluant le contexte particulier dans lesquels elles se développent.

c. *Le « Nouvel Hollywood » et son héritage comme contexte favorable à l'émergence d'un motif télévisuel*

L'intégration tardive de la télévision dans le gros de la production cinématographique nord-américaine – bien que nous ayons conscience qu'une telle intuition reste compliquée à vérifier – soulève particulièrement la question de son contexte. L'analogie déjà établie avec le motif en peinture peut nous permettre là encore d'y apporter un éclairage. La naissance de nouveaux mouvements picturaux – c'est-à-dire d'une nouvelle façon de peindre – s'accompagne nécessairement du choix de nouveaux motifs. Pensons par exemple au clocher de Collioure chez Henri Matisse, qui donne naissance au fauvisme⁴⁷ ; ou encore aux nymphéas de Monet qui lui permettent d'initier le courant impressionniste⁴⁸. Plus récemment, nous pouvons penser à la piscine dans les tableaux de David Hockney, qui n'existait que peu ou pas en peinture avant cela, et qui a participé à façonner le mouvement *pop art* des années 1960⁴⁹. Ainsi peut-on considérer que la Nouvelle Vague française, sortant des studios de cinéma, a capté sans relâche le motif des rues, des jardins, des cafés et des brasseries du Paris des années 1960, dans un élan de rupture avec les motifs cinématographiques traditionnels⁵⁰.

L'essor du motif télévisuel dans le cinéma nord-américain n'aurait ainsi été ni immédiat, ni évident, et aurait également nécessité un contexte particulier : l'entrain d'une rupture comparable à celle que provoque l'apparition nouveau courant cinématographique.

De la fin des années 1960 au début des années 1980, un vent nouveau souffle sur les États-Unis, et notamment sur Hollywood : celui de la contre-culture, entre autres inspirée par la Nouvelle Vague française. Le sociologue Dick Hebdige, figure des *Cultural Studies*, définit une contre-culture comme « une sous-culture partagée par un groupe d'individus se distinguant par une opposition consciente et délibérée à la culture dominante⁵¹ ». Quelle est, en l'occurrence, cette « culture dominante » ? Du point de vue de l'industrie cinématographique, il s'agit de ce que l'on a rétrospectivement considéré comme « l'Âge d'or »

⁴⁷ Cf. annexe 2-a. En parlant de son modèle, Matisse déclare : « Tout doit être créé de nouveau : à la fois l'objet et la couleur ».

⁴⁸ Cf. annexe 2-b.

⁴⁹ Cf. annexe 2-c.

⁵⁰ Jordi Ballo, Alain Bergala (dir.), *Les motifs au cinéma*, op. cit., p. 13.

⁵¹ Dick Hebdige, *Sous-culture, le sens du style*. Zones, Éditions la Découverte, 2008, 156 p.

des *majors*⁵², qui court approximativement de 1930 à 1950. Cette période avait marqué l'avènement des règles classiques du cinéma hollywoodien, dont le code Hays, établi en 1930 et imposant une morale stricte aux cinéastes, fut la concrétisation. Près de quarante ans plus tard, alors que les patrons des grands studios occupent leur poste depuis l'ère du cinéma muet, mais qu'ils semblent désormais incapables de proposer des projets susceptibles de plaire aux nouvelles générations, les choses changent. Steven Spielberg, cité par Peter Biskind, en témoigne : « Pour la première fois à la fin des sixties les jeunes ont eu accès à un tas de domaines autrefois réservés. Une avalanche d'idées nouvelles a déferlé sur Hollywood. Ce fut le vrai tournant⁵³. »

Une grande partie des films appartenant à ce mouvement symbolisent cette rupture avec le « vieil Hollywood ». Les premiers succès de cette nouvelle génération débordent d'abord de liberté, d'euphorie et d'esprit contestataire, donnant l'impression de briser littéralement les chaînes du classicisme hollywoodien (en 1967 sortent *Bonnie and Clyde* d'Arthur Penn et *Le Lauréat* de Mike Nichols, puis en 1969 *Easy Rider* de Denis Hopper⁵⁴). Les films d'horreur, beaucoup plus fréquents et explicites qu'auparavant, mettent en scène des « enfants-démons » (*Rosemary's Baby* de Roman Polanski en 1968 ; *L'Exorciste* de William Friedkin en 1973) ou l'explosion sanglante de la famille (*Carrie au bal du diable* de Brian de Palma en 1976 ; *Shining*, réalisé en 1979 par Stanley Kubrick) ; deux thématiques pouvant s'interpréter comme des allégories du conflit générationnel de l'époque ou la désagrégation de la structure traditionnelle que représente la famille. Progressivement, ce sont des idées plus fortes et contestataires qui sont portées à l'écran, comme la dénonciation de l'engagement américain au Viêtnam et des atrocités qui en découlent (*Le Retour* de Hal Hasby et *Voyage au bout de l'enfer* de Michael Cimino en 1978, puis *Apocalypse Now* de Francis Ford Coppola en 1979). Ces films précèdent immédiatement ce qui sera plus tard considéré comme le déclin du courant, après 1979, notamment imputable à l'essoufflement des mouvements contestataires et à la fin de la guerre du Viêtnam et de la conscription – témoignant encore une fois de la nature protestataire et anticonformiste du mouvement.

Sans pousser plus loin le catalogue des productions de l'époque, le courant du Nouvel Hollywood a ainsi constitué une rupture dans les sujets (et les objets) représentés dans le cinéma américain. Il s'agit là

⁵² Principaux studios de cinéma américain. À l'époque, ils sont cinq à dominer l'industrie (les *big five*) : Loew's Incorporated (MGM), Warner Bros. Pictures, Paramount Pictures, 20th Century Fox Film Corporation, RKO Radio Pictures.

⁵³ Peter Biskind, *Le Nouvel Hollywood. Coppola, Lucas, Scorsese, Spielberg... la révolution d'une génération*, Paris, Le Cherche-Midi, 2002, p. 15.

⁵⁴ Dans *Bonnie and Clyde*, film d'une rare violence pour l'époque, des meurtres sont perpétrés dans un même plan large, alors que les codes d'Hollywood préconisaient un découpage en un champ/contre champ pour atténuer les images violentes. *Le Lauréat* campe un personnage en rébellion contre le monde ennuyeux, vicié et « petit-bourgeois » de la génération de ses parents. Dans *Easy Rider*, deux jeunes motards quittent Los Angeles après avoir vendu une grande quantité de drogue et projettent de participer au carnaval de La Nouvelle-Orléans avec l'argent gagné.

d'un moment climatérique pour les auteurs-réalisateurs, qui tiennent désormais un rôle central vis-à-vis de l'histoire racontée et du regard artistique qui en découle : certains disposent du *final cut*, auparavant réservé aux producteurs ou directeurs de studios. En s'écartant des pratiques commerciales traditionnelles et des habitudes scénaristiques qui en découlent, ils prennent notamment la liberté de critiquer les formes institutionnalisées de l'autorité (l'État, la famille...) et celles qui sont considérées comme leurs relais (les médias, au premier rang desquels la télévision). Les réalisateurs des trois films constituant notre corpus ont tous été plus ou moins directement influencés par le Nouvel Hollywood. Sydney Lumet en a été l'un des représentants majeurs ; David Cronenberg et Peter Weir, s'ils ne sont pas Américains, sont des contemporains de la fin du mouvement, et ont en cela connu *un avant et un après*, un héritage.

Ce contexte, s'il est un prérequis au jaillissement du motif télévisuel au cinéma, ne suffit néanmoins pas à donner le gage de sa cinégénie.

2. Cinégénie diégétique de la télévision

Afin de mesurer cette potentielle cinégénie, nous proposons de reprendre le concept de motif visuel, et d'analyser son opérabilité une fois appliqué aux représentations de la télévision dans les trois films constituant notre corpus. En nous intéressant d'abord au degré de cinégénie que peut présenter la télévision au sein de la diégèse du film.

a. Télévision-motif, télévision-moteur

Nous faisons dériver la notion de cinégénie de celle de « médiagénie », néologisme introduit par Philippe Marion dans le cadre de ses recherches en narratologie médiatique⁵⁵. Il définit la médiagénie comme « l'évaluation d'une "amplitude" : celle de la *réaction* manifestant la fusion plus ou moins réussie d'une narration avec sa médiatisation, et ce dans le contexte – interagissant lui aussi – des horizons d'attente d'un genre donné⁵⁶ ». Cette *réaction* résulte d'une négociation du récit, de la *fabula*, avec « la *force d'inertie* propre au système d'expression choisi » pour la représentation.

En s'appliquant plus précisément au système d'expression que représente le cinéma, la médiagénie devient alors logiquement *cinégénie*. Une distinction cruciale, mais pas rédhitoire selon nous, s'opère toutefois avec la théorie de Philippe Marion. Dans le cadre de nos hypothèses et de leur vérification, ce qui

⁵⁵ La narratologie médiatique pourrait se définir très brièvement comme l'analyse de la capacité d'un média à mener un récit.

⁵⁶ Philippe Marion, « Narratologie médiatique et médiagénie des récits », *Recherches en communication*, n°7, 1997, pp. 85-86 pour cette citation et la suivante.

est étudié comme l'instance « représentée » n'est pas un récit, mais un média intégré à la narration⁵⁷ (l'objet télévision ou l'industrie télévisuelle). Sa cinégénie se mesure donc non pas directement, mais dans ce rapport entretenu au récit, dans la manière dont la télévision permettrait ou non au récit d'exprimer tout son potentiel au sein d'une structure médiatique donnée – le cinéma. En résulte un système d'interdépendance : si le motif télévision s'intègre pertinemment à la narration, et la rend en quelque sorte dépendante de lui, c'est que l'instance racontante crée les conditions optimales d'accueil de ce même motif.

Une distinction, inspirée encore une fois par l'ouvrage de Jordi Ballo et Alain Bergala, nous semble opératoire pour distinguer les motifs « inertes, résiduels, purs reflets du réel⁵⁸ » de ceux qui relèveraient de la mécanique que nous venons de décrire. En effet, un film, contrairement à la peinture où chaque motif représenté sur une toile est minutieusement choisi, brasse quantité de motifs résiduels et pour ainsi dire invisibles à l'écran. Pour qu'un motif devienne visuel au cinéma, il faut qu'il soit volontairement constitué comme tel par un cinéaste, qu'il soit travaillé de telle manière à exercer sur lui une « attraction créative visible⁵⁹ ». Ce mémoire ne s'attachant pas tant à l'esthétique du cinéma qu'aux représentations symboliques que convoquent son intrigue, il nous a paru pertinent de convoquer un concept considérant surtout le potentiel scénographique et narratif du motif télévision.

Si l'on considère les « arènes⁶⁰ » de *Network*, *Videodrome* et *The Truman Show*, nous avons un bel aperçu de sa « puissance racontante », des potentialités scénaristiques que peut offrir un tel motif. Le premier film dépeint l'industrie de la télévision telle qu'elle existait dans les années 1970 aux États-Unis, en narrant la folie d'un présentateur du journal télévisé sur le point de se faire licencier. Son comportement va servir de catalyseur, révélant la terrible avidité de cette industrie prête à tout pour faire de l'audimat. Dans *Videodrome*, nous restons dans les coulisses d'une chaîne de télévision, mais celle-ci est cette fois montrée dans ses aspects les plus pervers et malsains, au prisme du *body horror* et de la science-fiction. La télévision sert ainsi de vecteur au mal, puisque c'est elle qui provoque les néfastes hallucinations de Max Renn. Enfin, *The Truman Show* retourne dans un monde plus « réaliste », mais en donnant une image tout aussi édifiante d'un univers télévisuel totalement débridé, prêt à enfermer un homme depuis sa naissance dans une fausse ville pour que le monde puisse l'observer 24 heures sur 24. Ces trois films, réalisés sur un laps de temps de vingt-deux ans, explorent donc chacun dans un genre distinct (drame satirique, film d'horreur, comédie

⁵⁷ « Conçue initialement pour traiter des récits dans une optique de médiatique narrative, la *lecture médiagénique* gagne – moyennant certaines adaptations méthodologiques – à se porter sur d'autres messages et d'autres types discursifs, dès lors qu'ils agissent eux aussi avec un écosystème médiatique. » Philippe Marion, « Médiagénies de la polémique. La lutte "contre" : de la caricature à la cybercontestation », *Recherches en communication*, Université Catholique de Louvain, vol. 20, 2003, p. 134.

⁵⁸ Jordi Ballo, Alain Bergala (dir.), *Les motifs au cinéma*, PUR-Cinéma, 2019, p. 14.

⁵⁹ *Ibid.*, p. 14.

⁶⁰ « Arène » étant entendu au sens large comme l'espace physique, social mais aussi symbolique où prend place le récit du film.

dramatique) et avec une perspective bien particulière les potentialités (néfastes) du média. Ils transcendent l'objet fonctionnel et a priori banal, ainsi que l'univers qui l'accompagne, pour en faire un élément de création autonome à l'usage varié et au potentiel narratologique très riche.

C'est aussi en tant que média visuel et iconique que la télévision offre logiquement de nombreuses possibilités de mise en scène, permettant au cinéaste de travailler ses effets, ses points de vue, visuels et sonores, sortant parfois du cadre des plans conventionnels du cinéma⁶¹. Prenons simplement pour illustration la manière dont David Cronenberg s'amuse à jouer avec la matérialité de l'écran de télévision, propre à s'illustrer dans celle de l'écran de cinéma :

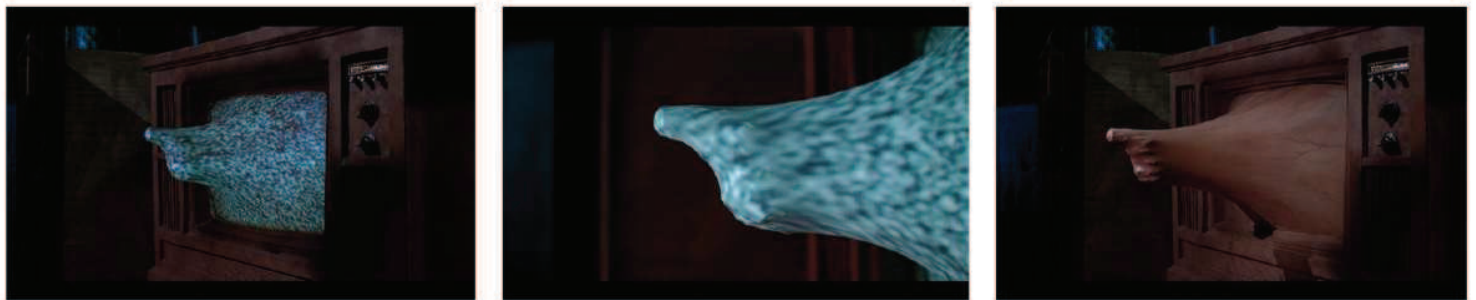


Figure 1

Ainsi, plus que de simple télévision-motif pourrions-nous parler de *télévision-moteur*. « Motif » et « moteur » viennent tous deux du latin « *motus* », qui renvoie à la notion de mouvement, de secousse, d'ébranlement. Par extension, *motus* signifie également le mobile, l'inspiration. La télévision peut ainsi devenir *motif* (comme on parle de motif poussant à adopter telle conduite) d'une création cinématographique. Elle donne alors à cette création une grande capacité de mouvement, par opposition aux motifs qui restent figés dans un film, soit parce qu'ils ne seraient pas exploités à dessein par un cinéaste, soit parce qu'ils ne contiendraient pas le potentiel narratif et de mise en scène que nous venons d'aborder. Car en-dehors de partager la plupart des traits pertinents du langage cinématographique⁶², l'objet télévisuel et tout ce qui l'entoure, appartenant à la sphère médiatique, sont surtout « universels, pluriels et ambigus⁶³ », permettant dès lors d'explorer de nombreux chemins.

⁶¹ Cf. *infra*, c. *Le cas de The Truman Show : un double niveau de lecture*.

⁶² Cf. *infra*, 3.a. *Un accueil favorisé par une matérialité commune*.

⁶³ Jordi Ballo, Alain Bergala (dir.), *Les motifs au cinéma*, op. cit., p.17.

b. *L'espace textuel et éditorial du film investi par la télévision*

L'analyse des séquences introductives des trois films constituant notre corpus suffit déjà à montrer en quoi des phénomènes intermédiatiques s'insèrent dans la *fabula* cinématographique, et quels effets en découlent. Pour Roger Odin, le début de film recèle un intérêt particulier pour l'analyse sémio-pragmatique. Assurant l'entrée du spectateur dans la fiction, ce début peut s'analyser comme « une succession d'informations et d'inflexions qui se nourrissent ou se contredisent réciproquement⁶⁴. » Il s'agit certes d'un moment déjà pleinement diégétique (le film a déjà commencé), mais qui présente un statut souvent incertain puisque chargé d'introduire une œuvre « hybride de savoir et de croyance ». Moment où la réception, de son côté, doit réaliser l'opération de suspension volontaire de son incrédulité, indispensable pour entrer pleinement dans l'œuvre. Autrement dit, c'est le début du film – à l'image du début d'un livre⁶⁵ ou de tout « texte » considéré au sens large – qui situe l'œuvre dans un paradigme particulier.

Les films de Sidney Lumet, David Cronenberg et Peter Weir présentent effectivement à leur début cette « succession d'informations et d'inflexions ». Afin d'en rendre compte, considérons tout d'abord, en nous appuyant sur les travaux d'Emmanuel Souchier, les marques de « l'énonciation éditoriale⁶⁶ » qui y apparaissent. *Network*, *Videodrome* et *The Truman Show* s'ouvrent naturellement par une exposition des différentes instances énonciatrices, en l'occurrence avec le logo des sociétés de production (ou de distribution, dans le cas de *Videodrome*) cinématographique que sont Metro-Goldwyn-Mayer, Universal et Paramount. Ces informations ne sont pas sans importance dans l'analyse du texte filmique, dans la mesure où elles constituent en partie « ce qui lui permet d'exister et d'être “aux yeux du [spectateur]” ce par quoi advient le “contenu”⁶⁷ ». En l'occurrence, elles marquent l'entrée dans la fiction et apposent un sceau cinématographique⁶⁸ au document qu'elles introduisent. Pourtant, chacune de ces marques de l'énonciation éditoriale va rencontrer, dans le prologue qui les suit immédiatement, une contradiction, voire une opposition sémantique.

⁶⁴ Roger Odin, cité par Jacques Aumont, Michel Marie, *L'Analyse des films*, (4^{ème} éd.), Armand Colin, 2020, p. 104 pour cette citation et la suivante.

⁶⁵ Dans son analyse de *Sarrasine* de Balzac, Roland Barthes relève ainsi que « Le hasard (mais est-ce le hasard ?) veut que les trois premières lexies (à savoir le titre et la première phrase de la nouvelle) nous livrent déjà les cinq grands codes qui vont maintenant rejoindre tous les signifiés du texte : sans qu'il soit besoin de forcer, pas d'autre code que l'un de ces cinq-là, et pas de lexie qui n'y trouve sa place ». Roland Barthes, *S/Z*, Éditions du Seuil, 2002, [1970], p. 17.

⁶⁶ Emmanuel Souchier, « L'image du texte. Pour une théorie de l'énonciation éditoriale », *Les cahiers de médiologie*, n°6, 1988, pp. 137-145.

⁶⁷ *Ibid.*, p. 138.

⁶⁸ Les trois sociétés américaines ont bien entendu produit pour la télévision, et ce déjà bien avant la sortie des trois films concernés. Mais elles possèdent toutes un logo différent représentant leur filiale de production télévisuelle. La confusion est donc exclue ici, cf. annexe 2-d.

En effet, nos analyses ont montré que les plans suivant les cartons introductifs, soit les premiers plans de la diégèse, témoignaient tous trois de caractéristiques ou de matériaux expressifs de la télévision. Dans *Network*, il s'agit d'un plan fixe sur quatre écrans de télévision représentant simultanément quatre présentateurs de journal télévisé en pleine émission. *Videodrome* fait apparaître son titre dans un brouillage hertzien caractéristique de la réception compliquée d'un signal télévisuel, et enchaîne avec le générique de la chaîne *Civic TV*. Enfin, *The Truman Show* démarre avec l'interview télévisée en plan fixe de Christof, le créateur de « The Truman Show », ventant l'authenticité de son émission et dont le public a besoin, ce dernier s'étant « *lassé de voir des acteurs simuler des émotions* » et en ayant « *marre de la pyrotechnie et des effets spéciaux* ». Le plan suivant présente Truman, également à travers le cadre d'un écran de télévision, dont la matérialité est rendue encore plus visible par le grain de l'image (balayé horizontalement, typique de l'image cathodique) et par le symbole « *Live* », dénotant la diffusion en direct propre à la télévision. Nous le constatons, les personnages de chacun de ces films nous apparaissent d'abord par le biais d'un écran de télévision : le héros Howard Beale dans *Network*, la secrétaire de Max Renn dans *Videodrome*, et quatre des personnages principaux dans *The Truman Show*. Le film cinéma se voit suppléé par le média télévision dans le dévoilement de l'intrigue.

Second constat : tous ces signes, iconiques, plastiques ou auditifs, induisent une contradiction, une relation oxymorique par rapport au plan qui les précède. Cette contradiction est d'autant plus forte dans les films de Cronenberg et de Weir que des éléments formels de l'énonciation éditoriale du film apparaissent en quelque sortes *remédiés* par l'instance d'énonciation télévisuelle. Ainsi du titre du film pour *Videodrome* et du générique – dont on ne sait plus très bien s'il s'agit du générique du film ou de l'émission de télé-réalité éponyme – pour *The Truman Show*⁶⁹. Le spectateur, en constatant cette « polyphonie éditoriale⁷⁰ », saisit immédiatement et probablement inconsciemment l'opération de mixage médiatique à l'œuvre sous ses yeux, cette dernière annonçant potentiellement son extension sur l'entièreté du film. Surtout, l'évidence avec laquelle a pu se co-construire ce prologue intermédiatique témoigne de cette interdépendance qui se fait finalement oublier (et c'est en cela précisément qu'elle est réussie) : la « médiativité⁷¹ » du cinéma rend possible ce premier exemple de cinégénie de la télévision, et inversement. En somme, la contradiction que

⁶⁹ Le générique ne présente pas, comme habituellement, le nom de « vrais » acteurs interprétant un rôle dans le film. Il s'agit d'un générique se situant déjà dans le régime de la diégèse, puisqu'il énumère les noms des personnages ayant créé et jouant (sous un autre nom, sauf pour Truman) dans l'émission « The Truman Show ».

⁷⁰ Emmanuel Souchier, « L'image du texte. Pour une théorie de l'énonciation éditoriale », *op. cit.*, p. 137-145.

⁷¹ La médiativité, autre néologisme de Philippe Marion calqué sur la narrativité, désigne la « capacité propre de représenter – et de placer cette représentation dans une dynamique communicationnelle – qu'un média possède quasi ontologiquement. » Autrement dit, la médiativité regroupe « tous les paramètres qui définissent le potentiel expressif et communicationnel développé par le média. » Philippe Marion, « Narratologie médiatique et médiagénie des récits », *Recherches en communication*, n°7, 1997, p.79.

nous avons relevée ne serait rien d'autre que cette « négociation, ce corps à corps » évoqué par Philippe Marion entre instance représentante et instance représentée.

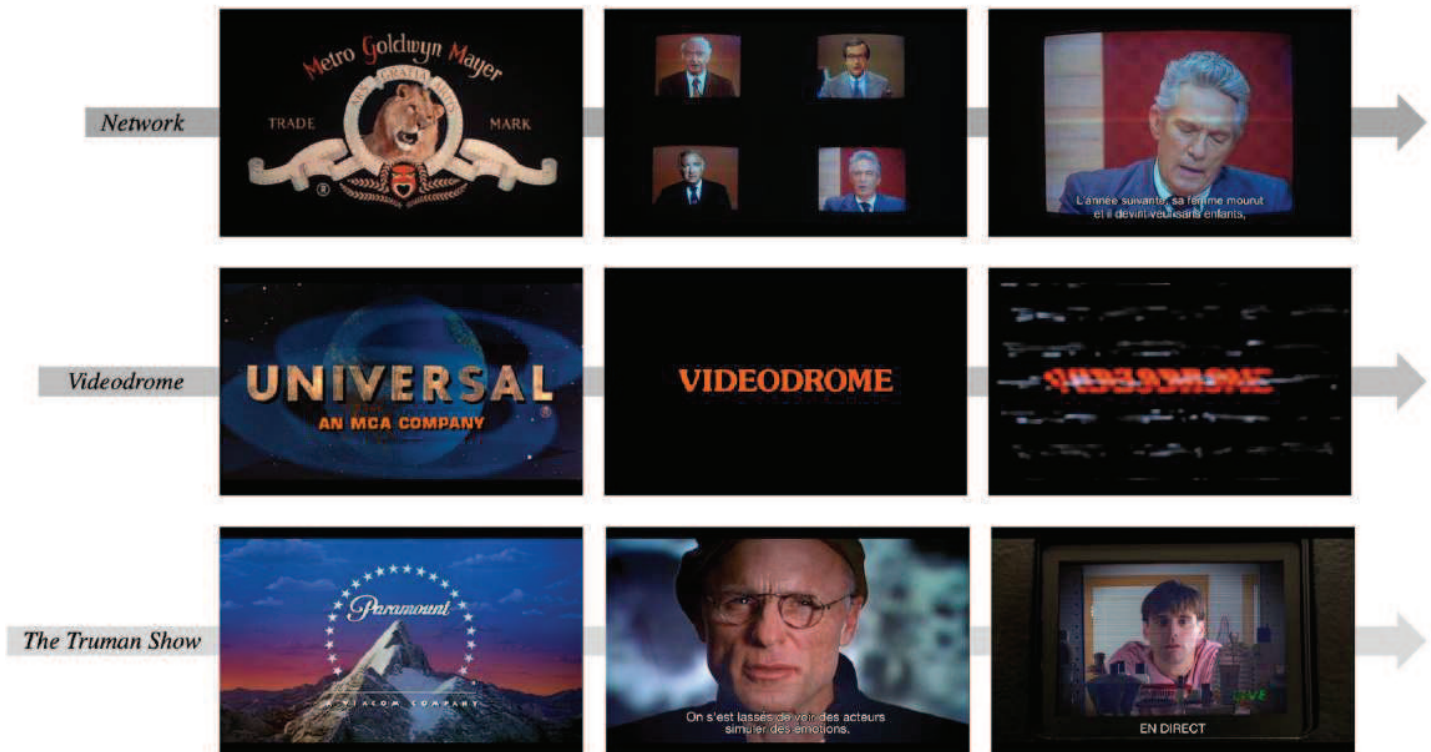


Figure 2 : Polyphonie éditoriale et intermédialité dans les séquences d'ouverture

c. *Le cas de The Truman Show : un double niveau de lecture*

The Truman Show constitue un exemple particulièrement révélateur de l'intrusion des singularités matérielles et expressives de la télévision dans un film de cinéma, puisque celles-ci y sont présentes de bout en bout. L'analyse filmique⁷² de plusieurs séquences permet d'en attester. Comme nous venons de le voir, et au même titre que dans *Network* et *Videodrome*, l'ouverture du film constitue déjà un brouillage, un trouble intermédialique. Celui-ci se poursuit dans le film de Peter Weir, et ce dès la fin du prologue. Dans le plan suivant le carton-titre (du film ? du *show* ?), Truman poursuit le monologue qu'il y avait entamé, seul, face à son miroir, dans sa salle de bain. Les symboles dénotateurs de la diffusion télévisée ont disparu, le grain de l'image a retrouvé une netteté cinématographique, et l'image a repris l'entièreté de l'écran : il

⁷² C'est-à-dire de la manière dont ce qui est filmé est filmé.

semble que nous soyons entrés *dans* l'histoire. Seulement, ce qui ressemble à un vignelage⁷³ autour de l'image nous indique qu'il ne s'agit pas *purement* d'un plan de cinéma. Si nous avons compris que Truman était filmé à travers un miroir lors du plan précédent, le film continue de laisser en évidence une preuve, un indice de la caméra cachée, comme pour s'assurer de sa présence dans l'esprit du spectateur du film. Ce dernier, qui quelques secondes auparavant était dans la même situation qu'un téléspectateur (fictif) de l'émission « The Truman Show » (c'est-à-dire comme *devant* une télévision), se situe désormais un niveau au-dessus (comme *dans* la télévision, si l'on peut dire), et a accès aux coulisses, aux secrets de fabrication de cette émission.

Tout le long du film, de nombreux plans intégrant ce vignelage ou les contours visibles d'une caméra alternent avec des plans n'en comportant pas, mais qui renvoient toujours de façon subliminale à un filmage télévisuel⁷⁴ (plans très fixes avec un zoom, plans dont l'angle de vue fait comprendre que la caméra a été dissimulée à dessein, plans en prises de vue saccadées, comme prises à la dérobée grâce à une caméra-gadget, etc.). Les indices télévisuels de filmage répartis dans une grande partie des plans sont autant de « *points de voir*⁷⁵ » qui mettent le doigt sur la matérialité de la médiation que le cinéma cherche habituellement à faire oublier pour permettre « l'impression de réalité cinématographique⁷⁶ ». Bien que contenus dans un film de cinéma, ces plans ne relèvent *pas que* du cinéma, ils ont intégré au mouvement de leur monstration les artifices du plan télévisuel. Par ailleurs, d'autres types de signes sont mobilisés en relation syntagmatique de simultanéité avec ces signes visuels pour véhiculer cette « impression de réalité télévisuelle ». Dans une scène, un mouvement de zoom sur Truman se double par exemple d'un *bruit* de zoom, cette dimension sonore du mouvement de caméra s'ajoutant aux éléments connotateurs d'une prise de vue « non filmique ».

⁷³ « Assombrissement visible des angles ou des bords de l'image fournie par un appareil photographique, qui se produit lorsque les rayons lumineux marginaux transmis par l'objectif sont arrêtés, totalement ou partiellement, par la monture de l'objectif, par un parasoleil ou par la présence d'un cache. » Définition du *Larousse* en ligne. URL : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/vignelage/81960>. Ce vignelage rappelle également l'effet de jumelles ou de longue-vue, connotant donc l'observation, le voyeurisme.

⁷⁴ Cf. annexe 3-e.

⁷⁵ Nous empruntons cette expression à Florence Gavras qui la propose pour désigner ce que perçoit le spectateur grâce à la caméra. À la différence du « point de vue », qui peut désigner à la fois une posture perceptive et une opinion, le *point de voir* renvoie à la perception rendue possible par la caméra pour le spectateur. Ce que le dispositif cinématographique offre donc, c'est un ensemble de points voir/entendre. Florence Gavras, « Mimésis, narrativité, expressivité. Le cinéma dans son rapport au réel », Thèse de Philosophie, Université Charles de Gaulle - Lille III, 2014, p. 17.

⁷⁶ L'impression de réalité au cinéma déclenche chez le spectateur « un processus à la fois perceptif et affectif de "participation", il rencontre d'emblée une sorte de créance [...] ». (Christian Metz, *Essais sur la signification au cinéma*, tomes I et II, Paris, Klincksieck, 2003, p. 14). Cette impression est liée aux conditions perceptives par lesquelles le film nous est donné, mais les traces du mode de fabrication doivent elles disparaître de ces conditions pour que la créance soit entière.

Tous ces plans délibérément marqués comme relevant d'une sémiotique télévisuelle alternent avec des plans résolument cinématographiques (grain net, image pleine, sans trace, mouvement ou point de vue pouvant être « soupçonnés » comme étant d'origine autre que celle du film uniquement). Cette compartimentation particulière permet de formaliser deux niveaux de lecture bien distincts dans *The Truman Show*, qui témoignent d'une intermédialité cinéma/télévision très active. Le premier niveau, celui du film *The Truman Show* – dont le matériau expressif est, naturellement, celui du cinéma – a intégré un deuxième niveau de lecture, celui de l'émission (fictive) « The Truman Show ». Nous proposons, pour qualifier plus concrètement cette intégration de la filmique télévisuelle, de reprendre les catégories introduites par François Jost lorsqu'il distingue « image automatique » et « image somatique⁷⁷ ». Il entend par là séparer les signes du monde d'une part et les signes de l'auteur d'autre part, soit deux façons d'envisager les relations pragmatiques du signe à son objet⁷⁸. Tandis que les images *automatiques* (à dominante iconique) construisent une « vue » du monde non marquée, favorisant la « transparence » propre à la promesse d'authenticité de la télévision et du direct, les images *somatiques* (à dominance indicielle) témoignent d'un regard travaillé, marqué par « la trace des mouvements du corps et des émotions du filmeur » – et, devrait-on ajouter, du réalisateur. En somme, *The Truman Show* supprime volontairement « l'écart créé » par la réalisation cinématographique « entre l'analogie et l'image⁷⁹ », sachant que c'est dans cet écart que se joue la portée sémiotique et symbolique du cinéma. Autrement dit, le film désaffecte à dessein « sa propre relation indicielle au référent⁸⁰ ».

Le tableau suivant permet de schématiser ces caractéristiques dans chacun des deux niveaux de lecture – auxquels nous ajoutons le « monde » tel qu'il est perçu par Truman tant qu'il ne s'est pas rendu compte de la machination dont il est l'objet :

⁷⁷ François Jost, *Sous le cinéma, la communication*, Paris, Vrin, 2014, pp. 80-81 pour cette citation et les suivantes.

⁷⁸ En reprenant la nomenclature établie par C. S. Peirce vis-à-vis du signe, Jost associe l'image *automatique* à l'icône, renvoyant au motif ou au monde, avec une problématique de représentation ou d'analogie. L'image *somatique* en appelle davantage à l'indice, dans la mesure où elle « s'ancre dans celui qui en est la source ou l'utilise. Elle est alors signe de l'auteur, si l'on veut bien mettre sous ce terme non une entité pleine, romantique, mais plutôt l'instance, anthropomorphique ou non, que l'on met à sa source. » François Jost, *Sous le cinéma, la communication, op. cit.*, pp. 80-81.

⁷⁹ Christian Metz, « Au-delà de l'analogie, l'image » (1970), *Essais sur la signification au cinéma*, vol. 2, Klincksieck, 1972, cité par Jacques Aumont, Michel Marie, *L'Analyse des films*, (4ème éd.), Armand Colin, 2020, p. 131.

⁸⁰ Jacques Aumont, Michel Marie, *L'Analyse des films, Ibid*, p. 131.

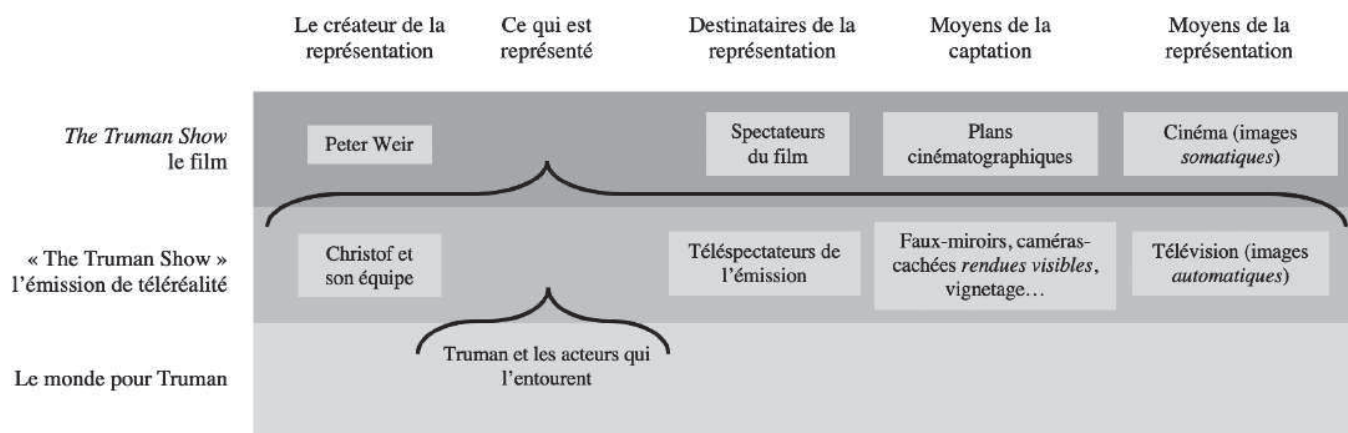


Figure 3 : Niveaux de lecture et régimes de l'image dans *The Truman Show*

Plans du film, plans de l'émission, plans de l'émission *en captation* : le spectateur a donc accès à trois modes d'expression filmique directs, auxquels il est possible d'ajouter les modes d'expression indirects (les différents moments où, comme dans le prologue, nous voyons une télévision retransmettre le *show* ou l'interview d'un personnage). Bien au-delà de la simple intégration de l'objet télévision dans le plan, matérialités et grammaires télévisuelle et cinématographique viennent ici se confondre. L'intrigue de *The Truman Show* implique et permet une cinégénie du *filmique* télévisuel, venant ainsi confirmer l'établissement d'une intermédialité diégétique.

Ce sont néanmoins des caractéristiques extradiégétiques qui rendent cette cinégénie fondamentalement possible.

3. Cinégénie extradiégétique de la télévision

Dans la mesure où nous nous situons dans le cadre d'un métadiscours (le discours d'un média au sujet d'un autre média), la cinégénie de la télévision ne se mesure en réalité pas seulement sur les capacités de cette dernière à servir de terreau, de moteur à la narration filmique. Il importe de considérer également le « différentiel médiatique⁸¹ », c'est-à-dire les ressemblances et les divergences matérielles, techniques et symboliques révélées par le phénomène intermédiatique. Dès lors, c'est la façon dont la « médiativité » commune de chacun des deux médias est reprise sur l'écran de cinéma qui nous intéresse pour caractériser une cinégénie d'ordre technique et symbolique.

⁸¹ Philippe Marion, « Narratologie médiatique et médiagénie des récits », *op. cit.*, p. 79 pour cette citation et la suivante.

a. *Un accueil favorisé par une matérialité commune*

De même qu'il est possible de retracer la généalogie du motif visuel en s'intéressant à son apparition en peinture, le concept d'intermédialité est lié à un autre concept qui lui est antérieur : celui de l'*intertextualité*. Pour Jürgen Müller, l'intermédialité aurait, à certains égards, pallié les lacunes de l'*intertextualité* dans une tendance générale allant de la textualité à la matérialité :

« Bien entendu, l'avènement d'un axe de pertinence intermédiatique est non seulement la conséquence des nouvelles interactions post-modernes entre les médias et les productions médiatiques, mais aussi d'un nouveau paradigme en sciences humaines, allant de la *textualité* à la *matérialité*. [...] Il va de soi que les capacités explicatives d'un tel "univers textuel" devaient aboutir à une impasse qui ne pouvait être contournée qu'en s'engageant sur le chemin de la *matérialité* de la communication⁸². »

La matérialité constitue à la fois le présupposé et le cœur de l'analyse des interactions médiatiques, puisque c'est précisément (et seulement) lorsqu'il y a rencontre entre des « composants hétérogènes » qu'il est possible d'affirmer qu'il y a intermédialité. En fin de compte, l'intermédialité renvoie à une *intermatérialité*⁸³. Étudier les relations intermédiatiques nous conduit ainsi à considérer en premier lieu la matérialité du média accueillant d'une part – le cinéma – et celle du média accueilli de l'autre – la télévision. C'est ce que nous avons réalisé en considérant les instances énonciatives à l'œuvre dans le début de nos trois œuvres, mais aussi en analysant la variation des natures de l'image de *The Truman Show*. Ces deux perspectives mobilisent chacune un type de matériau différent : les marques éditoriales de début de film et le rendu filmique. Dans l'un et l'autre cas, ce sont les similitudes matérielles entre les deux médias favorisent la cinégénie télévisuelle.

