

# L'anonyme c'est nous

Virginie Spies - Maître de conférences, université d'Avignon

**D**es téléspectateurs anonymes ont la parole dans un grand nombre d'émissions réflexives à la télévision française. Ce sont les différentes fonctions et les diverses mises en scène de la parole anonyme dans les émissions réflexives qui nous intéressent ici. En croisant l'analyse à l'histoire, on s'aperçoit que les programmes mettent en scène un discours bien spécifique.

Une émission réflexive est une émission qui prend pour thème la télévision. S'il est possible de rencontrer des éléments de réflexivité à l'intérieur d'un grand nombre de programmes, il n'en demeure pas moins que pour être qualifiée d'émission réflexive, une émission doit prendre pour objet la télévision sous quelque angle que ce soit. On y parle de la télévision par thèmes, et une émission est réflexive lorsqu'elle fait systématiquement référence à la télévision, sous l'angle qu'elle aura choisi. Une émission réflexive est donc une émission de télévision dont l'objet principal de discours est la télévision. Lorsque l'on périodise ces émissions, il est possible de repérer les grandes tendances de la télévision réflexive. De 1950 à 1970, on remarque une télévision en quête de reconnaissance et de légitimité. C'est l'institution qui s'exprime, à travers divers thèmes (les métiers dans *En direct de*, ou *Micros et caméras*, les stars dans *Au-delà de l'écran*). De 1970 jusqu'en 1980, il s'agit d'interroger l'énonciation, avec un auteur comme Jean Frapat, qui montre que les émissions réflexives peuvent être pensées autrement. Il interroge la télévision en tant que médium, du point de vue de l'énonciation, mais également par rapport à la représentation de soi, à l'interprétation des textes et à la réception. Il ouvre de nouvelles perspectives à la réflexivité télévisuelle. Durant la décennie suivante, les chaînes fonctionnent comme des marques. Les émissions réflexives sont alors au service des programmes. Les chaînes construisent leur identité, et les programmes réflexifs participent de cette

construction (on pense à *TF1-TF1*, ou *C'est à vous sur Antenne 2*). De 1990 à 2002, les émissions réflexives témoignent plus que jamais de l'identité des chaînes qui les diffusent : les chaînes sont désormais dotées de personnalités fortes. La télévision est un objet de discours plus courant, elle possède une actualité relatée par les émissions réflexives (avec *Télé-dimanche*, ou *Lignes de Mire*). Relevons par ailleurs que, de 1970 à 2002, apparaissent régulièrement des programmes qui reviennent sur le passé de la télévision. Il s'agit le plus souvent d'une télévision observée avec bienveillance et un brin de nostalgie (*Les enfants de la télé*).

Cet historique dressé au pas de course synthétise quelques traits de la télévision réflexive et va nous servir de socle pour observer la mise en scène de la parole anonyme. En effet, à chaque époque, le discours télévisuel est soucieux de donner la parole à d'autres personnes qu'aux dirigeants, réalisateurs ou stars : ce sont les téléspectateurs. La télévision s'adresse à un public qu'elle méconnaît. Aucun sondage, aucune enquête, aucun boîtier de mesure de l'audience ne permet à une chaîne de connaître précisément son auditoire. Le téléspectateur est anonyme par essence. Les chaînes mettent en œuvre un certain nombre de stratégies contre cet état de fait : adresse directe, courrier des téléspectateurs, et mise en image de ces téléspectateurs. En ce sens, il s'agit de la mise en scène d'anonymes par la télévision. L'anonymat n'est pas ici compris comme une notion opposée à la notion d'auteur, mais par l'idée selon laquelle une parole anonyme est préférée par une personne qui était inconnue auparavant (avant qu'elle ne "passe à la télé"), il est cependant possible de donner son nom. L'anonyme télévisé ne le reste jamais longtemps. Un anonyme n'est pas une vedette, mais il peut le devenir rapidement.

