



# Le JT, de l'écran aux publics

« Madame, Monsieur, bonsoir. Tout de suite, les titres de l'actualité ». La phrase résonne dans toutes les chaumières à l'heure de la grande messe cathodique. C'est le moment du JT !

Le JT, c'est le rendez-vous médiatique par excellence. Preuve s'il en est, son nom se confond avec son heure de diffusion : LE journal de 13 heures. Le JT, c'est le monde sur un plateau d'argent, une fenêtre qui s'ouvre, un programme qui prétend vouloir raconter le monde.

Ce dossier propose un questionnement sur le JT à travers l'étude de ses deux versants. D'une part, la responsabilité « du média » JT dans l'information quotidienne : sa sélection, sa hiérarchisation et son traitement. Le monde ne se raconte pas de lui-même. C'est pourquoi la première partie de ce dossier propose un véritable périple dans les coulisses de l'information, partant du fait jusqu'à sa mise en forme et sa diffusion au grand public. D'autre part, l'ouvrage propose d'examiner « la part de l'autre » : celle du spectateur. Lui, c'est le complice no 1 de l'information quotidienne. Il est important d'analyser ses attentes, son pouvoir d'interprétation et sa manière de réinvestir l'information télévisée.

Le lecteur est donc invité à transformer la question : « la télévision peut-elle montrer le réel » en « à quelle réalité peut prétendre la télévision en tenant compte de ses contraintes ? ».

Ce dossier sera complété par l'analyse en profondeur de douze séquences du JT de la RTBF, en s'appuyant sur les concepts énoncés ici. Certaines de ces séquences sont évoquées dans ce dossier.

Avec le soutien du Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles



FÉDÉRATION  
WALLONIE-BRUXELLES



© Média Animation 2012

[www.media-animation.be](http://www.media-animation.be)

# TÉLÉVISION ET RÉALITÉ : QUELS RAPPORTS ?

**La télévision peut-elle vraiment représenter la réalité ? Cette question débouche naturellement sur deux réponses opposées : soit la télévision est vue comme une « fenêtre sur le monde », soit elle est dénoncée comme étant manipulatrice et menteuse. La question n'est-elle pas plutôt : quelle réalité la télévision peut-elle montrer ? Une réalité réduite au visible et qui doit s'adresser à un public... le plus large possible.**

La télévision peut-elle montrer « la réalité » ? La réponse à cette question se situe entre un oui et un non qui peut paraître inconfortable.

Tout d'abord, qu'en est-il de la réalité ? Traditionnellement, il est reconnu que la réalité n'existe pas à l'état brut et qu'elle est différente pour chaque personne. Chaque individu interprète, code et décode le monde en fonction d'une grande diversité de variables (éducation, expérience, valeurs...). Précisément la télévision en tant que média s'oppose à cette conception individuelle de la réalité : le média rassemble un public, il ne s'adresse jamais à un individu. La télévision, parce qu'elle est un média de masse, est incapable de rendre compte de la totalité des points de vue (ceux de chaque individu qui compose le public du mass media) sur le monde. Comme la télévision s'adresse au plus grand nombre, elle doit utiliser divers procédés (représentations, stéréotypes...) pour s'adresser à tous<sup>1</sup>.

Ensuite, la réalité véhiculée par la télévision est une réalité réduite au visible. Or la réalité ne se réduit pas à ce qui peut être montré... Ainsi, la réalité télévisuelle est-elle différente de la réalité telle qu'elle peut être perçue de manière individuelle. Ce n'est pas pour autant qu'elle doit être qualifiée de « menteuse » et manipulatrice.

Comme le rappelle François Jost : « Une chose est de savoir ce qu'est la réalité, une autre d'en faire l'expérience commune<sup>2</sup> ». Après tout, *informer* ne vient-il pas de mettre en forme ? De ce point de vue, l'écart entre une réalité brute perçue individuellement et l'image télévisuelle, qui est une expérience commune, s'explique au vu du changement d'échelle spectatorielle dont la télévision est l'opératrice.

## Réalité ou fiction

Alors que la télévision opère cette mise en commun, elle propose différents types de programmes qui sont, traditionnellement, disposés en trois catégories : l'authentifiant, le fictionnel et le ludique. Chacune de celle-ci entretient des rapports variables avec la réalité. Le pôle authentifiant (dont le JT est le programme archétypal) se doit de raconter le monde « tel qu'il est ». Des *je-énonciateurs-réel*, responsables de leur énoncé (journaliste, documentariste...) informent le public sur le monde<sup>3</sup>.

Le pôle fictif, lui, regroupe les œuvres de fiction (films, séries, feuilletons, etc.). Les personnages ne sont pas responsables de leur énoncé (« c'est pour du beurre »), ils parlent de leur monde fictionnel à eux et dans celui-ci sans avoir la prétention de raconter l'état du monde « réel ».

Entre le pôle fictif et le pôle réel se situe le pôle ludique : le pôle « pour rire et s'amuser ». C'est le mode qui mélange réalité et fiction et qui présente les contrats de lecture les plus ambigus : bêtisier, télé-réalité, vidéo gag...

1. Voir page 31 et suivantes.

2. JOST Fr., « Que signifie parler de « réalité » pour la télévision ? », in *Télévision*, n° 1, 2010, p. 16-17.

3. Ces concepts sont développés dans les pages 8 et suivantes.

# 19 trente

Est-ce à dire que la fiction ne parle pas de la réalité et que le mode authentifiant ne peut jamais se permettre la scénarisation? Bien sûr que non. Les films, par exemple, peuvent aborder des questions de la vie réelle (questions de société...) sans pour autant suggérer qu'il s'agit de faits authentiques. Il en va de même pour le pôle authentifiant qui peut avoir recours à la scénarisation, à l'ajout de musique, aux artifices de la mise en scène, en général... Tant d'éléments qui tendent à renvoyer à l'univers fictif.

## L'évènement journalistique : un fait de grande portée

Question suivante : quelle est la différence entre un « fait » et un « évènement » ? Pour Jocelyne Arquembourg, cette différence « [...] ne s'accompagne pas d'une répartition qui ferait mettre d'un côté les faits et de l'autre les évènements, car ils sont souvent imbriqués l'un dans l'autre. Il y a toujours un fait à l'origine d'un évènement. Le décès d'une personne, par exemple, est un fait qui peut être consigné dans les registres de l'état civil où il peut être consulté. Mais la mort d'un proche est tout autre chose quand elle crée cette faillite par laquelle les sujets se sentent mourir eux-mêmes [...]. Dans la triangulation entre le monde, des sujets et des évènements, la différence tient aux relations que ce qui survient engage avec le monde et des sujets qu'il affecte<sup>4</sup>. » Ainsi, la sélection du fait par la rédaction le transforme en évènement.

## Incroyable mais faux

L'image télévisuelle regorge d'ambiguïtés. Comme elle est polysémique, c'est-à-dire susceptible d'être comprise de différentes façons, le commentateur peut largement influencer le spectateur quant à son sens. L'auteur des images peut donc entretenir plusieurs relations entre nous et ses images. Face à la myriade d'images que la télévision diffuse, il est parfois difficile pour le spectateur de saisir le rapport existant entre le réel et le petit écran.

Dans l'état d'incertitude face à la nature des images, le spectateur aura tendance à coller sur le programme l'étiquette de fiction. Ainsi comme le rappelle François Jost : « *Les vraies difficultés d'interprétation commencent, finalement, quand nous ne réussissons pas à coller une étiquette globale sur le document que nous visionnons et que nous sentons qu'il ressortit pour une part à la réalité, pour une autre à quelque chose que nous avons du mal à définir — mise en cadre, scénario, récit — et que nous appelons par commodité fiction*<sup>5</sup> ».

Donc gare aux apparences dans le monde du visible !

4. ARQUEMBOURG J., *L'évènement et les médias. Les récits médiatiques des tsunamis et les débats publics (1755-2004)*, Paris, Éditions des archives contemporaines, p. 20.

5. Jost Fr, *La télévision du quotidien. Entre réalité et fiction*, Bruxelles, De Boeck, 2003, p. 13.

# LE PRÉSENTATEUR, LES YEUX DANS LES YEUX

Chaque soir, c'est un couvert de plus à la table. L'heure de « la grande messe cathodique » approche, l'invité est prêt à entrer et attend derrière le générique. Tout souriant, le présentateur de JT s'invite dans les maisons et, en direct, les yeux dans les yeux, il sort de son chapeau la grande et la petite histoire de l'actualité quotidienne.

À peine le générique lancé, le spectateur sait ce qui l'attend. Le générique, c'est le moment où tout est dit quand rien n'est dit: une mappemonde, des ondes, le nom des rubriques... Le contrat de lecture est signé, c'est le monde sur un plateau qui s'offre aux spectateurs. Le générique du JT a la force de contenir les promesses du JT de telle sorte que, quand le présentateur apparaît à l'écran, il n'a plus besoin de rappeler les règles. Le contact est établi, le contrat signé tacitement.

## J'ai rendez-vous avec vous...

Allumer sa télé, ce n'est pas seulement faire rentrer des images chez soi. C'est aussi accueillir tous les individus qui y figurent. Cependant, personne ne ferait entrer n'importe qui chez lui. Il faut un pacte, un contrat d'accueil. C'est le pacte d'hospitalité qui se crée. Le pacte d'hospitalité, c'est ce contrat tacite qui dit, « j'accepte que cette personne (ou personnage) entre chez moi par la télévision » pour que je le laisse me raconter quelque chose. Le présentateur de JT a, de ce point de vue, une mission essentielle: être apprécié du plus grand nombre pour être accueilli dans un maximum de foyers. Le choix du présentateur de JT est donc crucial pour la chaîne qui désire conserver ou étendre son audience. Par définition le présentateur se doit d'être crédible, sympathique... et sé-

rieux pour plaire à son public, un public virtuellement le plus grand possible. Comme le précise Jean-Jacques Jaspers: « Le public potentiellement visé par la télévision (du moins, par les chaînes généralistes) est quant à lui, par définition, atypique: c'est tout le public ou, plus exactement, tous les publics — dans l'aire de diffusion de la chaîne<sup>6</sup>. »

L'heure du JT constitue également un grand rendez-vous médiatique, le 19 heures, le 19h30. Plus que des heures de diffusion, ce sont de véritables points de repère quotidiens pour le spectateur.

## Un invité responsable

Que va-t-il nous raconter? Des histoires, oui mais des histoires authentiques, des histoires qui « ont eu lieu ». À travers ses paroles, ses gestes, ses regards, le présentateur incarne et cristallise l'ensemble de la rédaction. En lisant son texte, il se fait porte-voix d'une pluralité d'énonciateurs: journalistes, experts,



6. JESPERS J.-J., *Journalisme de télévision. Enjeux, contraintes, pratiques*, Bruxelles, De Boeck, p. 62.

témoins, la *vox populi*, etc. Le présentateur incarne tout cela et le transforme en l'énoncé d'une seule personne: la sienne. Cette dernière peut-être appelée le « *je-énonciateur-réel* », qui se différencie de sa sœur ennemie, le « *je-énonciateur-fictif* ». La différence entre les deux énonciateurs repose dans leur responsabilité énonciative.