Revenons-en à des considérations plus fondamentales en considérant les *dispositifs techniques* que constituent le cinéma et la télévision. Les deux médias ont d'abord la particularité commune d'offrir des représentations cadrées, délimitées, perçues sur un plan horizontal et vertical, et ramenées à la forme rectangulaire. Cette fixité du cadre n'empêche pas pour autant un mouvement autour de l'objet représenté ainsi qu'une diversité des axes de prises de vue possibles, permettant d'inscrire le mouvement des objets,

⁸² Jürgen E. Müller, « Vers l'intermédialité : histoires, positions et options d'un axe de pertinence », *Médiamorphoses. L'identité des médias en question*, n°16, 2006, p.101 pour cette citation et la suivante.

⁸³ « The etymology of the notion "intermediality" refers us back to a play with the 'being in-between', a play with several values or parameters in terms of materialities, formats or genres and meanings. In this sense, the materiality of media is from the very beginning one of the central components of the concept of intermediality [...]. Jürgen E. Müller, "Intermediality Revisited: Some Reflections about Basic Principles of this *Axe de Pertinence*", in Lars Elleström (éd.), *Media Borders, Multimodality and Intermediality*, Basingstoke / New York, Palgrave Mac Millan, 2010, p.242-243.

sans que le spectateur ne puisse lui cesser d'être immobile. Comme l'écrit Clélia Zernik dans *Perception-cinéma, les enjeux stylistiques d'un dispositif* : « Le cadre rappelle inexorablement le caractère d'image de ce qui est perçu à l'écran⁸⁴. » L'apparition du cadre télévisuel dans le cadre cinématographique induit donc un effet de résonance, de spécularité visuelle, la perception d'un écran *contenu* renvoyant nécessairement à l'écran *contenant*. En deçà de tout élément de discours caractérisé, l'insertion du motif télévision agit comme une autoréférence, faisant ressurgir cette réalité matérielle de l'écran, qui avait fini par se faire oublier, tombée dans le régime de l'« infra-ordinaire⁸⁵ » pour le spectateur. Celui-ci, s'il avait un moment intégré une distanciation vis-à-vis de ce que lui est montré (« ce que je vois n'est pas la réalité, mais une réalité construite selon un procédé qui la compose à partir de traces d'objets du monde ») sera réceptif à cette spécularité, parcourant ce chemin de réflexion qui le mène de l'image à son dispositif technique. En plus de constituer un matériau pour la narration du film, l'écran de télévision inséré dans l'objet filmique lui donne ainsi une nouvelle épaisseur, en faisant réfléchir (à) sa nature de médiation, et (à) celle de la télévision.

La séquence de l'émission « The Rena King Show » dans *Videodrome* s'avère éclairante quant à cette accointance matérielle visible dans le dédoublement des écrans. Les personnages nous y sont introduits via un écran de télévision (ou un retour caméra) avant même que l'image cinématographique ne nous les montre « en vrai ». Le professeur Brian O'Blivion, surnommé le « prophète des médias » et dont le personnage a largement été inspiré par Marshall McLuhan, déclare même refuser d'apparaître *directement* à la télévision, si ce n'est par le biais d'un écran de télévision. Reprenant l'idée du théoricien canadien, il explique ce choix par le fait que « *la télévision est devenue la rétine des yeux de l'esprit* », signifiant par-là que les images médiées de la télévision (mais aussi du cinéma) ont fini par devenir, à force d'habitude, *immédiates* pour le téléspectateur⁸⁶. La dimension métadiscursive de la scène apparaît alors doublement, la transparence du média télévisuel étant *montrée* par le dédoublement des écrans et *rappelée* par le professeur

⁸⁴ « Le cadre est l'élément premier qui distingue la perception cinématographique de la perception ordinaire. [...] il trace une frontière entre ce qui relève du film et ce qui relève du rapport ordinaire au monde [...]. Plus largement, le cadre coupe le spectateur d'un environnement englobant en continuité avec lui-même pour opérer une dissociation, un prélèvement artificiel d'un fragment perceptif du monde. Le cadre rappelle inexorablement le caractère d'image de ce qui est perçu à l'écran. » Clélia Zernik, citée par Florence Gavras, « Mimésis, narrativité, expressivité. Le cinéma dans son rapport au réel », Thèse de Philosophie, Université Charles de Gaulle, Lille III, 2014, p. 132.

⁸⁵ Emmanuel Souchier emprunte le terme à George Pérec dans son article « La mémoire de l'oubli : éloge de l'aliénation. Pour une poétique de « l'infra-ordinaire » », *Communication & langages*, vol. 172, no. 2, 2012, pp. 3-19.

⁸⁶ McLuhan développe cette théorie dans son ouvrage *Pour comprendre les médias*, expliquant que les contenus médiatiques, par leur prolifération et leur diversité, finissent par masquer la manière uniforme et spécifique dont chaque média agit sur les individus. « *This fact merely underlines the point that "the medium is the message" because it is the medium that shapes and controls the scale and form of human association and action. The content or uses of such media are as diverse as they are ineffectual in shaping the form of human association. Indeed, it is only too typical that the "content" of any medium blinds us to the character of the medium.* » Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, 1964, p. 9.

O'Blivion. En-dehors de la pure diégèse, le spectateur est immédiatement placé devant cette séquence dans un puissant régime connotatif, le renvoyant constamment à des réflexions concernant son rapport aux médias, et en particulier la télévision. De la même manière que les plans télévisuels dans *The Truman Show* exposent volontairement leurs marques techniques, *Videodrome* et son « prophète des médias » font ressurgir la réalité matérielle du dispositif télévisuel, qui s'était effacée devant « l'événement, l'insolite, l'extraordinaire⁸⁷ » qui se dessinent sur son écran.



Figure 4 : Dédoubllement des écrans et spécularité dans *Videodrome*

L'effet de redondance est décuplé lorsque l'écran de télévision s'épanche sur toute la surface de l'écran de cinéma, les faisant coïncider. À ce moment-là, seules des caractéristiques sonore et/ou de rendu visuel permettent de comprendre que nous nous situons dans le régime télévisuel. Ainsi du prologue de *The Truman Show*, où la surface de l'écran de télévision diffusant les interviews des personnages n'est pas délimitée. Le média est re-représenté dans le « simulacre analogique de sa réalité⁸⁸ », et tend à effacer, « par saturation, ses contraintes spatiales » et matérielles, puisque c'est désormais le cadre de l'écran de cinéma qui joue ce rôle de limite, de frontière. Déployé dans toute son amplitude, l'image télévisuelle confirme sa parfaite adaptation aux nouvelles contraintes du média accueillant. À cette analogie spatiale s'ajoute par ailleurs une analogie temporelle. Cinéma et télévision constitue tous les deux des média « *homochrones*⁸⁹ », en ce qu'ils incorporent chacun le temps de la réception dans l'énonciation de leur message, à l'inverse, par exemple, d'un livre, d'une photographie ou de la presse écrite – qui sont autant de lieux « *hétérochrones*⁹⁰ ». Un film comme une émission télévisée sont conçus pour être consommés dans une durée programmée, le destinataire devant « ajuster son temps vécu de réception à celui de l'énonciation médiatique ». Cette

⁸⁷ Georges Pérec, cité par Emmanuel Souchier, « La mémoire de l'oubli : éloge de l'aliénation. Pour une poétique de « l'infra-ordinaire » », *op. cit.*, p. 5.

⁸⁸ Philippe Marion, « Narratologie médiatique et médiagenie des récits », *op. cit.*, pp. 81-82 pour cette citation et les suivantes.

⁸⁹ *Ibid.*

⁹⁰ *Ibid.*

similitude permet au film cinématographique de reproduire des programmes ou des événements spécifiquement télévisuels dans toute la dimension éprouvée de leur temporalité. En remplaçant les termes de « support » et d' « événement » par ceux de « média-support » et « média-motif » dans la phrase suivante de Philippe Marion, nous saisissons ainsi en quoi la cinégénie de la télévision découle de cette adéquation matérielle, spatiale et temporelle : « Entre le *média-support* et le *média-motif* s'établit une sorte d'équivalence, de ressemblance pondérée dans et par son adaptation aux contraintes de la médiativité⁹¹. »

Il ne s'agit certes pas de pousser trop loin l'analogie entre les deux médias. Régis Debray nous avertit dans son « Histoire des quatre M » : « Une image animée n'est pas la même diffusée [télé] que projetée [cinéma]⁹². » Il existe bien des différences, notamment symboliques, entre les deux modes d'expression. Mais paradoxalement, certaines de ces différences viennent encore nourrir cette cinégénie de la télévision.

b. *Présence, intimité, érotique : le remède télévisuel*

François Jost convoque dans son ouvrage *Sous le cinéma, la communication* la réflexion théorique d'André Bazin, critique de cinéma et de télévision et co-fondateur des *Cahiers du Cinéma*. L'intérêt de Bazin pour la télévision, et en particulier pour l'image en direct, semble ainsi avoir été assez précoce, puisqu'il l'intègre rapidement à ses réflexions sur la représentation du réel. Dès 1954, dans son article « Pour contribuer à une érotologie de la télévision », le critique met en avant une sorte de « manque » du cinéma vis-à-vis de la télévision qui a trait au potentiel de simultanéité du nouveau média. Ainsi, selon lui, le cinéma serait incapable de nous offrir ce plaisir du direct que procure la télévision, dans la mesure où, quelle que soit la scène qu'un film nous montre, elle appartient au passé : « Nul doute en effet que la conscience de la simultanéité de l'existence de l'objet et de notre perception ne soit au cœur du plaisir spécifique de la télévision : le seul que le cinéma ne puisse nous offrir⁹³. » Cette « émotion érotique » propre à la télévision, peut se décliner en plusieurs caractéristiques.

D'abord, le direct télévisuel permet une *présence* visuelle et iconique rendue impossible par la captation soignée du cinéma. Dans un article consacré à un reportage de Stelio Lorenzi diffusé en direct, Bazin souligne en quoi les imperfections de la prise de vue donnent toute son efficacité au reportage :

« Les travellings cahotants de la caméra Orthicon, les cadrages tâtonnants, l'éclairage simple et brutal des projecteurs, les légères hésitations du montage nous faisaient

⁹¹ *Ibid.*, pp. 81-82.

⁹² Régis Debray, « Histoire des quatre M », *Cahiers de médiologie*, n°6, « Pourquoi les médiologues ? », 1998, p. 11.

⁹³ André Bazin, cité par François Jost, *Sous le cinéma, la communication*, Paris, Vrin, 2014, p. 64.

participer à la création de l'émission. [...] La télévision fait apparaître une notion nouvelle de *présence*, pure de tout contenu humain visible et qui ne serait en somme que la présence du spectacle à lui-même. Un travelling de télévision ne passe jamais deux fois par le même endroit. Il n'y a plus de cadrages identiques que de feuilles d'arbres superposables. Aimons l'image que jamais nous ne verrons deux fois⁹⁴. »

La télévision est également le média de l'*intime*. En analysant une émission consacrée à l'œuvre de Sacha Guitry dans laquelle le metteur en scène *nous* parle depuis son bureau de travail, Bazin met en évidence « l'intimité ménagée⁹⁵ », qui devient un des fondements psychologiques de la télévision, selon lui. Si cette configuration volontaire s'éloigne du principe d'authenticité télévisuel – que l'on trouve dans la *présence* décrite à l'instant –, ce n'est que pour mieux placer le spectateur dans la sphère du privé, du personnel, d'autant plus que le spectacle se consomme en cercle restreint (à l'inverse du cinéma)⁹⁶.

Média de la *présence*, média de l'*intime*, donc. Mais il est surtout un aspect plus fondamental que le cinéma peut « envier » à la télévision : celui de la *pulsion scopique*, le plaisir de *voler* l'image de l'autre par le regard : « On voit bien que notre sentiment n'est pas le même, devant, mettons, l'image d'une femme nue sur un écran de cinéma et le reflet de cette femme réelle retransmis par un jeu de glace⁹⁷. » Le plaisir accru à contempler le reflet du corps plutôt que le corps dans une vision *im*-médiate s'explique par l'impression de détournement, de maraudage de l'image vis-à-vis de celle qui est représentée. C'est ce qui s'applique à tout « personnage » télévisuel en direct : l'animatrice d'émission, la personnalité politique, le présentateur météo, la candidate de télé-réalité ne savent « ni dans quel contexte ni au travers de quelle activité il(s) ou elle(s) ser[ont] vu[s]⁹⁸. » Dès lors, le téléspectateur éprouve un plaisir *érotique* en regardant un programme en direct, puisqu'au-delà du contrat exhibitionniste qui cadre le spectacle, « il peut toujours advenir un événement qui l'excède et le fait basculer. » Au cinéma, à l'inverse, l'acteur peut se projeter dans le « tout-percevant » que constituent les spectateurs réunis dans la salle obscure. La conclusion que François Jost en tire, c'est que le média est en quelque sorte prédéterminé d'un point de vue pragmatique. Là où le cinéma trouve son accomplissement dans un plaisir optique, celui du direct télévisuel réside dans un plaisir *haptique*, en donnant au spectateur l'illusion que le spectacle est à portée de main.

⁹⁴ André Bazin, cité par André Lange, « André Bazin et l'humanité de la télévision » (article en ligne), Histoire de la télévision (et de quelques autres médias), juillet 2019 (c'est nous qui soulignons). URL : <https://www.histv.net/andre-bazin-critique-de-television>.

⁹⁵ André Bazin, cité par André Lange, « André Bazin et l'humanité de la télévision » (article en ligne), Histoire de la télévision (et de quelques autres médias), juillet 2019. URL : <https://www.histv.net/andre-bazin-critique-de-television>.

⁹⁶ Bazin proposera même une théorie psycho-sociologique en partant de ce constat : si la télévision a mis davantage de temps à s'immiscer dans les foyers bourgeois que dans les foyers populaires, c'est que la bourgeoisie tenait à protéger son intimité.

⁹⁷ André Bazin, cité par François Jost, *Sous le cinéma, la communication*, Paris, Vrin, 2014, p. 65.

⁹⁸ François Jost, *Sous le cinéma, la communication, op. cit.*, p. 65 pour cette citation et la suivante.

Média de la *présence*, de l'*intime*, de l'*érotique*, et donc du plaisir *haptique* enfin. Toutes ces dimensions, qui manquent dans un film de cinéma, pourraient alors expliquer une cinégénie de la télévision par le remède, par la *re-médiation*. C'est en somme toute une « impression de médiatique⁹⁹ » que la télévision peut apporter à un film. Quelques éléments issus de nos analyses sémio-linguistiques en offrent la démonstration.

La *présence* peut ainsi s'observer dans la distinction paradigmatique entre images *somatiques* et images *automatiques* déjà évoquée pour *The Truman Show*. Les caméras cachées, semblables à des caméras de surveillance, suivent un homme dont les déplacements et les actions peuvent parfois être incertains. En témoignent plusieurs séquences du film, lorsqu'une action ou un déplacement inattendus de Truman provoquent une rupture et que certains mouvements de caméra, *travellings* et *zooms* mal assurés témoignent d'une panique filmique propre à l'imprévu du direct¹⁰⁰. La scène de l'évasion en particulier témoigne de ce que peut engendrer le plaisir *érotique* du direct, et ce qu'il est à même d'apporter à l'intrigue : lorsque son faux meilleur ami apprend que Truman a vraiment disparu, il apparaît totalement désespéré aux yeux des millions de téléspectateurs suivant le *show*. Il se fait alors tancer par le réalisateur de l'émission qui lui demande de « *ne pas regarder la caméra*¹⁰¹ » et d'« *enchaîner* », pour ne pas briser le flux du direct et l'illusion d'authenticité. Enfin, Christof ordonnera d'interrompre la diffusion de « *The Truman Show* », une première dans son histoire, marquant ainsi une double rupture majeure, à la fois pour l'émission (symbolisée par ce panneau fixe « incident technique ») et pour le film, Truman étant sur le point de réussir sa fuite libératoire.

Dans *Network*, *intime* et *érotique* s'entrecroisent lorsque Beale provoque l'inattendu en annonçant qu'il se fera « *sauter la cervelle en direct* » la semaine d'après, puis lorsque des techniciens tentent de le faire sortir de force du plateau, et enfin quand le même type de panneau que dans *The Truman Show* (« difficultés temporaires ») remplace la diffusion. La dimension érotique est d'autant plus forte que dans les deux films, le direct télévisuel est un véritable direct – et non une diffusion différée de quelques secondes comme c'est depuis le cas, permettant de couper la retransmission avant que ne se produise l'incident. Il n'y a donc pas de doute quant au fait que des millions de personnes aient pu partager ces intenses moments médiatiques.

⁹⁹ « Avec la télévision, par exemple, l'impression de *médiatique* semble liée, pour le spectateur, à une sorte de conscience groupale non exprimée. Il peut être seul face à l'écran, mais il sait confusément que d'autres, ailleurs, sont là aussi à regarder. » Philippe Marion, « Narratologie médiatique et médiagénie des récits », *Recherches en communication*, n°7, 1997, p. 77.

¹⁰⁰ Cf. annexe 3-f.

¹⁰¹ Notons qu'ici la convention de l'évitement des regards à la caméra (et l'ignorance feinte par les personnages de la présence d'une caméra) est partagée par les deux niveaux de lecture, cinématographique et télévisuel, venant encore souligner leur imbrication et leur entrecroisement.



Figure 5 : Présence et érotisme télévisuelles

Enfin, *intime* et *haptique* sont observables dans *Videodrome* et *The Truman Show*. Le slogan de la chaîne de Max Renn (« *Civic TV, celle que vous emmenez dans votre lit* »), témoigne de cette « intimité ménagée » par le média télévisuel, qui nous accompagne jusque dans les endroits les plus privés. Dans *The Truman Show*, les caméras sont cachées partout, même dans la salle de bain de Truman, brisant ainsi toutes les barrières du privé pour offrir la plus grande authenticité au spectateur. La dimension *haptique* de la télévision est présente dans *Videodrome* lorsque Max Renn finit par « pénétrer » littéralement sa télévision, attiré (érotiquement) par les lèvres de Nicki en très gros plan. À la toute fin de *The Truman Show*, alors que sa créature est sur le point de lui échapper, Christof se met à caresser les cheveux de Truman, ou plutôt l'écran sur lequel ce dernier apparaît.

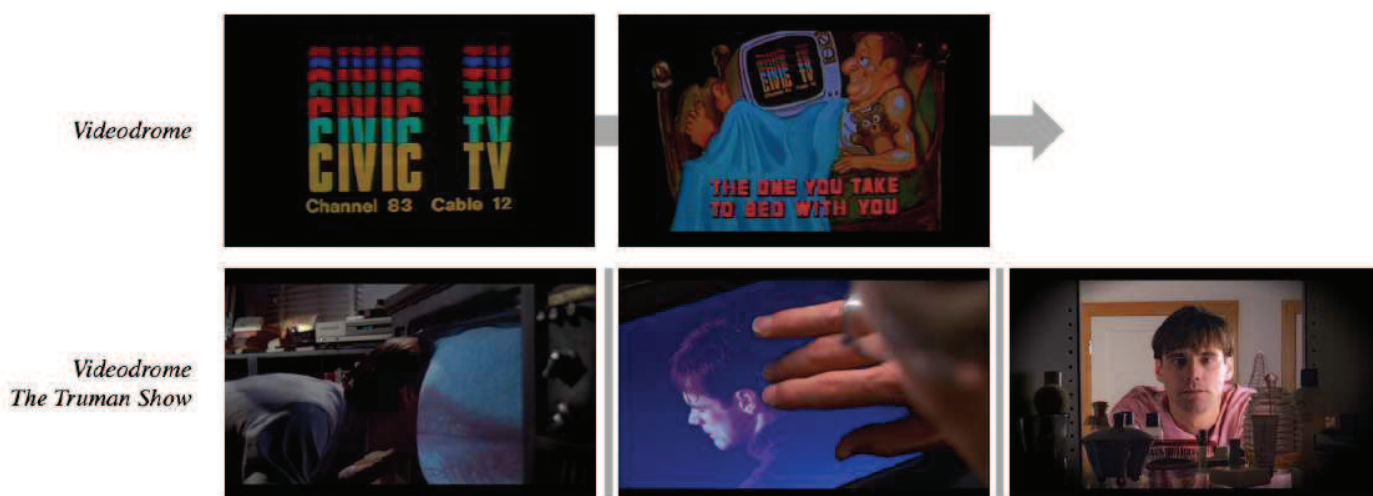


Figure 6 : Intime et haptique télévisuelles

Conclusion partielle

Notre première hypothèse postulait que les années 1970 et 1980 ont concrétisé, aux États-Unis et au Canada, une cinégénie du média télévisuel. D'elle dépendait la suite logique de notre mémoire, l'intermédialité n'opérant de façon suffisamment convaincante que si le cinéma se constitue en espace d'accueil favorable à la représentation d'un média tiers. Partant de l'intuition qu'il existait un motif télévisuel au cinéma, nous avons souhaité rationaliser cette intégration en faisant appel au langage cinématographique et à ses traits pertinents. Ceux-ci permettant par la suite de donner un cadre à nos analyses sémiolinguistiques et de vérifier la compatibilité de ce langage avec les modes d'expression télévisuels. Par ailleurs, et afin de conserver une posture pragmatique, nous avons tenté de comprendre cette émergence du motif télévisuel au cinéma comme conséquence directe des nouvelles aspirations et thématiques du « Nouvel Hollywood ».

Ces bases posées, il demeurait primordial d'entrer *dans* les œuvres intermédiatiques constituant notre corpus, afin de mesurer concrètement cette potentielle cinégénie. En établissant une double grille d'analyse, avec d'une part le potentiel cinégénique interne à la diégèse et de l'autre une cinégénie externe – matérielle et symbolique – nous sommes parvenus à relever plusieurs cas concrets de rencontre harmonieuse entre deux matériaux d'expression. Des concepts théoriques tels que la *télévision-moteur*, l'énonciation éditoriale, ou encore le potentiel de remédiation des manques cinématographiques par la télévision ont été autant d'outils pour ce faire. Surtout, nous avons constaté à quel point les codes expressifs et narratologiques de la télévision pouvaient investir le champ cinématographique, du niveau le plus simple – la coïncidence visuelle et matérielle des écrans – au plus élaboré – l'imbrication des niveaux de lecture au sein d'un même film.

Si l'on peut considérer que cette hypothèse est validée, elle ne permet pourtant pas à elle seule d'affirmer que la cinégénie de la télévision soit particulièrement forte ou exclusive. Le potentiel expressif de la télévision peut s'exprimer dans quasiment toutes les structures médiatiques et narratologiques autre que le cinéma (il est depuis quelques temps possible de « regarder la télé » sur Internet, on peut « raconter » la télévision en BD, dans les livres, retranscrire un reportage télévisé à l'écrit, etc.). La télévision, en tant que média (et non en tant que motif mobilisé dans une intrigue fictive) revêt un caractère très général qui rend quasiment possible tous les types d'intermédialité. En revanche, si l'on considère un « traitement » ou une « configuration médiagénique¹⁰² » en particulier, en l'occurrence celui d'une cinégénie critique de la télévision, le cinéma constitue dès lors un site médiatique particulièrement propice.

¹⁰² Philippe Marion, « Narratologie médiatique et médiagénie des récits », *Recherches en communication*, n°7, 1997, p. 87.

II. LA TÉLÉVISION AU PRISME DU CINÉMA : UN PARADIGME INTERMÉDIAL ESSENTIELLEMENT CRITIQUE

Nous terminions notre première partie en évoquant la télévision comme pouvant faire office de « remède » pour le cinéma, ce dernier comblant des manques médiatiques en intégrant le petit écran au flux de ses images. Nous ne sommes pourtant restés qu'en surface de ces phénomènes intermédiatiques que nous nous proposons maintenant de décortiquer. Il nous faut pour ce faire plonger dans l'analyse de ces « discours d'escorte¹⁰³ » que charrie la représentation cinématographique de la télévision : « Les objets ne valent pas *en soi* et *pour soi*, ils ont besoin d'être chargés de *valeur*. »

La télévision n'est pas le premier média à avoir été intégré dans un récit cinématographique. Le journal papier et la radio, par exemple, constituent d'autres motifs intermédiatiques pertinents qui peuvent remédier à la narration cinématographique quand celle-ci les mobilise. La comparaison entre ces différents médias-motifs devrait nous permettre de mettre en lumière les principales ressemblances et dissemblances du discours cinématographique lorsqu'il concerne le média télévision et ces deux autres médias de masse. Il semble que ces remédiations se doublent la plupart du temps d'un discours équivoque, ambivalent vis-à-vis des médias, et passablement critique à l'égard de la télévision. Ces mêmes raisons pour lesquelles la télévision « passe bien » au cinéma (*la présence, l'intime, l'érotique, l'haptique*) constituent aussi bien des leviers féconds de réprobation, voire de condamnation d'un média qui, comme les autres mais peut-être plus que les autres, n'est pas neutre. Cette deuxième partie vise ainsi à analyser la teneur plus précise des discours d'escorte intermédiatiques portés par le cinéma – qui, en l'occurrence, *décharge* davantage la télévision de valeur qu'ils ne l'en chargent. Elle permettra notamment de comprendre selon quelles modalités discursives ont lieu ces phénomènes intermédiatiques. Existe-t-il, par exemple, un genre cinématographique favorisant la cinégénie télévisuelle ?

Puis il conviendra de saisir la matière-même de ces diatribes sur la télévision, qui ouvrent plusieurs voies de réflexion en fonction des trois films convoqués par l'analyse – puisque tous ne tiennent pas exactement les mêmes propos. Si chacun semble représenter un monde télévisuel dénué de sens moral, de hiérarchie de valeurs, les traits discursifs sont plus ou moins communs aux trois films. Tandis que *Network* présente spécifiquement la télévision comme un média d'arrière-plan visuel et sonore, tous mettent en exergue la course effrénée et déraisonnable à l'audimat qui conduit à la spectacularisation de son contenu. Les conséquences sur le monde réel d'une telle recherche du spectaculaire sont visibles dans chacun des

¹⁰³ Yves Jeanneret et Emmanuel Souchier, « Les T.I.C., objets de valeur. Présentation », *Communication & Langages*, n°128, 2011, p. 33 pour cette citation et la suivante.

films, mais seul le film de Cronenberg les traduit en séquelles physiques, en altérations horribles du corps humain.

Il semble que ces différents aspects discursifs se concrétisent dans un tableau totalitaire et mystifiant du petit écran, ce dernier présentant les caractéristiques d'un média à la fois fascinant et faisant office de nouvelle religion contemporaine.

1. Une rupture dans les représentations des médias au cinéma

« La Télévision au cinéma¹⁰⁴ » fait partie d'une série de trois épisodes de *Blow Up* consacrés à la représentation cinématographique des médias, les deux autres étant dédiés au journal papier¹⁰⁵ et à la radio¹⁰⁶. Non contente de nous inspirer le sujet de ce mémoire, la web série d'Arte nous suggère par ailleurs un matériau de comparaison propice à dégager les particularités du discours porté par le cinéma sur la télévision, notamment au regard des deux autres *mass media*. Il semble légitime de questionner ces potentielles différences, notamment parce que des trois, la télévision fait figure de « benjamine », étant advenue après le cinéma.

a. Le cinéma et la représentation des médias de masse (presse écrite et radio)

Le premier constat est que ni le journal papier ni la radio ne partagent la même cinégénie extradiégétique que celle de la télévision. La matérialité des deux supports étant bien moins commune à celle du cinéma, elle ne permet pas la même fluidité d'insertion dans « l'opacité du matériau expressif¹⁰⁷ » (c'est-à-dire dans les traits pertinents du langage cinématographique). Le journal se caractérise comme média /fixe/ et /scriptural/ (sauf dans certains cas précis, comme lorsqu'il intègre des photographies ou des dessins par exemple, mais nous considérons ici le texte comme composant principal de la presse écrite). Il bannit de ce fait la plupart des traits pertinents qui caractérisent le cinéma¹⁰⁸. Il en va de même pour la radio,

¹⁰⁴ « La Télévision au cinéma », *Blow Up*, Arte, 23 janvier 2019. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=t-QPi75ZUKI>

¹⁰⁵ « Le Journal au cinéma », *Blow Up*, Arte, 29 janvier 2019. URL : https://www.youtube.com/watch?v=lafp_IlwOJI

¹⁰⁶ « La Radio au cinéma », *Blow Up*, Arte, 5 février 2019. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=UXpbJuB0AVM>

¹⁰⁷ Philippe Marion, « Narratologie médiatique et médiagénie des récits », *Recherches en communication*, n°7, 1997, p. 85.

¹⁰⁸ Nous pourrions à la limite considérer que l'/iconicité visuelle/, la /duplication mécanique/ et la /narrativité/ peuvent être parfois partagées par le journal papier, mais dans des proportions trop faibles et pour des visées souvent trop distinctes de celles du cinéma.

média purement auditif et dont les seuls traits distinctifs partagés avec le langage cinématographique seraient ceux de la matière de l'expression du support-son, mais en aucun cas du support-image, dans la mesure où « l'image » radiophonique n'existe pas – si l'on considère le média dans sa forme « pure¹⁰⁹ ».

Le constat diffère en ce qui concerne la cinégénie diégétique du journal et de la radio, qui se trouve être, elle, bien vérifiable. En tant qu'objets *moteurs*, ces deux médias sont par exemple largement convoqués pour introduire, faire avancer ou clôturer l'intrigue d'un film. Leur fonctionnalité première, celle d'informer, est mise au service de la narration, permettant autant de renseigner les personnages que les spectateurs de la fiction. Dans *Do the Right Thing*, sorti en 1982¹¹⁰, Spike Lee exploite la radio pour introduire et chapitrer ce portrait de Brooklyn durant les *dog days* (les jours les plus chauds de l'année). Dès la scène introductive, Señor Love Daddy, l'animateur et disc-jockey d'une station de radio du quartier, nous introduit aux personnages et au contexte dans lequel va se dérouler l'intrigue, à savoir une canicule particulièrement éprouvante. Tout au long du film, il jouera en quelque sorte le rôle d'un narrateur en scandant l'histoire et en la faisant avancer par ses diverses interventions. La radio y joue également un rôle esthétique et symbolique, puisque le personnage de Radio Raheem – son nom n'ayant bien sûr rien d'anodin – ne se déplace jamais sans son *ghettoblaster* qui diffuse tout haut la musique de Public Enemy, *Fight the Power*¹¹¹. Notons par ailleurs la manière dont le film use des Unes de journaux pour appuyer le contexte de canicule, un travelling sur plusieurs titres annonçant les très fortes chaleurs qui vont s'abattre sur New-York ce jour-là¹¹².

Le motif du journal papier, justement, est également utilisé par la narration cinématographique afin de faire passer des informations utiles au spectateur pour la compréhension de l'histoire. Nous proposons d'analyser ces utilisations en reprenant la distinction établie par Roland Barthes entre les fonctions d'« ancrage » et de « relais¹¹³ » d'un texte lorsqu'il est associé à une image. Il semble en effet que les

¹⁰⁹ Nous ne tenons pas compte ici de la pratique récente et de plus en plus courante de diffusion des émissions de radio en vidéo, sur Internet et à la télévision notamment.

¹¹⁰ Pour l'ensemble des exemples mobilisés et ne relevant pas du corpus principal, nous nous sommes efforcés de rester dans le cadre spatio-temporel du sujet : les productions de cinéma nord-américaines des trente dernières années du XXème siècle.

¹¹¹ Cf. annexe 3-g.

¹¹² Cf. annexe 3-h.

¹¹³ Selon Barthes, le message linguistique a une fonction d'ancrage lorsqu'il permet de « fixer la chaîne flottante des signifiés » induite par le message iconique. Cela peut se faire à deux niveaux de compréhension du (des) message(s) : au niveau littéral et au niveau symbolique. Au premier niveau, l'ancrage permet de guider l'« identification des éléments de la scène et de la scène elle-même » ; il permet en somme de confirmer le sens dénotatif véhiculé par l'image en *ancrant* les sens possibles. Au second niveau, l'ancrage du texte ne guide plus l'identification, mais l'interprétation en empêchant « les sens connotés de proliférer ». La fonction de relais, plus rare dans les images fixes mais fréquente dans des structures diégétiques, instaure une plus grande complémentarité entre image et texte : « l'unité du message se fait à un niveau supérieur : celui de l'histoire, de l'anecdote, de la diégèse ». Roland Barthes, « Rhétorique de l'image », *Communications*, Recherches sémiologiques, 1964, p. 44. À noter qu'une telle analyse distinctive de fonction ancrage/relais serait également applicable à la radio et même à la télévision au cinéma.

exemples de messages véhiculés par un journal au cinéma – généralement matérialisés par la Une présentant les gros titres – puissent pour la plupart se diviser en deux catégories.

Ils peuvent d'une part permettre de redoubler le message transmis par ailleurs par d'autres éléments informatifs du film (images, dialogues, voix-off...), « permettant de répondre, d'une façon plus ou moins directe, plus ou moins partielle, à la question *qu'est-ce que c'est ?*¹¹⁴ ». C'est le cas dans *Do the Right Thing*, puisque les titres des journaux sur la forte chaleur ne font que confirmer ce que d'autres indices nous assènent tout au long du film (relation syntagmatique de succession entre les plans de bain de glaçons et de douche pour se rafraîchir, de bouche d'incendie cassée pour jouer dans l'eau, et de simultanéité avec le titre *Can't Stand [the Heat]* de Steel Pulse...) ¹¹⁵. Il en va de même dans *Network*, lorsqu'un titre de presse nous rappelle la mort récente d'Edward George Ruddy, président du conseil d'administration d'UBS, mettant ainsi l'emphase sur le contexte de transition qui s'opère à la tête de la chaîne¹¹⁶. Autre exemple dans *The Truman Show*, où les différentes Unes du journal local factice font manifestement partie des artifices mobilisés pour persuader Truman de rester dans sa ville de toujours¹¹⁷. Une distinction peut toutefois s'établir entre ces trois exemples : dans les films de Spike Lee et de Sydney Lumet, le message linguistique est de nature littérale, il dénote *simplement* qu'« il fait chaud » ou que « E. G. Ruddy est mort hier » pour faire avancer l'intrigue. Dans celui de Peter Weir, les titres de journaux opèrent un *double* ancrage : un ancrage littéral pour Truman d'une part, dans la mesure où ce qu'ils énoncent se fait passer pour factuellement vrai et qu'ils sont expressément fabriqués pour lui faire croire, par exemple, que « *Seahaven est le meilleur endroit du monde* ». Pour le spectateur du film, d'autre part, ils participent du flot d'indices qui confirment la facticité du monde dans lequel Truman vit, dans un niveau d'ancrage second, d'ordre symbolique. Ces Unes, qui constituent davantage des détails que le spectateur peut dénicher en adoptant une posture attentive, opèrent ainsi différemment de ces Unes exposées ouvertement au spectateur dans *Do The Right Thing* ou *Network*. Une autre séquence intéressante de *The Truman Show* opère un mixage dans l'ancrage du propos du film, cette fois à destination des spectateurs du film et des téléspectateurs de l'émission, mais pas de Truman. Elle dévoile, après une heure de film et une montée en tension assurée par l'accumulation des « indices », la genèse et l'ampleur de l'émission de télé-réalité – en mêlant des Unes de presse et des images du *show* accompagnées d'une voix-off du journaliste¹¹⁸.

¹¹⁴ *Ibid.*, p. 44.

¹¹⁵ Cf. annexe 3-h.

¹¹⁶ Cf. annexe 3-i.

¹¹⁷ Cf. annexe 3-j. La radio joue également un rôle intéressant dans *The Truman Show*, puisque lorsque Truman est au volant de sa voiture, la fonction d'information du média est également détournée afin de s'intégrer dans le dispositif globale de l'émission.

¹¹⁸ Cf. annexe 3-j.

Il arrive enfin qu'au cinéma le journal papier soit doté d'une fonction de *relais*, c'est-à-dire que le message linguistique qu'il charrie entre dans un rapport complémentaire avec le reste des images du film, résumant en quelques mots ce que les images n'ont pas (encore) montré. Il provoque alors une rupture dans le cours de la diégèse. Dans *Eyes Wide Shut* de Stanley Kubrick, c'est par un article de fait divers que Bill Harford apprend la mort de Mandy¹¹⁹, une mannequin qu'il avait sauvée d'une overdose et qui lui avait rendu la pareille en se faisant « punir » à sa place pour son intrusion lors de la soirée secrète du manoir. Bien qu'on lui explique que sa mort n'a rien à voir avec son sacrifice, cette découverte décuple le sentiment de culpabilité de Bill, déjà tourmenté vis-à-vis de sa femme par les diverses tentations auxquelles il s'est livré. Le message linguistique véhiculé par le journal agit donc comme une sorte de *réduction narrative* dans le film, suppléant, l'espace d'un instant, les caractéristiques expressives du cinéma. Comme l'aurait écrit André Gaudreault et François Jost, « aucun plan de cinéma ne dira jamais [Mandy est morte] », dans la mesure où « l'image montre, mais ne dit pas¹²⁰ ». Le titre d'un article de presse, lui, le permet. Dans *Network*, c'est par les Unes de journaux que la direction d'UBS mesure – en même temps que le spectateur – l'ampleur du succès de l'émission d'Howard Beale une fois que celui-ci laisse exprimer sa folie en direct¹²¹.

En-dehors du motif télévision – et même avant celui-ci – le cinéma s'est donc saisi d'autres médias pour les intégrer à sa narration, en utilisant leurs modalités d'expression pour faciliter la compréhension ou l'avancée de l'intrigue. Finalement, nous pouvons considérer que le journal et la radio opèrent également, à leur façon, comme des remédiations lorsqu'ils apparaissent dans un film. L'écrit du média papier offre un artifice particulièrement utile au réalisateur, permettant de *mettre en mots*, de résumer ou d'introduire un élément plus difficilement filmable. L'oralité radiophonique renoue avec la forme première de la narration, la parole, pour nous introduire aux personnages et à l'histoire : « lorsqu'on évoque le récit, on pense spontanément à sa matérialisation “naturelle” dans le langage verbal¹²² ». Elle renoue même avec les origines du cinéma, lorsque celui-ci était encore muet, et qu'il était accompagné du commentaire d'un bonimenteur¹²³.

¹¹⁹ Cf. annexe 3-k.

¹²⁰ André Gaudreault, François Jost, *Le récit cinématographique. Films et séries télévisées*, (3^{ème} éd.), Malakoff, Armand Colin, 2017, pp. 31-32.

¹²¹ Cf. annexe 3-l.

¹²² Philippe Marion, « Médiagénies de la polémique. La lutte “contre” : de la caricature à la cybercontestation », *Recherches en communication*, Université Catholique de Louvain, vol. 20, 2003, p. 132.

¹²³ Nous pourrions considérer que radio et journal papier remplissent peu ou prou les rôles qui étaient respectivement confiés au bonimenteur et aux intertitres dans le cinéma des premiers temps, avant que la voix ne puisse s'inscrire matériellement dans le film-même, à partir de 1928 ; cette perspective ouvrant des pistes de réflexion très riches sur l'intermédialité cinématographique. Cf. *supra*, III. 1. L'intermédialité, outil de construction identitaire du cinéma.