Les premières émissions réflexives se penchent souvent sur les métiers de la télévision, et interrogent des catégories

de personnels dont les fonctions sont mal connues du grand public. Ainsi, le 15 mai 1958, le numéro de la collection En direct de consacré à la télévision met à l'honneur les métiers de la télévision par la voix d'une scripte, d'un décorateur ou d'un costumier. Mettre en valeur ces discours d'anonyme n'est pas plus exceptionnel que de faire parler les personnels d'une entreprise dont on ferait la promotion. Puisque cette émission parle de télévision, le fait de mettre en avant avec insistance le savoir faire et le professionnalisme des employés concourt à une mise en avant d'une télévision en train de naître sous les yeux des téléspectateurs.

### L'anonyme, c'est nous

Plus intéressantes pour notre étude sont les paroles des anonymes téléspectateurs. En avril 1961, deux numéros de *Faire face* sont consacrés à la télévision. Dans le premier numéro, des commentaires de dirigeants et responsables de la télévision française sont mêlés à des témoignages de téléspectateurs. Un jeune de onze ans, un ancien militaire, un mineur du Nord, un handicapé hospitalisé s'expriment sur ce que la télévision représente pour eux, sur les avantages de la télévision lorsqu'on est isolé, sur leurs usages de la télévision. Les critiques sont rares et toujours contrecarrées par l'un des responsables. En fin d'émission, Etienne Lalou explique au téléspectateur qu'il a maintenant "la parole". Il doit écrire à la télévision française et poser une question au directeur général, ou au directeur des programmes, etc. Ainsi ajoute-t-il, "les spectateurs qui nous écriront les lettres les plus pertinentes seront invités à venir eux-mêmes défendre leur point de vue dans nos studios de Paris ou de province". Dans cette seconde émission, plusieurs plateaux sont organisés entre ces téléspectateurs et les dirigeants. La parole de ces téléspectateurs anonymes est ici censée ressembler au discours que chaque téléspectateur pourrait avoir : respect des horaires, satisfaction du plus grand nombre, liberté, télévision des enfants, arrivée improbable de la publicité sont autant de sujets qui sont évoqués par les téléspectateurs et auxquels les dirigeants offrent des réponses assurées. On peut entendre des téléspectateurs s'exprimer avec force, comme lorsque dix

ans plus tard, l'émission *Face au public* adopte une stratégie semblable. Ainsi, explique une téléspectatrice, "Vous êtes responsables du niveau intellectuel de votre public et c'est en élevant ce niveau que vous arriverez à avoir un public qui vous comprendra mieux et qui ne vous engueulera plus !" Il est satisfaisant pour les responsables de l'office d'entendre cette phrase, car elle leur permet de s'expliquer, se justifier, en maniant avec aisance, l'art de la rhétorique, ce qui est moins souvent le cas des téléspectateurs. Nous sommes dans un cas où l'anonymat est au service des stratégies de discours de l'institution télévision. Les responsables de l'office pourraient tenir des propos similaires, sans avoir recours à des téléspectateurs. Mais la parole anonyme est un relais signifiant pour le téléspectateur lambda : il lui ressemble. Cette parole anonyme pourrait être la nôtre. Celui qui accuse, c'est un peu de nous. Le sens des réponses est plus fort, puisqu'il pourrait s'agir de nos questions.

### L'anonyme "découvre" à la place des téléspectateurs

Avec ses émissions d'un genre nouveau, Jean Frapat interpelle le téléspectateur et sa lecture des images. Ses émissions participent d'une remise en cause de la question de la représentation que connaissent les années 1970. L'une d'entre elles s'intitule *Boîte à Malices*. Il est moins question ici de travailler sur les représentations ou les diverses interprétations possibles, que d'approcher la télévision de manière ludique, en invitant des anonymes à s'amuser avec les instruments utilisés par la télévision. Un bon nombre de conditions de production sont dévoilées, sur un ton léger et sympathique. À chaque nouvelle "partie", les présentateurs du jeu, donnent les règles. Le jeu du journal télévisé consiste à participer à un faux journal et à dire des annonces (informations ou publicités) le mieux possible (les termes sont souvent très compliqués, ce qui donne lieu à un certain nombre de scènes amusantes). Le jeu de l'image commentée est un véritable travail sur l'énonciation : on montre tout d'abord les images d'un reportage susceptible de passer au journal télévisé. Ensuite, les participants doivent commenter les images comme s'il s'agissait d'un su-