Le « *je-énonciateur-fictif* » n'est pas responsable de ses énoncés. Dans toute œuvre fictionnelle, les acteurs se jouent de ce que peuvent dire leurs personnes, cela ne les engage pas. On dit qu'ils « feignent une assertion », ils profèrent des énoncés sans conséquence, déconnectés du réel, tout en maintenant un côté affirmatif qui est de l'ordre de la feintise, du faire semblant. Aux antipodes de ce monde sans responsabilités se situe le présentateur de JT. Ici, pas question de feindre quoi que ce soit. Ses énoncés doivent être ancrés dans la réalité, il en va de sa responsabilité et donc de sa crédibilité. À ce propos, la confusion entre réalité et fiction qui a régné le soir du 13 décembre 2006, lors de la diffusion de *Bye-Bye Belgium*, est assez significative de l'opacité des limites entre les deux types de responsabilité.

## Convivialité et contrat

Le JT est diffusé en direct, du moins les passages du présentateur et des intervenants en plateau, les séquences étant prêtes à l'avance (parfois sur le fil du rasoir). Cette temporalité est essentielle au contrat de lecture du JT. Le direct est la temporalité la plus adaptée au JT et ce pour deux raisons: tout d'abord, le direct offre une garantie d'authenticité. On peut y surprendre le présentateur en train de bredouiller, se tromper... Ce qui amène une plus-value à un genre dont la crédibilité est liée à sa véracité, son authenticité.

Ensuite, le direct permet de toujours être sur le qui-vive en cas de nouvelle information. On se souvient de phrases telles que: « *la nouvelle nous parvient à l'instant à la rédaction* » ou encore « *voyez ce reportage qui sort à l'instant du montage* ». Pourtant le direct ne rend pas le JT totalement transparent. Le direct n'empêche pas les mécanismes de sélection de l'information (*gate-keeping*), ni sa mise en récit (traitement de l'information).

Enfin, le direct c'est un temps de participation commun à tous les spectateurs qui découvrent en même temps (mais aussi avec l'équipe de rédaction) les informations qui les concernent.

Tout le JT est construit pour être reconnu comme tel: « *genre authentifiant par excellence, le journal télévisé prétend évidemment dire ce qui est arrivé vraiment au monde. C'est d'une telle évidence que le présentateur n'a nul besoin de la répéter à chaque émission. D'autant que la mise en scène, le décor et le générique s'en chargent à sa place*<sup>7</sup>. »

## Toi + moi = nous ?

L'emploi de pronoms est monnaie courante dans le journal. Pourtant, leur signification est-elle bien claire? Que vaut le « nous » prononcé par le présentateur? Sa responsabilité propre? Celle de l'ensemble de la rédaction? L'usage du « nous » se décline sous deux formes:

Dans le JT du 24 mars à 13 h, la présentatrice ouvre le JT en disant: « *Bonjour à tous, merci d'être avec nous, il est 13 h.* » Le « nous » dans ce cas de figure ne concerne que la rédaction, il n'inclut pas le spectateur du JT.

Le « nous exclusif », lui, tranche une frontière entre spectateur et rédaction. La rédaction est indépendante du spectateur et prend ses responsabilités qui lui sont propres.

Dans le JT du 24 mars à 13 h, la présentatrice dit (08'11") « *et nous irons rejoindre dans un instant...* » Dans ce cas de figure, la présentatrice nous dit cela les yeux dans les yeux. Le spectateur sait qu'il assistera lui aussi à cette séquence, il est donc inclus dans le dispositif.

Le « nous inclusif » renvoie à cette fusion entre spectateurs et rédaction. Le « nous » du présentateur nous englobe et nous transporte dans la portée de son discours, avec ou sans notre consentement.

### Pour une première analyse, prêtez attention aux...

- **Indicateurs de personnes.** À qui réfèrent les pronoms personnels utilisés?
- **Le temps des séquences utilisées.** L'information a tendance à parler au présent d'événements passés. Ce procédé a pour but de présenter les actions.

7. JOST Fr., *op. cit.*, 2007, p. 76.

# IMAGES ET CONCEPTS D'UN PLATEAU

**Le JT possède un vocabulaire propre. Ainsi, avant de commencer l'analyse de séquences de JT, il est utile de maîtriser les concepts de base et certains effets utilisés en plateau.**

Comment le présentateur s'adresse-t-il aux spectateurs ? Pourquoi répéter sous forme écrite la rubrique dont il parle ? L'illustration<sup>8</sup> nous renseigne sur différents éléments. Tout d'abord, elle montre bien ce qu'est l'axe Y-Y : les yeux dans les yeux. Le présentateur, ici François de Brigode, s'adresse directement à nous, il nous interpelle. En dessous de lui s'affiche le texte qui indique dans quelle rubrique nous sommes : Football. Le texte qui suit indique très succinctement la thématique abordée. Ce petit texte se nomme le

*scriptel*. Sa fonction est avant tout phatique : il crée le contact. Quelle chance pour le spectateur zappeur d'entrevoir d'un premier coup d'œil le nom de la rubrique traitée et ainsi accrocher à l'émission en voyant directement « de quoi on parle » !

Mais de manière plus générale encore, le *scriptel* accroît la lisibilité de l'émission et ceci est une grande règle en journalisme de télévision : la compréhension de l'information doit toujours être la plus accessible possible.

L'écran est aussi occupé par le logo de la chaîne, qui tient à garder « son image », et qui permet au spectateur de voir qui s'adresse à lui. Toujours concernant le logo de « La Une », il faut noter que celui-ci change régulièrement pour afficher le nom de l'émission « Le 19h30 », également marqueur important d'identité.



## Sur le plateau : un split screen, un in-situ et un cabochon

L'illustration 2<sup>9</sup> illustre d'autres notions essentielles à l'étude du JT. Nous y décelons quatre éléments intéressants. Tout d'abord, nous pouvons y voir un *split screen*<sup>10</sup>. Le *split screen* permet, dans cet exemple, de communiquer avec l'envoyé sur place. Une fois de plus, le spectateur zappeur y trouve vite ses repères...

Le cabochon<sup>11</sup> est également un repère important pour le spectateur. En un coup d'œil, il voit l'illustration du sujet en cours ainsi qu'un rappel de la rubrique qui est traitée.

L'illustration montre aussi un *in situ*<sup>12</sup>, un reporter est présenté sur le plateau via un *split screen*. Un invité s'ajoute à l'écran.



8. Extrait du JT du 28 mars 2011 de 19h30.

9. Extrait du JT du 24 mars 2011 de 13 heures.

10. Le *split screen* est un effet audiovisuel consistant à diviser l'écran en plusieurs cadres, chacun montrant une scène différente, ou bien des perspectives différentes d'une même scène.

11. « Le cabochon est un élément d'infographie, sous forme de dessin ou de photo, incrusté dans l'image à gauche ou à droite du locuteur et destiné à illustrer le thème qu'il aborde. Il est en général complété par un texte très bref : le *scriptel*. » JESPERS J.-J., *op. cit.*, p. 176.

12. « [...] toute intervention à l'écran d'un reporter qui n'est pas le présentateur de l'émission, qui n'est pas présent sur le plateau et qui s'adresse directement à la caméra. » J.-J. JESPERS, *op. cit.*, p. 15.



En bas, à gauche de l'écran, se situe le nom de l'émission: le 13 heures. C'est à croire que le rendez-vous est devenu tellement structurant — en tant que rendez-vous médiatique — que l'émission va jusqu'à prendre comme nom son heure de diffusion à l'antenne. L'alternance entre le logo de la chaîne et le logo de l'émission permet de dynamiser l'image.

## La grammaire du regard

Le présentateur recourt à la grammaire du regard<sup>13</sup>.

- **Regard sur un papier disposé sur la table:** exceptionnel, toute dernière minute. Effet de direct dans le direct.
- **Regard vers le bas:** diffusion d'un reportage.
- **Regard de côté:** passage de la parole à un spécialiste (qui peut regarder le spectateur) ou à un invité (qui ne peut pas).
- **Regard de face:** le regard de face signe la médiation. Il fait coexister le journaliste et le téléspectateur dans le même espace-temps.
- **Regard vers un écran:** début d'un duplex.
- **Regard vers une autre caméra (changement d'axe):** changement de rubrique.

## Le JT, montre en main

Jean-Jacques Jespers rassemble une poignée de caractéristiques propres au déroulement d'un JT.

- Il dure environ 40 minutes et aborde entre 18 et 23 sujets.
- Le lancement du présentateur dure en moyenne 15 secondes.
- Un à-travers: 20 secondes.
- Une interview non illustrée: 40 secondes.
- Plateau d'éclairage: 1 minute.
- Un reportage d'actualité hot news: 1 minute 30 à 2 minutes.
- Un reportage magazine ou celui d'un envoyé spécial à l'étranger: 2 minutes 30 à 3 minutes.
- Un invité sur le plateau dispose en général d'environ 3 minutes pour s'exprimer.

En moyenne 70 % à 80 % du temps du JT est consacré à l'actualité nationale, 20 % à 30 % à l'actualité internationale. Ce dernier pourcentage n'a pas cessé de diminuer depuis 40 ans.

13. MédiActeurs, *op. cit.*, 1999, p. 83.

# LE LANGAGE TÉLÉVISUEL

L'image découle d'un point de vue posé sur le réel par son auteur, journaliste, monteur ou réalisateur d'une séquence. Ce point de vue est un angle, un regard. Celui de « magiciens » qui exploitent les ressources et les interactions d'un langage multiple et parfois complexe : celui de l'image et du son, auquel on peut dans bien des cas ajouter celui de l'écrit. Des compositeurs qui produisent ou construisent une impression de réel, qui construisent du sens et qui peuvent produire des émotions, jusqu'à même parfois être en mesure d'endormir « à l'insu de leur plein gré » le sens critique du téléspectateur.

Avec des images et des sons, l'auteur d'une séquence du Journal Télévisé formule des choix de réalisation, reconstitue, recompose, influence ou modifie le sens de ce qui est montré. Il génère également des effets sur les spectateurs. Or à l'école, les téléspectateurs en herbe apprennent à lire et à écrire des textes. À comprendre le sens des mots, et leur articulation complexe. Mais pas forcément celui des images, et sans doute moins encore, celui du son. Comprendre cette grammaire audiovisuelle est un préalable quand on souhaite décoder et critiquer un film ou une séquence. Quels sont les principaux éléments qui la composent ?

## Le cadre

Le réalisateur ne peut montrer qu'une toute petite partie de ce qu'il peut voir, car il est limité par l'objectif de la caméra. Le cadre sélectionne une partie de la réalité et ce faisant, la circonscrit et la transforme. Il est une petite fenêtre, si l'on veut une lucarne choisie, sur le monde infini qui l'entoure. On appelle « cadre » le système clos qui comprend tout ce qui est présent dans l'image, décors, personnages, accessoires.