Ainsi, radio et journal papier constituent deux outils narratifs servant le potentiel de vraisemblance cinématographique, puisqu'il fait aussi partie de leur nature médiatique d'informer et/ou raconter des histoires. À l'image de la télévision toutefois, le journal et la radio ne se constituent pas qu'en simples motifs mobilisés par l'instance narrative : lorsqu'ils jouent un rôle moteur pour le cinéma, ils s'exposent aussi à la production d'un discours d'opinion, de jugement les concernant.

b. Du remède au poison : la télévision vue comme pharmakon par le cinéma

La dimension utilitaire (narrative) des remédiations médiatiques ne doit en effet pas occulter le fond du propos cinématographique, c'est-à-dire ce que le cinéma *dit* des médias. Le fond suit en quelque sorte la forme dans ces phénomènes intermédiatiques, les médias traditionnels étant souvent représentés comme des remèdes pour l'Homme. Luc Lagier relève dans *Blow Up* à quel point la radio a été présentée, dans le cinéma américain, comme un média indépendant et iconoclaste, permettant d'éveiller les consciences et d'aller à l'encontre des discours officiels¹²⁴. Il en va de même pour la presse écrite, souvent incarnée par la figure du journaliste enquêteur, garant de la liberté d'information et d'un contre-pouvoir¹²⁵. Ces discours apologétiques sur les médias possèdent toutefois leur versant moins positif. Dès 1951, Billy Wilder dépeint le métier de reporter sous un jour très négatif dans *Le Gouffre aux chimères*, Kirk Douglas campant un journaliste prêt au pire pour que ses papiers se vendent. Ayant compris que « *bad news sells best* », il n'hésite pas à altérer la réalité des faits, et même à nuire à autrui (en faisant durer le sauvetage d'un homme coincé dans une grotte plus qu'il ne devrait). C'est dire si l'impunité des médias au cinéma n'aura pas duré longtemps.

À cet égard, la télévision n'est pas en reste. Ayant la particularité, par rapport à la presse papier et à la radio, d'être advenue après le cinéma, mais surtout de faire office de concurrent plus direct – puisque plus semblable – la méfiance en a certainement été accrue. Comme l'écrit François-Bernard Huyghe, « les médias, et d'abord les médias de masse, [naissent] sous le régime du soupçon¹²⁶. » Prenons pour preuve la réversibilité des « remèdes » télévisuels, tous propres à se transformer en poisons, en commençant par les rappeler : *présence, intime, érotique et haptique*¹²⁷. La *présence*, relative à la promesse d'authenticité télévisuelle, est ouvertement revendiquée par Christof, le créateur de « The Truman Show », au début du film : « *Truman, lui, ne fait pas semblant. Pas de scénarios, pas de fiches. Ce n'est pas du Shakespeare,*

¹²⁴ Citons à titre d'exemples *Good Morning, Vietnam* de Barry Levinson (1987), *Pump Up the Volume* d'Allan Moyle (1990) ou plus récemment *Talk to Me* de Kasi Lemmons (2007).

¹²⁵ Comme dans *À cause d'un assassinat* (1974) ou dans *Les Hommes du Président* (1976), deux films réalisés par Alan Pakula.

¹²⁶ François-Bernard Huyghe, *L'ennemi à l'ère du numérique. Chaos, information, domination*. PUF, 2001, p. 165.

¹²⁷ Cf. *supra*, I. 3. b. *Présence, intimité, érotique : le remède télévisuel*.

mais c'est authentique. » Son propos est appuyé, quelques secondes plus loin, par ceux de Louis Coltrane, qui feint dans l'émission d'être Marlon, le meilleur ami de Truman : « *Tout est vrai. Tout est réel. Rien n'est truqué. [...] C'est juste contrôlé.* » Cette « réalité contrôlée » rejoint dans la typologie des flux dressée par François Jost celle du « direct préparé », qui « ajoute à la promesse de l'authenticité celle d'une lisibilité accrue du réel¹²⁸ ». Une authenticité promise qui n'exclut pas, en effet, une manipulation humaine, mais il s'agit selon Jost d'une manipulation « lavée de ses connotations péjoratives : simplement le geste d'un homme qui nous *aide* à comprendre la réalité diffusée, un narrateur ». Dans *The Truman Show*, cependant, une dimension critique apparaît d'emblée, puisque l'artificialité du monde pointe dès la première scène du film. Les sourires inaltérables, les éléments de décors apparents, les comportements déshumanisés des habitants nous font comprendre qu'il n'y a pas que les images qui sont automatiques¹²⁹. Finalement, l'« authentique » (filmer la vie d'un homme telle quelle, sans script) se paye au prix fort, celui de le faire évoluer dans l'environnement le plus factice qui soit (un studio de télévision) et surtout à son insu. Peter Weir, d'un œil critique, rend clairement apparente la dimension commerciale – pour ne pas dire mensongère – de la télévision. Le « geste promissif » de Christof et de ses acteurs occulte le « geste génétique » de la production du programme, qui pourrait se résumer ainsi : « *The Truman Show* » permet de filmer de façon authentique la vie d'un homme, à son insu, grâce à la mise en place d'un monde artificiel et la collaboration d'acteurs.

L'*intimité* de la télévision rime au cinéma avec la colonisation de l'espace intime, privé. Howard Beale est maintenu à l'antenne grâce à sa démente dans *Network*, parce que celle-ci permet à UBS de gagner une large part d'audience. Celui-ci tient alors des discours populistes à destination des spectateurs, les enjoignant de se lever, d'aller à leur fenêtre et de crier « *Je suis fou de rage et je ne vais plus me laisser faire* ». Une séquence intéressante nous montre alors la répercussion du discours médiatique sur les foyers, puisque de nombreuses personnes se soumettent à l'injonction du présentateur¹³⁰. La « *convivialité médiatique*¹³¹ » de la télévision que théorise Philippe Marion se cristallise donc en un « passage à l'acte », puisque la passivité spectatorielle se mue en une manifestation active d'obéissance, l'émotion et la passion engendrant l'indignation collective. Dans *Videodrome*, la thématique de l'effraction médiatique est constante tout au long du film, et est introduite dès le départ avec le slogan de Civic TV¹³². Elle est accompagnée d'une métaphore visuelle explicite, montrant le dessin d'un homme dormant avec sa

¹²⁸ François Jost, « La promesse des genres », *Réseaux*, vol. 15, n° 81, 1997, pp. 21-22 pour cette citation et la suivante.

¹²⁹ Cf. *infra*, III. 2. b. *Média du factice, média du réel*.

¹³⁰ Cf. annexe 3-m.

¹³¹ Philippe Marion, « Narratologie médiatique et médiagenie des récits », *Recherches en communication*, n°7, 1997, p. 77 pour cette citation et la suivante.

¹³² « *Civic TV, celle que vous emmenez dans votre lit* ».

télévision¹³³. Le spectateur comprendra au fil du film que cette introduction n'avait rien de légère, préfigurant la façon dont l'image télévisuelle peut altérer physiquement et psychologiquement l'humain.

La *pulsion scopique* que permet la télévision est détournée dans le cinéma américain, conduisant à la mise en spectacle d'une déchéance, d'une dégradation. Howard Beale s'écroule de fatigue et de nervosité à la fin de ses prêches enflammés en direct, comme un possédé est finalement libéré du démon qui l'habitait. Pourtant, personne en régie ou dans le public ne s'inquiète de cet évanouissement, et un technicien harangue même la foule pour lancer les applaudissements, alors que l'enthousiasmante musique du générique se lance¹³⁴. Le spectacle télévisuel se saisit de cet événement qui « l'excède et le fait basculer¹³⁵ » pour l'intégrer en son sein. Le miroir de la salle de bain de Truman, qui constitue le premier biais par lequel il nous est introduit, est un miroir truqué, cachant une caméra. En plus de briser le cadre de son intimité, cette réflexion de son image lui est bel et bien dérobée pour être restituée au (télé)spectateur, à l'image de cette femme dont le corps est perçu dans une glace plutôt que directement et dont parle François Jost. Le miroir, tout comme le cadre de télévision, s'apparente à un enclos, à une délimitation qui enferme et dépossède le sujet télévisuel de sa propre personne. Notons d'ailleurs que plus tard, en regardant les photos de son enfance contenues dans un album familial, Truman se verra lui-même comme pris au piège derrière les barreaux de son lit de bébé, devenu le « petit clown » de la télévision. Cette image tout en symbole sera par la suite reprise par ceux qui militent, dans la « vraie vie », pour l'arrêt du *show* et la libération de Truman, en particulier Sylvia¹³⁶.

Enfin, la dimension *haptique* renvoie régulièrement à l'idée d'une image télévisuelle se confondant avec la réalité, si ce n'est devenue plus vraie et plus palpable que le réel. David Cronenberg confiait son regret de ne pas avoir assisté aux enseignements de Marshall McLuhan à l'Université de Toronto lorsqu'il y étudiait le cinéma¹³⁷. *Videodrome* n'en est pas moins largement imprégné des idées du théoricien canadien, le genre du *body horror* permettant au réalisateur de restituer ces dernières de façon très littérale : la tumeur de Max et les différentes hallucinations qu'elles lui provoquent renvoient toutes à l'idée que le média télévision peut devenir une extension (néfaste) des sens humains, et notamment du toucher, se confondant avec la chair¹³⁸.

¹³³ Cf. annexe 3-m.

¹³⁴ Cf. annexe 3-n.

¹³⁵ François Jost, *Sous le cinéma, la communication*, Paris, Vrin, 2014, p. 65.

¹³⁶ Cf. annexe 3-n.

¹³⁷ Gabriel Bortzmeyer, « Métastases médiatiques », *Débordements*, article en ligne, 2021. URL : <https://www.debordements.fr/Metastases-mediatiques>.

¹³⁸ La télévision vivante et nervurée, sa cicatrice transformée en vagin, le pistolet fusionné avec sa main, les cassettes vidéo faites de chair, etc. La reprise des théories mcluhaniennes sur les effets du média sur l'homme et le réel dans *Videodrome* est abordée plus loin. Cf. II. 2. c. *Des effets sur le réel*.

c. *Un genre privilégié pour représenter la télévision : la dystopie*

Le caractère essentiellement critique de la cinégénie télévisuelle se vérifie aussi par un élément structurel : sa prédilection pour la dystopie. Pour reprendre et adapter la formule introductive de Philippe Marion dans son article « Médiagénies de la polémique », « lorsqu'elle relève du [cinéma], la [dystopie] doit investir un espace médiatique. Si cette proposition semble évidente, elle soulève pourtant des problèmes forts complexes¹³⁹ ». Comme nous l'avons vu à un autre niveau d'analyse avec l'évaluation d'une cinégénie de la télévision, la représentation doit s'accommoder des contraintes et des possibilités (l'opacité) du matériau expressif. Mais, réciproquement, elle peut également impressionner le site médiatique d'accueil. C'est ce double mouvement que nous allons maintenant étudier, non plus entre le cinéma et la télévision mais entre le cinéma *dystopique* et la télévision.

La définition de la dystopie n'ayant rien d'univoque¹⁴⁰, nous nous en tiendrons à celle présentée en introduction, à savoir le récit d'« une anticipation cauchemardesque illustrant la manière dont le vivre-ensemble et la subjectivation individuelle sont affectés de manière néfaste par les relations entre l'humanité et la technologie¹⁴¹ ». L'adéquation des trois films de notre corpus principal avec cette acception nous autorise à interroger le potentiel cinégénique de la rencontre entre dystopie cinématographique et télévision¹⁴².

La question se pose, d'abord, parce que le cinéma n'a pas été le site médiatique premier du genre dystopique. Sans remonter jusqu'au XVI^{ème} et début du XVII^{ème} siècles, auxquels ont été publiés des anti-utopies s'opposant sur le plan religieux, matérialiste et empiriste aux écrits utopistes¹⁴³, c'est par la littérature, et plus particulièrement par le roman, que la dystopie a acquis ses lettres de noblesse. Les œuvres d'Ievgueni Zamiatine (*Nous autres*, 1920), d'Aldous Huxley (*Le Meilleur des Mondes*, 1931), de George Orwell (*1984*, 1948) ou de Ray Bradbury (*Fahrenheit 451*, 1953), considérées comme les parangons du genre, en sont la preuve. Pourtant, la liste très hétéroclite des adaptations de ces romans dans différents

¹³⁹ Philippe Marion, « Médiagénies de la polémique. La lutte “contre” : de la caricature à la cybercontestation », *op. cit.*, p. 127.

¹⁴⁰ Corin Braga distingue le sens restreint du terme dystopie (« récit de fiction dépeignant une évolution ou un avenir cauchemardesque de la société réelle à partir de l'exacerbation de certains de ses traits négatifs ») de l'*anti-utopie* (« la critique ou la satire de la société parfaite proposée par une utopie, voire de la possibilité du projet utopique lui-même ») ou de la *contre-utopie* (« la représentation d'une utopie qui a mal tourné, qui dérive vers une réalité effrayante »). Cité par Cécile Leconte et Cédric Passard, « Avant-propos : Retour vers le futur ? La dystopie aujourd'hui », *Quaderni, Politique(s) des dystopies*, n°102, 2021, p. 15.

¹⁴¹ Antoine Faure, Macarena Urzúa Opazo, « Un futur noir sans futur. Politique de la dystopie et politique du temps dans deux épisodes de Black Mirror », *Quaderni, op. cit.*, pp. 55-70.

¹⁴² Nous entrons donc ici dans un nouveau degré d'analyse vis-à-vis de notre première partie, qui visait à évaluer l'amplitude cinégénique de la télévision sans entrer dans le détail d'un genre cinématographique.

¹⁴³ Corin Braga, cité par Cécile Leconte et Cédric Passard, « Avant-propos : Retour vers le futur ? La dystopie aujourd'hui », *op. cit.*, p. 16.

régimes médiatiques (pièces de théâtre, films, téléfilms, opéra, BD, et même musique) nous montre la propension du genre dystopique au voyage « transmédiagénique » ou « intermédiagénique¹⁴⁴ ». Plus général qu'un récit (par essence particulier) et même qu'un média, « un genre tend a priori à être plus mobile et à s'étendre dans plusieurs médias [...] il peut présenter différentes déclinaisons susceptibles de se répartir médiagéniquement sur différents sites médiatiques ». Ce qui n'empêche pas que ce même genre puisse connaître une « interrelation intense, voire décisive », avec une configuration médiatique donnée.

Si le roman a pu offrir à la dystopie – considérée ici comme genre narratif – son premier terreau d'expression narrative, le cinéma s'en est donc également rapidement saisi. Laurent Bazin a montré en quoi la fiction, qu'elle soit romancée ou cinématographique, a progressivement remplacé les formes anciennes de la dystopie, autrefois dévolues à l'essai et à la fable. Dans le même mouvement, la structure et les schémas du genre sont également passés d'une opposition géographique (l'Ancien et le Nouveau Monde) à une opposition temporelle (le présent et l'avenir). Il note ainsi que « l'anticipation prend le relais de l'exotisme¹⁴⁵ ». Cette dernière idée n'est pas inutile pour esquisser des *marqueurs* de la dystopie cinématographique telle que nous la considérons :

- 1) L'anticipation et/ou la projection du sort d'un individu et/ou d'une communauté donnée dans son rapport avec une innovation technologique néfaste.
- 2) Un certain caractère de vraisemblance ou de plausibilité, les « affections néfastes » n'apparaissant que progressivement au spectateur (la dystopie fait écho à la réalité, elle maintient un lien ténu entre le monde réel et le monde fictif).
- 3) L'inadaptation d'un ou plusieurs personnages à la communauté, ce(s) premier(s) accédant progressivement ou ayant accédé à la lucidité – en général après une rencontre amoureuse. Ils refusent dès lors puis se révoltent contre les dispositifs qu'ils finissent par percevoir, amenant à la vision négative et critique de la société ainsi représentée.
- 4) L'existence de plusieurs narrateurs, de points de vue et de représentations contradictoires¹⁴⁶.

¹⁴⁴ Philippe Marion, « Médiagénies de la polémique. La lutte “contre” : de la caricature à la cybercontestation », *op. cit.*, p. 132 pour ces citations et les deux suivantes.

¹⁴⁵ Laurent Bazin, cité par Cécile Leconte et Cédric Passard, « Avant-propos : Retour vers le futur ? La dystopie aujourd'hui », *op. cit.*, p. 18.

¹⁴⁶ Laurent Bazin explique en effet que la dystopie se construit sur « une esthétique de l'oblique (dispositifs formels ou dispositions intellectuelles déplaçant le regard pour appréhender autrement le monde) ; un art du contre-point (réversibilité des signes, polyphonie des points de vue et modulation des séries interprétatives) ; un imaginaire de la désillusion (dissonance cognitive entre certitude et doute, déconstruction des systèmes de croyance érigés en absolu). » Laurent Bazin, cité par Cécile Leconte et Cédric Passard, « Avant-propos : Retour vers le futur ? La dystopie aujourd'hui », *op. cit.*, p. 16.

En appliquant ces quatre marqueurs aux films de notre corpus et au rôle qu'y tient la télévision, la dynamique d'interfécondation entre le genre dystopique au cinéma et le motif télévisuel apparaît assez clairement :

- 1) Les notions d'anticipation, de projection, impliquent à la fois un ancrage dans le présent – dans la mesure où elles relèvent d'un élan, d'une évolution par rapport à la réalité actuelle – et une sorte d'extrapolation de celui-ci, une conjecture de ce qu'il pourrait devenir. Considérés dans leur contexte de réalisation, *Network*, *Videodrome* et *The Truman Show* s'appliquent à une innovation technologique qui séduit un public toujours plus grand (notamment aux dépens du cinéma) et dont le potentiel médiatique n'est pas entièrement exploré, sans cesse redécouvert (*The Truman Show* sort par exemple un avant que l'émission « Big Brother » ne vienne bouleverser le paysage audiovisuel mondial). La télévision, en tant que média en pleine expansion, constitue, des années 1970 aux années 1990, (et même après) un objet technologique privilégié pour la projection dystopique.
- 2) Avant que n'adviennent les scènes de rupture¹⁴⁷, ou en-dehors des indices dystopiques, chacun des trois films semble présenter un monde « normal », ce d'autant plus que l'intrigue ne se situe pas dans le futur. Max Schumacher, dans *Network*, a connu l'époque dorée d'une télévision d'information honorable, avant que la course à l'audimat ne fasse perdre la raison à l'industrie télévisuelle. Truman ne perçoit que progressivement les failles du monde en apparence parfait qui est le sien.
- 3) Chaque film met alors un scène le parcours ardu d'un personnage prenant conscience de la nocivité du média et tentant de lutter contre un dispositif qui le dépasse (Max Schumacher dans *Network*, Max Renn dans *Videodrome* et Truman dans *The Truman Show*). Chacun rencontre par ailleurs l'amour, qui agit comme un révélateur, sans pour autant qu'il ne soit toujours positif : dans *Network*, sa liaison avec Diana Christenson permet à Max de réaliser à quel point celle-ci a été transformée en « humanoïde » par l'industrie télévisuelle¹⁴⁸. C'est lors de sa première nuit avec Nicki, avec laquelle il entame une relation, que Max Renn prend conscience que quelque chose cloche avec le programme « Videodrome ».

¹⁴⁷ Nous entendons par « scène de rupture » ce point de bascule, dans le cours du récit, où le spectateur comprend – souvent en même temps que le héros dystopique – que *quelque chose cloche* dans le monde que nous dépeint la fiction. C'est, dans *Network*, l'annonce en direct à la télévision de son suicide à venir par Howard Beale ; dans *Videodrome*, la première hallucination de Max Renn pendant sa nuit avec Nicki ; enfin, dans *The Truman Show*, la chute d'un projecteur de studio télévisé tombé du ciel.

¹⁴⁸ Cf. *infra*, III. 2. b. *Du média du factice au média du réel*.

- 4) Nous avons montré en quoi la spécularité propre à la représentation de la télévision faisait advenir une polyphonie énonciatrice et narrative, allant parfois jusqu'à l'opposition et à la lutte entre les plans télévisuels et les plans de cinéma. Cela dit, le cinéma agit comme une instance discursive profonde, émettant un point de vue contradictoire à celui de la télévision¹⁴⁹.

En tant que *pharmakon*, la télévision porte en elle un fort potentiel dystopique, dans le mouvement allant du remède au poison. Cécile Leconte et Cédric Passard notent que la dystopie est « le plus souvent une utopie qui a dégénéré, une utopie ratée en somme ou une utopie qui ne fonctionne que pour une partie de la société¹⁵⁰. » Les conditions sont alors réunies pour que s'opère une interaction entre médiativité et narrativité, entre le genre dystopique porté à l'écran de cinéma et le récit sur la télévision. Les deux auteurs soulignent aussi que « la dystopie [est] toujours le produit d'une configuration spécifique et révélatrice d'un certain état de la société. » En rappelant que les productions de genre dystopique ne peuvent jamais être décorrélées de leur contexte historique, technique et social, ils confirment notre intuition d'une cinégénie favorisée par une époque et un environnement donnés, comme nous le supposons en première partie.

2. La télévision, média sans valeur(s)

Télévision s'accorde donc bien au cinéma avec dystopie. Cela étant, nous n'avons pas encore exploré ce qui fait le terreau du discours critique vis-à-vis du petit écran, et qui constitue le prérequis de tout récit dystopique : l'absence ou la perte progressive de valeurs ainsi que le potentiel de perniciosité du média télévisuel.

a. Un média d'arrière-plan visuel et sonore

Sydney Lumet a fait de la télévision et de son industrie le sujet de son film *Network*. Pourtant, une des caractéristiques de sa mise en scène est de faire systématiquement passer l'objet télévision à l'arrière-plan, visuellement et symboliquement. Le film semble fondé sur ce discours paradoxal, prenant pour centre d'intérêt les coulisses du spectacle télévisuel mais aboutissant finalement toujours à l'idée que le résultat importe peu, n'ayant que rarement de la valeur. Cette relégation au second plan est visible dès le démarrage du film, lorsque quatre écrans de télévision retransmettent les propos de quatre présentateurs (dont Howard Beale) mais qu'aucun d'eux n'est véritablement audible. *Network* démarre sur un brouhaha, une cacophonie

¹⁴⁹ Cf. *infra*, III. 3. c. *De la vérité imposée à la grande « disponibilité »*.

¹⁵⁰ Cécile Leconte et Cédric Passard, « Avant-propos : Retour vers le futur ? La dystopie aujourd'hui », *op. cit.*, p. 17 pour cette citation et la suivante.

télévisuelle qui rend inaudible son propos. Ces quatre voix sont bientôt couvertes par la voix-off qui introduit le personnage principal ; l'image télévisuelle, caractérisée par ses lignes de balayage et sa faible définition, laisse rapidement place à une image plus nette, celle du film. D'autres plans, plus tard, suggèrent de façon plus ou moins explicite cette mise à l'arrière-plan, comme ces quatre téléviseurs présents dans le bureau de Diana Christensen, vice-présidente de la programmation¹⁵¹. Silencieux ou toujours éteints, ils témoignent du peu d'attention porté au contenu au sein d'un espace où se décide ce qui passe à l'antenne.

L'un des exemples les plus emblématiques intervient lors du premier tournant du film : la séquence de l'annonce de son suicide en direct par Howard Beale deux semaines avant son licenciement. L'*ocularisation*¹⁵² se situe alors dans la régie de l'émission d'Howard Beale, ce qui donne à la fois accès au retour caméra du studio et aux réactions *en direct* des différentes personnes travaillant sur l'émission. Cette séquence démarre sur un *travelling* de caméra passant des petits écrans de retour à la table de mixage de la régie puis aux techniciens et régisseurs (Figure 7). Nous saisissons vite le peu d'intérêt porté à ce qui est diffusé à l'antenne : la caméra se stabilise sur une discussion entre trois personnes (fig. 8) dont on ne parvient pas vraiment à saisir la teneur, mais qui n'a visiblement aucun rapport avec les propos du Président Gerald Ford, qui s'exprime à la télévision. Une relation syntagmatique de simultanéité s'opère alors entre l'image, les voix des trois régisseurs et celle de Gerald Ford, venant troubler l'intelligibilité du tout : l'œil se concentre sur les personnages, mais l'oreille ne peut distinguer clairement ce qu'ils se disent. Ce n'est pas pour autant que la voix télévisuelle parvient à reprendre le dessus, la situation visuelle primant sur ce qui

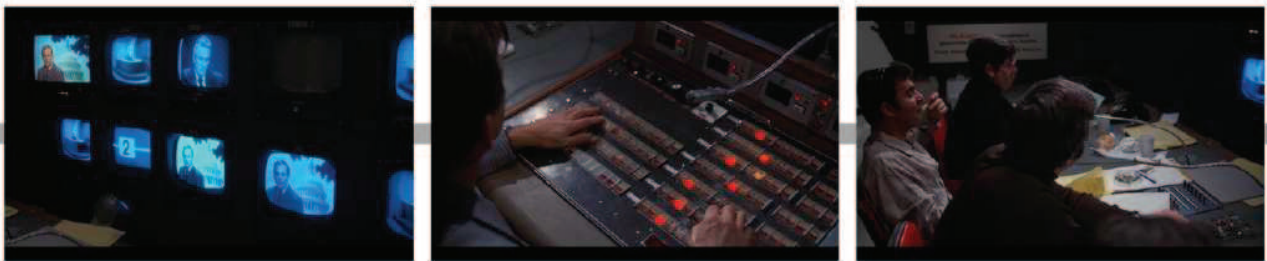


Figure 7

¹⁵¹ Cf. annexe 3-0.

¹⁵² Notion explicitée par André Gaudreault et François Jost et dérivée de celle de « focalisation » de Gérard Genette. Propre à la narration romanesque, la focalisation induit une confusion entre ce qui est dit et ce qui est « montré » (décrit) dans le roman. Cette confusion devient gênante dans un art visuel comme le cinéma, d'autant pour dans un film sonore « qui peut à la fois *montrer* ce qu'un personnage voit et *dire* ce que ce même personnage pense. [...] C'est en partant de ce constat qu'on a pu proposer (Jost, 1983) de séparer les points de vue cognitif et visuel en leur donnant à chacun un nom. Selon le système ainsi élaboré, le terme « focalisation » ne désigne plus que le point de vue cognitif, tandis que l'« ocularisation » caractérise la relation entre ce que la caméra *montre* et ce que le personnage est censé *voir* [...] ». André Gaudreault, François Jost, *Le récit cinématographique. Films et séries télévisées*, (3^{ème} éd.), Malakoff, Armand Colin, 2017, pp. 207-208.

est entendu. Ce qui compte pour le spectateur, c'est ce qui se passe « en vrai », et pas à la télévision. Et ce qui se passe en vrai c'est que personne n'accorde d'importance à ce qui se passe à la télévision.



Figure 8

À tel point que, lorsqu'Howard Beale prend la parole pour annoncer son licenciement et sa décision de se suicider en direct, personne ne semble particulièrement interloqué. Toujours dans le même mouvement, le plan se resserre sur la caméra de retour plateau et la voix du présentateur a pris le dessus sur toutes les autres, indiquant au spectateur que c'est celle qui compte désormais. Ce passage au premier plan de la télévision est confirmé par un rapide changement de régime de l'image, puisque le plan se coupe et que nous nous retrouvons durant cinq secondes *sur* le plateau de télévision, à côté de la caméra. L'image perd sa basse définition pour prendre soudain une nouvelle dimension paradigmatique, celle du cinéma. Mais ces cinq secondes passées, l'ocularisation retourne dans la salle de régie et Howard Beale poursuit son annonce que nous percevons par le biais des écrans de retour, derrière les régisseurs que nous voyons souriants, en pleine discussion mais surtout en plein décalage avec le moment télévisé – ils ne réagissent pas du tout à la phrase « *j'ai décidé de me suicider* ». Une de leur phrase est même perceptible, nous faisant comprendre qu'ils discutent bien d'autre chose, même si celle-ci fait ironiquement écho à leur désintérêt pour ce qui est diffusé par leur chaîne (« *Alors, qu'a-t-elle dit ?* », fig. 9). Un nouveau plan, plus large et situant les images télévisuelles dans un flou d'arrière-plan, nous permet de constater une très légère réaction de la scripte lorsque le présentateur précise « *Je vais me faire sauter la cervelle au cours de cette émission, dans une semaine* ». Elle se reprend très vite pour annoncer la coupure publicitaire imminente, constatant que personne ne réagit autour d'elle, et qu'au contraire les discussions se poursuivent comme si de rien n'était (fig. 10). La séquence se termine sur une incompréhension entre les différentes personnes présentes en régie, seules deux ayant plus ou moins compris les propos d'Howard Beale, les autres n'y ayant pas prêté la moindre attention. Cette incompréhension débouche ensuite sur une incommunication, ou plus

précisément une « non-communication¹⁵³ » entre le plateau et la régie, Howard Beale feignant de ne pas entendre les explications que lui demandent les régisseurs (fig. 11).



Figure 9



Figure 10



Figure 11

¹⁵³ L'incompréhension peut être définie comme « l'incapacité à se comprendre totalement ». Entre les différents techniciens/régisseurs, elle amène ensuite à une situation de non-communication entre la régie et Howard Beale, c'est-à-dire au « partage d'un même espace-temps entre altérites radicales égales et libres qui ne donne pas lieu à une communication pour deux types de raisons : d'une part, des problèmes qui contrarient la volonté des acteurs de partager du sens ; d'autre part, la volonté d'un des acteurs de ne pas entrer en communication. » Éric Dacheux, « L'incommunication, sel de la communication », *Hermès, La Revue*, CNRS Éditions, n°71, 2015, p. 267.

Plusieurs caractéristiques de cette séquence tendent ainsi à réduire la télévision à sa dimension purement technique, celle d'une médiation visuelle et sonore, mais dont le contenu s'avère peu digne d'intérêt, voire vide de sens. La nature de l'image télévisuelle (de basse définition, striée par le balayage cathodique, bleutée, et floutée par sa mise à l'arrière-plan) s'oppose frontalement à la haute résolution de l'image cinématographique, notamment lorsque Sydney Lumet opère une coupure nette d'un régime de l'image à l'autre. Lorsque les propos d'Howard Beale nous sont présentés au prisme de l'image télévisuelle, c'est d'abord l'indifférence qu'ils provoquent dans sa propre équipe qui saute aux yeux. Dans cette scène-clé du film, le petit écran est donc caractérisé comme le média du flux inintelligible pour un spectateur devenu indifférent et inattentif à « la multiplication des plateaux, des écrans, des supports¹⁵⁴ ».

Il nous faut indiquer que cette idée apparaît, mais de façon moins explicite, dans *Videodrome*. Il n'est pas rare que la seule source de lumière de l'appartement de Max soit un écran de télévision en veille, allumé dans un coin de pièce sans qu'il n'attire l'attention pour autant. Mais cette idée rejoint surtout celle de Wim Wenders dans son court-métrage-documentaire *Chambre 666*, sorti six ans après *Network*. On y voit plusieurs réalisateurs s'exprimer sur l'avenir du cinéma dans une chambre d'hôtel à Cannes, avec derrière eux une télévision allumée, déversant un flot ininterrompu d'images sans rapport avec le propos des intervenants¹⁵⁵. Ce *vide* télévisuel s'explique notamment par le principe qui dirige son contenu : celui de l'audimat et de la rentabilité.

b. *Le règne du profit et de l'audimat : spectacle sans limite et dégradation du contenu*

Si la télévision est reléguée au second plan de *Network*, c'est parce qu'elle nous est présentée comme un moyen et non comme une fin : elle existe avant tout pour ses créateurs dans une logique de profit, de performance, d'adéquation avec les attentes supposées du public. C'est à cause des faibles audiences de son journal télévisé qu'Howard Beale est contraint de quitter UBS, et que le service des informations perd son indépendance pour devenir responsable devant le *network*. Mais aussi c'est parce que les propos déments et prophétiques du présentateur commencent à séduire les foules que Diana Christensen et Frank Hackett voudront finalement laisser Beale à l'antenne et transformer un journal télévisé en émission de divertissement populiste.

Le capitalisme débridé présidant à toute décision conduit alors à opérer de profonds bouleversements dans les normes et les valeurs de ce qui est diffusé à la télévision. Sydney Lumet s'en

¹⁵⁴ « La multiplication des plateaux, des écrans, des supports émettent de mille façons la scène ; la dépoliarisation de l'attention est devenue la règle, la convergence l'exception. » Daniel Bougnoux, « Représentation », *mediologie.org*, article en ligne, 2018. URL : <https://www.mediologie.org/representation>.

¹⁵⁵ Cf annexe 3-p.

amuse en mettant en regard la scène introductive et plusieurs autres séquences dialoguées de *Network*. Au début du film, Max Schumacher et Howard Beale se retrouvent dans un bar, quelque peu éméchés, après l'annonce du licenciement imminent du présentateur. S'ensuit un dialogue funèbre et comique, au cours duquel les deux amis annoncent, d'une certaine manière, le dérèglement qui se profile dans les contenus télévisés :

Howard : *Je vais me suicider.*

Max : *Merde, Howard.*

Howard : *Je vais me faire sauter la cervelle en direct. Au moment des infos de 19 heures.*

Max : *Tu auras un sacré taux d'audimat, je te l'assure. 50% de parts de marché, facile.*

Howard : *Tu crois ?*

Max : *Bien sûr. On pourrait en faire une série. Le suicide de la semaine. Bon sang, pourquoi se limiter ? L'exécution de la semaine.*

Howard : *Le terroriste de la semaine.*

Max : *J'adore. Suicides. Assassinats. Poseurs de bombes, tueurs de la Mafia, accidents d'automobile. L'heure de la mort. Une formidable émission du dimanche soir pour toute la famille. On dégommerait ce putain de Disney.*

Ivres et désabusés, les deux protagonistes s'amuse du potentiel horrifique de la télévision dans une accumulation de programmes plus macabres les uns que les autres. Tout l'enjeu du propos réside dans la question que Max finit par se poser : « *Pourquoi se limiter ?* ». Elle pose ici les bases de l'ultra-libéralisme associé à l'industrie télévisuelle, l'un des propos majeurs du film. En associant la motivation cruciale des parts de marché à la possibilité d'un puits sans fond d'idées pour attirer des téléspectateurs toujours plus friands de transgression, Sydney Lumet cadre le discours de son film, tout en le dédramatisant, pour l'instant. L'énumération se conclue par l'annonce du titre de l'émission (en version originale « *The Death Hour* »), symbolisant le passage d'une télévision d'information à une télévision du spectacle ; puis par l'abolition de toute limite spectatorielle, puisque même les enfants amateurs de Disney y trouveraient leur compte. Si l'on saisit tout de suite le second degré de ce dialogue, qui a lieu dans un contexte bien particulier, quelques scènes ultérieures viendront cyniquement faire écho à celui-ci, avec ces fois-ci des personnages on ne peut plus sérieux. Le surlendemain de la scène du bar, après avoir visionné un projet d'émission sur les actes terroristes d'un groupuscule révolutionnaire aux États-Unis, Diana Christensen semble plus qu'enthousiaste, convaincue que seuls des contenus de ce genre peuvent améliorer les résultats de la chaîne. Le dialogue avec son équipe prend alors une dimension singulière, au regard de la scène entre Max et Howard :

Diana Christensen : *C'est ennuyeux quand Lauren Hobbes et deux guérilleros grommèlent contre le faux marxisme. Mais il y a huit minutes d'un cambriolage de banque qui est vraiment sensationnel ! Un truc authentique. Ça a été tourné pendant le cambriolage ! Vous vous souvenez de l'enlèvement de Mary Ann Gifford ? C'était cette bande de fous ! Elle est dans le film avec une mitrailleuse. Des séquences incroyables ! On pourrait en faire un film hebdomadaire génial, peut-être même une série. »*

Tommy Pellegrino : *Une série sur quoi ? De quoi parle-t-on ?*

Diana : *[...] ils filmeront leurs enlèvements d'héritières, détournements de 747, bombardements de ponts, assassinats d'ambassadeurs. [...]*

Barbara Schlesinger (ironisant) : *Quel en serait le titre ? L'Heure de Mao Tsé-toung ?*

Diana : *Pourquoi pas ?*

Dans un mimétisme presque parfait avec le dialogue précédent, Diana Christensen transforme la mauvaise blague en réalité et l'ironie atteindra son paroxysme lorsque l'émission sera effectivement nommée « L'Heure de Mao Tsé-Toung ». Cet échange présage des dégâts à venir au moment où Diana Christensen parviendra à récupérer le journal télévisé de Max Schumacher, conservant à l'antenne un Howard Beale devenu fou et actant la naissance de l'*infotainment*¹⁵⁶. Peu importe ce que peut bien raconter le présentateur du JT, tant que la manière dont il le fait assure de bonnes parts d'audience. Se met alors en place un abandon progressif des valeurs, culminant dans cette phrase de Frank Hackett à Nelson Chaney, président d'UBS : « *Notre chaîne n'est pas respectable. C'est un bordel. On doit accepter tout ce qui vient.* »

Dans *Videodrome*, c'est aussi pour des motifs économiques que Max Renn justifie la violence et la perversion des émissions qu'il diffuse, lors d'un débat télévisé : « *La raison est économique. Nous sommes une petite chaîne. Nous devons donner aux gens ce qu'ils ne peuvent trouver ailleurs* ». Dès son commencement, le film de David Cronenberg porte le sceau d'une violence sanglante, distillée par des signes d'abord bénins (les lettres orange du titre du film, la tâche de sauce tomate laissée par Max sur les photos érotiques, annonçant l'interconnexion entre sexe et brutalité ; puis l'affiche en arrière-plan arborant un « *Something* » sanglant lorsque Max déclare : « *Je cherche quelque chose (something) qui va percer. Un truc dur*¹⁵⁷. »). Les signes connotant la violence seront ensuite beaucoup plus tangibles, se matérialisant dans la scène intime entre Max et Nicki, dans l'atmosphère orangée de la lumière télévisuelle et bientôt

¹⁵⁶ L'évolution du dispositif scénique de l'émission, notamment insufflé par Christensen, atteste du passage de l'émission d'information à l'émission de divertissement : présence d'un public, ajout de séquences ayant peu de rapport avec l'information (« Sybil la Pythie », « Jim Webbing et son service justice », « Mlle Mata Hari et ses squelettes dans le placard », « Vox Populi »).

¹⁵⁷ « *I'm lookin for something that'll break through, you know? Something... tough.* »

confondue avec le programme « Videodrome », ou dans les stigmates corporels que Max subit à cause du signal télévisuel¹⁵⁸.

Le rouge et l'orange sont ainsi les teintes dominantes de la photographie dans *Videodrome*, et méritent que l'on prête attention aux dimensions esthétique et symbolique qu'elles véhiculent¹⁵⁹. L'orange, utilisé donc dès le générique, n'est pas sans rappeler la violence, et particulièrement au cinéma, qui l'a immortalisé comme couleur de la brutalité et de l'agressivité dans *Orange Mécanique* de Stanley Kubrick. Le rouge est associé au personnage de Nicki, qui apparaît pour la première fois vêtue d'une robe dont l'aspect aguicheur ne laisse pas Max indifférent sur le plateau du « Rena King Show ». Le spectacle télévisé est ainsi intimement lié au plaisir sadique et à la violence dans le film de Cronenberg, se faisant le moteur d'un contenu dégradant et dégradé. La deuxième fois que Max Renn visionne « Videodrome », son échange avec Harlan, l'employé de *Civic TV* chargé de pirater le signal, est révélateur de cette dégradation du contenu au profit de sa rentabilité :

Max : *Elle va s'éclaircir cette histoire ? C'est qui, ce Black ? C'est un prisonnier politique ?*

Harlan : *Y'a pas d'histoire. Ça continue comme ça pendant une heure. [...] Torture, meurtre, mutilation...*

Max : *On ne sort pas de cette pièce ?*

Harlan : *Non. C'est vraiment malsain. Pour pervers uniquement.*

Max : *C'est génial. Il n'y a aucun frais de production. On ne peut pas en décoller, c'est incroyablement réaliste.*

L'absence de récit, de narration et de personnages sont pour Max des arguments positifs, car seul compte pour lui le spectacle sadique d'inconnus torturés à mort, peu coûteux, d'autant qu'il parvient à capter ce programme illégalement. La violence qu'entraîne le contenu télévisuel déprécié atteindra bientôt un point de non-retour, concrétisé par la phrase de Bianca O'Blivion à Max, au moment où l'écran de télévision se métamorphose pour tirer sur ce dernier : « «Videodrome», c'est la mort ».