Virginie Spies

L'anonyme c'est nous

jet informatif. Les commentaires, s'ils peuvent prêter à rire, montrent cependant que le sens provient de la combinaison entre le texte et les images. Plus tard, un bruiteur montre comment il exerce son métier, et laisse ensuite les familles utiliser son matériel pour bruiteur un extrait de film. On invite les participants à "jouer au cameraman", en suivant un acrobate. "Y sort tout le temps du cadre !" dira la candidate... "C'est amusant, pour une fois que c'est l'inverse". On montre plus tard un film à l'envers en demandant aux familles d'expliquer ce qui se passe dans cette séquence, avant de le montrer à nouveau, mais à l'endroit. Cette collection est résolument tournée vers le mode ludique mais elle révèle largement les conditions de production employées par la télévision. Jean Frapat témoigne de son désir d'éveiller la conscience des téléspectateurs face aux images télévisuelles. On y comprend mieux les difficultés inhérentes à la production télévisuelle, on perçoit l'importance des textes mais aussi et surtout le rôle des hommes qui font la télévision.

### L'anonyme est un maillon fort

Avec les années 1980, la télévision et ses émissions réflexives entrent dans une aire dans laquelle un bon nombre de programmes réflexifs font l'auto-promotion de la chaîne qui les diffusent. De 1978 à 1982, *TF1-TF1* parle des émissions prochainement diffusées par la chaîne. En 1983, c'est *Télé à la une* qui, sur TF1 également, organise des débats tournés la plupart du temps vers les magazines de TF1. Sur la même chaîne, *Télé-Connexion* (qui deviendra *Télé Zip-Zap* lorsque le parrainage de la marque Connexion cessera) met en valeur les vedettes de la chaîne, entre 1987 et 1988. En 1989 et 1990, FR3 propose *Télé pour/Télé contre*, présenté par Caroline Tresca et Joseph Poli. Ce dernier met en place la même année *C'est à vous sur Antenne 2*, sur la chaîne du même nom. Ces deux derniers programmes sont nés sous l'impulsion d'associations de spectateurs qui bénéficient désormais d'une certaine "tribune" pour s'exprimer. *Télé pour Télé contre* est présenté par Caroline Tresca comme étant "avant tout une émission d'interactivité<sup>1</sup>". Cependant, la voix de la direction est très présente, comme lorsque Joseph Poli indique que "le président de FR3 et Antenne 2

veut que les téléspectateurs puissent enfin s'exprimer, dire ce qu'ils pensent". De plus, les sujets abordés traitent des programmes diffusés par la chaîne. On n'hésite pas à diffuser des micro-trottoirs dans lesquels on demande à des anonymes s'ils sont contents de la programmation de la chaîne pour l'été, et... tous les interviewés sont contents. Dans la même veine, *C'est à vous sur Antenne 2*, ne tient pas les promesses faites par Joseph Poli le 25 novembre 1989 lorsqu'il parle d'une "émission de contestation, de dialogue avec les responsables de la chaîne". En effet, le même jour, débattre sur les émissions pour enfants avec quelques anonymes est également l'occasion de parler des programmes pour la jeunesse existants sur la chaîne et de se dresser explicitement contre les programmes de TF1 "que nous ne diffusons pas chez nous, qui prônent la cruauté", indique Christophe Izar. Ce dernier met en avant sa position et son expérience comme gage de crédibilité. Comme c'est souvent le cas, l'émission se termine par l'évocation des programmes à venir sur la chaîne. Les émissions de cette décennie semblent avoir pour finalité principale la promotion des programmes de la chaîne qui les diffuse. L'énonciateur est une institution productrice de discours, mais également une chaîne fonctionnant dans un régime concurrentiel. S'il y a des débats, ils tournent autour des programmes de la chaîne. Lorsque la parole est donnée à des anonymes, ces derniers sont les instruments d'un discours faisant la promotion des programmes, et plus loin de l'institution, comme c'était le cas dans *Face au public* vingt ans plus tôt. La différence majeure réside désormais dans le fait que les chaînes sont plus nombreuses, qu'elles fonctionnent comme des marques et qu'elles ont besoin d'avoir une identité forte. La mise en scène de l'anonyme concourt à servir le discours de la chaîne dans le sens souhaité, mais cet anonyme est également un maillon fort de cette identité. On va jusqu'à créer une émission pour qu'il puisse s'exprimer. Son image représentée, c'est un peu de l'image de la chaîne diffusée.