Dès lors, il faut être particulièrement attentif à mesurer à quel point nombre d'informations pertinentes ou non se trouvent en dehors de ce qui est montré. Et surtout, que ce qui figure dans le cadre constitue l'essentiel des informations visuelles dont nous disposons sur un sujet évoqué. Que voit-on à l'arrière-plan d'une personne à qui la parole est donnée ? Un élément visuel qui confirme, nuance, ou parasite ce que le personnage est, ou est en train de dire ?

Notons que les éléments contenus dans le cadre sont tantôt en très grand nombre (cadre saturé), tantôt en nombre très restreint (cadre raréfié).



Ainsi, dans la séquence sur le budget de Charleroi, peut-on voir le Bourgmestre de la ville interviewé dans le couloir. Dans le cadre, à l'arrière-plan saturé, le personnel continue à travailler, ce qui donne au téléspectateur l'impression d'un bourgmestre surbooké, tiré à grand-peine d'une séance de travail. Dans le même temps, le Ministre de la Ville, lui, est interviewé dans un cadre de bâtiments publics vus de l'extérieur, donnant une impression de capacité de « sortir de la mêlée » et de plus grande sérénité. Les plans généraux de Charleroi, eux, génèrent une vision assez sombre et grise de la ville.

Dans le cadre de la rue piétonne principale, la seule inscription lisible est un panneau indiquant « bancs solaires 2+1 gratuit ». Le cadre donne du sens.

A l'inverse, le **hors-cadre**, c'est tout ce que l'auteur de séquence a décidé de ne pas montrer, comme la machinerie de télévision, caméras, micros, et même le journaliste présent, sauf si le réalisateur choisit d'authentifier les faits évoqués en exposant les mécanismes de production de la séquence. Si le cinéma occulte son hors-cadre pour faire croire à la réalité de la fiction qu'il raconte, la télé a tendance à l'exhiber lorsqu'elle veut donner l'impression d'opérer en direct, de filmer la réalité, avec plus de naturel ou d'objectivité, histoire de montrer « qu'on était bien là pour filmer ce que voit le téléspectateur ».

Le choix du cadre est essentiel car c'est lui qui détermine la façon dont la réalité sera perçue. Toute modification du cadre entraîne une perception et une lecture différentes de l'image.

## Le champ

Lorsque nous regardons une image, nous voyons un fragment d'espace appelé le champ. Nous postulons qu'il existe au-delà de ce champ un espace plus large, suggéré, qui le prolonge. C'est le **hors-champ**, espace imaginaire qui entretient des liens avec l'image. La maison que nous voyons est dans une rue et fait partie d'un village ou une ville. Le fauteuil est dans une pièce qui communique avec un couloir et donne dans la rue... La caractéristique du hors-champ, c'est sa constante interaction avec le champ :

- soit que la caméra se déplace et fait entrer dans le champ des éléments qui ne s'y trouvaient pas ;
- soit que des personnes vont y entrer et/ou en sortir. Six possibilités se présentent : par le haut ou le bas de l'écran, par la gauche ou la droite, par l'avant ou l'arrière ;
- soit que les éléments du champ et du hors-champ s'interpellent l'un l'autre par la voix, le regard, le geste, des motifs amorcés (une partie de la tête, d'un bras), une musique, un bruit.

Chaque téléspectateur imagine cet espace en fonction de ce que l'image lui montre, données interprétées en fonction de son propre imaginaire : expérience personnelle, traditions culturelles, etc. Le réalisateur d'une séquence peut utiliser le hors-champ pour créer des effets comme la surprise, le suspens, l'attente ou la curiosité.

En image animée, ne négligeons pas l'importance du premier élément donné à voir : que montre-t-on d'un homme ou d'une femme ? Un regard, des mains, les pieds ? Tout le hors-champ servira bien souvent d'élément secondaire, accessoire ou d'explication. Ainsi, toujours dans la séquence relative à Charleroi, le bourgmestre qui s'exprime en public est d'abord montré à travers ses mains, ce qui le désigne occupé à tenter d'expliquer ou de convaincre.

## L'échelle des plans (ou grosseur des plans)

Le **plan** est une unité de temps. Il commence lorsque la caméra se met en marche, suit une action et s'achève lorsqu'on la coupe. Le **plan-séquence** filme la scène en continu, s'attachant aux personnages dans leurs gestes, dans leurs trajets. En général pourtant, on divise la scène en plusieurs plans auxquels on attribue des valeurs, des grosseurs différentes. C'est ce qu'on appelle l'échelle des plans. De façon générale, **l'échelle des plans**, en jouant de la distance, concentre ou à l'inverse dilue l'attention. Elle installe ou nie un rapport intime entre personnages et spectateurs, privilégiant ou non des aspects émotionnels pouvant mener à l'identification ou simplement communiquant des informations dont seuls les protagonistes de l'action et le spectateur auraient connaissance.

Trois plans mettent en évidence le **lieu** d'une action, et donnent à la séquence un sens très ancré dans un espace précis :

- **Le plan général** (PG) correspond à un espace très vaste, paysage, vue aérienne. Très descriptif, il peut mettre en avant le contexte de l'information en montrant l'ensemble d'un décor, d'un paysage, dans lesquels s'intègrent des personnages. Il peut aussi être utilisé pour mettre en évidence ou la petitesse des personnages dans un paysage vaste, en les réduisant à l'état de silhouettes. Un unique

personnage dans un plan général est une toute petite silhouette dans l'espace qui l'entoure. Ce plan peut donc exprimer la solitude d'un personnage, son impuissance dans un décor qui le dépasse, son désœuvrement, ou au contraire, la noblesse de la vie libre dans les grands espaces. Le PG peut également susciter une émotion esthétique.

- Le **plan large, ou d'ensemble** (PE) situe le décor. Certains détails sont perceptibles.
- Le **plan de demi-ensemble** (PDE) permet de situer avec une certaine précision un ou plusieurs éléments importants, généralement des personnages dans le décor. Le PE et le PDE centrent le regard sur une action précise, sur une partie du contexte à "échelle humaine". Ils présentent un personnage dans son environnement. Ils introduisent éventuellement à des situations psychologiques particulières en interaction avec le décor. Ces plans sont utilisés lorsque le décor intervient dans les réactions des personnages, participe à l'action des personnages, lorsqu'il a une signification symbolique. Dans les films policiers, les scènes de bagarre sont souvent filmées en PDE, montrant le héros luttant contre les autres protagonistes... Les cinéastes dits néoréalistes l'employaient souvent pour situer le héros dans son cadre et son contexte social.

Quatre plans mettent en relief l'**action** des personnages, et peuvent donner à la séquence un grand dynamisme :

- Le **plan pied ou moyen** (PP) montre un personnage des pieds à la tête. Il permet d'extraire un personnage de son contexte, de lui accorder une importance, de le mettre en action. L'effet du PP est très variable, mais il permet généralement de focaliser l'attention sur le « jeu » physique du personnage, de l'humour à l'action.
- Le **plan genou ou italien** (PI) va de la tête aux genoux. Il est souvent utilisé, pour organiser une conversation entre deux personnages filmés en champ/contrechamp. Le PI accorde une importance croissante au personnage et à ses gestes. Il intensifie l'action.
- Le **plan cuisse ou américain** (PC) coupe le personnage à mi-cuisse et a le même effet que le précédent.
- Le **plan taille ou moyen rapproché** (PT) cadre à partir de la taille. Il permet de comprendre plus intimement le personnage, sa situation morale, psychologique, ses intentions, son caractère.

Trois plans permettent au réalisateur de souligner la psychologie, les **sentiments** des personnages. Ce sont d'ailleurs des plans que l'on trouve beaucoup dans les séries sentimentales ou dans les émissions de télé-réalité :

- Le **plan buste ou rapproché** (PB) englobe le buste et le visage ;
- Le **gros plan** (GP) isole le visage. Ces deux échelles de plan communiquent aux téléspectateurs les sentiments du personnage. GP et PB effacent les distances, favorisent le rejet ou l'identification, dévoilent les sentiments et les émotions, mettent en évidence un objet. Ils dramatisent et émeuvent. Le gros plan insiste sur un objet qui devient très important dans le cours du récit. Le gros plan peut aussi relayer le regard du personnage, c'est-à-dire nous montrer son point de vue et insister sur celui-ci : l'objet est alors filmé de manière subjective (on parle de caméra subjective) ;
- Le **très gros plan** (TGP) sélectionne un détail du visage ou d'une autre partie du corps. Il focalise l'attention sur une expression, un objet désignés comme significatifs. L'insert est un très gros plan qui capte un détail, exagérément grossi : on insiste donc sur son importance. Dans les policiers ou thrillers, le recours à l'insert permet de capter les indices et concourt fortement à augmenter le suspense. Hitchcock l'a très souvent employé dans films. Insert et gros plan ont une valeur psychologique très forte. Ces types de plan ne montrent pas objectivement les choses. Il les désigne à notre attention. Un gros plan sur un regard ne signifie pas « des yeux bruns » mais « voici des yeux ».

Cette nomenclature balise un continuum. Elle est définie en fonction du corps humain, mais elle est transposable à des animaux, des végétaux, des objets. Dans la réalité se présentent de nombreuses situations intermédiaires à identifier par approximation. L'échelle des plans est une pure convention. Les plans forment un système où ils n'ont de sens que les uns par rapport aux autres.



Dans la séquence de Charleroi déjà citée, les plans s'organisent de manière assez classique, en commençant d'abord par des plans larges permettant de situer l'action à Charleroi (et pas ailleurs), puis, avec une voiture circulant en ville, un travelling situe l'action dans l'ensemble de Charleroi. Une autre technique aurait été de débiter la séquence avec le Bourgmestre, ce qui aurait eu pour effet de personnaliser l'information plutôt que la contextualiser dans un lieu géographique précis.



Il faut noter qu'en télévision, le gros plan est très souvent utilisé parce que l'écran est petit. C'est pour la même raison que les émissions de télévision comme les jeux et les publicités utilisent de fréquents changements d'échelle, qui permettent de redynamiser l'image plus petite que celle du cinéma.

La succession des plans comporte une charge émotionnelle importante quand elle est utilisée en début de documentaire. À la manière des fictions, le documentaire peut débiter par une série de gros plans qui isole un phénomène de tout contexte et le rend potentiellement très proche. À l'inverse, si ce même documentaire se veut plus explicatif ou pédagogique, la succession, classique, de plans larges vers des plans de plus en plus rapprochés contextualise davantage un propos.

## L'angle de prise de vue

Chaque image est prise à partir d'un point déterminé de l'espace et en fonction du sens que l'on veut lui donner. Schématiquement, on peut définir trois grandes catégories d'angles de prise de vues :

- La vue normale ou de **niveau** : la caméra est à hauteur d'homme ;
- La **plongée** : la caméra est placée plus haut que le sujet ;
- La **contre-plongée** : la caméra se place en-dessous du sujet,

L'angle de prise de vues choisi donne d'un même sujet une multiplicité de perceptions, parfois inhabituelles. Il permet d'enrichir considérablement la saisie des objets et des choses. La mobilité induite permet ainsi d'échapper aux visions stéréotypées du regard. La richesse informative des différents angles de vue provient de la capacité qu'ils ont de montrer un même objet sous ses multiples aspects et leur richesse narrative provient de la succession des différents plans. Mais c'est la fonction symbolique des différents angles de prise de vues qui est le plus souvent mise en évidence. La plongée donne une impression d'écrasement, d'infériorité et la contre-plongée un sentiment inverse de supériorité, d'exaltation, de grandeur, de domination, de triomphe. Si ces connotations se confirment très fréquemment tant elles sont ancrées dans les structures anthropologiques de l'imaginaire, elles ne sont pas à ériger en règle absolue. Dans ce cas comme dans tous les autres, cette fonction est à apprécier selon d'autres éléments (échelle de plan, profondeur de champs, éclairage, montage). Il faut noter que la télévision privilégie la proximité avec le téléspectateur en utilisant essentiellement l'angle de vue habituel, un procédé généralement retenu dans l'ensemble des séquences du JT. Le téléspectateur a l'impression d'être l'interlocuteur direct du personnage qui s'exprime à l'écran.