Enfin, dans *The Truman Show*, c'est bien pour attirer un public déçu par l'artificialité de la fiction que Christof justifie l'invention de son émission de télé-réalité. Sa volonté de voir sa « star » rester à Seahaven le pousse à opérer des choix « scénaristiques » extrêmes : feindre de faire mourir le « père » de

¹⁵⁸ Cf. annexe 3-q.

¹⁵⁹ “Color tends to be a subconscious element in the film; it is strongly emotional in its appeal, expressive and atmospheric [...] warm colors suggest aggressiveness, violence and stimulation.” Louis Giannetti, *Understanding Movies*, cité par Jakub Vémola, “Reflections of Marshall McLuhan’s Media Theory in the Cinematic Work of David Cronenberg and Atom Egoyan”, Master’s Diploma Thesis, Masaryk University, Brno, 2009, p. 58.

Truman devant ce dernier, encore enfant (avant de le faire ressusciter vingt ans plus tard), puis risquer de tuer Truman lui-même en provoquant une tempête lorsqu'il tente de s'échapper en bateau.

Le film de Peter Weir nous rappelle également que là où est la télévision, la publicité n'est jamais bien loin. Le principe de l'émission « The Truman Show » de n'être jamais interrompue – elle est diffusée 24h/24, 7 jours/7 dans le monde entier – transforme le quotidien de Truman en une publicité permanente, puisqu'il n'y a pas de coupures dédiées. Les plans du *show* sont ainsi investis par des placements de produits télévisuels plus que grossiers, évidents pour les spectateurs du film, et qui ne tarderont pas à le devenir pour le héros. Sa femme lui vante ainsi les mérites d'un couteau multitâche, de la toute dernière tondeuse à gazon, ou du cacao en poudre *Mococoa*. Son meilleur ami Marlon se délecte ostensiblement de sa canette de bière, s'exclamant ensuite : « *Ça, c'est de la bière* ». Truman est également arrêté chaque semaine par des jumeaux qui le saluent toujours au même endroit, devant un panneau publicitaire, de sorte que ce dernier puisse être longuement filmé. L'analyse de ces séquences a montré en quoi les mouvements de zoom, l'éclairage ou encore l'expression des comédiens créaient des ruptures dans le mouvement d'authenticité de l'émission. Truman finit donc lui-même par se rendre compte de l'incongruité de ces pauses commerciales, demandant à sa femme à qui elle s'adresse lorsqu'elle fait les louanges du *Mococoa*. Interviewé plus tard dans le film, Christof explique que « *tout est à vendre* » dans « The Truman Show » : « *les costumes, les produits, les maisons* ». Nous apprenons alors que ces placements de produits et ces ventes génèrent d'immenses bénéfices, « *l'équivalent du PNB d'un petit pays*. » Seahaven, ville-catalogue où tout paraît neuf, propre et entretenu, symbolise ainsi la cupidité de la télévision, où tout est produit dans une logique de rentabilité, où chaque élément a un prix. Même la bière promue par Marlon est consommée, dans le *Truman bar*, par des téléspectateurs réunis devant l'émission¹⁶⁰.

Ces derniers exemples suggèrent qu'au-delà du contenu télévisuel, c'est la réalité elle-même que la télévision finit par vider de sens, de valeur et d'émotion à force de vouloir la spectaculariser et la monnayer.

c. *Des effets sur le réel*

Si sa promesse principale est celle de son « authenticité », il faut bien que la télévision incorpore de l'authentique à son contenu, et donc du réel. Dans la représentation qui en est faite au cinéma, cette insertion n'est pas sans effet sur la réalité elle-même. Une dimension récurrente et fondamentale du discours sur la télévision dans les trois films de notre corpus est en effet de souligner la frontière toujours plus poreuse entre le contenu télévisuel et le « vrai » monde. *Network*, *Videodrome* et *The Truman Show* présentent d'ailleurs, d'un film à l'autre, une gradation intéressante à cet égard, corollaire de leurs sorties successives.

¹⁶⁰ Cf. annexe 3-r.

Dans *Network* (1976), nous avons vu en quoi les harangues d'Howard Beale pouvaient infléchir le comportement des téléspectateurs, ces derniers obéissant à son injonction de « *se mettre en colère* ». Le film de Sydney Lumet met en avant le pouvoir du discours télévisuel, la propension des mots, une fois prononcés en direct, à pouvoir modifier la réalité, voire à instaurer un nouvel ordre des choses, un état de fait social. En témoignent cet extrait d'une des tirades du présentateur vedette, après la mort du président d'UBS :

Annonceur : *Mesdames et Messieurs, voici "Network News", avec [...] le prophète enragé de la télévision, Howard Beale !* (applaudissements et musique d'orchestre)
Howard Beale : *Edward George Ruddy est mort ce matin. Edward George Ruddy était le président du directoire de la Union Broadcasting Systems et il est mort à 11 heures ce matin d'une crise cardiaque, pauvres de nous. [...] Pourquoi ça nous concerne ? Parce que vous et 62 millions d'Américains êtes en train de m'écouter ! Parce que moins de 3 % d'entre vous lisent des livres ! Parce que moins de 15 % d'entre vous lisent des journaux. Parce que la seule vérité que vous connaissez est celle qui sort de la télé. Aujourd'hui, une génération entière ne connaît rien d'autre que ce qui sort de la télé ! [...] Elle fait élire ou chuter des présidents, des papes et des premiers ministres. La télé est la plus incroyable force dans ce monde sans dieu ! Et malheur à nous si elle tombe entre de mauvaises mains. [...] Alors éteignez vos télévisions. Éteignez-les. Éteignez-les maintenant. Éteignez-les et laissez-les. Éteignez-les au milieu de la phrase que je vous dis maintenant. Éteignez-les !* (Pris d'un nouveau spasme, il s'effondre).

Le contexte de cette allocution permet de réunir les conditions de succès d'un énoncé performatif, agissant sur le réel. Les conditions du prime-time télévisé en direct, avec l'introduction d'Howard Beale en tant que « *prophète de la télévision* », confèrent à ce dernier une posture symbolique légitimant son propos¹⁶¹. Le discours ininterrompu, le montage, la mise en scène, l'éclairage : tous ces éléments confèrent à l'orateur une posture et une légitimité propres à constater d'abord une réalité sociale, puis à faire advenir un nouveau paradigme au sein de cette réalité. La première partie de son monologue se concentre sur un état de fait paradoxal, qui le voit dénoncer la télévision... à la télévision¹⁶². Cette nouveauté dans le discours de Beale, due à la mort du patron d'UBS, vient alors s'opposer à ses discours antérieurs, qui « *dénonçaient les hypocrisies de notre temps* » mais ne les identifiaient pas à la télévision. Nous assistons à la naissance d'un métadiscours critique de la télévision, celui-ci ayant pour objectif de bousculer les téléspectateurs du

¹⁶¹ La reconnaissance sociale et symbolique de l'énonciateur est fondamentale dans le cadre d'un discours d'ordre performatif : « Seul le président devant l'assemblée réunie peut dire avec effet "Je déclare la séance ouverte", ou le prêtre dans l'église "Je te baptise". » Catherine Fuchs, « Actes de langage », *Encyclopædia Universalis* [article en ligne]. URL : <https://www.universalis.fr/encyclopedie/actes-de-langage/>.

¹⁶² Cette situation paradoxale n'est pas sans rappeler celle du professeur Brian O'Blivion, dans *Videodrome*, qui ne consent à apparaître à la télévision que par le biais d'un autre écran de télévision, souhaitant rappeler au public la matérialité du média qui tend à se faire oublier. Cf. *supra*, I. 3. a. *Un accueil favorisé par une matérialité commune*.

« *Network News* » dans leurs certitudes, d'affirmer une nouvelle « réalité sociale¹⁶³ », à savoir que la télévision a des effets néfastes sur son public. La fin de la tirade vise à infléchir de manière tangible la réalité, puisque Beale ordonne aux téléspectateurs d'éteindre leurs écrans.

Dans *Videodrome* (1983), les conséquences de la télévision sur le monde réel ne prennent plus seulement la forme d'actes de langage, elles sont en plus effectivement visibles, et même palpables. La tumeur que Max Renn développe au cerveau en regardant « Videodrome » le fait halluciner, et sa perception du monde s'en trouve affectée. Les effets du média *se font chair*, affectant le corps de Max – sa cicatrice se transforme en fente vaginale, sa main droite fusionne avec son pistolet – mais aussi la télévision elle-même – elle se met à respirer et à se mouvoir, les cassettes vidéo prennent vie. Le traitement de David Cronenberg laisse à dessein planer le doute sur ce qui tient de la réalité et ce qui est halluciné par Max, annihilant finalement la frontière entre les deux (dans plusieurs séquences Max présente des altérations physiques, avant de reprendre dans le plan suivant une apparence normale). Comme l'énonce le professeur O'Blivion, lui-même victime du signal « Videodrome » qu'il a participé à créer :

« Je crois que la tumeur dans ma tête, cette tête, celle-ci, là... Je pense que ce n'est pas vraiment une tumeur, pas une petite excroissance de chair incontrôlée, sans direction, mais que c'est en réalité un nouvel organe, une nouvelle partie du cerveau. Je pense que des doses importantes du signal Videodrome créeront finalement une nouvelle excroissance du cerveau humain qui produira et contrôlera des hallucinations au point de changer la réalité humaine. Après tout il n'y a rien de vraiment réel en-dehors de notre perception du réel, n'est-ce pas ? »

Comme nous l'évoquions, les altérations mentales et physiques de Max apparaissent comme des incarnations de certaines des théories de Marshall McLuhan sur les conséquences des médias de masse pour l'Homme. Le théoricien canadien, compatriote de David Cronenberg, projette ainsi ces effets très concrètement, puisqu'il assimile le média à une sorte de prolongement des sens – sans pour autant les doter absolument d'une connotation négative. Pour lui, l'utilisation de la technologie au sens large, qui prolonge ses capacités, revient pour l'Homme à « [projeter] ou [installer] hors de lui-même un modèle réduit et en ordre de marche de son système nerveux central¹⁶⁴ ». Ce prolongement est vérifiable dès le début du film, alors que le logo de *Civic TV* se répète, se *prolonge* verticalement pour former le logo de la station 83. De même, l'intimité télévisuelle que nous soulignons dans le slogan « *Civic TV, celle que vous emmenez dans votre lit* » rejoint l'idée que « la télévision [...] est avant tout un prolongement du sens du toucher, qui est

¹⁶³ Dans *La Construction de la réalité sociale* (1995), le philosophe du langage américain John Searle estime que les actes de langage font advenir des réalités sociales, distinctes des réalités naturelles (physiques, etc.), et sur lesquelles reposent des institutions et des conventions.

¹⁶⁴ Marshall McLuhan, *Pour comprendre les médias*, Paris, Éditions Mame/Seuil, coll. « Points », 1968 [1964], p. 63.

celui qui permet le plus d'interaction de tous les sens¹⁶⁵ ». D'autres indices, comme l'appartement désordonné de Max, où les restes de pizza trempés dans le café du matin et sa solitude qui se fait sentir dès son réveil – il n'a pour compagnie que la télévision – présagent des conséquences profondes que peut avoir la télévision sur le quotidien de l'homme et ses relations interpersonnelles¹⁶⁶. Comme le note Jean Baudrillard, « la simple présence de la télévision transforme notre environnement en une sorte de cellule archaïque et fermée, en un vestige de relations humaines dont la survie est très discutable¹⁶⁷. »

Enfin, dans *The Truman Show* (1998), c'est encore un niveau au-dessus que se situe l'impact du média sur la réalité, puisqu'il en vient à reconfigurer l'existence d'un homme afin d'en faire un spectacle télévisuel. Au-delà du régime du langage ou de la perception, nous nous situons dans celui du dispositif, dans l'acception introduite par Michel Foucault :

« Un ensemble résolument hétérogène, comportant des discours, des institutions, des aménagements architecturaux, des décisions réglementaires, des lois, des mesures administratives, des énoncés scientifiques, des propositions philosophiques, morales, philanthropiques, bref : du dit, aussi bien que du non-dit, voilà les éléments du dispositif. Le dispositif lui-même, c'est le réseau qu'on peut établir entre ces éléments¹⁶⁸. »

Dans le film de Peter Weir, le dispositif a ceci d'inhabituel qu'il est clairement apparent – pour les téléspectateurs de l'émission comme pour les spectateurs du film – car il n'a été pensé que pour une personne. L'« urgence » à laquelle répond la création de ce dispositif, est, nous l'avons vu, d'ordre économique : créer les conditions d'un contrôle total exercé sur une personne afin de diffuser sa vie *telle quelle*, et séduire un public lassé de la fiction. *The Truman Show* fait ainsi écho à la description de Foucault, avec tous ces artifices mis au service de l'embrigadement de Truman. Les *discours* de ses proches, qui

¹⁶⁵ *Ibid.*, p. 378.

¹⁶⁶ Cf. annexe 3-s.

¹⁶⁷ « *The simple presence of television transforms our habitat into a kind of archaic, closed-off cell, into a vestige of human relations whose survival is highly questionable.* » Libre traduction de Jean Baudrillard, *The ecstasy of communication*, Los Angeles, Éditions Semiotext(e), 2012 [1987], p. 24.

¹⁶⁸ « Deuxièmement, ce que je voudrais repérer dans le dispositif, c'est justement la nature du lien qui peut exister entre ces éléments hétérogènes. Ainsi, tel discours peut apparaître tantôt comme programme d'une institution, tantôt au contraire comme un élément qui permet de justifier et de masquer une pratique qui, elle, reste muette, ou fonctionner comme réinterprétation seconde de cette pratique, lui donner accès à un champ nouveau de rationalité. Bref, entre ces éléments, discursifs ou non, il y a comme un jeu, des changements de position, des modifications de fonctions, qui peuvent, eux aussi, être très différents.

Troisièmement, par dispositif, j'entends une sorte - disons - de formation, qui, à un moment historique donné, a eu pour fonction majeure de répondre à une urgence. Le dispositif a donc une fonction stratégique dominante. Cela a pu être, par exemple, la résorption d'une masse de population flottante qu'une société à économie de type essentiellement mercantiliste trouvait encombrante : il y a eu là un impératif stratégique, jouant comme matrice d'un dispositif, qui est devenu peu à peu le dispositif de contrôle-assujettissement de la folie, de la maladie mentale, de la névrose. » « Le jeu de Michel Foucault » (entretien avec D. Colas, A. Grosrichard, G. Le Gaufey, J. Livi, G. Miller, J. Miller, J.-A. Miller, C. Millot, G. Wajeman), *Ornicar ? Bulletin Périodique du champ freudien*, n° 10, 1977, p. 62.

depuis toujours l'enjoignent à rester à Seahaven. Des *institutions*, comme l'école, où son institutrice lui fait comprendre très jeune qu'il est « *trop tard* » devenir explorateur, car « *il n'y a plus rien à découvrir* ». Des *aménagements architecturaux*, à l'image du pont que Truman est obligé de traverser pour quitter Seahaven Island, et ce panneau qui tend à décourager le passage : « *Vous êtes sur le point de quitter Seahaven Island ! Êtes-vous sûr que c'est une bonne idée ?* ». Des *décisions réglementaires, des lois et des mesures administratives*, en témoignent les Unes de journaux factices. Afin de justifier l'enlèvement de l'acteur jouant le père de Truman – qui s'est réintroduit en douce dans l'émission – par deux inconnus, le journal local annonce la « *répression des sans-abris* », devenus un « *problème récurrent* » à Seahaven. Autant de *dits* et de *non-dits* qui visent à exercer un contrôle total sur l'individu.

3. Un média totalitaire et mystifiant

Le cinéma donne une représentation totale de la télévision, comme en témoignent les films de notre corpus. Y apparaissent sans cesse les coulisses du spectacle télévisuel, de ce dispositif rendu invisible – qu'il s'agisse des salles de régie, des réunions de dirigeants ou de celles des employés, des caméras rendues visibles au même titre que les autres artifices destinés à invisibiliser un dispositif. La mise en exergue de ce dispositif n'est pas sans faire ressortir la nature du pouvoir qui en est à l'origine, ainsi que ses ambitions.

a. "You're on television!" : autoritarisme télévisuel et aliénation des masses

Une phrase nous a marqué en ce qu'elle revient comme un mantra dans deux des trois films de notre corpus. Les personnages tout-puissants que sont Arthur Jenssen (propriétaire du conglomérat CCA dans *Network*) et Christof (créateur du « Truman Show ») la prononcent tous deux comme un principe résumant la gravité qu'implique le direct télévisuel, et servant de justification à tous les excès. Jenssen, sermonnant un Howard Beale parti trop loin dans sa dénonciation du système – puisqu'il s'attaquait aussi à la télévision, et notamment au rachat par les Saoudiens de la CCA – l'enjoint à arrêter ses discours dépassés. Le présentateur est désormais sommé de prêcher l'évangile du nouveau monde : « *un système holistique de systèmes. Un système immense, monstrueux, entremêlé, interactif et multivarié, un empire multinational de dollars* ». Quand Beale lui demande, interloqué, pourquoi avoir porté son choix sur lui, Jenssen répond laconiquement : « *Parce que vous êtes à la télévision, idiot.* » À la fin de *The Truman Show*, Christof s'adresse à Truman par écran interposé pour tenter de le retenir dans l'émission qu'il a « *créée pour lui* ». Il se veut alors rassurant et sincère : « *Ce n'est pas grave. Je comprends. Je t'ai suivi toute ta vie. [...] Tu ne peux pas partir. Ta place est ici. Avec moi. Parle-moi. Dis quelque chose.* » Mais comme Truman ne lui répond pas, et reste dos à la caméra, Christof s'impatiente, pour finir par briser la relation d'intimité qu'il

avait tenté d'instaurer en rappelant le véritable contexte de leur échange : « *Parle, bon sang ! Tu es à la télévision ! En direct dans le monde entier*¹⁶⁹ ! ».

La phrase « *You're on television* » s'adresse à deux personnages dont la situation est certes bien différente, l'un étant conscient d'être à la télévision puisqu'il s'agit de son métier, l'autre découvrant tout juste que sa vie entière n'était qu'une vaste mise en scène télévisée. Pourtant, ils se rejoignent sur le fait qu'ils sont tous deux exploités, utilisés à leur insu, Howard Beale n'étant plus maître de ce qu'il dit dans son émission. Cette idée d'une télévision aliénante, qui dépossède l'individu pour mieux l'utiliser, est encore plus prégnante dans *Videodrome*. Le signal créé par le professeur Brian O'Blivion est détourné de son intention première par Barry Convex et *Spectacular Optical*, qui l'introduisent dans un *snuff movie*¹⁷⁰. Comme l'explique Barry Convex à Max, insérer le signal dans de violentes images sadomasochistes permet d'affecter plus intensément le système nerveux du spectateur, « *d'ouvrir des récepteurs dans le cerveau et la moelle épinière, [permettant] au signal de s'imprégner.* » Les hallucinations provoquées par ce visionnage permettent alors de contrôler Max, ce qui s'incarne littéralement par la possibilité d'insérer des cassettes dans la fente abdominale de ce dernier pour le programmer. Cette intégration de l'instrument médiatique dans la chair humaine apparaît comme une interprétation très pessimiste du média comme extension des sens et des capacités humaines. Brian O'Blivion explique par ailleurs que « *l'écran fait partie de la structure physique du cerveau.* » La frontière est ainsi abolie entre l'humain et le média, entre l'outil et l'utilisateur. La cassette insérée par autrui dans cette cicatrice-vagin de Max symbolise à la fois la violation de l'espace intime, la colonisation de la vie privée par la télévision, ainsi que les possibilités de manipulation que permet cette dernière sur les téléspectateurs. Ce « viol » de sa conscience n'est évidemment pas indolore pour Max, qui souffre visiblement de ces hallucinations très réalistes, palpables¹⁷¹. C'est ainsi que Barry Convex, Harlan et leur obscure entreprise entendent contrôler les masses qui regardent des programmes comme ceux diffusés par *Civic TV*, vecteurs selon eux d'une dépravation morale qui pourrait bien être fatale pour les États-Unis et le Canada. Comme l'explique Harlan à Max :

« L'Amérique se ramollit, patron, et le reste du monde s'endurcit. De plus en plus. C'est un âge nouveau et brutal qui commence. Et nous allons devoir être purs, directs, et forts... si nous voulons y survivre. Alors toi, et ce... tas de fumier que tu appelles une chaîne de télé, et ton personnel qui s'y vautre, et tes téléspectateurs qui vous regardent faire... Vous nous pourrissez de l'intérieur. Nous voulons arrêter cette pourriture. »

¹⁶⁹ Cf. annexe 3-u.

¹⁷⁰ « *Snuff movie* et *snuff film* sont des termes désignant une vidéo ou un long-métrage mettant en scène la torture, le meurtre, le suicide ou le viol d'une ou plusieurs personnes. Dans ces films clandestins, la victime est censée ne pas être un acteur mais une personne véritablement tuée ou torturée. » Article en ligne « *Snuff movie* », *Wikipédia*. URL : https://fr.wikipedia.org/wiki/Snuff_movie.

¹⁷¹ Cf. annexe 3-u.

Ce plan de contrôle des masses s'apparente à une mesure d'ingénierie sociale, qui entend purifier une nation dévoyée par la télévision au moyen de cette même télévision. Nous retrouvons ici la réversibilité du média *pharmakon*, mais ici le remède est également utilisé à des fins de nuisance.

N'oublions pas tout de même que « le médium n'est pas moins corporéité que matérialité. Il y a l'outil, et il y a le geste, personnel ou collectif¹⁷² ». Barry Convex et Harlan rejoignent une typologie de personnages qui se dégage assez clairement de nos films traitant de la télévision. Avec Frank Hackett dans *Network* et Christof dans *The Truman Show*, les dirigeants de l'industrie télévisuelle – ou aspirants dirigeants dans *Videodrome* – présentent des caractères et des ambitions aux allures totalitaires. Hackett témoigne de tendances irascibles, s'emportant violemment contre ses interlocuteurs dans presque chaque scène du film où il apparaît¹⁷³. Son unique ambition est de prendre la tête du conglomerat CCA, qui possède le *network* UBS, et il est vite évident que Nelson Chaney, président de la chaîne, n'a que bien peu de poids lorsqu'il tente de s'opposer aux décisions de Hackett.

Christof contrôle absolument chaque aspect du « Truman Show », il en fait littéralement la pluie et le beau temps – puisqu'il a le contrôle de la fausse météo du studio – et dirige chaque acteur présent dans l'émission. Son degré de contrôle sur Truman est tel que ce dernier n'a aucun moyen effectif de s'opposer à cet enfermement, puisqu'il n'a pas même conscience d'être enfermé. Cette impossibilité de s'opposer à un système aliénant et coercitif par manque de moyen ou d'information est caractéristique d'un système totalitaire, d'un dispositif despotique. Prenons pour exemple les méthodes de propagande et de dissuasion subliminale opérées par Christof pour retenir Truman à Seahaven. Nous avons vu en quoi les Unes véhiculées par les journaux pouvaient opérer une fonction d'ancrage fallacieuse pour Truman, ou encore en quoi Seahaven se caractérisait comme un vaste dispositif d'embrigadement moral et physique. Outre les grossières affiches et les messages radiophoniques prévenant directement Truman des dangers de l'avion, les phobies les plus profondes de ce dernier sont cultivées, notamment pour l'empêcher de prendre le bateau. Par petites touches, la noyade tragiquement organisée de son père lui est rappelée lorsqu'il « doit » se rendre sur l'île de Harbor et qu'il « tombe » sur une barque échouée, ou lorsque la pluie le vise spécifiquement, dans une séquence cocasse, pour accentuer son sentiment de solitude face à la mer. Enfin, dans la séquence où Christof répond aux questions des téléspectateurs dans « L'heure de vérité », un appel provient de La Haye, mais la communication n'a pas démarré qu'elle est aussitôt interrompue. Cette coupure entre le

¹⁷² Régis Debray, « Histoire des quatre M », *Cahiers de médiologie*, n°6, « Pourquoi les médiologues ? », 1998, p. 13.

¹⁷³ Cf. annexe 3-v.

réalisateur et la « capitale du monde légale », qui abrite notamment la Cour pénale internationale¹⁷⁴, connote une non-communication entre l'institution télévisuelle et celle des droits de l'Homme¹⁷⁵.

Deux derniers détails cachés dans *Network* et *Videodrome* viennent confirmer cette intuition d'une industrie télévisuelle gangrenée par les velléités de domination totalitaire qu'elle permet. Au début du film de Sydney Lumet, dans le bureau de Nelson Chaney, la bibliothèque abrite un livre dont le flanc est ornée d'une croix gammée. Au début de celui de David Cronenberg, un œil averti peut repérer un drôle de photomontage sur un des murs de Max Renn : Hitler vêtu d'un tutu et perché sur des échasses. Il s'agit en fait d'un collage réalisé par Marinus Jacob Kjelgaard, journaliste danois ayant détourné les photographies de plusieurs dictateurs durant l'entre-deux guerres. Sa présence chez Max présage ainsi de l'esprit critique nécessaire pour contrer la montée en puissance d'un média fascisant¹⁷⁶.

Network, *Videodrome* et *The Truman Show* nous laissent ainsi penser que le cinéma américain, lorsqu'il s'est (em)paré du petit écran, a voulu dévoiler son potentiel totalitaire. Rejoignant les propos de François-Bernard Huyghe, il a montré que « les médias sont d'abord pensés comme les multiplicateurs de la propagande « dure » ou les servants de *Big Brother*. Mais aussi comme les responsables d'une aliénation douce et d'une molle passivité¹⁷⁷. »

b. La télévision comme nouvelle religion

La télévision apparaît donc, dans ses occurrences intermédiaires au cinéma, comme média totalitaire dans les deux sens du terme. Elle n'admet d'une part aucune contestation, ne permet aucune opposition organisée. D'autre part, elle a la capacité d'englober tous les aspects de la vie humaine, et d'impacter la réalité de celle-ci de façon néfaste. Son affirmation en tant que nouveau média de masse, devenu le centre de la vie sociale contemporaine, est au cœur des trois films de notre corpus. À la lumière de l'assertion pleine d'écœurement d'Howard Beale, nous comprenons que c'est aussi l'importance accordée par la société au petit écran qui en fait un danger : « *Vous faites tout ce que vous dit la télé ! Vous vous habillez et mangez comme la télé, vous éduquez vos enfants et pensez comme la télé. C'est de la folie collective, bande de malades !* ». Un des traits récurrents pour le cinéma américain des années 1970 aux

¹⁷⁴ La Cour pénale internationale est entre autres chargée de juger les personnes accusées de crime contre l'humanité. Cette incrimination, créée en 1945, désigne une « violation délibérée et ignominieuse des droits fondamentaux d'un individu ou d'un groupe d'individus inspirée par des motifs politiques, philosophiques, raciaux ou religieux ». Jean-Philippe Feldman, « Crime contre l'humanité », *Dictionnaire de la culture juridique*, dir. Denis Alland et Stéphane Rials, éd. PUF, 2003.

¹⁷⁵ Cf. annexe 3-v.

¹⁷⁶ Cf. annexe 3-v.

¹⁷⁷ François-Bernard Huyghe, *L'ennemi à l'ère du numérique. Chaos, information, domination*. PUF, 2001, p. 165.

années 1990 est ainsi d'ériger la télévision en nouvelle religion d'une époque pour laquelle « ce qui est sacré n'est que l'*illusion*, mais ce qui est profane, c'est la *vérité*. Mieux, le sacré grandit à ses yeux à mesure que décroît la vérité et que progresse l'illusion, si bien que *le comble de l'illusion* est aussi pour [elle] *le comble du sacré*¹⁷⁸. »

Howard Beale, Brian O'Blivion ou encore Christof, apparaissent comme des « *prophètes médiatiques* », expression que l'on retrouve telle quelle dans *Network* et *Videodrome*. Christof, en tant que créateur d'un nouveau type de télé réalité, est désigné comme « *le plus grand télé visionnaire* » dans *The Truman Show*. Les trois hommes possèdent donc la caractéristique commune d'être des « interprètes de la volonté d'une divinité pour le présent ou pour l'avenir¹⁷⁹ ».

Brian O'Blivion a créé avec sa fille, Bianca, la « Mission du Tube Cathodique », dont le dessein, à l'image d'une association religieuse, est d'aider les plus démunis à accéder à l'image télévisuelle. Ces derniers peuvent ainsi se rattacher à la « *table de mixage du monde* », comme l'explique Bianca O'Blivion à Max, c'est-à-dire conserver un semblant de lien social que seule la télévision permet. Celui qui ne vouerait pas chaque jour un culte à cette nouvelle divinité serait considéré comme mécréant et rejeté par ses pairs. Le personnage de Max Renn peut s'assimiler à celui d'un martyr, voire du Christ, endurant un chemin de croix qui le marque de stigmates. À la fin du film, Max accomplit la Parole de la télévision (proférée par Nicki) et devient ainsi « la nouvelle chair », acceptant de mourir pour rejoindre un au-delà et ne faire qu'un avec la télévision. Cette dernière représente un nouveau paradis, que l'Homme peut atteindre en délaissant son enveloppe charnelle, étape intermédiaire avant la fusion définitive avec le média¹⁸⁰.

L'analogie va encore plus loin dans *The Truman Show* avec Christof, que l'on peut rapprocher de la figure du Créateur lui-même, puisqu'il a conçu un « *monde dans le monde* ». La régie du « Truman Show » se situant dans le « ciel » de Seahaven, sa position physique renvoie directement à celle d'une divinité supérieure aux humains, qui les domine et les surveille, les commande et les observe. C'est lui qui a édicté les lois de ce monde, il dirige les hommes et les femmes qui obéissent à sa voix et se soumettent de bon gré à ses décisions. Il incarne la figure au fondement de toute religion, celle du Dieu qui connaît les faits et gestes, punit ou gratifie. L'ensemble des acteurs, à la manière d'anges, toujours à l'écoute grâce à leurs oreillettes et prêts à lui obéir, veillent à ce que *sa volonté soit toujours faite*. Marlon et Meryl, respectivement meilleur ami et sa femme de Truman, guident ce dernier sur le droit chemin tels des anges gardiens, et font tout, avec les autres, pour le faire rester dans ce paradis terrestre. Les anges rebelles s'en

¹⁷⁸ Ludwig Feuerbach, cité par Guy Debord, *La Société du Spectacle*, Gallimard, 1992 [1967], p. 13.

¹⁷⁹ Définition de « prophète », dictionnaire Larousse en ligne, URL : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/proph%C3%A8te/64371>.

¹⁸⁰ Cf. annexe 3-w.

voient eux exclus, et notamment Sylvia, déchue de son rang pour avoir voulu dévier du plan divin et révéler à Truman la vraie nature de sa condition.

La dernière séquence du film, lorsque Truman tente de s'évader à bord de son petit voilier, permet de nourrir la métaphore. Pensant connaître mieux que quiconque sa créature qu'il a fini par rendre aquaphobe, et que celle-ci prendra peur, Christof et son assistant prennent le contrôle de la météo pour déclencher une tempête sur le bateau de Truman. À la manière d'un demiurge omnipotent, Christof peut donner par trois fois l'ordre de déclencher la foudre, ou encore d'augmenter la force du vent de manière démesurée afin de faire chavirer le fugitif. Lorsque la potentielle mort de Truman en direct finit par inquiéter un des producteurs, Christof lui rétorque qu' « *il est né en direct* », justifiant ainsi son pouvoir de vie et de mort sur lui. Certains plans de coupe sur les téléspectateurs nous permettent de voir à quel point le monde entier retient son souffle face à un Truman sur le point de se noyer, les yeux rivés sur les écrans de télévision. Pour eux, c'est Truman qui fait office d'icône, c'est la figure qui « *donne espoir, joie et inspiration à des millions de gens* » selon les mots de Christof. En témoignent les très nombreuses photographies, les affiches, les témoignages d'affection dédiés au héros que l'on retrouve sur les murs, les tables et même les coussins des téléspectateurs.

Alors qu'à force de détermination, Truman réussit à échapper à la noyade, et parvient enfin au bout de ce monde factice, Christof lui adresse directement la parole pour la première fois, restant invisible pour son interlocuteur. La voix résonnante, dont Truman ne peut situer l'origine, est associée à un plan du ciel dont les rayons du soleil percent glorieusement les nuages. Il demeure inconnaissable pour Truman, qui pose alors la question métaphysique inhérente à l'intuition du divin : « *Qui êtes-vous ?* »¹⁸¹.

Conclusion partielle

Cette deuxième partie entendait vérifier l'hypothèse suivante : la représentation cinématographique de la télévision aboutirait principalement à discours critique vis-à-vis de la télévision. En évoquant rapidement d'autres cas de phénomènes intermédiatiques dans le cinéma américain, nous avons constaté que la cinégénie était vérifiable pour d'autres médias, quand bien même ceux-ci n'auraient que peu ou pas de traits pertinents du langage communs à ceux du cinéma. Il est en revanche apparu que les médias de masse héritaient d'un regard ambivalent de la part de la production cinématographique, cette dernière mettant au jour la nature binaire de *pharmakon* propre à tout média. N'échappant pas à cette règle, les remédiations opérées par télévision lorsqu'elle est convoquée dans le texte cinématographique sont vouées à se retourner contre elle, à être désignées comme des potentialités de nuisance qui lui sont

¹⁸¹ Cf. annexe 3-v.

inhérentes. Nous en avons logiquement déduit que le cinéma dystopique offre une configuration médiatique propice à la représentation de la télévision, puisque la dystopie consiste avant tout en une projection pessimiste de l'évolution de la technique vis-à-vis de l'homme.

En nous attardant plus précisément sur le contenu des films de notre corpus, c'est le double manque de valeur de la télévision qui s'est dessiné dans le discours cinématographique. Manque d'intérêt et de sens profond dans *Network*, caractérisé par une paradoxale relégation au second plan de la télévision dans un film qui en fait sa thématique principale. Manque de morale ensuite, dans les trois films, dans la mesure où toute l'industrie du petit écran y est motivée par des objectifs d'audimat et de rentabilité. Nos analyses ont montré en quoi cette dépréciation du contenu télévisuel ne tardait pas à avoir des effets sur le réel, avec une gradation discursive d'un film à l'autre : effets d'une parole performative dans *Network*, effets psychiques et physiques dans *Videodrome*, effets rendus visibles par un dispositif despotique dans *The Truman Show*.

Si la télévision a autant de prise néfaste sur le réel, c'est qu'elle s'impose sans contestation possible, détenant en elle les germes d'un média fascisant et mystifiant, moteurs de l'aliénation des masses et de l'individu. Les personnages télévisuels présentent dans les films analysés des typologies assimilables à des gouvernants totalitaires ou à des divinités, à des exécutants froids et dociles ou à des anges sommés de respecter un plan divin.

Notre deuxième hypothèse s'avère ainsi validée, le « discours d'escorte » du cinéma vis-à-vis du motif télévisuel étant largement, dans notre cas, dépréciatif. La question n'en est pas épuisée pour autant, puisqu'après le *comment* du discours vient son *pourquoi*, ses motivations profondes. C'est la réponse à ce *pourquoi* qui pourrait nous permettre de dresser de (prudentes) conclusions sur le rôle de cette dépréciation intermédiatique.

III. L'INTERMÉDIALITÉ COMME OUTIL RÉFLEXIF DE CONSTRUCTION IDENTITAIRE ET DE LÉGITIMATION

Au seuil de cette dernière partie, rappelons brièvement dans quelle logique celle-ci vient s'inscrire. Après avoir vérifié les conditions de réalisation d'une intermédialité impliquant l'insertion d'un motif télévisuel au cinéma – et donc d'une cinégénie de la télévision – nous avons parcouru plus en détail le contenu de cette intermédialité, révélant une posture pour le moins réprobatrice à l'égard du média représenté. Il convient désormais d'interroger les motivations profondes d'un tel discours. Comment expliquer que le cinéma américain se soit saisi de la télévision comme d'un adversaire, alors même que les deux industries furent très vite intimement liées aux États-Unis¹⁸² ?

Pour le comprendre, un détour historique s'avère indispensable pour comprendre la nature des liens entre cinéma et intermédialité, cette dernière étant indissociable du processus d'avènement du septième art. Il permettra notamment de reprendre la distinction éclairante effectuée par André Gaudreault et Philippe Marion entre intermédialité *spontanée* et intermédialité *négociée*, dans la mesure où tout média poursuit son « processus identitaire [...] en gérant de manière plus ou moins singulière l'irrépressible part d'intermédialité qui toujours le traverse¹⁸³. » Disqualifier le média nouveau-né avec les représentations, les discours et les pratiques qu'il engendre ne revient-il pas à se positionner *contre* lui, en quelque sorte à son opposé ? Et, de manière indirecte, cela ne permet-il pas de se légitimer ? Au-delà d'une querelle jalouse ou craintive de se voir remplacé, notre dernière hypothèse postulait dès lors que le récit intermédiatique du cinéma américain participe en creux d'un discours réflexif positif, sur le rôle salubre du cinéma et sa nature fondamentalement artistique – par opposition à la nature *purement* médiatique de la télévision.

¹⁸² Affaiblie par l'évolution démographique d'après-2nde Guerre mondiale – le *baby-boom* conduit à une désertification des centres-villes, et donc des cinémas, au profit des banlieues – et par le développement spectaculaire de la télévision, l'industrie hollywoodienne se tourne rapidement vers cette nouvelle championne du divertissement. Dès les années 1950, des grands noms du cinéma tournent pour la télévision, à l'image de John Ford (*La révélation de l'année*), Franck Borzage (*Ma rencontre avec Caruso*) ou Ida Lupino (*Recherché pour meurtre*). Par ailleurs, les *majors* perçoivent dès les années 1930 le potentiel que présente le nouveau *mass media*, commandant par exemple des études sur la transition de l'industrie cinématographique vers l'ère télévisuelle. Dans les années 1960, toutes les compagnies hollywoodiennes majeures possèdent des filiales de production pour la télévision. Hollywood s'était déjà mis vendre à ses catalogues de films aux *networks*, mais à la fin des années 1960, victimes de leur succès, le nombre de films produits par les majors directement pour le marché de la télévision ("*made for television*") surpasse le nombre de films de cinéma diffusés par les *networks*. Joël Augros, Kira Kitsopanidou, *Une histoire du cinéma américain. Stratégies, révolutions et mutations au XX^{ème} siècle* (2^{ème} édition), Paris, Armand Colin, 2016, pp. 113-166.

¹⁸³ André Gaudreault, Philippe Marion, « Un média naît toujours deux fois... », *Sociétés & Représentations*, Éditions de la Sorbonne, n°9, 2000, p. 22

1. L'intermédialité, outil de construction identitaire du cinéma

L'histoire du cinéma, et notamment de ses débuts, permet de comprendre en quoi son identité médiatique est loin de s'être imposée d'emblée. Avant de recourir à des représentations intermédiatiques dans certains de ses schèmes narratifs, le cinéma a en quelque sorte *subi* une intermédialité dont il a dû se départir afin d'acter son avènement et sa singularité.

a. Naissance et avènement du cinéma : de l'intermédialité spontanée...