### L'anonyme est dans l'histoire

Des années 1970 à nos jours, sont apparues des émissions de télévision revenant sur l'histoire de la télévision. En 1971, l'émission *Aspects de la télévision*<sup>2</sup> diffuse d'anciens en-

tretiens dans lesquels des paysans expliquent que la télévision leur permet de découvrir des choses qu'ils ne pourraient connaître, leur donne l'occasion de se divertir et de s'éduquer. Le témoignage de l'anonyme est durable, il peut être signifiant bien des années plus tard, lorsqu'on lui attribue un nouveau sens, le sens de l'histoire. En 1988, Pierre Tchernia et Frédéric Mitterrand invitent les téléspectateurs avec *Bonjour la télé*, à regarder "des vieilles émissions de télé, c'est-à-dire des émissions des années 54 à 79<sup>3</sup>". Depuis la vidéothèque de Paris et sur un fond d'anecdotes et de souvenirs, l'émission revient notamment sur des divertissements et fictions qui sont parfois rediffusés en intégralité. Il s'agit d'une télévision magnifiée, comme lorsque des téléspectateurs anonymes se souviennent avec nostalgie de leur premier poste, de leurs premières frayeurs, ou du plaisir qu'ils prenaient à regarder les premières émissions du matin : petite sociologie de la réception. Lorsque les émissions se penchent sur le passé de la télévision, elles confondent souvent deux types d'anonymes : les téléspectateurs qui vont témoigner de leur rapport (présent ou passé) avec la télévision, et les personnes qui ont vécu un certain nombre d'événements qui ont été retransmis par la télévision. "Ces personnes interviewées nous représentent doublement : comme spectateurs, dans la mesure où elles forment, au rythme du film, des opinions qui peuplent les esprits ou les conversations pendant sa diffusion ; comme citoyen, puisqu'elles discutent finalement des normes de la société à laquelle appartient le spectateur<sup>4</sup>". Dans ce dernier cas, il s'agit de mettre en avant le rôle social du petit écran. De fait, Histoire et histoire de la télévision sont intimement mêlés et les programmes mettent en œuvre un discours au service d'une glorification du médium. "La télévision était là, nous étions là, continuez donc à nous regarder si vous ne voulez rien rater", semblent nous dire ces émissions. En proposant une histoire idéalisée, les chaînes mettent souvent en scène des énonciateurs "témoins", des anonymes, acteurs de cette télévision du passé. La mémoire est terriblement subjective, et ces anonymes concourent à témoigner d'une télévision formidable. Les témoignages sont nostalgiques, le ton employé est très positif, le passé

est magnifié. La télévision se voudrait miroir de la société, et les anonymes la représentent. L'histoire de la télévision se construit aussi par les anonymes et leur image.