## La profondeur de champ

La profondeur de champ est la zone de netteté de l'image. Elle s'obtient par réglage du diaphragme de l'objectif : les diaphragmes ouverts donnent peu de profondeur de champ alors que les diaphragmes très

fermés donnent profondeur de champ très grande. Pour être complet, signalons que la distance focale de l'objectif et la distance de mise au point interviennent également dans l'étendue de la profondeur de champ. Le flou a pour fonction d'isoler un élément du décor et de le mettre en valeur. Il a également un rôle symbolique : il peut apporter des connotations de rêve, de douceur de tendresse, voire d'intériorité ou d'immatérialité.

## Une image en mouvement

Lors de la prise de vues, la caméra peut être mise en mouvement pour donner un effet supplémentaire à l'image. Aux débuts de l'histoire du cinéma, elle ne bougeait pas et réalisait des plans fixes qui correspondaient au point de vue du spectateur de théâtre. Aujourd'hui, elle peut faire l'objet de plusieurs types de mouvements.

- Le **panoramique** : la caméra est fixée sur un axe qui ne bouge pas et pivote soit :
  - **horizontalement** : de gauche à droite ou en sens inverse ;
  - **verticalement** : de bas en haut ou en sens inverse ;
  - **circulairement** en accomplissant un parcours de 360 degrés ;
  - **de façon elliptique**, en passant d'un sujet à un autre par ces types de mouvement. Ainsi, quand la caméra remonte vers le ciel pour redescendre jusqu'à un autre décor.
- Le **travelling** : la caméra se déplace, traditionnellement sur un chariot monté sur rails, mais aussi sur roues ou sur un bras télescopique, ou tout autre système destiné à garantir une stabilité de l'image. Le travelling peut être de différents types :
  - **vers l'avant** : approche progressive vers un objet ;
  - **vers l'arrière** : éloignement graduel par rapport à un objet ;
  - **latéral** : poursuite de l'objet en mouvement de la droite vers la gauche ou l'inverse ;
  - **vertical** : déplacement de bas en haut ou l'inverse, le long d'un axe vertical
  - **d'accompagnement** : la caméra accompagne les personnages en les suivant ou en les devançant ;
  - **mouvement de grue** : la caméra est placée sur une grue et peut ainsi combiner et amplifier tous les mouvements.

Le zoom est une autre façon d'opérer un mouvement. Par un changement de focale au niveau de l'objectif, il permet de se rapprocher (zoom avant) ou de s'éloigner (zoom arrière) du sujet, la caméra restant fixe. Il faut noter que le zoom avant (appelé parfois « travelling optique ») et travelling avant sont fort proches du point de vue des effets de sens. Tous les deux se rapprochent du sujet dans un mouvement continu. Mais le zoom avant, à la différence du travelling, modifie sa focale, ce qui a pour résultat de modifier la relation qu'entretient un personnage avec le décor, car la focale courte augmente les distances tandis que la longue focale les écrase. En télévision, par souci d'économie et parce que l'écran est petit, on utilise moins les différentes possibilités des mouvements de caméra qu'au cinéma.

## Le montage

Le montage est l'organisation des plans d'une ou plusieurs séquences dans certaines conditions d'ordre et de durée.

À la télévision, pour monter une émission, on peut procéder de deux manières. Soit filmer une scène avec plusieurs caméras et faire le montage en direct en passant d'une caméra à l'autre par l'intermédiaire d'un mélangeur. C'est généralement la technique retenue pour les émissions en direct. Soit filmer une scène avec une seule caméra en déplaçant celle-ci, comme au cinéma. On monte alors les différents

plans par la suite, ce qui permet de restructurer les plans à sa manière. Pour cela, le monteur peut procéder selon plusieurs principes, car le montage a trois fonctions : syntaxique, sémantique et rythmique.

La **syntaxe** de la séquence: les plans sont associés par raccord entre les éléments internes comme le déplacement des acteurs (un homme, vu de dos, sort d'une chambre et dans le plan suivant, il est présenté de face, entrant dans le couloir).

Les relations syntaxiques sont de trois types :

- **effet de liaison** : il s'agit d'articuler les plans les uns par rapport aux autres pour donner de la continuité, de l'unité. D'où l'utilisation de raccords qui amènent en douceur le plan suivant. Ce montage-découpage ne crée pas de lecture du monde, il reste dans l'évidence.
- **effet de ponctuation et de démarcation** : le fondu enchaîné marque la plupart du temps un enchaînement entre deux épisodes différents d'un film et permet d'indiquer un changement d'espace et/ou de temps.
- **effet d'alternance** : l'alternance peut être fondée sur la simultanéité temporelle. On parle alors de montage alterné. L'action peut se dérouler dans un lieu identique ou dans des lieux différents.

Le **sens** de la séquence : le montage met en rapport deux éléments différents pour produire des effets de causalité, de parallélisme, de comparaison, etc. La production de sens est omniprésente dans le montage parallèle dont le but est de rapprocher symboliquement deux situations.

Le **rythme de la séquence** : rapidité ou lenteur, variation des contrastes, opposition des couleurs ou des formes donnent également à l'image un sens particulier.

Bien sûr, ces différents aspects peuvent être combinés entre eux. Concrètement, le montage répond soit à un cut, où deux plans se suivent par un raccord franc, soit à un fondu enchaîné où les deux plans se suivent en se superposant pendant un instant. L'image électronique a facilité d'autres montages qui se rapprochent des images de BD. Notamment l'incrustation, quand une image plus petite vient se greffer dans la grande. Chaque nouvelle technologie, et notamment le montage sur ordinateur, apporte son lot d'effets : image qui s'enroule, image qui disparaît en tournoyant, image incrustée qui s'agrandit et finit par prendre tout le cadre, image qui se plie et se déplie...

## La bande-son

La bande-son peut rassembler à la fois des bruitages, de la musique et des voix. Les bruitages sont utilisés pour renforcer l'impression de réalité : des bruits de pas, une porte qui s'ouvre en grinçant, un coup de feu qui claque sont autant d'éléments qui rendent une scène vivante et réaliste. La musique est particulièrement efficace pour créer une atmosphère, souligner une ambiance ou ponctuer des variations de rythme. Les paroles sont importantes tant pour les éléments verbaux (dialogues, voix off...) que pour les éléments non verbaux qui les accompagnent (tonalité de la voix, débit, accent). Les sons sont appelés « in » lorsque la source sonore est située dans le cadre et « off » lorsque la source sonore n'est pas visible à l'écran. Il est toujours possible à un son de passer du off au in. Pour enregistrer un son, on peut le faire en même temps qu'on tourne les images : on parlera alors de son synchro. Mais on peut le prendre à part : il s'agit de son seul.

Comme pour l'image, le son, le bruit, la voix ont des valeurs de plans :

- **plan rapproché** : parlé à l'oreille ;
- **plan moyen** : le son direct réfléchi par le local ;
- **plan lointain** : on entend plus distinctement le son indirect que le son direct.

À l'instar de l'image, le son n'est pas une simple reproduction du réel mais un système de représentations avec ses codes spécifiques. Cependant, le son est plus ressemblant que l'image. Celle-ci ne peut faire qu'opérer un passage d'un objet à trois dimensions à une surface plane à deux dimensions, tandis que

le son enregistré ressemble au son naturel. Sa dimension artificielle est plus difficile à percevoir. Les rapports entre l'image et le son peuvent être de trois types :

- **La redondance**, où le son ne fait que reprendre ce que l'image dit déjà ;
- **L'ancrage**, qui permet au son de préciser l'image en insistant sur un de ses éléments ;
- **Le décalage**, qui permet de donner au son une véritable fonction de production de sens.

C'est le cas quand le son précède l'image ou se produit après elle, mais surtout lorsqu'il apporte une dimension non présente à l'image et qui entre en tension avec elle. En télévision, et surtout pour les programmes qui n'ont pas recours à la fiction, le son, et tout particulièrement la voix, a beaucoup plus d'importance qu'au cinéma. Un journal télévisé, un documentaire, une émission de variétés restent parfaitement compréhensibles sans l'image. Par contre, sans le son, l'essentiel du sens devient inintelligible.

Ces multiples notions se présentent comme la base du langage audiovisuel. Mais à la différence de la langue, l'audiovisuel n'a pas de code stable, établi une fois pour toutes. Il peut changer au gré des utilisateurs. Bien sûr, certains procédés, à force d'être employés, créent des tendances, voire deviennent des clichés. Il faut plutôt voir comment le réalisateur fait converger tous les signes dans l'une ou l'autre direction. On se rend alors vite compte que l'audiovisuel n'est pas si simple à lire.

## Pour aller plus loin

.....

FOZZA J.-C., GARAT A.-M., PARFAIT E., « *Petite fabrique de l'image. Parcours théorique et thématique. 180 exercices* », 2<sup>e</sup> édition, Paris, Magnard, 2003.

## Les effets des images

L'audiovisuel ne produit pas indifféremment le même effet sur tous et en tout lieux. Une même image aura un effet radicalement différent en fonction de sa place dans le montage, de l'état de réception du spectateur, de son niveau de développement cognitif, de son vécu. Il existe toutefois un certain nombre d'effets récurrents dans la communication audiovisuelle, qu'il est possible d'identifier comme des points de repère pour évaluer l'efficacité d'un document. Voici quelques-unes de ces combinaisons récurrentes. Les limites posées par cette grille sont cependant bien réelles. Car la difficulté de chaque message audiovisuel réside dans la combinaison de ces éléments. Il n'y a pas de grammaire audiovisuelle universelle : les possibilités du langage audiovisuel sont infinies.