Les théoriciens de l'intermédialité ont plusieurs fois rappelé l'histoire et même la « préhistoire¹⁸⁴ » de ce concept depuis les années 1980, indiquant ainsi clairement que si son étude formelle était récente, le phénomène ne l'était pas. Jürgen Müller explique ainsi que le terme « *intermedium* » apparaît dès le *Quattrocento*¹⁸⁵ italien, où il renvoie à cet interlude théâtral ou musical, indépendant de la pièce principale. Certes, le mot ne fut employé qu'à partir de 1812 pour désigner un phénomène basé sur les fonctions narratives de l'allégorie, figure se situant à mi-chemin « entre personne et personnification, entre le général et le spécifique¹⁸⁶. » Mais il peut tout à fait rendre compte, rétroactivement, des interactions entre les différents genres qui opéraient dès l'Antiquité, comme en témoignent les travaux des théoriciens de cette époque. Aristote concevait déjà, selon Müller, « la poésie et la musique comme une *unité intermédiatique*. » La séparation stricte des genres, opérée par les poéticiens des XIX^e et XX^e siècles, répondait à la volonté d'établir une taxinomie claire et rigoureuse conduisant à classifier et ordonner les arts et les médias sans les laisser s'entrecroiser. Rick Altman définit ainsi l'intermédialité comme une étape fondamentale dans le processus de détermination d'un média, et en particulier dans celui du cinéma :

« Au contraire, en son sens fort, l'intermédialité devrait désigner, à mon avis, une étape historique, un état transitoire au cours duquel une forme en voie de devenir un média à part entière se trouve encore partagée entre plusieurs médias existants, à un point tel que sa propre identité reste en suspens. Jusque vers 1910, ce qu'on appelle aujourd'hui le cinéma se trouvait dans une situation foncièrement intermédiatique. Tirailé entre plusieurs médias cherchant tous à s'approprier sa nouveauté technologique, le cinéma n'allait sortir de l'intermédialité qu'après s'être définitivement séparé de tous ces autres médias. Afin de

¹⁸⁴ Jürgen E. Müller, "Intermediality Revisited: Some Reflections about Basic Principles of this *Axe de Pertinence*", in Lars Elleström (éd.), *Media Borders, Multimodality and Intermediality*, Basingstoke / New York, Palgrave Mac Millan, 2010, p. 241.

¹⁸⁵ Le *Quattrocento*, contraction de *millequattrocento* en italien, désigne le XV^e siècle italien, succédant au Moyen Âge. C'est le siècle de la Première Renaissance, mouvement qui amorce le début de la Renaissance en Europe.

¹⁸⁶ Jürgen E. Müller, « Vers l'intermédialité : histoires, positions et options d'un axe de pertinence », *Médiamorphoses. L'identité des médias en question*, n°16, 2006, p.101 pour cette citation et la suivante.

conquérir son identité, le cinéma dut désertier l'armée du théâtre, le bataillon des vues ou la division photographique¹⁸⁷ ».

Le cinéma des premiers temps (1890-1920) se distingue ainsi largement de la conception que nous en avons aujourd'hui, en ce qu'il ne constituait pas un média indépendant et stabilisé. Le cinématographe ne pouvait en effet se définir que par sa capacité à prolonger, à assurer différemment la représentation de spectacles qui lui préexistaient et auxquelles il fut, dans un premier temps, inféodé. Il permettait donc de profiter différemment d'un spectacle scénique comme la magie, le vaudeville, le drame ou la farce, avant de parvenir à s'autonomiser progressivement¹⁸⁸. André Gaudreault et Philippe Marion décrivent ce parcours du média naissant qui doit trouver « son exactitude, c'est-à-dire *sa* manière à lui de transcender l'inexprimable » au sein d'un « intelligible médiatique¹⁸⁹ » préexistant. En prenant justement l'exemple du cinéma, ils soutiennent la thèse que la véritable naissance d'un média – qu'ils nomment *avènement* – n'advient pas au moment de son apparition technique, mais plus tardivement, lorsque celui-ci est parvenu à s'extirper d'une sorte d'intermédialité *spontanée* et à s'affirmer artistiquement et institutionnellement. Cette phase d'*émergence* passe alors nécessairement par « un branle-bas autoréflexif, débridé et échevelé, fondé sur une sorte d'angoisse liée à l'incertitude identitaire¹⁹⁰ ».

Pour caractériser plus précisément cette phase d'*émergence*, avançons à la moitié des années 1920, alors que le son s'ajoute désormais à l'image cinématographique. Confronté aux autres médias sonores, plus établis que lui (le téléphone, le phonographe, la radio), le cinématographe se trouve à nouveau confronté à une situation intermédiatique *spontanée* intense. Il va jusqu'à en perdre son nom au profit de multiples désignations, témoins de son manque d'identité fixe : « talkie », « speakie », « dramaphone », « cineoral », « audifilm », « pictovox » ou encore « phonoplay ». Il faudra attendre les années 1930 pour que le média nouvellement *audiovisuel*, enfin sorti de cette situation d'auxiliaire intermédiatique, soit à nouveau et définitivement nommé « cinéma ». C'est au prix de trois procédés intermédiatiques, décrits par Rick

¹⁸⁷ Rick Altman, « De l'intermédialité au multimédia : cinéma, médias, avènement du son », *Cinémas*, Vol.10, n°1, 1999, p. 38.

¹⁸⁸ Comme le note Florence Gavras, « dès ses débuts, en effet, le cinéma a dû s'affranchir d'autres arts qui semblaient des figures tutélaires trop proches, et, partant, prendre le pas sur la création cinématographique : ainsi en fut-il du théâtre, qui a longtemps influencé le jeu des acteurs, mais aussi les choix de cadrage et l'organisation de l'espace au cinéma en imposant une vue frontale, sur le modèle d'une boîte ouverte d'un seul côté, celui où se tient le public de théâtre. Ainsi en fut-il de la musique, qui, avant d'être intégrée à la bande sonore, a longtemps accompagné la projection des films muets. D'une manière plus générale, le cinéma peut apparaître comme un art composite, résultant d'un ensemble d'opérations qui emprunte à d'autres arts plus anciens [...] » Florence Gavras, « Mimésis, narrativité, expressivité. Le cinéma dans son rapport au réel », Thèse de Philosophie, Université Charles de Gaulle, Lille III, 2014, p. 166.

¹⁸⁹ André Gaudreault, Philippe Marion, « Un média naît toujours deux fois... », *Sociétés & Représentations*, Éditions de la Sorbonne, n°9, 2000, p. 22.

¹⁹⁰ *Ibid.*, p. 34.

Altman, que sera rendue possible l'émergence du cinéma-en-devenir : la *citation*, l'*exploitation* et enfin la *séparation*.

La *citation*, qui revient à emprunter l'identité d'un autre média pour constituer la sienne, ne s'avère guère efficace pour sortir de l'anonymat intermédiatique. En effet, pour prouver qu'il est capable de réaliser ce que font les autres médias, le cinéma n'en finit que trop assimilé à ces derniers. « Chaque citation se veut une preuve de ce que le cinéma est capable de tout ce que peut un autre média : cinéma = média x. Mais paradoxalement, se voulant égal aux autres, le cinéma en vient à prouver qu'il lui manque une identité propre¹⁹¹. »

Vint donc l'étape de l'*exploitation*, le cinéma ne cherchant plus à s'identifier aux autres médias, mais bien à utiliser ceux-ci afin de démontrer, de façon plus ou moins allusive, sa supériorité, dans une logique « cinéma > média x ». Rick Altman note ainsi que dans *Rhapsody in Black and Blue* (1932), la musique jouée par le phonographe transporte le personnage dans un lieu magique où il est désormais au contact direct des musiciens et notamment de Louis Armstrong – au lieu de taper sur ses casseroles en énervant sa femme. Le disque phonographique est symboliquement transcendé, l'image cinématographique nous donnant accès au monde mental du mari¹⁹². De même que la radio et le phonographe n'offrent pas d'images, le livre n'a pas de son¹⁹³, etc. Autant de manques que le cinéma prouve qu'il peut combler, remédier¹⁹⁴. Mais en cherchant à affirmer sa supériorité sur les autres médias, le cinéma met un certain temps à établir ses spécificités propres.

b. ... à l'intermédialité négociée

Ce sera chose faite avec la *séparation*, mouvement qui s'opère à mesure que s'étoffent les scénarios et les récits, que s'opère une prise de conscience réflexive sur les capacités propres au cinéma. Ce dernier est dès lors présenté comme média fondamentalement différent des autres. Dès 1929, *Say It With Songs*,

¹⁹¹ Rick Altman, « De l'intermédialité au multimédia : cinéma, médias, avènement du son », *op. cit.*, p. 47. L'auteur donne comme exemple de citation le sketch Phonofilm *Cohen on the Telephone* (1923), film reprenant un vaudeville qui cite lui-même une conversation téléphonique, ce qui permet d'identifier directement le cinéma parlant au téléphone. Il évoque également *Overture to Don Juan* (1926), où dix minutes de musique sont diffusées sur fond d'écran noir, ou encore *Radio Rhythm* (1929), dans lequel le cinéma se mettait déjà à citer son nouveau concurrent, la radio.

¹⁹² Cf. annexe 3-x.

¹⁹³ Dans le film Vitrophone *Rambling Round Radio Row* (1932), la radio qui est représentée ne peut offrir que de la musique, alors que le cinéma a le pouvoir de montrer l'image qui lui est associée. Dans le film d'animation *There's a Crowd* (1932), la littérature et la radio sont citées respectivement comme médias muet et aveugle. Grâce à leur insertion au cinéma, elles obtiennent paroles, musique et image.

¹⁹⁴ Notons ici le renversement qui s'opère par rapport à ce que nous évoquions précédemment au sujet des remèdes médiatiques que peuvent constituer la radio ou le journal papier au cinéma. L'intermédialité ne vient plus ici combler un manque, mais prouve au contraire la supériorité de la représentation et de la narration cinématographiques au regard des autres formes de médiation. Cf. *supra*, II. 1. a. *Le cinéma et la représentation des médias de masse*.

réalisé par Lloyd Bacon, entend montrer à quel point le septième art dépasse la radio et le phonographe en les incorporant à son intrigue. Joe Lane, animateur de radio et auteur-compositeur, apprend que le directeur de son studio a fait des avances inappropriées à sa femme, Katherine. Exaspéré, Lane le provoque en combat et le tue accidentellement ; il finit alors en prison pour quelques années. À sa libération, il rend visite à son fils, Little Pal, à l'école. En suivant son père, Little Pal est renversé par un camion, provoquant la paralysie de ses jambes et la perte de sa voix. Joe demande de l'aide au Dr Robert Merrill, un médecin amoureux de Katherine. Après avoir obtenu la promesse de Joe qu'il ramènera son fils à sa mère, Merrill soigne Little Pal et lui rend l'usage de ses jambes, sans avoir pu soigner ses cordes vocales. Le garçon retrouvera ensuite sa voix à l'écoute d'un enregistrement de son père. Là où la radio et le phonographe ont échoué, le cinéma a fait des miracles pour redonner sa voix à Little Pal. *Say It With Songs* insiste ainsi sur la vision totale qu'il nous donne des médias, pouvant se situer successivement et simultanément à l'endroit de l'émission et à celui de la réception. Nous sommes à la fois au bout du micro avec Joe et l'oreille collée à la radio avec Katherine et Little Pal. Avec l'utilisation de la surimpression, les effets d'évocation de la chanson sont rendu visibles, palpables même dans la mesure où, par sa seule voix, Joe peut prendre son fils dans ses bras¹⁹⁵.

Le court-métrage *Sing, Bing, Sing*, réalisé par Babe Stafford en 1931, s'ouvre sur Bing, un crooner, interprétant une chanson à la radio. À la fin de sa chanson, il donne en direct des indications à son amante Helen pour le retrouver. Mais le père de la jeune femme entend également les consignes de Bing et l'attend de pied ferme, accompagné du fiancé d'Helen et deux policiers. Lorsque Bing arrive devant la fenêtre d'Helen, c'est le père qui en descend, habillé comme sa fille, pour piéger le jeune homme. Plus tard, Bing téléphone à Helen depuis sa chambre d'hôtel pour tenter un nouveau rendez-vous. Mais le père, qui a enfermée sa fille dans sa chambre, intercepte de nouveau la conversation. C'est finalement en faisant tourner un phonographe dans le jardin avec sa chanson enregistrée que Bing parvient à leurrer le père et à s'enfuir avec Helen. Tous les médias apparaissent donc comme défailants, ou trompeurs – radio, téléphone, phonographe. Seul le cinéma, par sa capacité à dépasser les limites des autres, s'avère digne d'intérêt et de confiance. En mettant en exergue des procédés et des techniques proprement cinématographiques – comme le dédoublement de l'espace et du temps, la possibilité de voir le hors-scène et les « coulisses » des différents médias, ou encore de mélanger les médias tout en dépassant leurs limites respectives – le cinéma « prouve par *a plus b* qu'il n'est pas égal à média *x*¹⁹⁶ ».

Ce travail de légitimation et d'affirmation de sa personnalité fait glisser le statut du cinéma, le faisant passer d'une « intermédialité *spontanée* » à une « intermédialité *négociée* » (ou « intermédialité *sous contrôle* »). « Cette intermédialité pour ainsi dire maîtrisée est comparable à l'intertextualité agissant dans

¹⁹⁵ Cf. annexe 3-y.

¹⁹⁶ Rick Altman, « De l'intermédialité au multimédia : cinéma, médias, avènement du son », *op. cit.*, p. 51. Cf. annexe 3-z.

toute production culturelle¹⁹⁷ ». Double mouvement opéré par le cinéma au fil de son histoire, donc : en premier lieu, une autonomisation vis-à-vis des genres et de pratiques bien établis qui aliénaient le « cinéma des premiers temps ». Puis, à la faveur d'une prise de conscience réflexive, la réintégration d'une intermédialité visant à asseoir sa singularité artistique, par la comparaison d'abord puis par le dépassement, la disqualification du média tiers. Ce principe généalogique permet alors de se risquer à une explication sur l'intégration de la télévision comme média repoussoir, permettant au cinéma, en creux, de se valoriser.

c. *La télévision au cinéma : continuité d'une stratégie de légitimation par la comparaison (identification/séparation)*

L'affirmation de la légitimité du cinéma ne s'est pas faite qu'à force de différenciation, mais aussi par son identification à des genres artistiques antérieurs. Celle-ci permettait d'élever cette innovation technique qui ne faisait encore, pour beaucoup, qu'office de faire-valoir pour d'autres médias et pratiques légitimes. François Jost rappelle ainsi qu'« au début du XX^e siècle, quand il s'agit de fonder le cinéma comme art, [leurs] liens, en apparence secrets, loin d'être négligés par les penseurs de l'époque, sont affichés d'emblée¹⁹⁸. » En prenant pour exemple les relations du cinéma et de la sculpture, peu abordées par les théoriciens et historiens, Jost cite le critique d'art italien Ricciotto Canudo, qui identifie dès 1912 une connivence entre les deux pratiques. Ce dernier rapproche ainsi métaphoriquement « le rayonnement photonique qui imprime sur la pellicule la réflexion de la lumière » du « modelage de la matière par la main de l'homme ». La capacité sans borne de l'image cinématographique à capter et réfléchir la lumière s'apparente selon lui au mouvement du sculpteur qui taille et grave la pierre.

Le film *Il Fauno* de Febo Mari¹⁹⁹, réalisé en 1917, illustre parfaitement, quelques années plus tard, les propos du théoricien italien. Dans celui-ci, un sculpteur quitte momentanément son atelier et son modèle, Fede. Cette dernière, apeurée, s'endort près de la statue d'un faune²⁰⁰ et se met à en rêver : le marbre prend vie et réveille Fede, qui rapidement n'a plus peur et tombe amoureuse de lui. Plus tard, une femme achète la statue au sculpteur. Fede se met à suivre le convoi qui emporte le faune, quand celui-ci tombe à terre et revient à la vie. Les deux amoureux s'enfuient dans la forêt pour vivre leur idylle. Mais un chasseur les a

¹⁹⁷ André Gaudreault, Philippe Marion, « Un média naît toujours deux fois... », *op. cit.*, p. 35.

¹⁹⁸ François Jost, *Sous le cinéma, la communication*, Paris, Vrin, 2014, p. 31 pour cette citation et la suivante. « C'est d'abord Gance qui, dans son plaidoyer pour le sixième art, argumente sur l'artisticité du cinéma en se fondant en premier lieu sur la légitimité du théâtre et de la peinture et, en second lieu, sur sa connivence avec la sculpture : « Un sixième art où les ailes de la Victoire de Samothrace palpitent et où la Diane chasseresse peut sortir du hallier rêvé par Goujon ». »

¹⁹⁹ Nous sortons exceptionnellement, pour cet exemple, du cadre du cinéma nord-américain.

²⁰⁰ Divinité champêtre, à l'image du dieu grec Pan (corps velu, oreilles pointues, cornes et pieds de bouc).

suivi, tire sur le faune qui redevient alors statue de marbre. Fede se réveille, constatant devant la statue immobile que tout cela n'était qu'un rêve. Nous retrouvons ici la définition de Canudo du cinéma comme synthèse de tous les arts (« arts plastiques en rythmique, arts rythmiques en tableaux et en sculptures de lumière²⁰¹ ») dans *Il Fauno*, où déjà la mise en mouvement d'un motif sculptural permet cette spécularité de l'art cinématographique. L'accès à la vie de la statue figée (Galatée), mettant fin à la rêverie de Fede-Pygmalion, coïncide avec la capacité du cinéma à animer l'inerte, à transfigurer le l'objet ou l'homme pour donner à voir la rêverie, le fantasme. Comme le résume Jost, « en une heure, *Il Fauno* nous aura fait comprendre pourquoi le cinéma est le rêve de la sculpture : parce qu'il transmue la pierre ou des sels d'argent en des êtres de chair et de sang grâce à la puissance d'un récit en mouvement²⁰². » L'identification à la sculpture est donc vite dépassée par la nécessité de prouver que le cinéma n'est pas *qu'*une affaire de technique et de mécanique de reproduction du réel, mais aussi une activité fabulatrice à même de le transcender.

La télévision, bien à l'inverse d'une autre forme d'art destinée à légitimer le cinéma, s'apparente davantage à un faire-valoir. Nous avons vu que là aussi la stratégie du *par contraste* n'est pas nouvelle, ce que vient encore confirmer l'idée de Canudo, qui considérait par exemple le mime comme une activité repoussoir dans son utilisation par le cinématographe, l'aidant à se définir comme art. Le cinéma aurait donc procédé avec la télévision comme il l'a fait avec d'autres, dans cette optique d'intermédialité négociée.

2. L'intermédialité, outil de relégitimation pour le cinéma

Les quelques exemples cités ci-dessus nous ont permis de saisir la logique d'intégration d'un média dans la narration télévisuelle, d'appréhender en quelque sorte le *motif d'un motif* cinématographique. Il est temps désormais de voir de quelle manière opère le second niveau de discours, celui qui est recelé en creux de la critique de la télévision. Pour ce faire, nous reprendrons la notion de *séparation* introduite par Rick Altman afin d'analyser comment le cinéma se démarque, se positionne *au regard de* la télévision.

La dystopie cinématographique, dont nous avons vu qu'elle constituait une configuration médiatique privilégiée pour l'accueil du motif télévisuel, offre en outre un grand potentiel de réflexivité. Clément Desry et Valérie Stiénon notent que « dans la réflexion qu'elle propose en creux ou en négatif sur les conditions du bonheur au sein de la polis, [la dystopie] interroge essentiellement le lien social, ses

²⁰¹ Ricciotto Canudo, cité par François Jost, *Sous le cinéma, la communication, op. cit.*, p. 35.

²⁰² *Ibid.*, p. 38.

fondements, son fonctionnement et sa stabilité²⁰³ ». Nous avançons ici que ce qu’induit la dystopie intermédiatique, c’est la prééminence du cinéma à assurer le bon fonctionnement *du lien social, de ses fondements, de son fonctionnement et de sa stabilité*²⁰⁴.

a. *Du média de l’oubli au média de la mémoire*

Le premier élément de séparation structurant du discours cinématographique concerne le rapport à la mémoire et à l’oubli. Sans cesse, dans les films de Sydney Lumet, David Cronenberg et Peter Weir, la télévision nous est présentée comme un vecteur de fugacité et d’évanescence. L’analyse des séquences de fin des trois films permet de l’attester plus spécifiquement.

Le média du second plan dans *Network* finit par la force des choses par devenir celui de l’effacement du propos et de l’image. Des nombreux écrans allumés ou éteints en arrière-fond, du brouhaha télévisuel, de ces voix masquées par celles de l’intrigue, des personnages, du narrateur (bref, du cinéma), il ne se retient finalement pas grand-chose. Seules ressortent comme bribes de cette cacophonie les monologues déchaînés et enragés d’Howard Beale, uniques coups d’éclats susceptibles de ressortir de l’infini et insipide flot télévisuel. Diana Christensen, incarnation du consumérisme effréné que suscite la télévision, l’assume ouvertement devant Max Schumacher avec qui elle dîne pour la première fois : « *Je m’excite vite, je consomme vite, je suis pressée de me rhabiller et de quitter ma chambre.* » Dans l’une des dernières scènes du film, regrettant leur amour impossible, puisqu’incompatible, Max lui reprochera – trop tard – son attitude : « *Je vis ici. J’existe. Tu ne peux pas zapper sur une autre chaîne.* » La dernière séquence de *Network* boucle le film en reprenant ce plan fixe de quatre téléviseurs allumés qui relatent l’assassinat d’Howard Beale en direct dans son émission. Pourtant, l’inintelligibilité du propos est plus importante encore qu’au début du film, puisque cette fois les téléviseurs alternent entre le récit du drame par un présentateur, des images du meurtre au ralenti et des images de publicités pour *Canada Dry* ou les céréales *Life*, ou d’un reportage quelconque²⁰⁵. Le message télévisuel est une fois de plus troublé, et se concrétise dans des phrases absurdes et un récit chaotique, effacé à mesure qu’il est prononcé :

« *Le présentateur du Network News de UBS, alias le prophète enragé de la télévision, a été assassiné ce soir, lors d’une fusillade automatique, alors qu’il commençait*

²⁰³ Clément Desry, Valérie Stiénon, *(Bé)vues du futur. Les imaginaires visuels de la dystopie (1840-1940)*, cités par Cécile Leconte et Cédric Passard, « Avant-propos : Retour vers le futur ? La dystopie aujourd’hui », *Quaderni, Politique(s) des dystopies*, n°102, 2021, p. 14.

²⁰⁴ À noter que le cheminement réflexif suit un schéma fixe, qui préside aux trois sous-titres à venir, partant toujours *du* défaut affiché de la télévision pour aller *vers* le remède cinématographique.

²⁰⁵ Cf. annexe 3-aa.

son émission... sur la qualité, nous ne faisons jamais de compromis, et vous ? Canada Dry, pourquoi faire des compromis ? [...] »

Ce discours brouillé se poursuit jusqu'à ce qu'à nouveau, la narration y mette une pause pour nous rappeler ce qui s'est réellement passé, et empêcher l'amnésie provoquée par la télévision : « *C'était l'histoire d'Howard Beale, le premier homme à avoir été tué à cause de ses mauvais taux d'audimat.* »

Videodrome fait également ce constat, nous indiquant à quel point la télévision cherche à se faire oublier, à faire oublier qu'elle est représentation. Nous l'avons suggéré, le professeur O'Blivion – dont le nom vient du latin *oblivio*, signifiant l'« oubli » – rappelle par sa propre performance de mise en abyme télévisuelle (puisqu'il n'apparaît à la télévision que par le biais d'un écran de télévision) l'effacement volontaire de la matérialité du petit écran. Ce dernier doit en effet se faire « subliminal et anesthésiant », à l'image de « tous nos prolongements technologiques », sans quoi « nous serions incapables de supporter l'effet de levier qu'ils ont sur nous²⁰⁶ ». Cet effacement participe d'un brouillage des limites entre la réalité et le contenu télévisé, ce dernier étant devenu plus vrai que nature pour l'homme²⁰⁷. La fin du film marque elle symboliquement l'effacement du corps humain, sa dissolution dans la réalité technologique puisque Max fini par fusionner entièrement avec la télévision (c'est la « nouvelle chair »), en se suicidant, pour réaliser pleinement l'équation « humain = média ».

Enfin, *The Truman Show* met l'accent sur la culture du zapping télévisuel, sur le caractère illimité et perpétuel du flux télévisuel qui fait immédiatement oublier le programme précédent au profit du suivant. Le tout dernier plan du film est en cela emblématique. À la fin d'une télé réalité qui aura duré plus de trente ans (10 913 jours exactement) et qui aura passionné le monde entier pour la vie d'un homme ; après l'évasion de Truman de cette prison invisible qui l'enfermait et alors même que leur intérêt pour ce « héros » est plus que visible dans leur cabine... les deux policiers enchaînent devant l'écran grésillant, comme si rien n'était arrivé, prêts à changer de chaîne comme on consomme un nouveau produit :

- *On change ?*
- *Oui, il doit y avoir autre chose.*
- *Où est le programme²⁰⁸ ?*

Ce dialogue, qui prend place de façon paradoxale à la fin du film, qui n'est immédiatement suivi de rien d'autre qu'un générique de clôture, vient marquer l'opposition frontale entre les deux médias. Le cinéma, à l'inverse du flux télévisuel, se caractérise comme un média narratif, c'est-à-dire inscrit dans le

²⁰⁶ Marshall McLuhan, *Pour comprendre les médias*, Paris, Éditions Mame/Seuil, coll. « Points », 1968 [1964], pp. 62-63.

²⁰⁷ Rappelons ici le fameux mantra du professeur, répété deux fois au cours du film : « l'écran de télévision est devenu la rétine des yeux de l'esprit ».

²⁰⁸ Cf. annexe 3-aa.

cadre d'un récit délimité, présentant un début et une fin. Cette fin, ce silence après l'histoire vient prolonger le discours du film, lui offrir un espace vierge propice à la réflexion, au ressouvenir de ce qui a été vu. À l'inverse du programme télévisuel, qui ne vise rien de plus que lui-même, le film comme œuvre « préfère au transitoire la durée immuable, [...] [rejoint] ce Panthéon où se juxtaposent les films de toujours, et donc [se situe] dans une postérité ou dans l'éternité conçue, comme le note Michel Foucault, par le "principe esthétique de la survie, de son maintien par-delà la mort [...]»²⁰⁹ »

En faisant continuellement réapparaître les contours matériels de la télévision, par l'effet de spécularité que nous pointions, le cinéma nie l'effacement de la médiation et rappelle toujours à notre souvenir la distinction entre réalité et *analogon*, la « bonne distance » à laquelle se donnent les « transpositions majestueuses et sages²¹⁰ ». Il s'inscrit ainsi pleinement dans la démarche que sollicite Emmanuel Souchier, en exerçant une « poétique de la médiation à travers une conscience poétique de l'infra-ordinaire²¹¹. » En ce sens, le cinéma soutient en creux qu'il est le média du réel, contre le média de l'illusoire.

b. Du média du factice au média du réel

Un des propos des films analysés consiste en effet à mettre en avant l'*illusion* de réalité provoquée par la télévision²¹². Par le biais de ces prophètes médiatiques que sont Howard Beale (« *Vous commencez à croire à nos illusions. Vous croyez que la télé est réelle, et que vos vies sont irréelles. [...] Au nom de Dieu, vous êtes réels. Nous sommes une illusion²¹³ !* ») et Brian O'Blivion (« *La télévision est la réalité, et la réalité est moins que la télévision²¹⁴* ») cette idée nous est transmise verbalement dans *Network* et

²⁰⁹ François Jost, « La promesse des genres », *Réseaux*, vol. 15, n° 81, 1997, p. 23.

²¹⁰ Daniel Bounoux, « Représentation », *mediologie.org*, article en ligne, 2018. URL : <https://www.mediologie.org/representation>.

²¹¹ Emmanuel Souchier, « La mémoire de l'oubli : éloge de l'aliénation. Pour une poétique de « l'infra-ordinaire » », *Communication & langages*, vol. 172, no. 2, 2012, p. 19.

²¹² Nous opposons ici directement l'*illusion* de réalité télévisuelle à « l'impression de réalité cinématographique », expression introduite par Christian Metz et déjà évoquée dans ce travail, cf. *supra*, I. 3. c. *Le cas de The Truman Show : un double niveau de lecture*.

²¹³ « *Alors écoutez-moi ! La télévision n'est pas la vérité. La télévision est un parc d'attraction ! [...] Notre boulot, c'est de rompre l'ennui ! Alors si vous voulez la vérité, écoutez Dieu. Écoutez vos gourous. Écoutez-vous vous-mêmes ! C'est le seul lieu de vérité ! Mais vous n'entendrez jamais la vérité avec nous. On vous dira n'importe quoi ! On est des menteurs-nés. [...] On vous dire toutes les fadaises que vous voulez entendre. Nous vendons des illusions, mec. Rien n'est vrai. Mais vous restez assis, jour après jour, nuit après nuit, tous âges, couleurs et religions confondus. Il n'y a que la télé. Vous commencez à croire à nos illusions. Vous croyez que la télé est réelle, et que vos vies sont irréelles. [...] Au nom de Dieu, vous êtes réels. Nous sommes une illusion !* »

²¹⁴ « *L'écran de télévision est la rétine des yeux de l'esprit. Donc l'écran fait partie de la structure physique du cerveau. Par conséquent, tout ce qui surgit sur l'écran de télévision apparaît comme expérience brute pour ceux qui le regardent. Donc, la télévision est la réalité, et la réalité est moins que la télévision.* »

Videodrome. Elle est aussi insufflée plus symboliquement, par la technique de réalisation et l'imagerie de ces deux films.

Ainsi, la mise en scène opérée par Sydney Lumet s'avère très sobre, elle est presque « invisible ». Le travail sur l'éclairage et les mouvements de caméra dans *Network* témoigne de la volonté de donner un aspect documentaire au film, avec l'utilisation d'une lumière presque exclusivement naturelle et une économie remarquable dans les plans. « Aucune esbroufe donc, pas de mouvements tapageurs ou d'effets sur-signifiants dans le cinéma de Sidney Lumet, mais une appréhension totale d'un sujet, avec une précision chirurgicale et un certain sens de l'anticipation²¹⁵. » Seules les interventions lunaires d'Howard Beale à la télévision sont baignées d'un éclairage sur-prononcé, soulignant l'artificialité du moment. Le réalisateur est même allé jusqu'à n'accompagner d'aucune musique les images de son film. La seule mélodie clinquante et grossière, au retentissement dès lors décuplé, est celle du générique du « Network News » devenu une vulgaire émission de divertissement. De la même manière, David Cronenberg a opté dans *Videodrome* pour un éclairage très naturel, une exposition faible qui accentue la vraisemblabilité de l'intrigue, et qui crée surtout une rupture d'autant plus forte lorsque commencent les hallucinations de Max. L'aspect presque terne du monde réel (de l'image du film) s'oppose au rayonnement factice de l'écran de télévision.

Il en va de même pour *The Truman Show*, dont les décors, les acteurs et la photographie rappellent plus d'une fois ceux des *soap opéras*, ces feuilletons télévisés quotidiens qui accusent une grande répétition dans les intrigues et les situations de vie. Notons que Peter Weir n'a pas souhaité utiliser des décors d'Hollywood pour constituer la ville factice de Seahaven, car ceux-ci « faisaient trop réalistes ». Il s'est donc rabattu sur la ville nouvelle de Seaside, en Floride, pour la majeure partie du tournage²¹⁶. Le traitement photographique du film témoigne, à l'inverse des deux autres, d'une volonté de surexposer les personnages, qui sont eux-mêmes des acteurs, avec une lumière dont on sait qu'elle est toujours artificielle, même en plein jour²¹⁷.

Au-delà des effets de réalisation, les propos des trois films nous enjoignent constamment à distinguer le vrai du faux, et prolongent implicitement cet antagonisme au cinéma et à la télévision.

Dans *Network* s'instaure une dichotomie de personnages, notamment entre Diana Christensen et Max Schumacher, la première renvoyant à un monde perdant progressivement sa réalité humaine à cause

²¹⁵ « *Truman Show & le voyeurisme invisible* », YouTube. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=AKyK1hofyyg&list=PLYzPEvQ-PSCRtBcCQnOKEYkSbeZ8rDL6k&index=7>

²¹⁶ Edward Ross (trad. de l'anglais par Hélène Duhamel), *Filmo Graphique*, Bussy-Saint-Georges, Ça et là, 2017, p. 69. Le fait de préférer un vrai lieu plutôt qu'un décor rejoint l'idée que pour donner à Seahaven l'aspect du faux, il fallait sans doute partir du vrai : « le vrai peut quelquefois n'être pas vraisemblable » écrit Boileau dans son *Art Poétique* (1674).

²¹⁷ Même le soleil n'existe pas vraiment à Seahaven, celui-ci étant remplacé par un immense projecteur. Truman doit ainsi prendre tous les matins de la vitamine D pour compenser son absence d'exposition à la lumière du jour.

de la télévision, le second faisant le constat de cette déshumanisation. Diana est désignée à la fin du film comme une « humanoïde » par Max, rejoignant l'idée d'une femme ayant perdu toute humanité en travaillant pour l'industrie télévisuelle :

« Si je reste avec toi je serai détruit. Comme le fut Howard Beale. Comme le fut Laureen Hobbs. Tout ce que toi et l'institution télévisuelle touchez est détruit. Tu es la télévision incarnée. Indifférente à la souffrance, insensible à la joie. La vie est réduite en décombres banals. Guerre, meurtre, mort, sont semblables à des bouteilles de bières pour toi. Le quotidien est une comédie corrompue. Tu démolis même les sensations du temps et de l'espace en fractions de seconde et reprises instantanées. Tu es une folie, Diana. Une folie virulente. [...] »

À son paroxysme, cette indifférence au réel et à l'humain aboutira au meurtre d'Howard Beale, mais, plus marquant encore, à la froide planification de cette mort par les patrons du *network*. Le caractère destructeur de l'industrie télévisuelle, qui ne laisse derrière elle que les « décombres banals » d'une « comédie corrompue », est dénoncé par Max, qui, plus que le dernier représentant de la vieille génération de la télé, incarne en réalité la voix de la sagesse, de la raison, de l'aînée-cinéma sur la benjamine-télévision.

Dans *The Truman Show*, toute cette dichotomie repose sur le personnage de Truman, dont le prénom indique la véritable nature (il est le « *true man* », le seul vrai homme). Ignorant tout de sa condition, Truman est le seul qui ne joue pas un rôle à Seahaven, dans cet océan de feintise. Les acteurs qui l'entourent obéissent, comme nous l'avons vu, aux ordres de Christof et de son équipe de production, et ne font que répéter à l'envi un scénario réglé comme du papier à musique. Cette attitude mécanique les rend ainsi inaptés à réagir face à une situation imprévue ou inattendue, ne rentrant pas dans le script de leur « vie quotidienne ». Lorsque Truman se met à douter du monde qui l'entoure, certains comportements sont similaires aux mouvements de caméra automatiques et incertains que nous évoquions plus tôt, et rendent visible la dissimulation de chacun. Lorsque Truman surgit à l'improviste sur son lieu de travail, son meilleur ami Marlon, soi-disant approvisionneur de distributeurs automatiques, est contraint de vider lui-même la machine au fur et à mesure qu'il la remplit, par manque de produits à sa disposition. De même, au moment où Truman achète un billet de bus à destination de Chicago, bien décidé à quitter Seahaven, le véhicule qui ne devait être qu'un accessoire de vraisemblance revêt d'un coup, sans que ce ne soit prévu, une nature d'usage bien réelle. Truman s'attend donc à ce que le chauffeur démarre et l'amène à Chicago, ce qui n'arrivera jamais. Les expressions vides des « passagers » qui l'entourent, qui ne sont ni surpris ni excédés que leur convoi ne démarre pas, trahissent cette incapacité à retranscrire des émotions sincères. Deux indices intéressants viennent renforcer l'absence d'humanité prégnante dans le reste de la scène. Une petite fille, encore trop jeune pour être pleinement consciente du rôle qu'elle joue vis-à-vis de Truman, se retourne vers lui, reconnaissant une star mondiale qui s'ignore, avant d'être réprimandée par sa mère. Puis le chauffeur

de bus, après avoir feint une panne de bus, se tourne vers notre héros l'air sincèrement désolé, sortant peut-être, l'espace d'une seconde, de son rôle télévisuel²¹⁸.

Enfin, dans *Videodrome*, le premier contact de Max Renn avec un autre être humain, au lancement du film, se fait par l'intermédiaire d'un écran de télévision et d'une cassette préenregistrée, sa secrétaire lui annonçant la date, lui donnant la météo, lui déroulant son agenda de la journée. Son rapport au réel est *de facto* médié, comme celui du spectateur lorsqu'il rencontre Nicki pour la première fois, sur le plateau du « Rena King Show ». Dans un travelling vers la droite, l'image s'arrête devant un écran de retour à travers lequel apparaît le visage de son interlocutrice. Cette prise de vue indirecte de Nicki atteste d'un contact du réel déjà perdu, dans la mesure où nous devons *d'abord* en passer par l'image dégradée de l'écran de télévision avant de la découvrir « en vrai », c'est-à-dire par le biais de l'image cinématographique²¹⁹. Le corps humain est confiné à la structure parcellaire d'une caméra, comme le constate Jean Baudrillard :

« Le corps est réduit à une division de surfaces, à une prolifération d'objets multiples où se perdent sa finitude, sa représentation désirable, sa séduction. C'est un corps métastatique, un corps fractal qui ne peut plus espérer de résurrection²²⁰. »

Seule l'image du film a cette capacité de nous présenter les individus tels quels, non dé-formés, mais dans leur intégrité physique et psychique. Cette différence de nature entre les deux formes d'image que produisent cinéma et télévision nous est incessamment rappelée, avec d'un côté celle qui permet de restituer l'impression de réalité et celle qui ne permet que d'en donner l'illusion.

Finalement, nos trois films convergent tous vers cette idée que le cinéma est capable de révéler la véritable nature de la télévision, qui implique « la participation totale à un “maintenant” englobant en dehors duquel il n'existe rien²²¹ ».

c. De la vérité imposée à la grande « disponibilité »

La différence fondamentale qui nous est exposée entre cinéma et télévision est ainsi métadiscursive, elle concerne le discours propre à chacun. La télévision se caractérise avant tout comme le média de l'incommunication entre l'émission et la réception (la non-communication entre Howard Beale et sa régie,

²¹⁸ Cf. annexe 3-bb.

²¹⁹ Cf. annexe 3-bb.

²²⁰ “The body has been reduced to a division of surfaces, a proliferation of multiple objects wherein its finitude, its desirable representation, its seduction are lost. It is a metastatic body, a fractal body which can no longer hope for resurrection.” Traduction libre de Jean Baudrillard, *The ecstasy of communication*, Los Angeles, Éditions Semiotext(e), 2012 [1987], p. 41.