### L'anonyme démultiplié

Des années 1990 à 2002, les figures des anonymes se multiplient, et les émissions réflexives offrent des représentations que nous avons déjà croisées, au cours de l'histoire de la réflexivité. Avec *TV+*, de 1996 à 2000, Canal + donne la parole à des anonymes à travers le visiophone. Ils donnent leur avis sur un programme ou sur un animateur, avec un ton plutôt léger. Le regard est relativement décalé, ce qui correspond à la ligne éditoriale de cette émission et de la chaîne. Plus critiques<sup>5</sup> sont les paroles des anonymes dans une émission telle que *l'Hebdo du médiateur*, depuis 1998, sur France 2. Entièrement orientée par les critiques des téléspectateurs cette émission offre un dispositif qui est celui du journal télévisé. Chaque samedi, Béatrice Schönberg passe la parole au médiateur de la rédaction. L'émission reste dans l'actualité et revient sur certaines questions ou critiques des téléspectateurs. Ceux-ci peuvent s'exprimer par lettre ou courrier électronique (leurs propos sont alors retranscrits à l'écran et lus), par téléphone (on entend l'enregistrement), ou enfin en images, et ils s'expriment depuis leur domicile ou en plateau. Une fois les critiques émises, le journaliste "incriminé" se retrouve aux côtés du médiateur. Cette habile combinaison de commentaires d'anonymes et de précisions du journaliste permet toujours de donner un surplus d'informations. Chaque critique est l'occasion de prolonger un sujet et de faire un mea culpa. En fin de séquence, le médiateur tire les "leçons" du débat. De cette façon, la rédaction se place résolument du côté du téléspectateur et les diverses critiques sont au service d'un discours de la justification. Sur la cinquième, l'émission *Arrêt sur images* offre également une tribune à des anonymes pour s'exprimer. Pourtant, il s'agit plus souvent de rappeler qu'il est possible de donner son avis sur internet, que de réellement donner son opinion à l'antenne. Une fois par an, le présentateur invite les téléspectateurs à critiquer l'émission, et l'on va citer les critiques, pour mieux y répondre

Virginie Spies

L'anonyme c'est nous

et se justifier. Dans ces deux derniers cas, la parole des anonymes permet d'expliquer certains choix rédactionnels, certaines paroles mal interprétées.

### Autorité et force du témoignage

Ce petit parcours autour de la mise en scène de témoignages d'anonymes nous amène à constater que l'anonyme est au service d'une stratégie de discours pour l'expression d'une chaîne : justification de certains choix, explication des diverses manières de faire une émission, plaidoyer pour une certaine façon de penser le journalisme. L'anonyme est l'une des voix que les chaînes vont utiliser pour *parler*. Les émissions réflexives représentent, plus que les autres programmes, l'identité des chaînes qui les diffuse. Les anonymes dont la parole est mise en scène participent de la stratégie de discours de ces émissions.

Tout téléspectateur n'est pas à considérer comme un anonyme. Il faut que sa parole soit actualisée en tant que telle, dans le discours télévisuel, pour qu'elle prenne une valeur d'autorité. Justement, qu'en est-il de l'autorité de la parole des anonymes dans les émissions réflexives ? Cette autorité possède la force des témoignages. Ce témoignage est représentatif, le récit est ici " mis en forme par une personne ordinaire qui ressemble à toutes les personnes ordinaires composant le corps social, ou, tout du moins, à ce que produc-

teurs et réalisateurs se représentent du corps social moyen<sup>6</sup>". Il s'agit de la preuve par le visible et le vécu. Les anonymes dont la parole est mise en scène sont des personnes qui nous ressemblent, et dont l'autorité " nous parle ", parce qu'ils vivent une situation que nous vivons, ou que nous serions susceptibles de vivre. " À travers chacun, c'est tout un chacun qui est mis en scène. En entendant ces paroles spécifiques et singulières, le spectateur peut se dire " lui aussi " ou " moi aussi " <sup>7</sup> ". Cette situation d'identification, mise en scène du témoignage anonyme, ressortit souvent à l'acte de réception de la télévision. Et tout un chacun ou presque regarde la télévision. L'anonyme n'est donc pas téléspectateur, mais il lui ressemble étrangement.

### Notes :

1. Emission du 10 novembre 1989.
2. Il s'agit d'un numéro unique.
3. Présentation de Pierre Tchernia le 3 octobre 1988.
4. Jost, François, " *L'être anonyme télévisuel*", in *Figures de l'anonymat : médias et société*, Textes réunis et présentés par Frédéric Lambert, L'Harmattan, coll Champs Visuels, 2001, p. 134.
5. Au sujet des conditions de possibilité d'une critique de la télévision par elle-même, voir Virginie Spies, " De l'autre côté du miroir. Un critique de la télévision par elle-même ? " In *MédiaMorphoses* n° 1, INA, janvier 2001.
6. Mehl, Dominique, " La figure du témoin anonyme ", in *Figures de l'anonymat : médias et société*, op. cit., p. 126.
7. *Ibid*, p. 127.