Effet visé	Image	Son	Parole
Identifier à l'action	Personnage de face Personnage seul à l'écran Gros plan	Bruitage d'ambiance	Possessif d'appropriation (nous, notre, on)
Appel à observer	Mouvement de caméra Changement de grosseur de plan. Zoom avant ou arrière Geste de personnes filmées	Silence	Impératif "voyez"
Susciter l'interrogation	Ralenti ou arrêt sur image Fond neutre Rapprochements insolites	Bruit étrange	Interrogation Montage d'interviews contrastées en Je Décalage image/son
Retenir l'attention	Changement dans la grosseur des plans ou les angles de prise de vue	Musique	Rupture de ton Interview
Créer une tension	Plongée, contre-plongée ou lumière particulière	Musique	Ton de commentaire
Faciliter l'abstraction	Usage de schémas Usage de la coupe franche entre deux plans		Théorisation de l'image Synchronisme image/son
Favoriser l'anticipation	Découverte progressive d'un objet ou d'une personne	Bruits d'éléments non visibles à l'image	Pas de commentaire, ou bien l'image précède le commentaire
Favoriser la mémorisation	Retour sur images Incrustation de textes	Thème musical qui rythme le montage	Très structurées Phrases courtes
Situer dans un contexte	Zoom arrière Alternance de plans rapprochés Plans d'ensemble	Bruitage d'ambiance	Commentaire général même si l'image est particulière
Faire percevoir des enjeux	Ralenti ou accéléré Arrêt sur image Macrophotographie	Son amplifié	

Ce tableau est adapté de celui proposé par Geneviève Jacquinot, *Image et pédagogie, analyse sémiologique du film à intention pédagogique*, PUF, Paris, 1977.



# LA RÉALISATION DU JT

**Montage, captation, postproduction, séquences, scénarisation, assemblage, rushes ... Tant de notions importantes pour comprendre la réalisation d'un JT. Que signifient-elles précisément ? Quels sont les enjeux d'utilisation de tels procédés ? Décortiquer un JT, c'est aussi comprendre chacune de ces différentes étapes techniques.**

Au commencement était la prise d'images. Celle-ci peut se faire de deux manières possibles, soit par captation (qui ne passera pas par l'étape de montage), soit par le tournage (qui passera l'étape du montage).

La **captation** est de deux types. Ou bien la captation **en direct**, qui relaye directement les images à la chaîne de télévision. Ou bien la captation **en différé**, celle qui enregistre les images en vue d'une utilisation ultérieure mais qui ne fera l'objet d'aucun montage.

Lorsque la rédaction passe à la réalisation concrète du reportage, celle-ci comporte plusieurs phases :

- **Le tournage.** Il s'agit de l'étape d'acquisition des images et du son. L'image et le son sont regroupés en plans. Lors du tournage, on enregistre des rushes<sup>14</sup>.
- **Le maquettage.** Il s'agit de la description des plans et des séquences diffusés. Le maquettage s'inspire du scénario.
- **Le montage.** En prenant pour base la maquette, la rédaction veille à :
  - Sélectionner les plans visuels et auditifs qui proviennent des rushes.
  - S'assurer que ceux-ci ont le bon format, le cas échéant, les ajuster.
  - Rassembler les plans selon l'ordre prévu dans la maquette.
  - Dans la phase de montage, le journaliste est dans une logique de composition. Il ajuste sons et images à sa manière.
- **L'habillage graphique (ou postproduction).** C'est dans cette étape que se font les ajouts graphiques et visuels : générique, dessin d'animation, etc.
- **Sonorisation.** La rédaction s'assure de l'harmonie des différents sons au sein de la séquence.

Tout au long de ces étapes, le journaliste et le monteur sont tenus de faire une série de choix dans la mise en forme qu'il font.

## Choix du type de montage

Selon Thierry Lancien, il est possible de décortiquer cinq types de montage dans une séquence de JT :

**Le montage logique.** Il est basé sur des rapports de causalité. Les accidents, les catastrophes sont traités à travers des images mobiles, mais aussi des images fixes. Les effets d'un accident (présentés en images mobiles) vont généralement précéder les causes et explications (présentées en images fixes).

14. Les rushes sont l'ensemble des images et/ou des sons enregistrés, dans leur état de tournage. (JESPERS J.-J., *op. cit.*, p. 144).

15. LANCIEN Th., *Le journal télévisé. De l'événement à sa représentation*, Bordeaux, Presse universitaire de Bordeaux, 2011, p. 82-83.

**Le montage par accolade** et succession d'informations peut concerner, par exemple, les mesures gouvernementales, les réformes, les nouveaux services qui seront souvent présentés de manière mixte, images mobiles et images fixes avec graphiques, schémas et scripto-visuel.

**Le montage narratif.** Il suit divers modèles narratifs (celui de la quête ou de l'effraction), il concerne souvent les événements qui supposent un certain nombre d'actions, une chronologie, un déroulement : fait divers, manifestations, accidents.

**Le montage basé sur l'exemple et le témoignage.** Va s'organiser autour d'une caractérisation par portrait et interview. Il pourra remplacer la plupart des autres montages en abordant la plupart des sujets, chaque fois que la télévision veut personnaliser l'information.

**Le montage hyperfragmenté.** A tendance à pallier l'insuffisance des images en matière d'information et à multiplier les angles de vision pour que le téléspectateur ait une impression d'ubiquité et que l'effet d'authentification soit ainsi renforcé.

# NARRATION ET SÉQUENCE DE JT

Les théories structuralistes du récit restent des clés d'analyse efficaces pour comprendre les messages médiatiques. Parmi ceux-ci, le modèle le plus connu et l'un des plus puissants, est le modèle greimassien. D'autres, tantôt plus généraux, tantôt plus précis, permettent une approche plus approfondie du récit. L'analyse des séquences de JT par le biais narratologique permet de mettre en évidence les choix journalistiques opérés et de montrer que ces choix induisent des représentations du monde.

Y a-t-il un modèle qui s'applique à tous les récits? Peut-on dresser un plan d'analyse qui fonctionnerait pour tous les récits?

Il existe effectivement un modèle généraliste du récit. Il s'agit d'un modèle qui présente le récit en trois temps: un équilibre initial; la boîte noire (l'ensemble de ce qui se passe entre le début et la fin de l'histoire) et enfin, un équilibre final (pas forcément le même que l'équilibre initial). Ce modèle indiqué dans l'étude structuraliste des séquences permet de rendre compte des variations amenées par la boîte noire (les événements). Dans le cadre des événements traités dans les JT, il arrive souvent que les sujets ne se clôturent pas, que l'équilibre final n'est en fait pas un équilibre stable. À titre d'exemple nous retiendrons les grands conflits armés, les crises politiques à répétition...

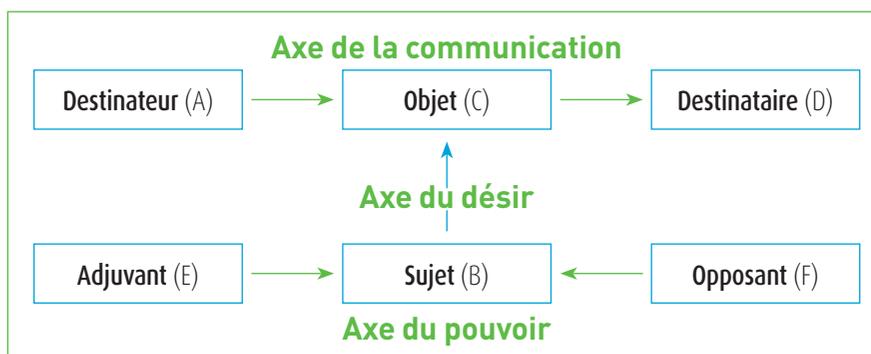
## Définition minimaliste du récit

Équilibre → Déséquilibre → Rééquilibre

À ce schéma, nous pouvons rajouter une notion qui provient d'un auteur structuraliste: Tristan Todorov. Pour lui, un récit se déclenche quand il y a un manque ou un méfait. Un "récit" est déclenché par une rupture de la norme (catastrophe naturelle...) ou la transgression d'un interdit (vol, effraction...).

Il est intéressant de s'interroger sur la manière dont les rédactions choisissent l'information: à partir de quel moment y a-t-il rupture, et surtout, à partir de quel moment y a-t-il suffisamment rupture par évoquer l'événement? L'article suivant abordera la question de la sélection de l'information.

Bien que le modèle de Greimas ne soit pas utilisé par les journalistes pour écrire leurs billets ou monter leurs séquences, il n'en reste pas moins un outil efficace pour décoder les récits médiatiques. Greimas propose d'analyser les récits selon 3 axes et 6 actants (non réductibles à des personnages; ils peuvent également être des animaux, des objets ou des sentiments).



## Le modèle de Greimas en deux phrases

Mandaté par un Destinateur A, un sujet B se met en quête d'un Objet C pour le compte d'un Destinataire D. Au coeur de cette quête, il peut être aidé d'un Adjuvant E et faire face à l'opposition de l'Opposant F.

**Le premier axe**, celui de la communication, comporte un destinataire (A), un destinataire (D) et entre les deux un objet (C). Le destinataire est celui qui charge le sujet d'une quête (en l'occurrence s'approprier C). Le destinataire (D) correspond à l'actant à qui va profiter l'objet.

**Le deuxième axe**, celui du désir, met en scène un sujet (B) mandaté par le destinataire (A) et qui désire un objet (C). Dans le cadre d'un JT les exemples sont nombreux: les supporters qui souhaitent voir leur équipe gagner, des grévistes qui souhaitent voir les exigences respectées par les patrons, etc.

**Le dernier axe**, celui du pouvoir, comporte trois actants: l'adjuvant (E), le sujet (B) et l'opposant (F). Bien sûr dans le récit, les actants peuvent se présenter comme étant plusieurs. Les adjuvants sont les éléments qui vont aider le sujet à réaliser sa quête: subsides de l'état, renfort policier, répression, etc. À l'inverse, les opposants vont tenter de compliquer la quête du sujet-héros.

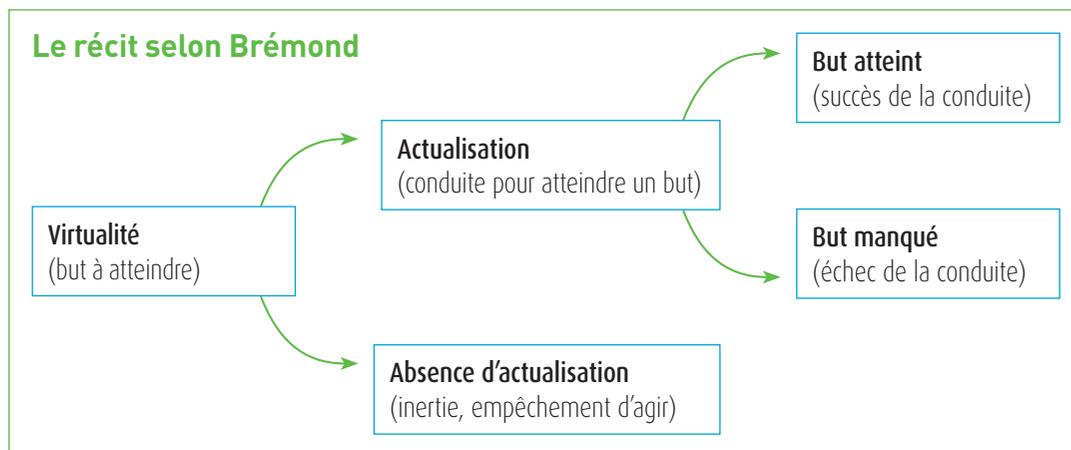
Le modèle de Greimas est un schéma global qui est valide tant en littérature qu'en cinéma ou en télévision. De ce fait, il est bon de rappeler que dans le cadre de l'analyse de séquences de JT, on veillera à éviter de tomber dans certains pièges:

- Le sujet n'est pas forcément quelqu'un qui suit une quête positive. Dans le cadre de l'analyse de récit médiatique, par exemple, une séquence qui montre comment un prisonnier a réussi à s'évader de prison sera considéré comme un sujet suivant une quête (objet).
- Le modèle de Greimas ne tient pas compte du contenu de l'information. Il est une structure d'analyse généraliste. Pour certains objets médiatiques, des particularités non incorporées dans le modèle greimassien peuvent apparaître.