²²¹ Marshall McLuhan, *Pour comprendre les médias*, Paris, Éditions Mame/Seuil, coll. « Points », 1968 [1964], p. 380.

le monologue comme mode de discours favori du professeur O'Blivion, l'appel coupé entre Christof et La Haye...). François Jost le confirme dans son article « La promesse des genres » :

« La conception du [télé]spectateur comme un interlocuteur – selon une idée déjà présente, depuis quelque temps, en sémiotique textuelle – me paraît inutilement provocante dès l'instant où le terme est privé de cela même qui fait sa définition, l'idée d'une interaction immédiate possible²²² »

Si le cinéma ne permet pas non plus, en tant que tel, une interaction entre le film ou son auteur et le spectateur, il présente cet avantage d'être ouvert dans son régime de significations, de ne pas imposer une vérité, comme le font l'ensemble des représentants de l'institution télévisuelle²²³. En représentant la télévision, le cinéma américain s'en sépare d'emblée et définitivement en mettant en regard deux modes de fonctionnement foncièrement différents. Ce dédoublement des énonciateurs, propice dans le cadre d'une dystopie, permet ainsi « un effet-miroir, que Keith M. Booker appelle le “pouvoir du dépaysement” » et qui « invite donc à la réflexion sur sa propre société ou sa propre époque, tout en laissant assez ouvert l'éventail des interprétations et des issues possibles²²⁴ ». Si la télévision peut ouvrir la voie à la folie aliénante, conjurant toute possibilité de rester maître de son corps et de son esprit pour Howard Beale ; si elle contient en elle le germe des velléités totalitaires de Barry Convex ou si elle se caractérise par l'enfermement physique de Truman, le cinéma nous permet d'entrevoir un horizon, un au-delà à cet état de fait télévisuel. Sans pour autant l'imposer, il nous laisse entrevoir un monde raisonnable, par l'intermédiaire de Max Schumacher, qui tente plusieurs fois de s'opposer directement aux décisions insensées de Franck Hackett. Refusant le manichéisme, il révèle que le vecteur du mal peut devenir celui du bien, Max Renn pouvant être reprogrammé pour combattre ses anciens maîtres. C'est en somme sa grande « disponibilité » – au sens où Roland Barthes définissait une caractéristique essentielle de la littérature – que le cinéma réaffirme, en ne donnant jamais la réponse finale, en restant *en suspens* :

« Cette disponibilité n'est pas une vertu mineure ; elle est bien au contraire l'être même de la littérature, porté à son paroxysme. Écrire, c'est ébranler le sens du monde, y disposer une interrogation indirecte, à laquelle l'écrivain, par un dernier suspense, s'abstient de répondre. La réponse c'est chacun de nous qui la donne, y apportant son histoire, son langage, sa liberté mais comme histoire, langage et liberté changent infiniment, la réponse

²²² François Jost, « La promesse des genres », *op. cit.*, p. 23.

²²³ Frank Hackett ou Arthur Jensen, dans *Network*, ne laissent pas voie à la contestation, à l'opposition, ils imposent leur conception des choses et leur vision du monde. De même que Barry Convex, dans *Videodrome*, « programme » Max sans lui laisser le moindre libre-arbitre du contenu qu'il insère dans son ventre. Enfin, Christof tient un discours d'autorité au début de *The Truman Show*, pour légitimer son émission. Le principe de l'interview au sein même de son *show* annihile d'emblée la possibilité de dialogue et de contradiction.

²²⁴ Cécile Leconte et Cédric Passard, « Avant-propos : Retour vers le futur ? La dystopie aujourd'hui », *Quaderni, Politique(s) des dystopies*, n°102, 2021, p. 16.

du monde à l'écrivain est infinie : on ne cesse jamais de répondre à ce qui a été écrit hors de toute réponse : affirmés, puis mis en rivalité, puis remplacés, les sens passent, la question demeure²²⁵. »

C'est ce que la conclusion de *The Truman Show* nous rappelle lorsque Truman franchit la porte qui le mène vers le monde réel, lorsqu'il passe derrière ce mur en trompe-l'œil venu matérialiser l'illusion de réalité télévisuelle. Alors que chaque détail de la vie de Truman était scruté, dévoilé, explicité dans l'émission « The Truman Show », le film nous fait perdre de vue le héros, qui s'enfonce dans l'inconnu au moment où sa libération se produit. Nous ne le verrons pas évoluer hors de l'arène télévisuelle dont il a réussi à s'échapper, nous ne saurons jamais s'il est parvenu à regarder, hors de la caverne, « le soleil lui-même dans son séjour propre²²⁶ ». Seule importe finalement l'*interrogation indirecte* qui en ressort, ce détour pris par la fiction pour que le spectateur puisse à son tour questionner son rapport à l'illusion et au réel, à la télévision et au cinéma. Doit-on retenir, dans cette perspective, que le film ne fait *que* condamner et s'opposer au média télévisuel ?

3. La fin de la dichotomie

Rendus à ce point de notre travail, il semble difficile de conserver une perspective binaire, voire manichéenne de ce que produisent les quelques manifestations intermédiatiques disséquées jusqu'ici. Si le cinéma se caractérise par sa disponibilité signifiante, comment pourrait-on conclure qu'il décrète définitivement que la télévision est mauvaise ? Certes, nous ne changerons pas la conclusion de notre deuxième partie et la sévérité de la condamnation du cinéma envers la télévision. Cependant, les développements entamés dans cette dernière partie sur le potentiel réflexif du discours intermédiatique nous contraignent à changer de perspective. En ce que les films analysés exhaussent de façon sous-jacente la permanence et la disponibilité interprétative du cinéma, ils ne le situent pas – seulement – dans le registre du médiatique, mais bien dans celui de l'artistique²²⁷, réaffirmant ce trait comme inaliénable de l'identité du septième art. Ce sont bien les dispositions médiatiques du cinéma en tant que moyen d'information, de persuasion et plus largement de système de représentation qui lui permettent, paradoxalement, de se différencier du *simple* média. Dès lors, la critique de la télévision ne vaut pas

²²⁵ Roland Barthes, Avant-propos à *Sur Racine*, Paris, Seuil, 1963, p. 11. « Mais pour que le jeu s'accomplisse [...] il faut respecter certaines règles : il faut d'une part que l'œuvre soit vraiment une forme, qu'elle désigne vraiment un sens tremblé, et non un sens fermé... »

²²⁶ Platon, *La République*, livre VII, (4ème siècle av J.-C.) trad. Émile Chambry, © Les Belles Lettres, Ed 1948, t. II, p. 122. Cf. annexe 3-bb.

²²⁷ Même si celle-ci joue évidemment un rôle fondamental dans la définition du cinéma en tant qu'art, nous n'appuyons pas ici notre argumentation sur la dimension esthétique du cinéma, mais seulement sur la dimension symbolique de sa représentation. Un travail de recherche sur la mise en valeurs des caractéristiques esthétiques du cinéma au prisme de l'intermédiarité ouvrirait de grandes perspectives que nous n'avons malheureusement pas la place de développer ici.

pour critique, mais agit plutôt comme détour pour alimenter la réflexion, et éventuellement comme mise en garde pour le spectateur.

a. *L'intermédialité comme réaffirmation de la dimension artistique du cinéma*

Certes, c'est avec (à cause de ?) la télévision que le cinéma a entamé sa *dématérialisation*, le support spécifiquement cinématographique devenant toujours moins préhensible à mesure que de nouvelles façons de regarder un film advenaient. La bonne affaire que représentait la possibilité nouvelle de vendre les catalogues de films pour la télévision annonçait également, pour l'industrie hollywoodienne déclinante, l'évidente altération d'une indépendance, d'une sorte de « pureté » du film de cinéma uniquement consommable dans une salle de cinéma²²⁸. Peut-on pour autant considérer que ce « malaise » – pour reprendre le mot de Bounoux – directement liée à la matérialité du support et à sa technologie, puisse déterminer le sort du cinéma ? Ce serait se résoudre à l'idée qu'il est uniquement réduit à ses composantes techniques. Ce serait faire fi, d'une part, de la perspective évolutive et historique dans laquelle se construit l'identité d'un média ; d'autre part, de la dimension artistique du cinéma, qui, au-delà de la transmission d'un message, opère aussi en laissant des « signes » cinématographiques, indépendants de toute fonction pratique définie. C'est là toute la différence qu'entend exposer le cinéma en se comparant à une télévision qui, certes, lui ressemble, mais qui ne remplit que la stricte de définition utilitaire du média : « Les médias sont des moyens au service d'une fin²²⁹ ».

André Gaudreault et Philippe Marion écrivent ainsi qu'« un jour, il n'y aura vraisemblablement plus de circulation de copies de film, mais il continuera à y avoir une circulation des signes cinématographiques, et c'est là l'essentiel²³⁰. » Les deux chercheurs estiment qu'un média ne définit son identité que vis-à-vis du contexte médiatique dans lequel il baigne et évolue, et que sa « vocation de circulation transmédiatique s'inscrit dans une perspective plus *intermédiaire* que strictement *médiale*. » De

²²⁸ Les exploitants de salles de cinéma américains pressentent d'ailleurs dès 1939 le danger que peut représenter la télévision pour leur commerce. À la fin des années 1940 et tout en le démentant, Columbia, Paramount, 20th Century Fox, United Artists et Universal vendent ou cèdent les droits sur certains longs métrages, westerns, dessins animés ou serials. Pour éviter de heurter la sensibilité des exploitants, les studios imaginent le recours à des sociétés tierces ou des filiales spécialisées. À la fin des années 1950, près d'un quart de la programmation télévisée américaine est déjà constituée du recyclage de films. Pour les exploitants américains, le pire s'est déjà réalisé : en septembre 1957, la salle de cinéma représente encore 80% du temps passé par les Américains à regarder un film, contre 20% pour la télévision. Quatre mois plus tard, ces pourcentages se sont inversés. Joël Augros, Kira Kitsopanidou, *Une histoire du cinéma américain. Stratégies, révolutions et mutations au XX^{ème} siècle* (2^{ème} édition), Paris, Armand Colin, 2016, pp. 113-166.

²²⁹ François-Bernard Huyghe, « L'arme et le médium », *Les Cahiers de Médiologie*, n°1, 1996, p. 120.

²³⁰ « Nous entrons d'ailleurs dans une ère de circulation effrénée des signes, avec Internet notamment, et la convergence des médias (au sens technologique du terme) est un paramètre dont il faudra bientôt tenir compte de façon beaucoup plus résolue que nous ne l'avons fait jusqu'à présent. André Gaudreault, Philippe Marion, « Cinéma et généalogie des médias ». *Médiomorphoses*, n°16, 2016, p. 24.

la même manière que, nous l'avons vu, le cinéma n'a pas toujours existé tel que nous le connaissons aujourd'hui, il est probablement voué à connaître de nouveaux changements de paradigme, comme l'avènement de la télévision et d'Internet à sa suite en constituèrent déjà deux.

Si le cinéma n'est pas voué à disparaître matériellement du simple fait de l'apparition de la télévision, il tire en revanche parti de la naissance du petit écran pour rassurer sur sa nature profonde. Nous rejoignons ainsi Jean-Michel Frodon lorsqu'il affirme que :

« La structure narrative des films de cinéma est parfois modifiée [du fait de la supplantation de la salle de cinéma par les petits écrans de télévision sous ses diverses formes]. [...] C'est, plus profondément, le cas dès lors que le film de cinéma ne trouve sa définition, et cherche son pouvoir de séduction par rapport à la télévision [...]. En se définissant contre elle, le cinéma se définit encore par rapport à elle²³¹. »

Dans une telle optique, l'enjeu de l'insertion représentative de la télévision apparaît clairement : pour mieux réaffirmer la dimension artistique du « dispositif cinéma²³² », ce dernier vient se *séparer* d'un dispositif similaire, qui ne présente lui aucune dimension artistique. Comment expliquer, alors, ce besoin de séparation, dans la mesure où le cinéma ne se considère pas comme appartenant à la même « famille » que la télévision ? Sans doute parce que les valeurs et les usages collectifs, eux, ne permettent pas toujours d'arriver aux mêmes conclusions. La classification des médiasphères²³³ opérée par Louise Merzeau regroupe *de facto* le cinéma et la télévision dans la même « sphère médiatique », la vidéosphère²³⁴. Celle-ci, qui succède à la « graphosphère » – organisée autour l'imprimerie – et précède l'« hypersphère » – organisée en réseaux – témoigne donc des similitudes objectivées entre les deux médias. Affront suprême, la médiologie érige même le petit écran en « média de référence » de leur sphère médiatique commune, témoignant de sa prééminence, depuis son avènement, dans la production des imaginaires collectifs.

Gageons ainsi que, dans le même mouvement d'émergence qui permit aux artisans du cinématographe de prendre conscience de ses moyens d'expression propres, l'intermédialité négociée du cinéma américain des années 1970 participait d'un besoin – sûrement inconscient – de préserver une part d'autonomie vis-à-vis du nouveau média de masse. Mais aussi de réaffirmer ses liens inaltérables avec un

²³¹ Jean-Michel Frodon, « Le cinéma spectacle collectif menacé », *Les Cahiers de Médiologie*, n°1, 1996, p. 132.

²³² Au sens d'« un ensemble résultant d'une opération technique qui met en œuvre une machine aux possibilités spécifiques, la caméra, procédant par enregistrement d'images. » Florence Gavras, « Mimésis, narrativité, expressivité. Le cinéma dans son rapport au réel », Thèse de Philosophie, Université Charles de Gaulle, Lille III, 2014, p. 11.

²³³ Louise Merzeau distingue ainsi la « graphosphère », régime de l'imprimerie, de la « vidéosphère », régime de l'audiovisuel. Elle fait également l'hypothèse d'une « hypersphère », qui se définit par « par un rééquilibrage des pratiques et des outils autour du modèle de l'hypertexte et du réseau. » « Ceci ne tuera pas cela », *Les Cahiers de médiologie*, n°6, « Pourquoi les médiologues ? », 1998, p. 35.

²³⁴ Cf annexe 3-dd.

régime qui ne soit pas *celui* de la télévision. Pour raisonner en termes de médiasphères, que Louise Merzeau conçoit elle-même comme une incitation à la « transversalité des paradigmes », le cinéma veut certifier en cela que son « cadre temporel » est celui du délai, du différé plutôt que celui de l’instantané et du direct ; que son « système sémiotique » se rapproche davantage du symbole que de l’indice ; qu’enfin il prend pour « référence légitime » le Vrai plutôt que le Réel. Partageant la caractéristique essentielle d’appartenir au régime de l’audiovisuel, étant potentiellement placé sous le joug de la nouvelle télévision, le cinéma entreprit, par le biais de l’intermédialité, d’affirmer son identité *trans-phérique*, tout attiré qu’il est par la linéarité de la « graphosphère ». Les si nombreuses adaptations de livres en films de cinéma, ou encore la capacité qu’a eu le septième art à s’approprier le genre dystopique, qui était advenu par l’écrit, ne constituent-elles pas des preuves de son identité médiatique poreuse ?

b. *Préserver la représentation propre au cinéma*

C’est justement parce que le cinéma ne peut se réduire aux spécificités d’un régime télévisuel qu’il entend défendre ce qui fait sa spécificité : la représentation. Celle-ci permet la « coupure sémiotique », qui veut que « le signe [ne soit] pas la chose, [que] le mot chien ne mord[e] pas, non plus que son image d’ailleurs²³⁵. » C’est bien cette coupure, cette distance que ne permet justement pas l’image télévisuelle, elle qui se situe dans le régime de l’*indice*, là où le cinéma préfère celui du *symbole*. Une fois admis que la dystopie télévisuelle au cinéma n’est pas tant destinée à abattre la télévision qu’à valoriser le cinéma lui-même – ou plutôt à revendiquer ses singularités médiatique et artistique – il n’en demeure pas moins que la critique et les craintes ont été émises. Alors, que pouvons-nous, et que devons-nous en faire ? Y’a-t-il quelque chose à retirer de ces représentations qui visent à confronter les médias dans leurs paradigmes, leurs modes de fonctionnement et de représentation du monde ?

Daniel Bounoux plaide pour une défense de la représentation que permet le cinéma, pour la préservation de cette opération « marquée par la répétition et la substitution » à l’heure où il déplore une « crise de la représentation²³⁶ ». Les symptômes de cette crise qu’il décèle peuvent être variés, de la résistance d’un réel réticent à la représentation au changement du mode de représentation lui-même : « songeons aux turbulences provoquées par le passage [...] à la télévision puis à la vidéo par rapport au cinéma ». *Network*, *Videodrome* et *The Truman Show* présentent l’avantage de redire l’importance du spectacle clos sur le monde, protégé de toute interférence du réel et qui s’en distancie, pour justement mieux

²³⁵ Daniel Bounoux, « Représentation », [mediologie.org](https://www.mediologie.org), article en ligne, 2018. URL : <https://www.mediologie.org/representation>.

²³⁶ « Il y a crise de la représentation quand on ne sait avec quelles cartes transposer un phénomène, mais aussi quand la chose revient à la place du signe pour déloger ou bousculer celui-ci. [...] » Daniel Bounoux, « Représentation », *op. cit.* URL : <https://www.mediologie.org/representation>.

le dédoubler. C'est toute la distinction que nous abordions entre *impression* de réalité et *illusion* de réalité. Le régime des indices télévisuels aliène l'homme à l'image, à l'*analogon* ; celui des symboles détache et libère le spectateur de ce qu'il regarde :

« On peut, on doit faire l'éloge de la re-présentation qui place les phénomènes à la bonne distance, qui conforte leur stabilisation symbolique, qui dédouble le monde par la coupure sémiotique et nous donne ainsi, pour penser, imaginer ou agir les *coudées franches*. Inversement, un monde dominé par les représentations ne serait pas éloigné de la mort [...] »

En dénonçant, par le détour de la fiction, le pouvoir néfaste que *peuvent acquérir* les signes télévisuels – ceux des affects, du direct, de l'authenticité toujours feinte – le cinéma ne fait pas que critiquer un média tiers ou se valoriser *par défaut*. Il nous met surtout en garde contre le risque que nous courons de perdre, un jour peut-être, le soulagement de sa représentation du monde déprise du carcan du réel, de l'immédiat et du détail²³⁷.

Conclusion partielle

Cette troisième et dernière partie visait à interroger la possibilité d'un récit intermédiaire participant en creux au discours réflexif d'une identité heureuse, rappelant le rôle salutaire du cinéma et sa nature fondamentalement artistique. Une méthode consistait, pour le vérifier, à examiner les précédents de cette relation du cinéma à l'intermédialité dans une perspective heuristique, afin comprendre pourquoi le premier faisait appel au second dans certaines de ses manifestations.

La première chose que nous avons apprise, c'est l'ambivalence du lien entretenu par le cinéma, au fil de sa construction identitaire, avec les phénomènes intermédiaires. Pour le cinéma des premiers temps, ce lien s'est d'abord caractérisé de façon spontanée et subie – dans la mesure où l'apparition du procédé technique a d'abord servi au redéploiement de pratiques déjà établies via un nouveau moyen d'expression. Par deux fois, avant et après l'adjonction du son comme constitutif du cinématographe, ce dernier s'est vu contraint de se démarquer progressivement et par plusieurs moyens (discursifs, techniques, artistiques) des

²³⁷ Ce rôle de garde-fou est d'ailleurs confirmé par les qualités qu'attribuent Cécile Leconte et Cédric Passard au genre dystopique : « Il apparaît alors que loin de n'être que l'expression d'un pessimisme, d'une nostalgie ou d'une angoisse du déclin, voire de la disparition, les dystopies jouent aussi un rôle de mise en garde. [...] Elles appellent à la vigilance pour conjurer les menaces et peuvent finalement conduire à imaginer des possibilités d'action ou d'émancipation. Paradoxalement elles ne sont donc pas dépourvues de toute « conscience utopique » – même s'il s'agit d'une conscience utopique délestée de la croyance en un progrès linéaire, en une possible fin de l'histoire. » Cécile Leconte et Cédric Passard, « Avant-propos : Retour vers le futur ? La dystopie aujourd'hui », *op. cit.*, pp. 22-23.

institutions plus ou moins voisines pour lesquelles il n'était qu'un faire-valoir. Au niveau institutionnel et technique par exemple, c'est par un mouvement de « concentration de paradigmes²³⁸ », comme le paradigme des images projetées, non spécifique au cinéma, qu'a émergé le cinéma en tant que média stabilisé. Rick Altman a montré qu'au niveau discursif, cette phase d'émergence était caractérisée par trois procédés intermédiaires mis en place par les cinématographistes puis par les premiers cinéastes : la citation, l'exploitation et la séparation. Il s'est avéré que seul le procédé de la séparation était à même de valoriser les spécificités du cinéma vis-à-vis des autres médias. Combiné à des stratégies d'identification aux arts nobles (littérature, peinture, sculpture), le cinéma tenait là son mélange optimal pour affirmer son identité médiatique et artistique.

D'une manifestation de nature incontrôlée, l'intermédialité cinématographique s'est ainsi progressivement muée en un outil maîtrisé d'affirmation médiatique. C'est ce même outil qu'auraient alors mobilisé, plus de cinquante ans après, des films comme *Network*, *Videodrome* ou *The Truman Show*. En soulignant clairement la séparation entre deux médias qu'au-delà de leurs similitudes matérielles, tout oppose, le cinéma vient ainsi relégitimer ses propriétés, ses fondements, ses valeurs, au moment où de nouvelles pratiques sociales se mettent en place. Apparaissent alors de façon sous-jacente les principaux traits d'opposition : de l'oubli et de l'effacement à la mémoire et à la fixité ; de l'artifice et de l'illusion au réel et à la vérité ; de l'absence de communication et de contradiction à la grande disponibilité.

Pour autant, et de même que le cinéma des premiers temps s'est hissé au-dessus des médias qui l'entouraient pour se construire, celui des années 1970 aux années 1990 a tenté de le faire avec la télévision afin de pérenniser sa raison d'être, s'adaptant comme il le pouvait à l'émergence d'un nouveau moyen d'expression. Notre dernière hypothèse s'en voit ainsi validée, mais précisée au niveau de la logique du discours du cinéma vis-à-vis de la télévision. Il n'existe pas tant comme dévalorisation ou contre-attaque d'un concurrent considéré comme dangereux, que pour réaffirmer et relégitimer ce qui fonde la singularité du septième art.

²³⁸ André Gaudreault, Philippe Marion, « Cinéma et généalogie des médias ». *Médiamorphoses*, n°16, 2016, p. 30.

CONCLUSION

« Ceci ne tuera pas cela²³⁹ »

Louise Merzeau, *Les Cahiers de Médiologie*

« Le cinéma n'est pas à l'abri du temps. Il est l'abri du temps »

Jean-Luc Godard

Ce mémoire avait pour origine un questionnement apparemment simple : quels discours tient le cinéma lorsqu'il parle de télévision ? Pourtant, et c'est finalement ce qui en a fait l'intérêt et la substance, la réponse s'est avérée plus complexe qu'attendu. En traitant notre objet d'investigation – le motif télévisuel au cinéma – au prisme très large des Sciences de l'Information et de la Communication, nous nous sommes d'emblée inscrits dans des champs de recherche bien établis, et le plus souvent distincts de la pure théorie cinématographique. Ce sont en particulier les cadres de l'intermédialité transformationnelle – au sens de « *re-représentation d'un ou de différents médias dans un [autre] média*²⁴⁰ » – du rapport médiativité/médiagénie introduit par Philippe Marion²⁴¹ et de la sémiolinguistique du cinéma proposée par Roger Odin²⁴² qui nous ont procuré un appareil théorique opératoire.

Cet entrecroisement disciplinaire a permis une évolution constante de notre cheminement de pensée au gré des analyses et des conjectures. L'historique des relations du cinéma à l'intermédialité a notamment éclairé d'une lumière nouvelle la finalité de ces représentations méta-médiatiques, dans une perspective heuristique. En atteste l'évolution connue par notre problématique de recherche, invisible dans la forme définitive de ce travail, mais qui n'en a pas moins existé. Nous y avons intégré une dimension essentielle de ce sujet et qui ne faisait pourtant pas partie de nos premières réflexions : celle du discours intermédiatique comme outil de construction identitaire pour le cinéma. Les trente dernières années du XXème siècle n'ont en effet rien d'exceptionnel dans l'histoire intermédiatique du cinéma, mais s'inscrivent dans un processus entamé bien auparavant déjà et perpétué depuis²⁴³. C'est ce qui explique la formulation définitive de notre problématique, interrogeant l'idée d'un cinéma qui s'est sans cesse construit (et reconstruit) par rapport aux

²³⁹ Louise Merzeau, « Ceci ne tuera pas cela », *Les Cahiers de Médiologie*, n°6, « Pourquoi les médiologues ? », 1998, pp. 27-39.

²⁴⁰ Jürgen E. Müller, « L'intermédialité, une nouvelle approche interdisciplinaire : perspectives théoriques et pratiques à l'exemple de la vision de la télévision », *Cinemas*, 10, 2-3, 2000, p. 107.

²⁴¹ Philippe Marion, « Narratologie médiatique et médiagénie des récits », *Recherches en communication*, Université Catholique de Louvain, n° 7, 1997, pp. 61-87.

²⁴² Roger Odin, *Cinéma et production de sens*, Paris, Armand Colin, 1990, 288 p.

²⁴³ La formulation originelle de notre problématique ne prenait ainsi pas en compte le caractère *dynamique* de l'intermédialité comme outil pour le cinéma : « En quoi la représentation dystopique de la télévision permet au cinéma nord-américain d'offrir un discours réflexif heureux sur sa propre identité ? ».

médias qui l'entouraient : **en quoi la représentation dystopique de la télévision a-t-elle permis au cinéma nord-américain de réaffirmer, en creux, son identité médiatique et artistique?**

C'est à partir de ce questionnement fondateur que nous avons tenté de dérouler un programme de recherche gravitant autour de trois hypothèses. Fondée sur le constat d'une intégration tardive du motif télévisuel au cinéma, la première postulait que **c'est un certain contexte qui a permis l'émergence, aux États-Unis et au Canada, d'une cinégénie du média télévisuel**. L'horizon de cette première hypothèse était double, envisageant d'une part la possibilité d'une cinégénie de la télévision – cinégénie de l'objet dans sa dimension la plus matérielle autant que de l'industrie ou de l'institution dans leur caractère le plus symbolique – considérant d'autre part que cette cinégénie ait pu voir le jour dans une période particulière de l'histoire du septième art, à la suite des prises de conscience critiques et multiples engendrées par le « Nouvel Hollywood ». Notre démarche s'est ainsi inscrite dès le départ dans une perspective intermédiatique, délaissant une approche cloisonnée des médias pour s'intéresser aux manifestations de leur rencontre au sein de différents films. En nous appuyant sur des considérations narratologiques, nous avons vu que le motif télévision avait en premier lieu les capacités de devenir *moteur* pour l'intrigue cinématographique, d'impulser le mouvement d'un récit. Le concept *d'énonciation éditoriale*, introduit par Emmanuel Souchier, nous a ensuite permis de mesurer à quel point le texte filmique pouvait être investi par les codes télévisuels, et ce en restant dans la cohérence d'une intrigue définie. *The Truman Show*, davantage encore que les deux autres films étudiés, présente la particularité d'être de bout en bout partagé entre deux instances énonciatrices, entre deux modes de discours : celui du cinéma bien sûr, et celui de la télévision au sein de sa diégèse. Cette segmentation constitue une preuve de la *médiativité* du cinéma à l'égard du sujet télévision, et par conséquent de la *cinégénie* de cette même télévision. Au-delà de l'espace clos de la diégèse, nous avons pu démontrer l'existence d'une *cinégénie extradiégétique*. Rappelant le rôle-clé tenu par l'étude de la matérialité dans le champ de recherche intermédiatique, et prenant appui sur la notion de *différentiel médiatique* explicitée par Philippe Marion, nous nous sommes en effet intéressés à ce que permettent les ressemblances et les divergences matérielles, techniques et symboliques entre télévision et cinéma. Au-delà de toute considération esthétique, nous avons vu en quoi l'effet de specularité provoqué par l'apparition d'un *écran dans l'écran* implique *de facto* un métadiscours médiatique. Il en va de même pour les différences observables entre les deux médias. Loin de chercher à les dissimuler, les trois films étudiés mettent en exergue ce que nous avons qualifié de *remèdes télévisuels* à des manques cinématographiques.

Parvenus à relever plusieurs cas concrets de rencontre harmonieuse entre ces deux matériaux d'expression au sein de notre corpus, nous avons ainsi validé notre première hypothèse, en émettant toutefois une réserve. En effet, nous ne pouvions nous arrêter à la conclusion que « la télévision passe bien au

cinéma », en ce qu'elle n'épuisait pas les enjeux de notre sujet. Il nous restait ainsi à comprendre quel type de *configuration médiatique* rendait le cinéma particulièrement propice à la représentation de la télévision.

C'est à ces fins que nous formulons notre deuxième hypothèse : **la représentation cinématographique de la télévision aboutirait principalement à un discours critique vis-à-vis de cette dernière.** Celle-ci partait de l'intuition d'une différence dans le traitement réservé par le cinéma aux médias qu'il représente. Nous avons montré en quoi le journal papier ou encore la radio, s'ils ne partagent pas la cinégénie extradiégétique de la télévision, ont largement été convoqués, dans l'histoire du cinéma, en tant que moteurs ou qu'outils facilitateurs pour la narration (fonction d'*ancrage* et de *relais* de l'intrigue). Au niveau discursif, ils sont souvent présentés comme des remèdes pour l'homme, pouvant avoir leur versant négatif lorsqu'ils sont exploités à des fins nuisibles. La télévision, elle, semble en revanche soumise à un propos moins nuancé. Les différents potentiels de remédiation télévisuelle sont ainsi susceptibles de se muer en poisons médiatiques (la *présence* devenant authenticité feinte ; l'*intimité*, effraction dans la vie privée ; la *pulsion scopique*, spectacle outrancier et dégradant...) La meilleure preuve de la nature réprobatrice du propos cinématographique à l'égard du petit écran réside sans doute dans la prédisposition de ce dernier à s'intégrer dans le genre dystopique. Les marqueurs de la dystopie que nous avons listés nous ont en effet permis de mesurer les possibilités d'interfécondation entre ce genre et le sujet télévisuel, la médiativité du premier appelant la cinégénie du second. Des années 1970 aux années 1990, aux États-Unis et au Canada, la télévision constitue ainsi un motif particulièrement intéressant pour le cinéma dystopique, en ce qu'elle incarne cette innovation technologique dont l'on peut craindre, à terme, l'incidence sur la société dans son ensemble. La dystopie comme configuration médiatique optimale à l'insertion de la télévision dans le récit cinématographique confirme donc l'importance du contexte social et culturel dans l'étude des relations intermédiatiques. Notre deuxième hypothèse ne pouvait cependant pas être vérifiée sans s'attarder en profondeur sur le contenu des films de notre corpus. Ce qui est ressortit de nos analyses sémiolinguistiques, c'est d'abord le double manque de valeur(s) de la télévision. Manque de d'intérêt et de sens profond dans *Network*, caractérisé par une paradoxale relégation au second plan de l'objet et du discours télévisuel dans un film qui en fait pourtant sa thématique principale. Manque de valeur au sens moral ensuite, dans la mesure où toute l'industrie du petit écran, dans nos trois films, est motivée par des objectifs d'audimat et de rentabilité. Chacun montre bien en quoi les dangers du discours télévisuel ne tardent pas à avoir des répercussions sur le réel : si c'est par les mots que la nature des choses est changée dans *Network*, ces répercussions sont en revanche bien plus palpables dans *Videodrome* et dans *The Truman Show*. Un trait commun des trois films étudiés est en effet de présenter le nouveau média comme avènement d'un dispositif totalitaire, aliénant les foules, et d'une nouvelle religion, aliénant l'individu.

Notre deuxième hypothèse s'est ainsi avérée valide, le « discours d'escorte » du cinéma lorsqu'il parle de télévision étant largement dépréciateur. Comment expliquer, dès lors, une telle posture vis-à-vis de

la télévision ? Viendrait-elle de la crainte d'une industrie – et même, plus largement, d'une certaine façon de représenter – de se voir un jour suppléée puis détrônée ?

La troisième hypothèse sur laquelle se fonde notre recherche envisageait dès lors **le récit intermédiatique comme participant en creux d'un discours réflexif heureux du cinéma, sur son rôle salutaire et sa nature fondamentalement artistique**. Un bref état des lieux historique nous a permis, au début de notre dernière partie, de comprendre l'intermédiaticité comme constitutive de l'évolution identitaire du cinéma. Passé progressivement d'une intermédiaticité spontanée et subie à une intermédiaticité contrôlée et négociée, le cinématographe s'est dans le même mouvement affirmé en tant que média autosuffisant, délaissant le statut d'innovation technique uniquement vouée à mettre en valeur d'autres qu'elle-même. C'est en particulier grâce au processus de *séparation*, mis en évidence par Rick Altman, qu'émerge le cinéma en tant que média libéré du poids médiatico-culturel qui l'entourait. C'est en mettant en évidence de façon radicale ses différences avec les autres médias (le téléphone, la radio, le phonographe...) que le cinéma des premiers temps prend conscience puis affirme ses propres potentialités de représentation et d'expression. De même, c'est en se comparant à des arts nobles et bien établis – comme la sculpture – par les écrits des premiers théoriciens du cinéma comme par des intrigues nettement intermédiatiques, qu'il se légitime comme septième art. Nous inscrivons ainsi l'intérêt tardif pour le motif et le sujet télévision dans la lignée de ces phénomènes de séparation/identification, le nouveau média faisant office de faire-valoir pour un cinéma qui réaffirme, indirectement, son unicité. En se positionnant constamment à l'antipode d'une télévision synonyme d'effacement, d'illusoire et dogmatique, le cinéma se (re)définit comme lieu de la mémoire, du réel et de la disponibilité. En s'appuyant notamment sur le potentiel de spécularité que recèle l'insertion d'un écran dans un autre²⁴⁴ ou sur la puissance réflexive de la dystopie, les films analysés dessinent tous ce cheminement partant de la condamnation d'un média tiers pour faire ressortir ses qualités propres. Ce double niveau de discours témoigne en conséquence de l'impossibilité d'attribuer une posture manichéenne à *Network*, *Videodrome* et *The Truman Show*. Le portrait qu'ils délivrent de la télévision ne vaut pas tant en lui-même que pour ce qu'il délivre en creux : le rappel de ce qui fait la spécificité de l'art cinématographique et la nécessité de la préserver lorsqu'apparaissent, au fil de l'histoire médiatique, de nouvelles modalités d'expression et de représentation.

Les résultats de notre recherche nous ont ainsi conduit à valider, mais à préciser notre dernière hypothèse. Au-delà d'un simple propos laudateur à son endroit, ses vues négatives sur la télévision viennent d'abord repositionner son identité médiatique. Mais le spectateur peut aussi en bénéficier, en ce qu'elles viennent agir pour lui comme une mise en garde contre le potentiel de dérive inhérent à chaque nouveau média. Dans le même mouvement, le film nous donne à la fois les moyens de penser, de réfléchir sur ce qui

²⁴⁴ Cf. *supra*, I. 3. a. *Un accueil favorisé par une matérialité commune*.

nous est contemporain – et sur quoi nous n’aurions, sans lui, pas la bonne distance – mais aussi de ne pas nous laisser engloutir par la vague du temps et de l’oubli.

Une posture réflexive vis-à-vis du présent travail de recherche nous permet de mesurer la portée des questionnements engagés, mais aussi les limites de l’approche adoptée. Limites d’abord de notre corpus de recherche, qui se restreint à une époque et à un territoire dont nous avons certes justifié le choix, mais qui n’en diminue pas moins l’étendue de notre analyse. Limites ensuite de notre méthodologie, dont nous assumons le bénéfice des apports au regard de ses inévitables manques. Limites enfin – et surtout – de notre objet de recherche en lui-même, qui a vocation à illustrer des phénomènes d’une ampleur qui le dépasse.

Nous pensons ainsi qu’il conviendrait d’élargir la réflexion, dans un autre cadre d’investigation, sur la capacité effective d’un média comme le cinéma à faire perdurer son autonomie médiatico-artistique, et plus seulement, à l’heure actuelle, au regard de la télévision. Nous avons pu saisir ici de multiples enjeux convoqués par l’intermédialité et l’archéologie des médias, et en particulier ce travail de dialogue plus ou moins direct entre matériaux et modes de représentation dans une logique de (co)construction médiatique. Trente-quatre ans après *Network* de Sydney Lumet est sorti *The Social Network* de David Fincher, engageant avec d’autres films la pensée cinématographique sur un terrain nouveau : celui d’Internet et, plus généralement, celui de l’« hypersphère ». L’intermédialité ouvre ainsi la voie à de nombreuses perspectives, qui ne se cantonnent pas au cinéma bien sûr, mais qui s’étendent à l’ensemble des discours de *re-représentation*, c’est-à-dire des métadiscours qui viennent sans cesse questionner le rôle, le fonctionnement et les limites d’un média au regard des autres.

BIBLIOGRAPHIE

1. Ouvrages

AUMONT Jacques, MARIE Michel, *Dictionnaire théorique et critique du cinéma* (3^{ème} éd.), Paris, Armand Colin, 2016, 336 p.

AUMONT Jacques, MARIE, Michel, *L'Analyse des films* (4^{ème} éd.), Malakoff, Armand Colin, 2020, 320 p.

AUGROS Joël, KITSOPANIDOU Kira, *Une histoire du cinéma américain. Stratégies, révolutions et mutations au XX^{ème} siècle* (2^{ème} éd.), Paris, Armand Colin, 2016, 286 p.

BALLO Jordi, BERGALA Alain (dir.), *Les motifs au cinéma*, Rennes, PUR-Cinéma, 2019, 352 p.

BARTHES, *Sur Racine*, Paris, Seuil, 1963, 117 p.

BAUDRILLARD Jean, *The ecstasy of communication*, Los Angeles, Éditions Semiotext(e), 2012 [1987], 87 pages.

BISKIND Peter, *Le Nouvel Hollywood. Coppola, Lucas, Scorsese, Spielberg... la révolution d'une génération*, Paris, Le Cherche-Midi, 2002, 513 p.

GAUDREAUULT André, JOST François, *Le récit cinématographique. Films et séries télévisées*, (3^{ème} éd.), Malakoff, Armand Colin, 2017, 272 p.

HUGO Victor, *Notre-Dame de Paris*, Paris, Le Livre de Poche, Collection Classiques, 1975 [1831], 733 p.

JOST François, *Sous le cinéma, la communication*, Paris, Vrin, 2014, 144 p.

MCLUHAN Marshall, *Pour comprendre les médias*, Paris, Éditions Mame/Seuil, coll. « Points », 1968 [1964], 404 p.

MERZEAU Louise (coord.), *Les Cahiers de médiologie*, n° 6, « Pourquoi les médiologues ? », 1998, 233 p.

ODIN Roger, *Cinéma et production de sens*, Paris, Armand Colin, 1990, 288 p.

2. Articles scientifiques et universitaires

BARTHES Roland, « Rhétorique de l'image », *Communications*, Recherches sémiologiques, 1964, pp. 40-51.

DEBRAY Régis, « Histoire des quatre M », *Les Cahiers de médiologie*, n°6, « Pourquoi les médiologues ? », 1998, pp. 7-25.

FRODON Jean-Michel, « Le cinéma spectacle collectif menacé », *Les Cahiers de Médiologie*, n°1, 1996, pp. 127-135.

GAUDREULT André, MARION Philippe, « Un média naît toujours deux fois... », *Sociétés & Représentations*, Éditions de la Sorbonne, n°9, 2000, pp. 21-36.

GAUDREULT André, MARION Philippe, « Cinéma et généalogie des médias », *Médiamorphoses*, n°16, 2016, p. 24-30.

HUYGHE François-Bernard, « L'arme et le médium, ou la transmission en trois métaphores », *Les Cahiers de médiologie*, n°6, « Pourquoi les médiologues ? », 1998, pp. 119-129.

JOST François, « La promesse des genres », *Réseaux*, vol. 15, n° 81, 1997, pp. 11-31.

LECONTE Cécile et PASSARD Cédric, « Avant-propos : Retour vers le futur ? La dystopie aujourd'hui », *Quaderni*, Politique(s) des dystopies, n°102, 2021, p. 15.

MARION Philippe, « Narratologie médiatique et médiagénie des récits », *Recherches en communication*, Université Catholique de Louvain, n° 7, 1997, pp. 61-87.

MARION Philippe, « Médiagénies de la polémique. La lutte "contre" : de la caricature à la cybercontestation », *Recherches en communication*, Université Catholique de Louvain, n° 20, 2003, pp. 128-153.

MERZEAU Louise, « Ceci ne tuera pas cela », *Les Cahiers de médiologie*, n°6, « Pourquoi les médiologues ? », 1998, pp. 27-39.

MÜLLER E. Jürgen, « L'intermédialité, une nouvelle approche interdisciplinaire : perspectives théoriques et pratiques à l'exemple de la vision de la télévision », *Cinémas*, 10, 2-3, 2000.

MÜLLER E. Jürgen, « Vers l'intermédialité : histoires, positions et option d'un axe de pertinence », *Médiamorphoses*, vol. 16, 2006.

ROUSSEAU Yves, « 28 films sur la télé », *24 images*, (78-79), 1995, pp. 28-29.

TRIER James, « Network: Still "mad as hell" after 30 years », *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, International Literacy Association and Wiley, 2006, Vol. 50, No. 3, pp. 232-236.

SOUCHIER Emmanuel, « L'image du texte. Pour une théorie de l'énonciation éditoriale », *Les Cahiers de médiologie*, n° 6, « Pourquoi les médiologues ? », 1998, pp. 137-145.

3. Travaux de recherche

CONDÉ Michel, « Cinéma et éducation aux médias », *Écran large sur tableau noir*, Étude réalisée par le centre culturel Les Grignoux, 2011, 40 p.

GAVRAS Florence, « Mimésis, narrativité, expressivité. Le cinéma dans son rapport au réel », Thèse de Philosophie, Université Charles de Gaulle, Lille III, 2014, 387 p.

SALAS-MURILLO Bértold, « De l'intermédialité à l'œuvre lepagienne, et de l'œuvre lepagienne à l'intermédial. Un parcours à double sens à propos du théâtre et du cinéma de Robert Lepage », Thèse de Littérature et arts de la scène et de l'écran, Université de Laval, Québec, 2017.

VÉMOLA Jakub, "Reflections of Marshall McLuhan's Media Theory in the Cinematic Work of David Cronenberg and Atom Egoyan", Master's Diploma Thesis, Masaryk University, Brno, 2009.

4. Sites internet consultées

« André Bazin et l'humanité de la télévision » (article en ligne), Histoire de la télévision (et de quelques autres médias), juillet 2019. URL : <https://www.histv.net/andre-bazin-critique-de-tellevision>. [Consulté pour la dernière fois le 21/07/2022].

« Entre les mains des dieux... et des médias », Cinélégende. URL : http://www.cinelegende.fr/archive/programme2009/film02_09.html. [Consulté pour la dernière fois le 19/07/2022].

« La Télévision au cinéma », *Blow Up*, Arte, 23 janvier 2019. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=t-QPi75ZUKI> [Consulté pour la dernière fois le 09/05/2022]

« Le Nouvel Hollywood », Wikipédia. URL : https://fr.wikipedia.org/wiki/Nouvel_Hollywood. [Consulté pour la dernière fois le 17/07/2022].

« Le Nouvel Hollywood, mais qu'est-ce que c'est ? », Plans américains, URL : <https://www.plansamericains.com/le-nouvel-hollywood>. [Consulté pour la dernière fois le 17/07/2022].

« *Network* – Critique », Guillaume Gas, Courte-focale.fr, avril 2019. URL : <https://www.courte-focale.fr/cinema/critiques/network-sidney-lumet-1977/>. [Consulté pour la dernière fois le 12/04/2022].

« *Network* – Critique et analyse », DVD Classik. URL : <https://www.dvdclassik.com/critique/network-main-basse-sur-la-t-v-lumet>. [Consulté pour la dernière fois le 27/08/2022].

« *Truman Show* & le voyeurisme invisible », YouTube. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=AKyK1hofyyg&list=PLYzPEvQ-PSCRtBcCQnOKEYkSbeZ8rDL6k&index=7>. [Consulté pour la dernière fois le 19/07/2022].

« *Videodrome* – Critique et analyse », DVD Classik. URL : <https://www.dvdclassik.com/critique/videodrome-cronenberg>. [Consulté pour la dernière fois le 31/05/2022].

« *Videodrome* – Manipulation des masses », Dead Will, YouTube. URL : https://www.youtube.com/watch?v=l_fmQwWB1D8. [Consulté pour la dernière fois le 22/06/2022]/

« *Videodrome* – Critique », Guillaume Gas, Courte-focale.fr, janvier 2022. URL : <https://www.courte-focale.fr/cinema/analyses/videodrome-david-cronenberg-1983/>. [Consulté pour la dernière fois le 27/06/2022].

CORPUS D'ANALYSE

1. Corpus principal

CRONENBERG, David, *Videodrome*, 1983

LUMET, Sidney, *Network : main basse sur la télévision*, 1976

WEIR, Peter, *The Truman Show*, 1998

2. Corpus secondaire

KUBRICK, Stanley, *Eyes Wide Shut*, 1999

LEE, Spike, *Do the Right Thing*, 1989

WENDER Wim, *Chambre 666*, 1982

RÉSUMÉ

Ce travail interroge les représentations cinématographiques de la télévision, de la simple apparition d'un écran dans un film aux intrigues entièrement consacrées à l'institution ou à l'industrie télévisuelles. Dans une perspective intermédiatique, et au prisme du cinéma nord-américain de la fin du XXème siècle, ce mémoire s'attarde sur les moyens, les manifestations et les motivations profondes d'une cinégénie de la télévision. En prenant pour objets d'étude les films *Network* (1976), *Videodrome* (1983) et *The Truman Show* (1998), notre problématique questionne une potentielle réflexivité du discours intermédiatique du cinéma, dans une perspective de réaffirmation et de relégitimation médiatico-artistique. Dans une visée heuristique, notre approche s'organise autour de trois grands axes analytiques. En premier lieu, nous montrons qu'un contexte bien particulier, en l'occurrence les trente dernières années du XXème siècle et l'héritage du « Nouvel Hollywood » aux États-Unis, ont favorisé l'émergence d'un motif télévision au cinéma. Dans le même mouvement, nous analysons les conditions diégétiques et extradiégétiques de cette cinégénie télévisuelle. Nous examinons ensuite la teneur du discours cinématographique à l'encontre de la télévision, qui s'avère particulièrement critique. Enfin, nous interrogeons les raisons de ce propos essentiellement dépréciateur, en démontrant qu'il relève d'une stratégie employée de longue date par le média cinéma afin de (re)positionner son identité médiatico-artistique par rapport aux médias qui l'entourent. Au-delà des bornes temporelles, géographiques et mêmes médiatiques qui la restreignent, notre démonstration entend mettre en perspective les phénomènes intermédiatiques, à travers un point de vue attentif à leurs conditions de succès et aux discours qu'ils engendrent.

MOTS-CLÉS

Cinéma ; Télévision ; Intermédialité ; Cinégénie ; Identité médiatique

Mémoire de Master 2

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Médias

Option : Médias, innovation et création

La télévision au prisme du cinéma nord-américain Perspectives intermédiaiques

ANNEXES

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Thierry Devars

Nom, prénom : TELLENNE Bastien

Promotion : 2021-2022

Soutenu le : 28/09/2022

Mention du mémoire : Très bien

SOMMAIRE

1. Exemples d'analyses sémiolinguistiques (ouvertures des trois films).....	4
a. <i>Network de Sydney Lumet (1976)</i>	4
b. <i>Videodrome de David Cronenberg (1983)</i>	5
c. <i>The Truman Show de Peter Weir (1998)</i>	6
2. Entretien avec Luc Lagier	9
3. Illustrations	14
a. <i>Henri Matisse, Vue de Collioure, 1907, Huile sur toile, musée de l'Hermitage, Saint-Pétersbourg</i>	14
b. <i>David Hockney, Portrait of an Artist (Pool with Two Figures), 1972, peinture acrylique sur toile</i>	14
c. <i>Claude Monet, Les Nymphéas, 1914-1926, Huile sur toile, musée de l'Orangerie, Paris</i>	15
d. <i>Les logos de MGM Television, Universal Television Group et Paramount Television Studios</i>	16
e. <i>Les plans télévisuels (automatiques) dans The Truman Show de Peter Weir (1998)</i>	16
f. <i>La présence télévisuelle dans The Truman Show</i>	18
g. <i>La radio dans Do The Right Thing de Spike Lee (1989)</i>	20
h. <i>Le journal papier et la fonction d'ancrage dans Do the Right Thing</i>	21
i. <i>Le journal papier et la fonction d'ancrage dans Network de Sydney Lumet (1976)</i>	24
j. <i>Le journal papier et la fonction d'ancrage dans The Truman Show</i>	24
- <i>Le journal papier et le mixage de la fonction ancrage dans The Truman Show</i>	26
k. <i>Le journal papier et la fonction de relais dans Eyes Wide Shut de Stanley Kubrick (1998)</i>	28
l. <i>Le journal papier et la fonction de relais dans Network</i>	28
m. <i>Intimité télévisuelle et colonisation de l'espace intime dans Network et Videodrome de David Cronenberg (1983)</i>	29
n. <i>Télévision et pulsion scopique, synonymes d'enfermement et de dépossession de son image pour le sujet dans Network et The Truman Show</i>	30
o. <i>La télévision comme média d'arrière-plan dans Network</i>	33
p. <i>Chambre 666 de Wim Wenders (1982)</i>	36
q. <i>Violence et perversion télévisuelle dans Videodrome</i>	36
r. <i>Les placements de produits télévisuels et la publicité dans The Truman Show</i>	38
s. <i>Le désordre dans la vie et l'appartement de Max Renn, symbole des effets néfastes de la technologie sur les relations humaines dans Videodrome</i>	43
t. <i>Le dispositif du « Truman Show » : discours, institutions, décisions réglementaires et mesures administratives...</i>	44
u. <i>Contrôle et aliénation par la télévision dans Network, Videodrome et The Truman Show</i>	47
v. <i>Les dirigeants dictatoriaux de l'industrie télévisuelle et les traces d'un totalitarisme dans Network, Videodrome et The Truman Show</i>	50

w. <i>La télévision comme nouvelle religion : Mission du Tube Cathodique, martyr, prophètes et Créateur</i>	54
x. <i>Les procédés d'exploitation et de séparation intermédiatiques utilisé par le cinéma pour sortir de l'intermédiabilité spontanée dans Rhapsody in Black and Blue de Aubrey Scotto (1932)</i>	57
y. <i>Le travail de séparation opéré par le cinéma dans Say It With Songs de Lloyd Bacon (1929) et Sing, Bing, Sing (1933)</i>	59
z. <i>L'identification du cinéma à la sculpture dans Il Fauno de Febo Mari (1917)</i>	62
aa. <i>Effacement et amnésie télévisuelles dans Network et The Truman Show</i>	64
bb. <i>La monstration de la déshumanisation et de la facticité de la télévision par le cinéma</i>	65
cc. <i>La disponibilité réaffirmée du cinéma dans The Truman Show</i>	68
dd. <i>La modélisation des « médiasphères » selon Louise Merzeau</i>	70

ANNEXES

1. Analyses sémiolinguistiques de *Network*, *Videodrome* et *The Truman Show*

a. *Network* de Sidney Lumet (1976)

- Séquence introductive (00:00 – 03:28)

STRATE	DETAIL		Dénotation	Connotation
<u>Contexte</u>	Paratexte		1) Logo de Metro Goldwyn Mayer : « Ars gratia artis », traduction latine de « l'art pour l'art ». Pas de générique d'ouverture.	1) Ouverture du film, entrée dans le paradigme cinématographique et définition par l'opposition à ce qui pourrait s'apparenter à une production audiovisuelle marchande. Registre de l'art et de la pureté (le film et seulement le film).
	Conditions de production et de réception		1976	Plein cœur du « Nouvel Hollywood », cinéma « contestataire » face aux institutions garantes du pouvoir et de la hiérarchie.
<u>Description</u>	Visuel	Profilmique	Iconiques 1) 4 téléviseurs allumés divisant le plan, 4 présentateurs de JT américains, tous des hommes d'un certain âge. Uniformité formelle entre les quatre images (fond neutre, à la limite rouge pour un d'entre eux, costume et cravate)	1) On sort dès le 1 ^{er} plan du paradigme du cinéma qu'avait intégré le logo MGM Effet de simultanéité que permet la télévision et qui n'est pas possible au cinéma Le film démarre d'emblée sur un split screen « forcé » par les postes allumés. Inféodation immédiate d'un média à l'autre : plus petit, éclaté, étrié et codifié.
			Plastiques 1) Matérialité assimilable à celle de la TV : petit écran, balayement horizontal de l'image, effet « écran dans l'écran » Arrière-plan sombre 2) Couleurs sombres, nuit	1) Matérialité restituée de la télévision
		Filmique	1) Plan fixe sur les quatre écrans puis zoom progressif pour resserrer le cadre sur le héros. Stabilisation sur Howard Beale.	1) On délaisse progressivement la cacophonie télévisuelle pour se concentrer sur l'histoire, mouvement libérateur. Pourtant on reste sur un écran de TV sans pour autant que celui-ci ne vienne occuper tout l'espace du film.
	Sonore	Linguistique (parole)	1) Les 4 présentateurs parlent en même temps, contenu incompréhensible. Puis VO qui introduit le personnage principal. « Toutefois, en 1969, sa popularité commença à décliner » 2) « Je vais me faire sauter la cervelle en direct. [...] On dégommerait ce putain de Disney » D'une phrase de désespoir d'H Beale, Max Schumacher tire l'idée d'une série télévisuelle (« L'Heure de la mort ») qui mettrait à l'honneur suicides, assassinats, terrorisme, mafia. « Une formidable émission du dimanche soir pour toute la famille »	1) La télévision est réduite à un bruit de fond, sur lequel la voix du cinéma reprend ses droits 1969, soit ce que l'on considère comme les débuts du « Nouvel Hollywood », c'est à ce moment que le personnage, représentant de la puissance de la TV, entame son déclin : symbole d'une volonté de reprise de contrôle du cinéma. 2) « Pourquoi se limiter ? » : la télévision, lieu du divertissement débridé où seul compte l'audimat.

		Musical	/	/
		Bruits	1) Le bruit de fond formé par les voix entremêlées des présentateurs s'estompe lorsque celle du narrateur démarre.	1) On délaisse progressivement la cacophonie télévisuelle pour se concentrer sur l'histoire.
	Relations paradigmatiques		00:48 : passage du paradigme télévisuel à celui du cinéma, de l'intérieur fermé à la rue	La télévision avait progressivement pris les ¾ de l'écran, l'écran plein reprend ses droits. Changement de matérialité de l'image, plus nette et « réelle ». Opposition simulacre / réalité.
	Relations syntagmatiques de simultanéité		1) Plan du présentateur Howard Beale qui présente son JT avec une expression grave / VO « L'année suivante, sa femme mourut... » 2) La relation se prolonge sur la scène suivante mais nous sommes cette fois visuellement dans la rue, HB et son patron directeur de l'information chez UBS Max Schumacher rient aux éclats / VO « Le 22 septembre 1975, il fut limogé... »	1) Effet de superposition dans la mesure où la voix d'HB est coupée, c'est comme s'il énumérait lui-même ses malheurs, sa descente aux enfers en tant que présentateur vedette. Ironie ultime de la TV où l'on annonce sa propre déperdition. 2) L'effet se prolonge au début de la scène suivante et devient comique puisque les deux hommes rient tandis que la voix annonce une nouvelle grave.
	Relations syntagmatiques de succession		Plans d'HB et MS rigolant de la blague sur le chauffeur de taxi croyant au suicide et s'embrassant dans la rue → les deux hommes sont assis et affalés dans un bar, dépités : « Je vais me suicider »	
Synthèse	Effet de résonance, de métadiscours effectif dès le premier plan avec un écho visuel et sonore : les quatre postes de télévision qui fragmentent l'écran et donc l'espace visuel, nous rappellent que nous sommes dans la configuration			

b. Videodrome de David Cronenberg (1983)

- Séquence introductive du film (00:00-03:00)

STRATE	DETAIL			Dénotation	Connotation
Contexte	Paratexte			1) Logo de la compagnie de production : Universal 2) Générique : lettres orange sur fond noir 3) Titre du film avec effet de brouillage cinéma / TV	2) Renvoie à une imagerie violente dans le cinéma, association de couleurs déjà vue avec <i>Orange mécanique</i> 3) Trouble dans le genre : la TV vient comme parasiter l'espace du film, on ne sait pas bien où se situera la frontière entre les deux.
	Conditions de production et de réception				
Description	Visuel	Profilmique	Iconiques	1) 00:38 : fin du générique du film, entrée dans le film en lui-même et dans un nouveau générique, télévisé cette fois, celui de « Civic TV » L'espace télévisuel remplit le cadre visuel du film, il n'a pas de frontière visible Transition télévisée (brouillée)	1) Trouble dans le genre prolongé après le titre du film. Le film démarre, mais nous sommes « dans » une TV.

				Puis on aperçoit les contours de la télévision lorsque l'assistante de Max apparaît à l'écran 2) Max jette un œil à des photogrammes d'un film érotique dont il va rencontrer le producteur Il fait une tache de sauce tomate sur la première	2) La tache rouge sang laisse à penser qu'en plus du sexe, la violence va venir s'immiscer dans le rapport de Max à la télévision
		Plastiques		1) Générique Civic TV : couleurs et démultiplication du titre sur fond noir « Celle que vous emmenez au lit avec vous » : dessin imagé d'une télévision réconfortante et apaisante	1) Télévision envahissante jusque dans les endroits les plus intimes // aliénation de la TV // prolongement du titre à l'image du média prolongement de l'homme.
		Filmique		1) Plan fixe sur la TV puis travelling arrière pour remonter dans une pièce sombre et dérangée et aller vers la montre de Max se réveillant puis son visage	1) On quitte l'écran pour se diriger vers le vrai personnage, en chair et en os, du cinéma
Sonore	Linguistique (parole)			1) « Max, il est l'heure » : Bridey James s'adresse par le biais du média directement à son auditeur unique, apathique dans son canapé 2) « Je ne suis pas un rêve »	1) Interpellation déictique de la télévision qui nous parle, configuration d'un média total remplaçant les autres (le téléphone, le réveil, l'agenda...) : dépendance et aliénation ? TV qui se désigne réalité, ou en tout cas qui se veut la plus réaliste possible
	Musical			1) Sur le générique : musique grave et lente 2) Fin du générique : musique de type électronique pour le générique télévisuel Civic TV	1) Inquiétude, suspense
	Bruits				
	Relations paradigmatiques stylistiques			Paradigme stylistique télévision / cinéma	
	Relation syntagmatique de simultanéité			1) Générique // musique puis 2) Titre du film // musique // effet brouillage fréquence // bruit brouillage fréquence 3) Générique Civic TV : animation multicolore et démultipliée du titre // musique électronique et aigu	1) Classifie d'emblée le film dans un genre sombre : horreur ou épouvante 2) L'univers télévisuel est introduit, il jouera une part dans cette intrigue de film d'horreur. 1 ^{ère} association TV / mal. 3) Contraste avec la relation de simultanéité précédente, la lourdeur du titre est délaissée pour un générique plus léger et d'apparence innocente
	Relation syntagmatique de succession				
Synthèse	Démarrage du film qui comporte un faisceau d'indices faisant comprendre que l'on aura affaire à un film sur (et parasité par) la télévision. Dès le départ, l'intermédialité se traduit dans une lutte matérielle, dans le titre du film, le générique de la chaîne Civic TV ou encore l'ambiance sonore.				

c. The Truman Show de Peter Weir (1998)

- Séquence introductive du film

STRATE	DETAIL		Dénotation	Connotation
Contexte	Paratexte		Logo Paramount	Inscription dans le paradigme cinématographique
	Conditions de production et de réception		Film sorti en 1998 Tournant télévisuel de la télé réalité	
Description	Visuel	Profilmique	Iconiques	1) Un homme à béret et lunettes, plan fixe face caméra 2) Régression de l'écran TV au ¾ : Plan face caméra de Truman inséré dans un cadre télévisuel. Nouveau grain (traits horizontaux) et indication « Live ». Les objets et cosmétiques disposés devant lui nous font 1) Le béret, les lunettes, mais aussi les traits du visage, manière assurée de parler : attribut de celui qui contrôle, du réalisateur 2) Suite au plan précédent on comprend

			<p>comprendre le principe de caméra cachée, Truman ne sait pas qu'il est filmé face à lui, il se regarde dans le miroir de sa SDB.</p> <p>4) Retour à l'image cinématographique pleine mais dans un style itw encore avec la femme de Truman. Parfaitement maquillée et coiffée, visage exagérément télégénique et souriant et arrière-plan de station balnéaire américaine parfaite</p> <p>7) Plan fixe de Truman</p>	<p>qu'il s'agit de Truman, du héros malgré lui, observé sans le savoir.</p> <p>« Live » : connotation de la simultanéité et impression de médiatique, conscience groupale → plaisir érotologique</p> <p>La barrière de l'intimité est brisée, pour aller chercher l'authentique nous allons jusque dans la SDB, espace de l'intime par excellence.</p> <p>4) Premier aperçu du « monde parfait construit pour Truman</p>
		Plastiques	<p>1) Grain télévisuel, on comprend tout de suite qu'il ne s'agit pas de l'« image » du film, mais d'une introduction</p> <p>3) 1^{er} carton d'un générique blanc sur noir : « Avec Truman Burbank dans son propre rôle »</p> <p>5) Nouveau carton « Louis Coltrane dans le rôle de Marlon »</p> <p>6) Carton « The Truman Show »</p> <p>7) Plan contenant un vignettage</p> <p>8) Carton « Jour 10 909 »</p>	<p>1) Intermédialité présente dès le départ, on démarre sur une interview télévisuelle.</p> <p>3) Il ne s'agit pas du générique du film, mais de celui de l'émission, confirmant donc la forte intermédialité, les frontières s'estompent entre les codes des deux médias, l'un prenant la place de l'autre. Le spectateur est intégré malgré lui aussi à la supercherie, il a été mis au courant Truman : l'homme vrai, le seul ?</p> <p>Burbank : cité désignée « capitale mondiale des médias » à côté d'Hollywood</p> <p>5) Nouveau personnage de l'émission télévisée</p> <p>6) Double identité du carton, à la fois titre du film et de l'émission dans laquelle nous sommes déjà pleinement</p> <p>7) Les contours de la caméra-cachée sont délibérément réinsérés dans le plan, la supercherie est mise en évidence. Distanciation avec le plan de caméra classique du cinéma qui vise d'habitude à se faire oublier</p> <p>8) L'émission a commencé depuis longtemps déjà si Truman est dedans depuis sa naissance (bientôt 30 ans). Comptage des jours comme les prisonniers comptent les jours passés en prison.</p>
		Filmique		
	Sonore	Linguistique (parole)	<p>1) Discours de lassitude vis-à-vis de la pure fiction, de l'artefact, les gens demandent autre chose désormais, et c'est ce que propose le Truman Show (« Truman, lui, ne fait pas semblant »). Présent de vérité générale (« On s'est lassés de voir des acteurs... »)</p> <p>2) « Je ne vais pas y arriver... » Truman parle seul et dans le vide, racontant une histoire qu'il sort de sa tête</p> <p>4) (« Je ne fais pas de différence entre vie privée et vie publique. Ma vie, c'est le <i>Truman Show</i>. C'est un style de vie, une vie digne. C'est une vie bénie » avec un visage convaincu et souriant</p> <p>5) « tout est vrai, tout est réel. Rien n'est truqué, il n'y a aucun trucage. C'est juste contrôlé. »</p>	<p>1) Discours d'autorité, de justification et même de légitimation. Le programme que l'on nous présente est justifié par le besoin des gens. Principe de l'itw : pas de contradiction possible</p> <p>Principe d'authenticité aussi, à l'inverse de la fiction et du cinéma qui sont par essence faux (« pas de script, pas de fiches. Ce n'est pas du Shakespeare mais c'est authentique »), mise à nu et transparence pour prouver sa bonne foi. Le savoir (ou la manipulation) vient de la télévision.</p> <p>2) Les propos de ne sont pourtant pas dénués de sens dans le contexte. Filmé à son insu, il lance comme un appel à l'aide dès le début du film.</p> <p>Mais retour à un discours léger et naïf (« Vous m'utiliserez comme une source alternative de nourriture ») :</p>

			4) Confirmation du fait que l'intimité ne doit pas exister et apologie totale du <i>Truman show</i> , discours visant à faire accepter l'inacceptable : on comprend que l'émission doit être défendue 5) Nouvelle défense du show, sentiment d'accumulation, de plaidoiries voire de propagande. On comprend que si tous ces mots sont prononcés c'est qu'ils l'ont été par d'autres. Le spectateur du film est désormais biaisé et cherchera tous les signes qui montrent que c'est <i>fake</i> .
	Musical	3) La 2 ^{ème} partie de la musique démarre au moment du « faux » générique, avec percussion et mélodie douce et mélancolique au piano	3) Instaure une atmosphère de sincérité, de confiance, a tendance à confirmer et à valider ce qui est montré et dit
	Bruits	/	/
	Relations paradigmatiques		
	Relations syntagmatiques de simultanéité		1) Entrée en scène du héros, système de starification de la TV 3) Effet de sincérité 4) Brouillage des genres, elle s'adresse directement au spectateur (ou plutôt au journaliste) 7) Début de la fiction, nous sortons du prélude qui nous introduisait l'émission pour entrer dans la vie de Truman.
	Relations syntagmatiques de succession		4) Introduction d'une nouvelle « vedette » du <i>show</i> , on comprend du coup que l'on a pas le nom de la vraie actrice ici, mais seulement celui de l'actrice et de son personnage dans la diégèse.
Synthèse	<p>Séquence courte de démarrage du film dans lequel nous entrons par les coulisses de la télévision - que nous ne cesserons de visiter par la suite, mais qui devront rester secrètes pour Truman. Double contrat de lecture passé avec le spectateur dès le début : au niveau du film, bien sûr, nous sommes dans une fiction cinématographique ; mais contrat de lecture contredit par un 2^{ème}, intégré à la fiction : celui d'une émission de télé-réalité qui veut prouver toutes ses bonnes intentions et son utilité. Le spectateur de <i>Truman Show</i> se voit dès le départ imposer l'étiquette de double spectateur, celui d'un film qui englobe aussi une émission de télé-réalité.</p> <p>Discours performatif et épideictique : « Tout est pour le mieux » et « Il s'agit de la vie rêvée » par le biais d'interview entrecroisées et d'images de Truman racontant naïvement une histoire fantastique à son miroir dans sa SDB</p>		

2. Entretien avec Luc Lagier, réalisateur de la websérie *Blow Up* sur Arte.

Les pages 9 à 13 ont été retirées de la version diffusée en ligne.

3. Illustrations

- a. *Henri Matisse, Vue de Collioure, 1907, Huile sur toile, musée de l'Hermitage, Saint-Pétersbourg*



- b. *David Hockney, Portrait of an Artist (Pool with Two Figures), 1972, peinture acrylique sur toile*



c. *Claude Monet, Les Nymphéas, 1914-1926, Huile sur toile, musée de l'Orangerie, Paris*



d. Les logos de MGM Television, Universal Television Group et Paramount Television Studios



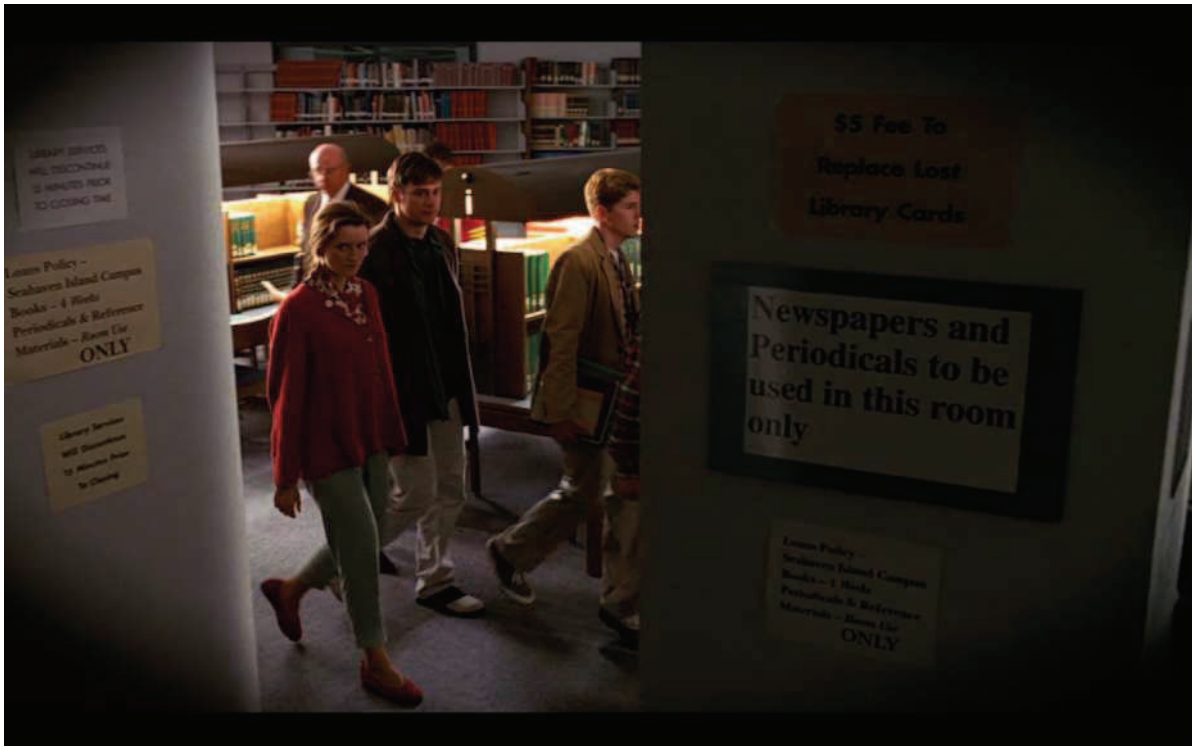
e. Les plans télévisuels (automatiques) dans The Truman Show

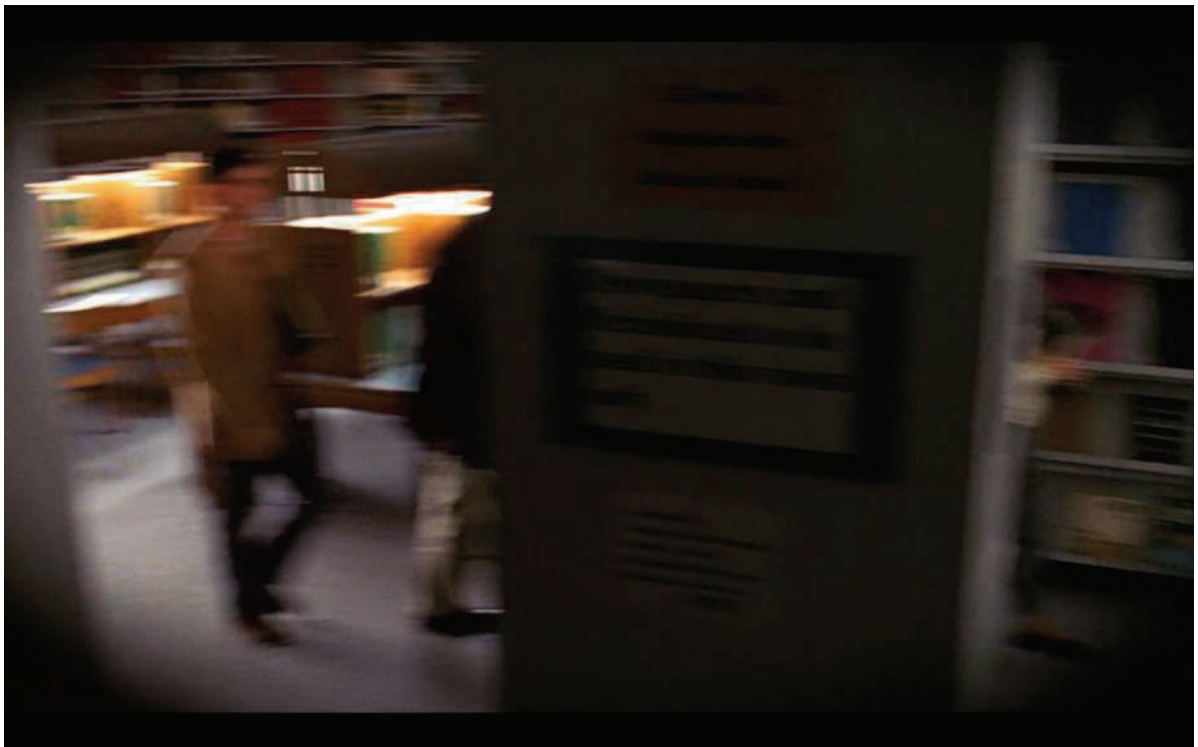
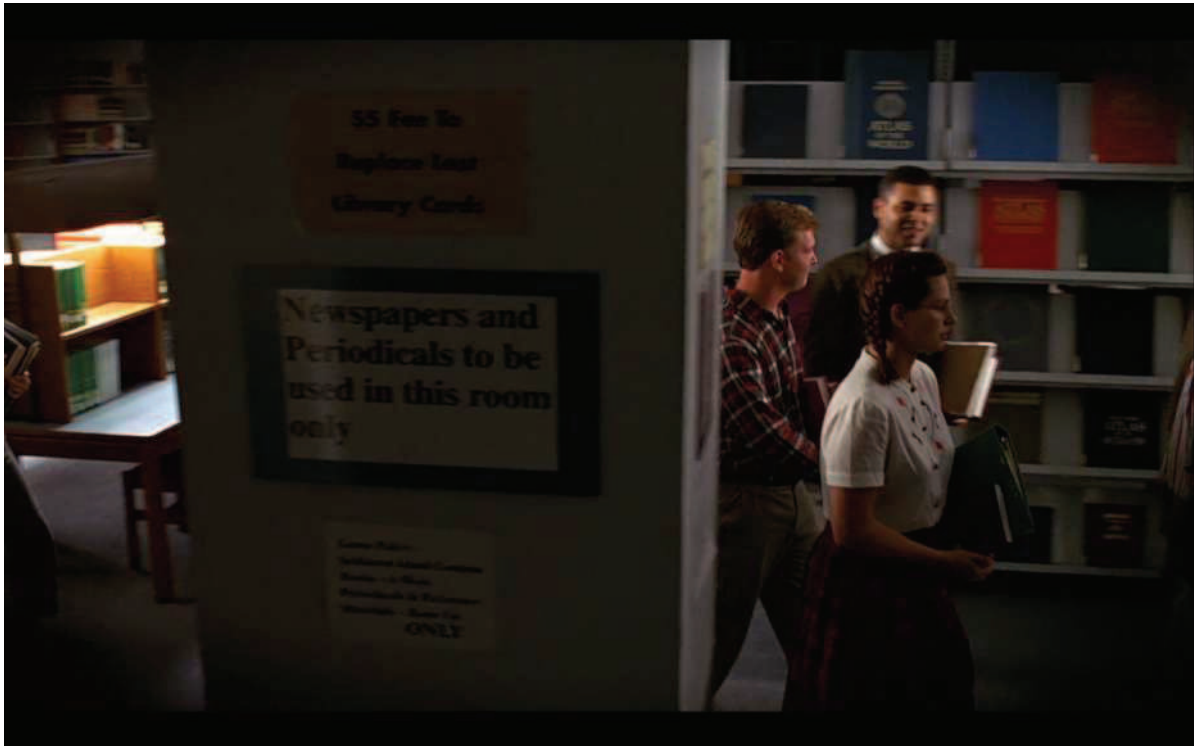






f. La présence télévisuelle dans The Truman Show







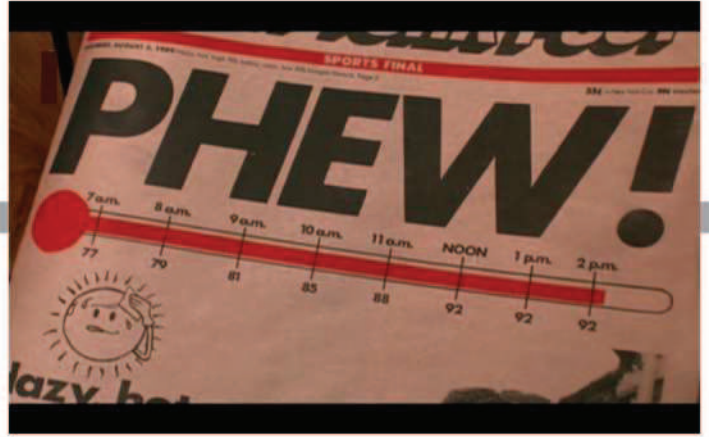
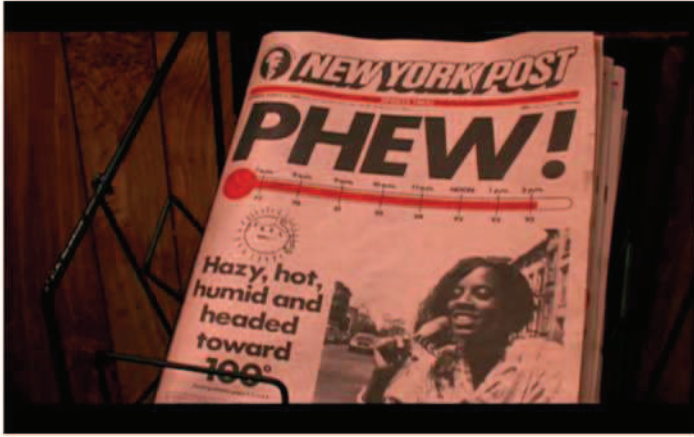
g. *La radio dans Do the Right Thing de Spike Lee (1989)*