## Brémond et le récit en suspens...

Le modèle de Claude Brémond propose d'étudier le récit dans sa virtualité en montrant que le récit peut, à chacun de ses stades, emprunter des chemins différents. Selon l'auteur, le récit serait « un chemin » emprunté parmi d'autres. Il propose un modèle en trois temps pour le récit: la virtualité (possibilité de...), l'actualisation ou non de cette virtualité et enfin l'accomplissement ou non du but. L'auteur propose un schéma des bifurcations possibles du récit<sup>16</sup> comme suit:

Concrètement, il est possible d'appliquer la théorie de Brémond à l'analyse de séquence. En effet, pour reprendre sa terminologie, le narrateur a la liberté de faire (se) concrétiser l'action, ou d'en maintenir la virtualité. En ce sens, le journaliste a le choix de guider son récit dans une certaine direction. D'autant que toute question d'actualité en amène une multitude d'autres et peut faire l'objet d'embranchements des possibles narratifs.



16. Inspiré de LITS M., *Du récit au récit médiatique*, Bruxelles, De Boeck, 2008, p. 65.

La situation va-t-elle s'améliorer ? Se détériorer ? Sommes-nous dans une phase d'amélioration virtuelle, d'actualisation de l'amélioration ? Quelles pistes sont laissées par le journaliste pour prévoir ces événements ? Et surtout, quelle piste le journaliste a décidé de suivre dans l'embranchement des possibles ?

Si différents embranchements narratifs restent toujours possibles pour le journaliste, celui-ci sera toujours contraint de faire des choix pour traiter son sujet (choix de l'embranchement).

## Angle journalistique

À la liste des différents choix auxquels procède un journaliste, il est possible d'ajouter l'angle du reportage. L'angle peut se définir comme étant : « *Manière d'exprimer ou de signifier la prémisse [ce que l'on va dire du sujet dans le vidéogramme] dans le reportage ou la séquence; forme de narration choisie pour en représenter tout ou partie de manière allégorique et concrète (un exemple, un cas particulier, une histoire représentative, etc.)*<sup>17</sup>. »

L'angle résulte toujours d'un choix. Quand il aborde un sujet, le journaliste choisit toujours un angle au détriment d'un autre. Ainsi, il est toujours bon de garder en tête que d'autres angles sont toujours possibles et peuvent éclairer d'autres aspects du sujet traité.

En effet, l'angle choisi n'éclaire qu'une partie de la réalité étudiée et il occulte les autres. Ici encore, le choix journalistique est mis au jour.

## JT et bipolarité narrative

Enfin il est également possible de comprendre la construction des récits à travers une dimension binaire. La séquence de JT met au premier plan deux pôles, qui s'opposent ou non, qui sont complémentaires... Ce traitement binaire peut mener à la simplification de faits complexes. Une fois de plus, il est utile de poser la question des choix narratifs réalisés et de se demander dans quelle mesure certaines simplifications n'entraînent pas un traitement moralisateur du sujet.

## Du récit médiatique... au récit de la société

Sans entrer dans le vaste débat qui tente de mettre en lien la société avec ses récits et inversement, il est possible de succinctement décrire les enjeux qui lient récit et société.

Comme le propose Marc Lits ; « *La question centrale est donc double: quel récit pour quelle société, quelle société pour quel récit? Autrement dit, il faut savoir dans quel type de société nous vivons, puisque le champ social conditionne les récits que nous produisons et consommons; mais il faut aussi savoir quel type de récits les médias produisent puisque ces récits médiatiques conditionnent notre existence*<sup>18</sup> ». Il y a donc un lien entre les récits qui se propagent dans les médias et la société, la représentation que l'on peut en avoir. Sans prendre pour argent comptant que les récits médiatiques « *conditionnent notre existence* », force est de constater qu'ils agissent pleinement à la réalisation de la société. Tout récit médiatique est le fruit d'une sélection (sujets, durée, témoignages...) stratégique. De plus, ce choix se fait au détriment d'autres. Garder cela à l'esprit, c'est entre autres adopter un point de vue critique et questionner la complexité de la société.

## Le propriétaire du vent

Dans cette séquence relativement insolite, le journaliste a décidé d'angler son reportage d'une certaine manière: il est « rentré dans le jeu » de Bernard Delville. À partir du fait qui est le début de la quête de Bernard Delville, le journaliste aurait virtuellement pu prendre d'autres angles pour traiter son sujet: la recevabilité juridique de sa quête, le point de vue des autorités, des grands groupes financiers, du consommateur belge, etc.

L'aspect critique du journaliste est relativement mis en veille — « C'est une opération très sérieuse » — et la séquence n'évoque pas de piste d'avenir (suite juridique, économique) pour le « propriétaire du vent ».

Il s'agit donc bel et bien d'un choix parmi différents embranchements possible dont le narrateur reste le maître à choisir.

Pour une analyse plus complète de la séquence, le lecteur se référera à la seconde partie de l'ouvrage.



17. JESPERS J.-J., *op. cit.*, p. 175.

18. LITS M., *op. cit.*, p. 186.

# LES CRITÈRES DE SÉLECTION DE L'INFORMATION

17 critères de sélection de l'information<sup>19</sup> peuvent être identifiés, répartis en quatre catégories : les caractéristiques du fait, le rapport au public, la place du fait dans la société et enfin le traitement de l'information lui-même.

Les critères de sélection de l'information sont souvent fortement liés à une notion centrale : celle de proximité. Ce terme est à entendre au sens large. Il ne recouvre pas uniquement la notion géographique. La loi de la proximité pose la question : est-ce que mon public sera intéressé par cette information ? Si oui, par quels éléments de cette information ? Lorsqu'on s'intéresse aux différents critères qui font que le public s'intéresse à une information, il est possible d'identifier 17 critères de sélection. Ceux-ci sont au croisement de ce que souhaite le public et du travail journalistique de sélection de l'information.

## Les caractéristiques du fait

**Premier critère**, celui du **temps**, de la durée de l'évènement. Le JT est quotidien et plus un évènement s'étale dans la durée, moins il sera traité dans les médias. Exemple : l'annonce d'une faillite est beaucoup plus facile à relayer que l'ensemble du processus qui a mené l'entreprise à péricliter. Le **deuxième critère**, lui, concerne la **grandeur du fait**. Il y a un certain seuil à franchir pour que le fait soit relayé par le JT. En deçà du seuil, l'information n'est pas relayée. Exemple : la météo peut ouvrir le journal s'il a fait par exemple plus de 40 °C en Belgique toute la journée. Le **troisième critère** est celui de la **proximité géographique** de l'évènement. Si la phrase « C'est arrivé près de chez vous » peut émaner de la bouche du présentateur, le succès est garanti. La loi de la proximité est fondamentale dans l'information. Exemple : l'ouverture d'un musée, la visite d'un homme d'État... Ensuite, **quatrième critère**, vient le critère de la **clarté du fait**. Les faits clairs et compris par le plus grand nombre sont à privilégier. Exemple : le JT ne s'encombre pas d'expliquer les dernières lois financières et leurs complexes nécessités. Le **cinquième critère** est lié à la **récence** d'un évènement : le marronnier. Certains faits sont saisonniers, ils reviennent tous les ans au même moment. Exemple : la rentrée des classes, la Fête nationale, la Saint-Valentin...

## Le rapport du fait à son public

Parce que l'information s'adresse directement à un public, les caractéristiques du public influencent la sélection de l'information.

Tout d'abord, et c'est le **sixième critère**, il y a l'**intérêt pratique** de l'information. Le spectateur doit pouvoir en tirer usage dans sa vie quotidienne. Exemple : grève des bus, nouvelle législation sociale... **Septième critère**, la rédaction se doit de tenir compte du **lien d'ordre sociologique entre le JT et son public**. Avec les informations dont dispose la chaîne sur son public, celle-ci propose une lecture assimilable par ses spectateurs. Exemple : le JT de 13 heures de TF1 s'adresse fondamentalement à un autre public que l'édition de 20 heures.

.....  
19. Cet article s'inspire grandement d'Yves COLLARD, « Une poignée de critères fait l'info poignante », in *MédiActeurs, Tout savoir sur la télévision*, Bruxelles, Média Animation 1999, p. 78-80.

## La place du fait dans la norme, la société

Une information naît au sein d'une société qui a ses codes, ses normes. Une information n'est pas directement transposable d'une société à l'autre.

Le **huitième critère** est celui de l'**insolite**. Plus l'information possède un caractère exceptionnel, plus elle aura de chance d'être relayée. Exemple: une cargaison de poulets qui tombe d'un camion, entraînant une chasse géante aux volatiles. Le **neuvième critère**, celui de la **conformité sociale** dit qu'il faut que l'information soit dans l'air du temps, que l'on puisse en parler librement à tout public. Cette caractéristique inclut la nécessité que le fait soit un minimum politiquement correct et acceptable. La **légitimité institutionnelle et l'affinité régionale** constituent le **dixième critère**.

Certaines institutions sont plus privilégiées que d'autres: Amnesty International, Greenpeace... L'affinité régionale, de son côté renvoie à l'idée qu'entre différentes régions du monde se tissent des liens (historiques, économiques, culturelles...). Exemple: les relations entre la Belgique et la République démocratique du Congo, le Québec...

Le **onzième critère**, celui de l'**innocence**, concerne les sujets émotionnels forts qui apparaissent sous diverses formes: les enfants, les animaux, le brave homme victime d'une arnaque sur Internet... Un fait est d'autant plus tragique qu'il touche une victime toute désignée<sup>20</sup>.

La **négativité** est le **douzième critère**. Dans un JT, les nouvelles malheureuses prennent plus de temps que les nouvelles heureuses. Exemple: on parlera plus souvent des trains en retard que des trains à l'heure. **Treizième critère**, celui de **personnalité**. Certaines personnes sont plus enclines à apparaître dans les médias que d'autres. De ce fait on parlera plus facilement d'eux là où d'autres, pour les mêmes faits, resteront dans l'ombre des projecteurs. Exemple: le divorce d'un homme politique important.

### Traitement de l'information

Arrivée à la rédaction, l'information va subir des scénarisations, des transformations de la part de la rédaction. L'aspect traitement de l'information regroupe quatre critères.

La **continuité** est le **quatorzième critère**. Une information doit avoir une suite, s'inscrire dans un scénario marqué par la répétition. Exemple: les grands conflits internationaux, les sagas policières et judiciaires... Le critère suivant, le **quinzième** est celui de **non-concurrence**. Un JT aborde une catégorie de drame à la fois. Exemple: parler d'une famine exclut de parler d'une autre famine. Le **seizième critère** est celui de l'**existence d'image**. Un bon croquis vaut mieux qu'un long discours. Exemple: une guerre civile pour laquelle on ne dispose pas d'images sera peu évoquée.

Enfin le dernier critère, le **dix-septième**, indique que pour faire durer le spectacle la séquence présente **un problème et sa solution**. Par exemple: une maladie et un médecin, un sauveteur anonyme...

Ces critères de sélection ne sont pas nécessairement enseignés comme tels dans les écoles de journalisme, qui ont recours aux 5 W + H (*voir encadré ci-contre*). Mais ils sont utilisés, consciemment ou non, dans la pratique professionnelle et peuvent être observés par l'analyse.

### La règle des 5 W + H

Enseigné en école de journalisme, la règle des 5 W + H constitue un point de repère crucial dans le traitement de l'information ou dans la mise en récit. Elle consiste à poser les questions: Qui? Quoi? Où? Quand? Pourquoi? Comment? (Who? What? Where? When? Why? How?)

Traditionnellement le style journalistique préconise de répondre le plus rapidement possible à ces différentes questions. Ainsi, pour créer l'accroche, les 5W peuvent être présents dans le chapeau (intro) du présentateur.

Presque sans exception, le premier plan d'un reportage est destiné à situer l'espace dans lequel on se trouve.

Mais déjà avant le lancement même du reportage, pendant la présentation du sujet par le présentateur, une carte nous situe le lieu du reportage. Lorsque celui-ci a lieu en Belgique (ou dans un pays limitrophe), un planisphère nous montre le pays entier, puis resserre sur la seule province avec indication de ses frontières, de son chef-lieu et de la ville dont il est question. Quand le reportage concerne des pays plus éloignés, l'écran montre à gauche la Terre en mouvement en pointant le pays concerné et à droite un planisphère avec un zoom avant sur ce même pays.

20. Voir Yves COLLARD, « Le looser magnifique, traitement médiatique des faibles et des opprimés », [www.media-animation.be/Le-looser-magnifique.html](http://www.media-animation.be/Le-looser-magnifique.html)

## La roue des 17 critères



# INTERVIEWS, L'ÉPAISSEUR HUMAINE

Dans un JT l'interview permet d'authentifier, de témoigner, d'expliquer. Et pourtant, le témoignage est le résultat d'un choix (contraint ou non) journalistique. Interroger la vox populi, ce n'est pas la même chose que de questionner un bourgmestre, un patron d'entreprise...

L'art de l'interview est certainement moins spontané qu'il n'y paraît.

Que serait une séquence de JT sans interview? Probablement une séquence peu concrète et crédible. Le but de l'interview est de rapprocher le spectateur à une expérience sensible.

Il existe quatre types d'interviews<sup>21</sup>.

- **Interviews qui authentifient** : « c'est-à-dire des très courtes interviews, encore appelées micros-trottoirs qui sont souvent au nombre de trois à six en milieu de reportage. [...] Pour que cette collecte apparaisse représentative, on choisit généralement un point de vue favorable, un point de vue défavorable et un témoignage indifférent qui peut mettre en évidence une opinion minoritaire. »
- **Interviews qui exemplifient** : « nous désignons ainsi des interviews qui concernent généralement des témoins à qui sont posées des questions (souvent effacées au montage) qui les concernent directement et qui sont en même temps relatives au thème traité dans le reportage. »
- **Interviews qui expliquent** : « dans ce type d'interview, on donne la parole à un expert ou quelquefois à un témoin qui est alors interrogé, comme l'expert, en fonction de sa compétence dans un domaine particulier. »
- **Interviews comme source** : « elles résultent des interviews dans lesquelles sont recueillies les paroles [...] d'acteurs, d'événements et de situations sociales qui sont évoqués dans le reportage. »

L'usage du témoignage confirme également que le JT se situe dans l'univers authentifiant pour rapprocher le récepteur de la réalité. Puisque l'on sait que le témoignage est le résultat d'une sélection, peut-on réellement considérer les témoignages comme « authentifiants »? Ou, pour le dire autrement: quelle réalité est reflétée par ces témoignages?

De la pluralité des témoignages ne découle pas nécessairement la pluralité des points de vue. En effet, les raccourcis sont fréquents surtout quand on cherche à synthétiser le point de vue du « Wallon », du « Bruxellois » ou du « Flamand » sur une question. En général, quelques opinions surplombées du bandeau « habitant de Bruxelles » nous suffisent à indiquer que le « Bruxellois pense que... ». Une telle approche propose rarement une recherche en profondeur de l'opinion publique.

L'image du « Flamand », du « jeune », etc., qui est véhiculée répond au fonctionnement télévisuel, une machine ronronnante qui valide les stéréotypes partagés.

Un critère essentiel dans l'interview est le cadre dans lequel se déroule le témoignage qui a souvent tendance à confirmer ce que l'on sait sur le statut de la personne interrogée. Le professeur d'université est souvent interrogé devant sa bibliothèque, l'institutrice en classe avec ses élèves, etc.

21. LANCIEU Th., *op. cit.*, p. 99 et suivante.

## Reportage anti-braconnage

Dans le reportage sur l'unité spéciale anti-braconnage, le journaliste interroge Michel Defays décrit comme « restaurateur ». Cette information ne prend sens que dans le présent reportage, le témoin est restaurateur. Cette information n'aurait aucun sens si on avait interrogé le même individu dans un reportage sur la rentrée des classes...



Le choix de l'étiquetage impute un rôle social aux acteurs télévisuels, implicitement sommés par le téléspectateur de jouer la partition qu'on leur impose, de témoigner sur un petit bout d'histoire particulier. Cette manière de jouer n'est pas sans conséquences car elle influencera la représentation que le récepteur se fera d'une catégorie, sociale, ethnique ou professionnelle.

Pour une analyse plus complète de la séquence, le lecteur se référera à la seconde partie de l'ouvrage.

# REPRÉSENTATIONS, STÉRÉOTYPES ET MÉTAPHORES

Imaginez-vous le journaliste qui doit en deux minutes couvrir une journée de forte chaleur à la côte belge. Il ne manquera pas de filmer les pâtés de sables, les terrasses et les cuistax. À l'écran, ces images apporteront une grande lisibilité de l'information. Le recours aux stéréotypes, représentations et métaphores n'est pas en soi "néfaste". Focus sur des concepts médiatiques clés.

Nous utilisons tous des stéréotypes. Ceux-ci ne sont pas nécessairement négatifs tant qu'ils ne deviennent pas des préjugés. Le journaliste de JT utilise les stéréotypes ainsi que les représentations. La différence entre les deux réside dans la répétition et dans la formation d'une identité commune. Mais un passage par des définitions s'impose. Tout d'abord la notion de « représentation » : « *La représentation est un mode de connaissance des objets sociaux qui relève du sens commun et qui a une « visée pratique*<sup>22</sup> ». La représentation a donc une portée générale. Le stéréotype en est un cas particulier : c'est une représentation « *que la notoriété, la fréquence, la simplicité ont imposé comme évidence à l'ensemble d'une communauté (ou d'un groupe à l'intérieur de la communauté)*<sup>23</sup>. » Le « stéréotype » joue un rôle identitaire puissant. En effet, il réduit l'identité d'une communauté à une représentation répétée et « allant de soi ».

Pour montrer une ville, le journaliste filme des images qui serviront de représentation. Elles seront suffisamment évocatrices pour que le spectateur identifie la ville (c'est la fonction « visée pratique »). Cependant, cette définition pourra sembler incomplète si on omet d'évoquer l'aspect cognitif de la définition de représentation. Dans le chef du spectateur, Thierry De Smedt propose une définition de la représentation comme étant :

*« La manière dont un individu ou un groupe se représente un objet (la pauvreté, l'exclusion, la justice, le Togo, une coopérative rurale, la psychanalyse...) et mobilise, consciemment ou non, cette représentation pour penser, comprendre et s'exprimer. La représentation résulte d'une combinaison de savoirs formalisés, issus souvent des « apprentissages formels » comme ceux de l'école ou des formations spécifiques, et de savoirs dits « informels », issus de l'expérience, de l'entourage humain et des médias<sup>24</sup>. »*

De ce fait, médias et représentations agissent directement sur notre perception des objets du monde.

## Journalisme et métaphore

La question des représentations n'est pas déconnectée de la métaphore journalistique. Cette figure de style littéraire entretient des rapports étroits avec les représentations pour le grand public<sup>25</sup>. La métaphore journalistique ne répond pas aux mêmes attentes que la métaphore littéraire. Contraint par des logiques d'économie (tant économique que narrative) le journaliste use de la métaphore dans le but de faire comprendre son message par le plus grand nombre et le plus rapidement possible. En ce sens, la métaphore est une figure de style privilégiée du journaliste qui, contraint de faire vite, en use en vertu de sa visée pratique. Ainsi la métaphore est un point auquel il faudra être attentif lors de l'analyse des séquences.

22. JODELET D., cité par Boyer H., « Stéréotype, emblème, mythe. Sémiotisation médiatique et figement représentationnel », *Mots. Les langages du politique*, 88, 2008, p. 100, mis en ligne le 1<sup>er</sup> novembre 2010. <http://mots.revues.org/index14433.html>. Page consultée le 29 juillet 2011.

23. *Ibidem*, p. 102

24. Définition proposée par Thierry De Smedt dans le cadre du Groupe de recherche en médiation des savoirs (GReMS).

25. Cette mise en évidence est décrite par LITS M., *op. cit.*, p. 168-173.

## Différence entre représentation, stéréotype et idéologie

### Séquence : la crise du budget à Charleroi

Lorsque le journaliste propose un tour en voiture pour illustrer la ville de Charleroi, il utilise à la fois des représentations et des stéréotypes. Les représentations sont les statues du Marsupilami, de Spirou et Fantasio, qui ont la force de montrer (représenter) la ville de Charleroi.