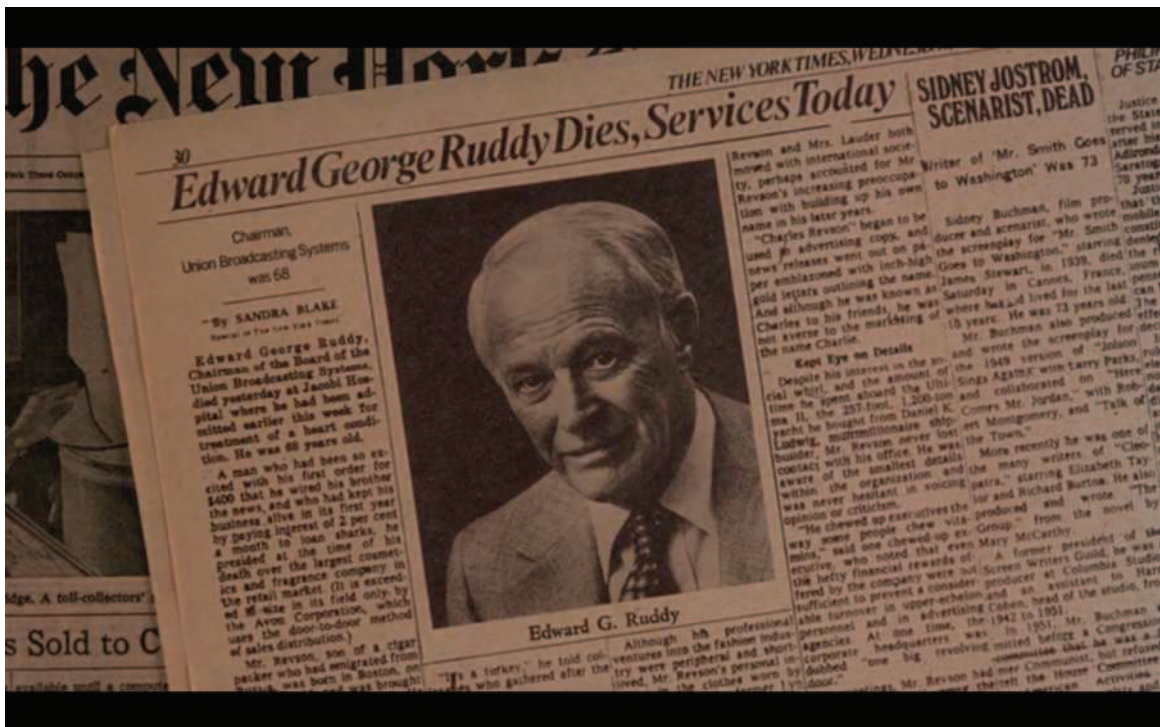


h. *Le journal papier et la fonction d'ancrage dans Do the Right Thing de Spike Lee (1989)*





i. *Le journal papier et la fonction d'ancrage factuel dans Network*



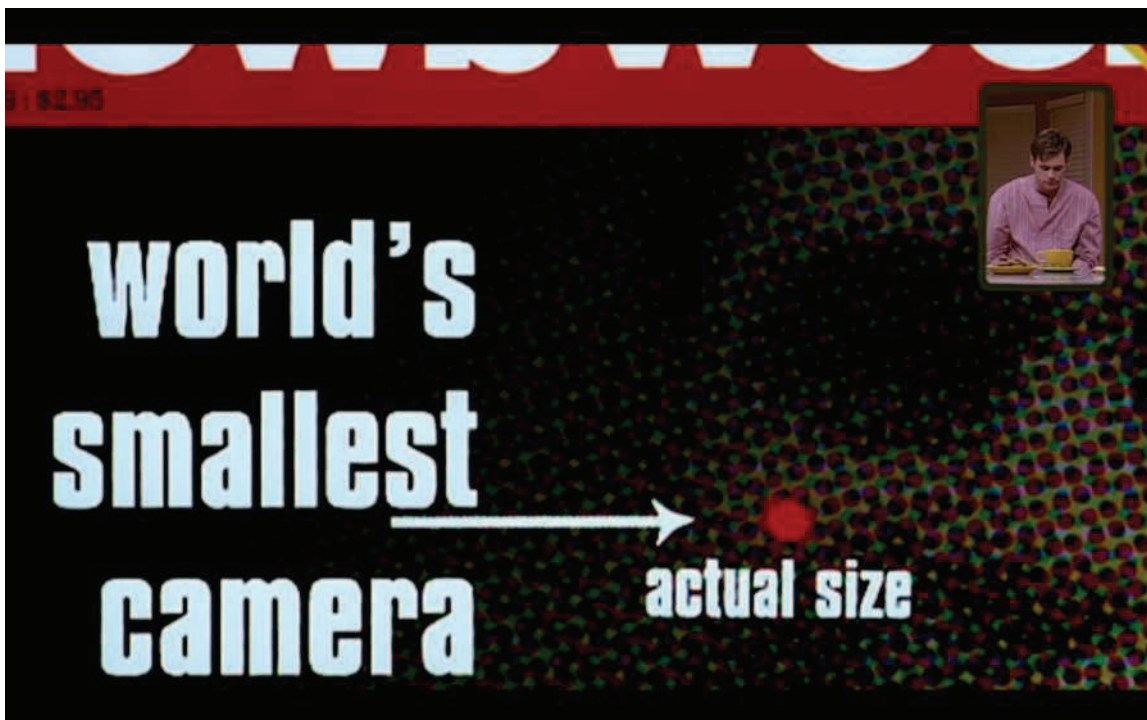
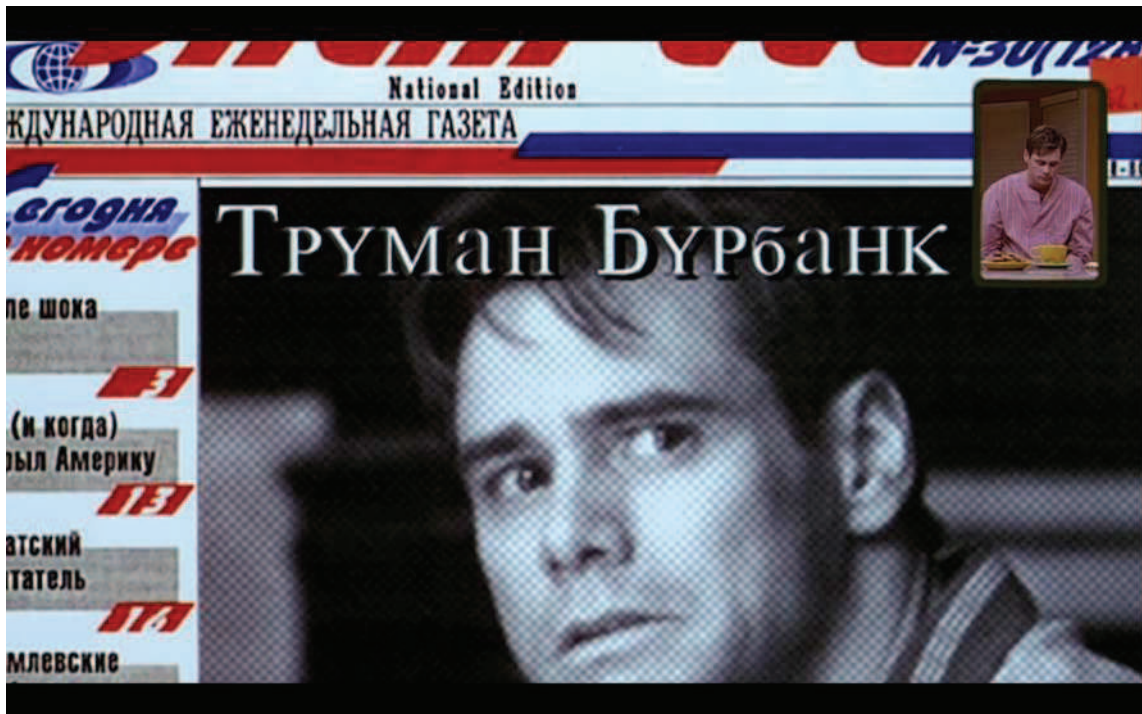
j. *Le journal papier et la fonction d'ancrage dans The Truman Show*





- *Le journal papier et le mixage de la fonction ancrage dans The Truman Show*





k. *Le journal papier et la fonction de relais dans Eyes Wide Shut de Stanley Kubrick (1998)*



l. *Le journal papier et la fonction de relais dans Network*







n. *Télévision et pulsion scopique, synonymes d'enfermement et de dépossession de son image pour le sujet dans Network et The Truman Show*







o. La télévision comme média d'arrière-plan de Network



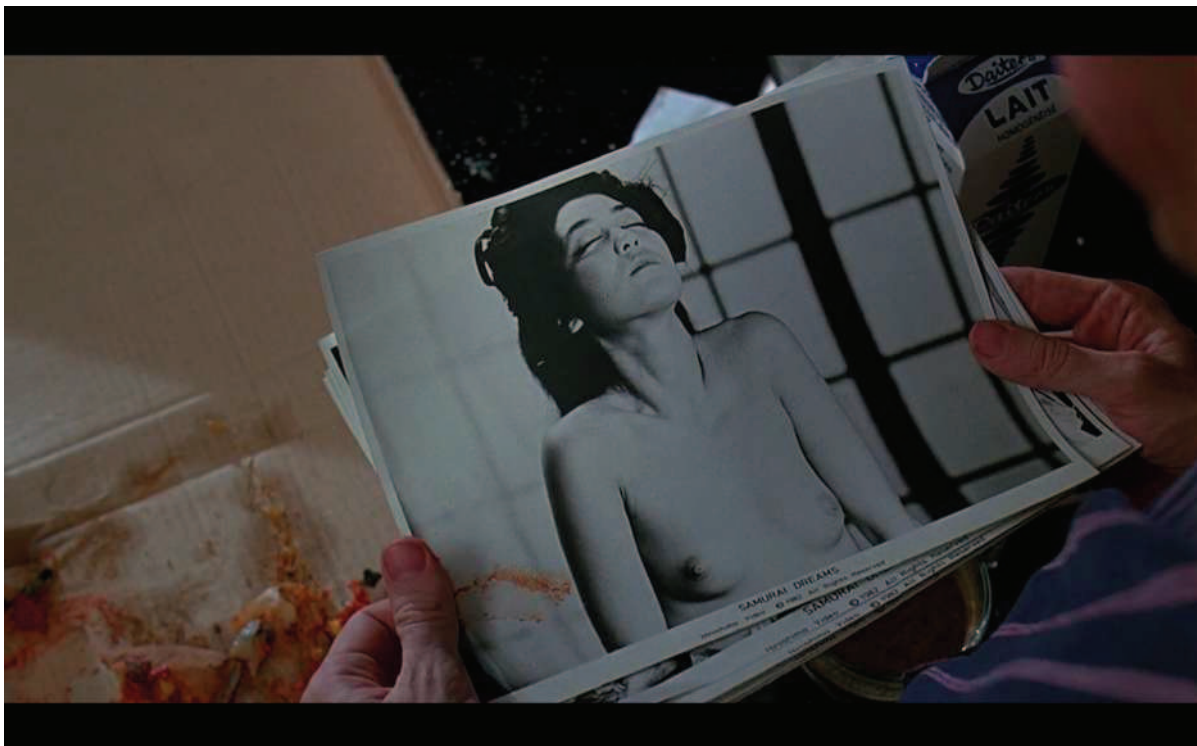




p. *Chambre 666 de Wim Wenders (1982)*



q. *Violence et perversion télévisuelle dans Videodrome*







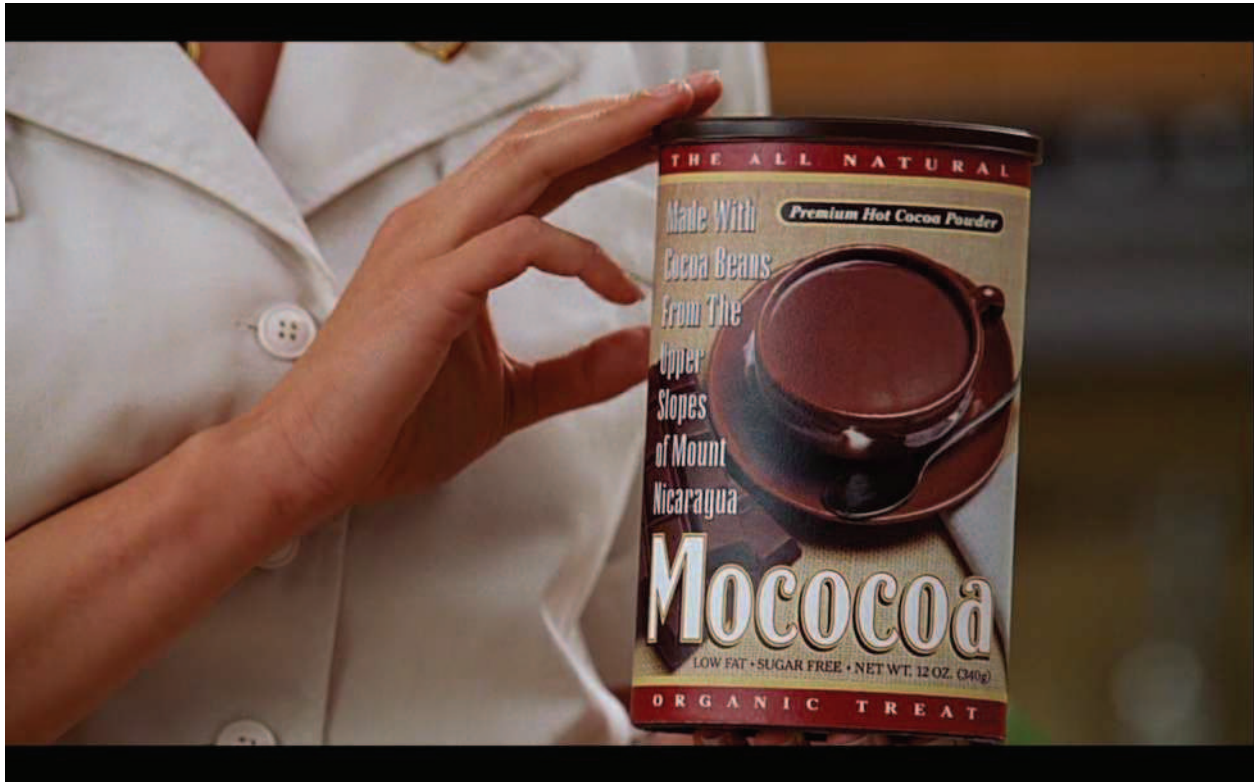
r. *Les placements de produits télévisuels et la publicité dans The Truman Show*

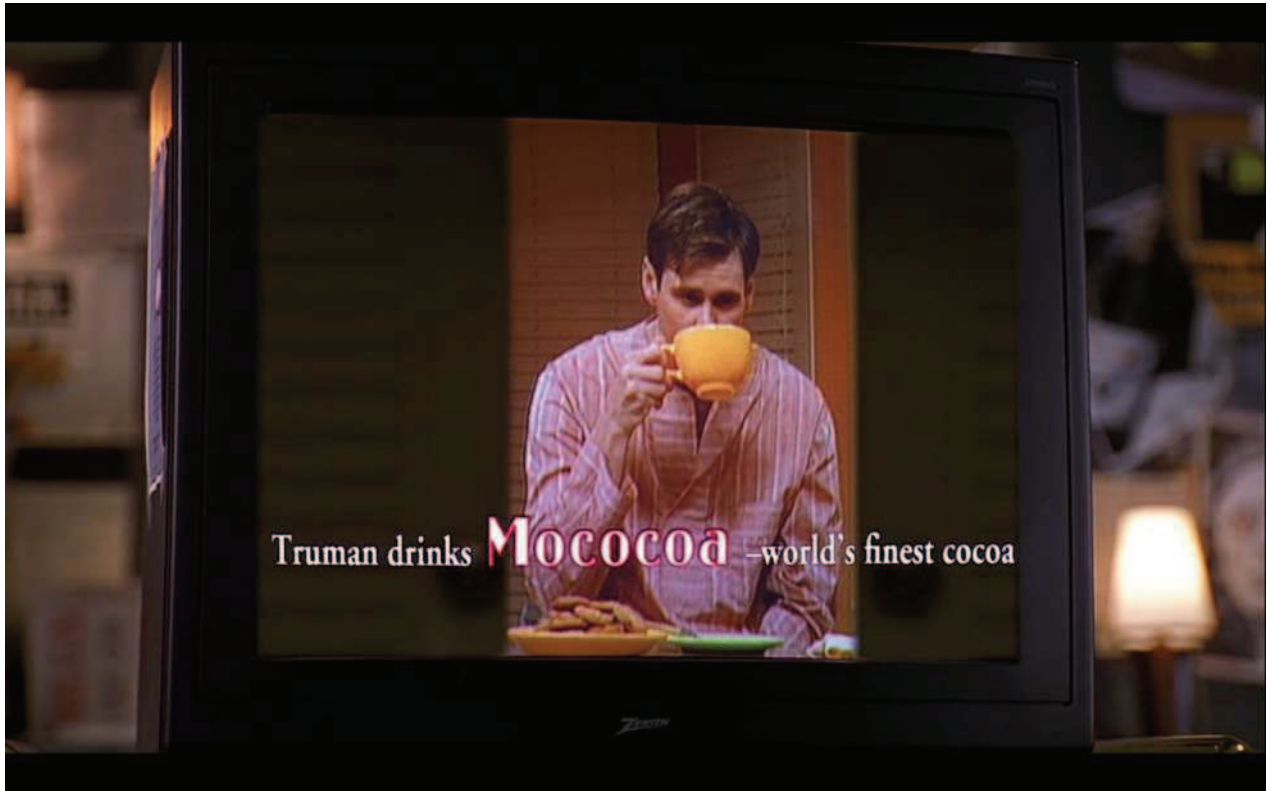












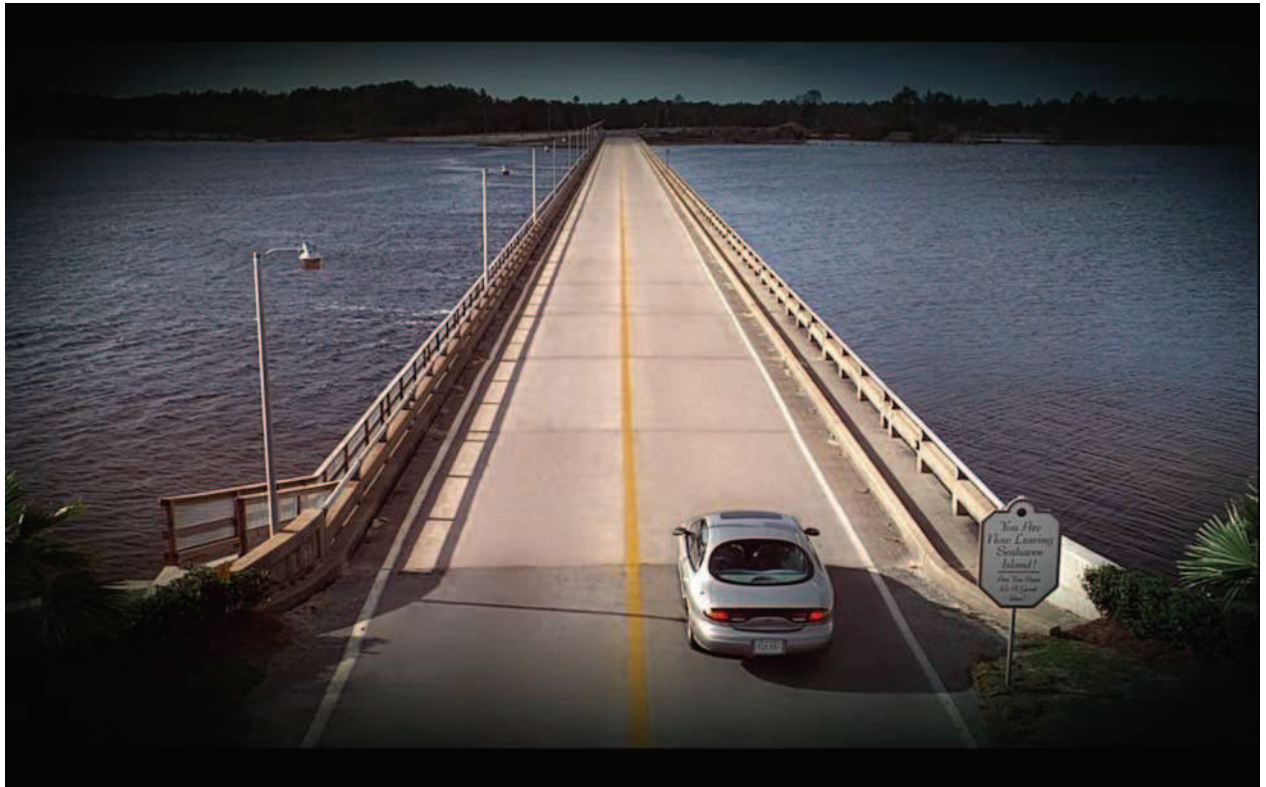


- s. *Le désordre dans la vie et l'appartement de Max Renn, symbole des effets néfastes de la technologie sur les relations humaines dans Videodrome*

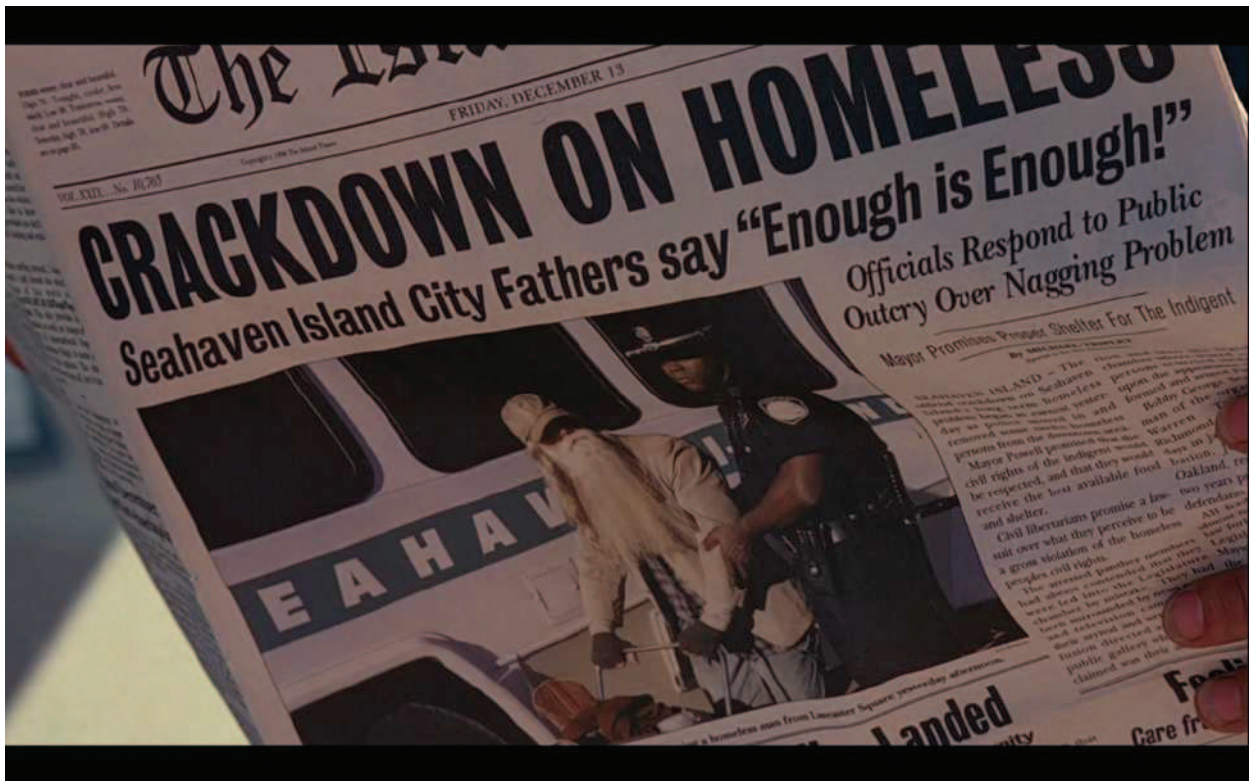


- t. Le dispositif du « Truman Show » : discours, institutions, décisions réglementaires et mesures administratives...









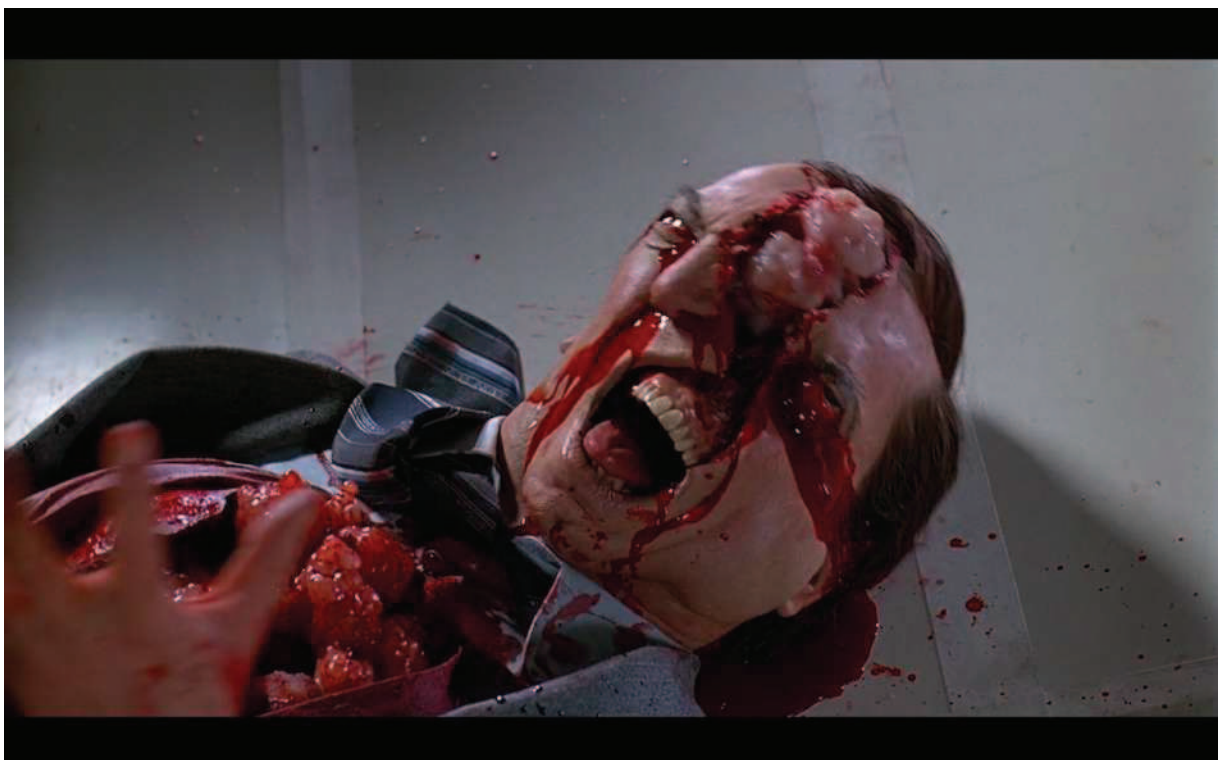
u. *Contrôle et aliénation par la télévision dans Network, Videodrome et The Truman Show*





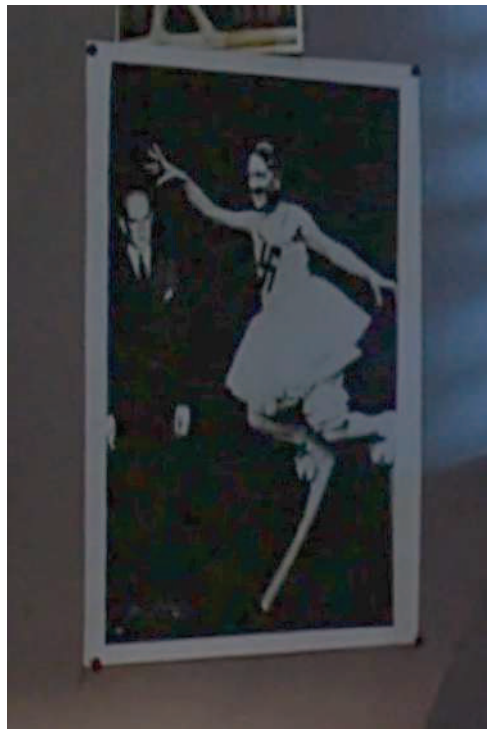


v. *Les dirigeants dictatoriaux de l'industrie télévisuelle et les traces d'un totalitarisme dans Network, Videodrome et The Truman Show*

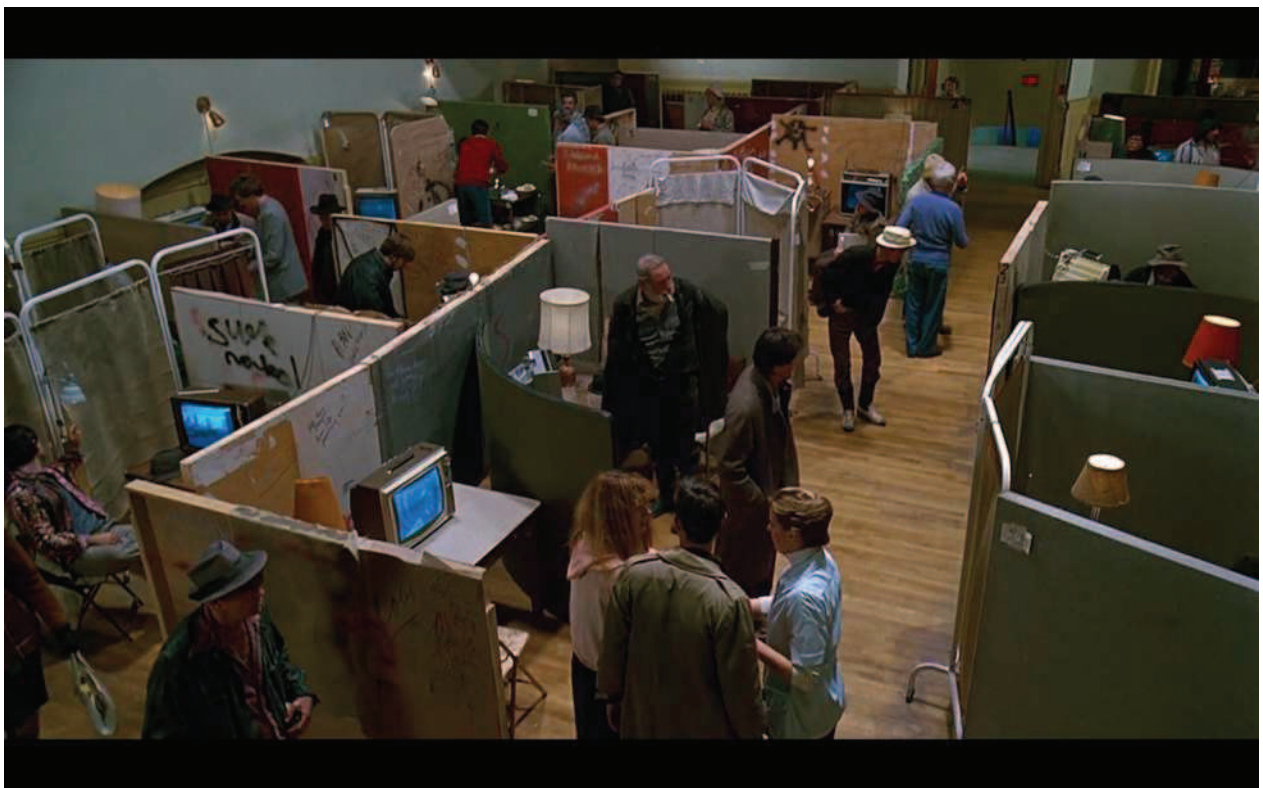


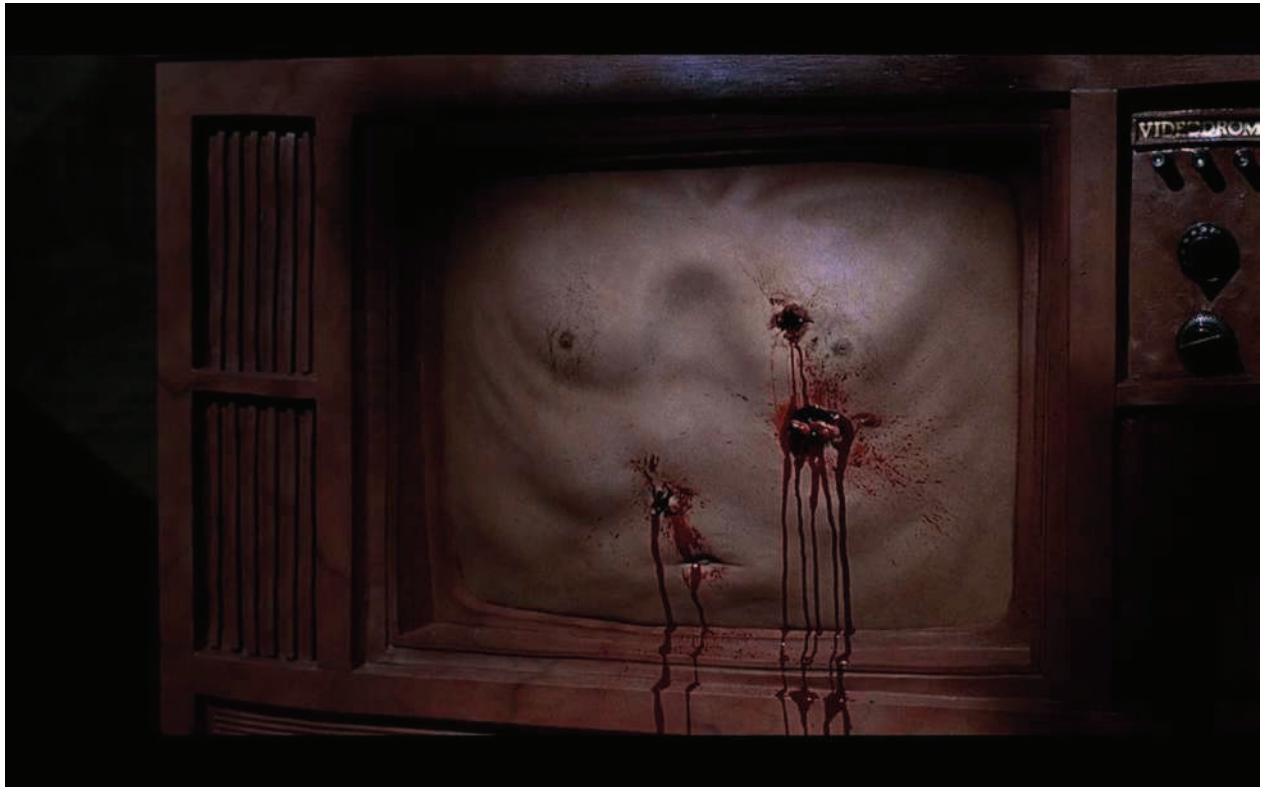






w. *La télévision comme nouvelle religion : Mission du Tube Cathodique, martyr, prophètes et Créateur*



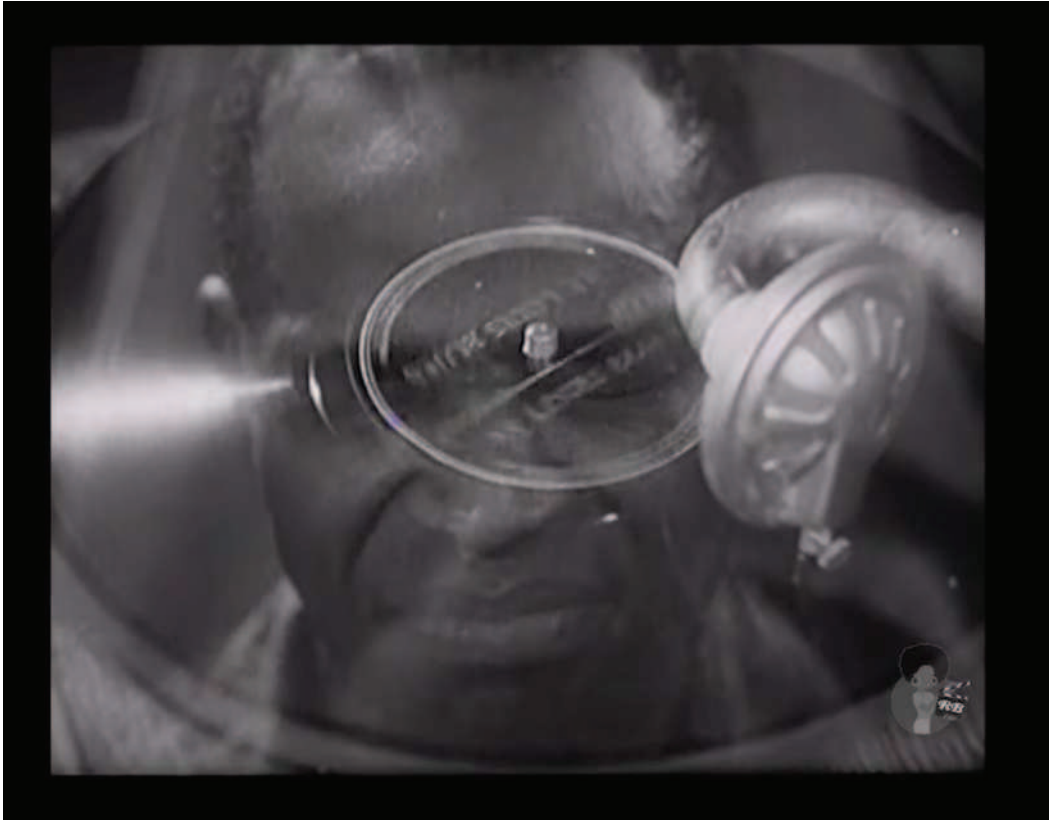






x. *Le procédé d'exploitation intermédiatique dans Rhapsody in Black and Blue de Aubrey Scotto (1932)*





y. *Le travail de séparation opéré par le cinéma dans Say It With Songs de Lloyd Bacon (1929) et Sing, Bing, Sing de Babe Strafford(1933)*









z. L'identification du cinéma à la sculpture dans Il Fauno de Febo Mari (1917)





aa. Effacement et amnésie télévisuelles dans Network et The Truman Show





bb. La monstration de la déshumanisation et de la facticité de la télévision par le cinéma









*Chacun accepte la réalité du monde
auquel il est confronté.*



C'est aussi simple que ça.

cc. La disponibilité réaffirmée du cinéma dans The Truman Show



Les médiasphères *

	GRAPHOSPHERE	VIDÉOSPHERE	HYPERSPHERE
MÉDIASISTÈME (noyau organisateur)	L'imprimerie	L'audiovisuel	Les réseaux
MÉDIA DE RÉFÉRENCE	Le livre	La télévision	Les hypermédias
MILIEU STRATÉGIQUE	Le territoire	L'espace	L'hyperespace
FIGURE DU TEMPS	La ligne	Le segment	Le point
CADRE TEMPOREL	Délai, différé	Instantané, Direct	Flux
MNÉMOTECHNIQUES	Littérales (savoir-lire = savoir-écrire)	Analogiques (codage et décodage délégués)	Analogico-numériques (accès et traitement)
DÉPOTS DE MÉMOIRE	Bibliothèques, musées	Albums photo, vidéothèques personnelles, archives des producteurs	Bases de données, musées et médiathèques en ligne
TRANSPORT PHYSIQUE DU SIGNE ET VITESSE-ÉTALON	Route, rail, fil Cheval, vapeur, électricité	Ondes, câbles	Satellites Lumière
TRAITEMENT DE L'INFORMATION	Assimilation lente (citation)	Répétition (recyclage)	Electrons
MODE DE PRODUCTION CULTURELLE	Linéaire : édition (livres, disques, films, vidéos)	(périodiques)	Radiale : flot (radio commerciale, télévision généraliste de masse)
RÉGIME SÉMIOTIQUE DOMINANT	Symbolique	Iconique	Indiciel
ORGANON SYMBOLIQUE	Systèmes (idéologies)	Grilles (programmes)	« Holographique »
PARADIGME D'ATTRACTION	Logos (utopies)	Imago (affects)	Modèles (algorithmes)
RÉFÉRENCE LÉGITIME	Le Vrai	Le Réel	Ludo (simulations)
RÉGIME D'AUTORITÉ SYMBOLIQUE	Le lisible ou le vrai logique (le fondement)	Le visible ou le vraisemblable (l'événement)	Le Virtuel
FORME CANONIQUE DU SAVOIR	Théorie : argumentation, interprétation	Montage : focalisation, raccords	Sélection : couper-coller
FINALITÉ DU SAVOIR	La connaissance	La communication	Hypertexte : navigation, appropriation, modélisation
ORGANISATION DES SAVOIRS	Fédération, hiérarchisation	Stratégies de territoires	L'accessible ou le pertinent (l'immédiat)
		L'information	La pertinence
		Spécialisation	Interconnexion et transfert