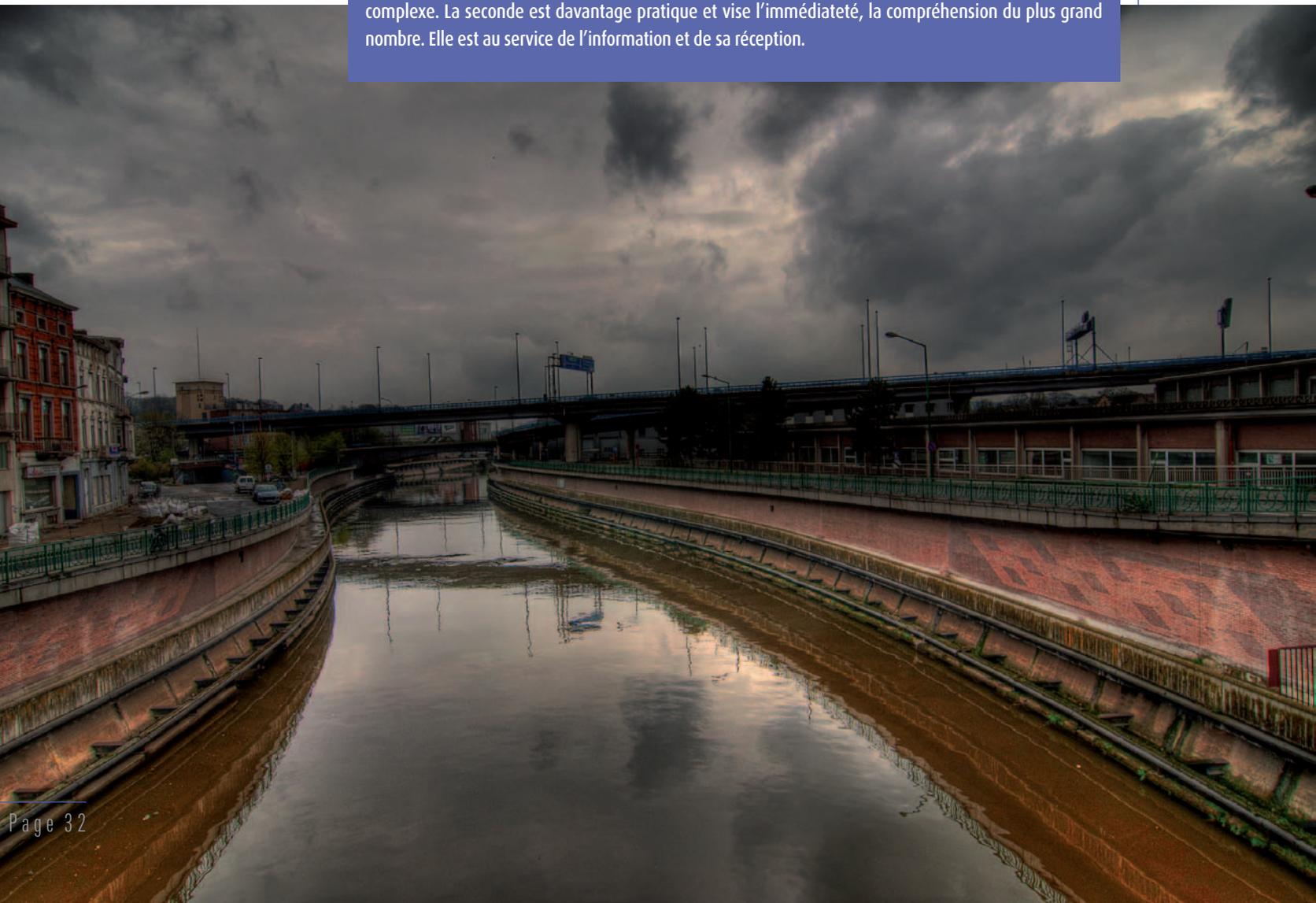
Lorsque la séquence met à l'image l'usine de charbonnage de Thy-Marcinelle, il utilise une représentation qui se situe davantage du côté du stéréotype.

La différence entre les deux réside dans les connaissances communes. Le stéréotype de l'usine renvoie à cet imaginaire de Charleroi, grande ville charbonnière du Hainaut. Cette image est davantage vecteur d'identité de Charleroi et relayée dans les médias que ce que peuvent être les statues de Spirou et Fantasio. Il faut connaître Charleroi pour connaître l'existence de ces statues. C'est une représentation de Charleroi qui ne fait pas partie « des grands classiques ».

Pour plus de précision sur l'analyse de la séquence, le lecteur peut consulter l'analyse qui en est faite dans la deuxième partie de ce dossier.

## Métaphore littéraire versus métaphore journalistique

La métaphore littéraire s'oppose à la métaphore journalistique. La première est plutôt esthétique et met en avant une image émotionnelle, qui s'élabore sur base d'une construction linguistique plus ou moins complexe. La seconde est davantage pratique et vise l'immédiateté, la compréhension du plus grand nombre. Elle est au service de l'information et de sa réception.



## L'amorce de François de Brigode

23 mars 2011, 19 h 30 (24'17'')

« La bibliothèque universelle pensée par Google, c'est terminé. La justice américaine vient de mettre coup d'arrêt au projet de Google de mettre tout le savoir en ligne via la numérisation de tous les livres. Pour beaucoup d'observateurs, c'est une gifle à Google qui a l'habitude de fonctionner sans autorisation ».

Dans cette amorce, le présentateur utilise la métaphore de la gifle pour communiquer l'information. Seulement, au-delà de l'information, cette métaphore laisse entendre qu'il existe, par exemple, un rapport de supériorité de la part de la justice américaine. L'image de la gifle référant à la violence, elle peut évidemment laisser place à différentes interprétations : Google est un martyr, la justice américaine est violente face à la modernité, Google est le « méchant » qui a fini par prendre une gifle à force de tirer sur la corde...

Où se termine l'information où commence le commentaire ? Présentateur et spectateur sont tous deux actants des représentations générées par la séquence.

Pour une analyse plus complète de la séquence, le lecteur se référera à la seconde partie du dossier.

La métaphore est donc l'une des figures de style les plus adaptées à l'immédiateté et à la compréhension d'une information par un public. De ce fait, le journaliste tâchera d'utiliser des métaphores figées, stables où chaque individu qui constitue le public pourra retrouver le plus rapidement possible ses repères.

Revers de la médaille : la métaphore produit toujours un surplus de sens. Il reste souvent un petit quelque chose qui va au-delà de l'information « neutre » : un jugement, une morale, une catégorisation...

## Côté cour, côté jardin

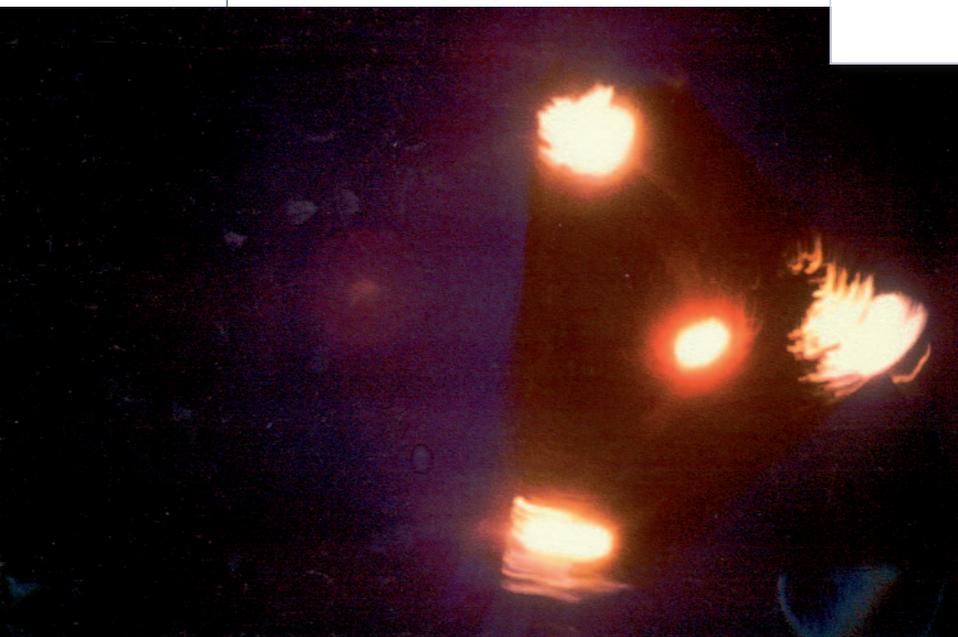
Quelle différence peut amener l'introduction d'un sujet d'actualité ? Pour ce faire, rien ne vaut une comparaison de deux JT qui parlent du même sujet. Exemple : la supercherie des photos montrant un OVNI. Les comparatifs d'amorce de JT différents sont assez évocateurs des choix éditoriaux des rédactions. Pour se faire, comparons l'amorce des deux journaux télévisés.

### RTL-TVi

La photo de l'OVNI de Petit-Rechain est une supercherie. Patrick, l'auteur du cliché, a avoué son mensonge près de 20 ans plus tard. Mais même des scientifiques ont été trompés. L'un de ces experts ne parvient pas à croire au truquage.

### RTBF

Il y a 20 ans, la photo d'un OVNI survolant la ville de Petit-Rechain allait faire le tour du monde. Des scientifiques belges et des ingénieurs de la Nasa s'inquiétaient même du phénomène. Un homme prétend qu'il est l'auteur d'un canular. Il n'a donc pas dit la vérité pendant 20 ans. La question qui se pose aujourd'hui : est-ce qu'il dit vrai ?



Les deux amorces amènent le sujet de manière différente. Et pourtant, l'information est fondamentalement identique. L'annonce faite par RTL-TVi laisse penser que la photo est bel et bien une supercherie là où le service public tend davantage à remettre cette affirmation en cause.

## Valeur idéologique

Dans l'analyse du JT, l'idéologie joue un rôle essentiel. L'idéologie est « *constituée [...] d'un système (réseau) de représentation en interconnexion*<sup>26</sup>. » L'idéologie résulte donc de l'ensemble des choix représentationnels (représentations, stéréotypes, métaphores...) opérés par le journaliste. Déceler ce qui est de l'ordre de l'idéologie ou non est complexe. Les représentations laissent place à l'interprétation du spectateur. Or celles-ci peuvent brouiller les pistes qui mènent vers le décodage de la séquence et des intentions du journaliste. L'analyse de séquences de JT ne peut faire l'économie de ce questionnement sur l'idéologie et le jugement moral (souvent) tacites.

## Valeur morale

La morale que présente le JT est une morale d'action. La télévision n'est pas un Schtroumpf moralisateur mais plutôt un média qui présente différentes situations et qui les soumet à l'appréciation des publics. Or ces situations, dans leur sélection, leur présentation, comportent en elles des indicateurs moraux : politiquement correct, respect des lois en vigueur sur la liberté de la presse...

Ainsi à titre d'exemple, Yves Collard a montré comment les médias pouvaient présenter de manière très manichéenne certains couples médiatiques<sup>27</sup>. C'est le cas par exemple du duo agresseur-victime. L'auteur propose de déceler comment un média peut proposer le récit d'une trame en mettant en avant les caractéristiques d'innocence d'une victime. Comme le souligne Georges-André Parent, « *Les médias présentent une vision dualiste et caricaturale des faits de société: comme ce sont des faits spectaculaires qui sont surtout visibles par les médias, ce sont donc les victimes les plus vulnérables, les plus dépourvues qui risquent de faire la manchette. [...] Le type de victime, aussi bien que le genre de victimisation, jouera donc un rôle important dans la sélection de la nouvelle et surtout dans son traitement. Tout comme la contribution active ou passive de la victime, ses traits de personnalité, son mode de vie, son statut social, ses liens avec l'infracteur*<sup>28</sup>. » Face à ce mode de construction de l'actualité, il s'agira de rester vigilant vis-à-vis des messages du JT pour y déceler tout aspect lié à des jugements moraux.

26. MANNONI, cité par BOYER H., *op. cit.*, p. 101.

27. COLLARD Y., *Le loser magnifique*, Média Animation, Bruxelles, [www.media-animation.be/Le-looser-magnifique.html](http://www.media-animation.be/Le-looser-magnifique.html). Page consultée le 22 août 2011.

28. PARENT G.-A., cité par Y. COLLARD, *op. cit.*

# PUBLICS, VOUS AVEZ LES CLÉS !

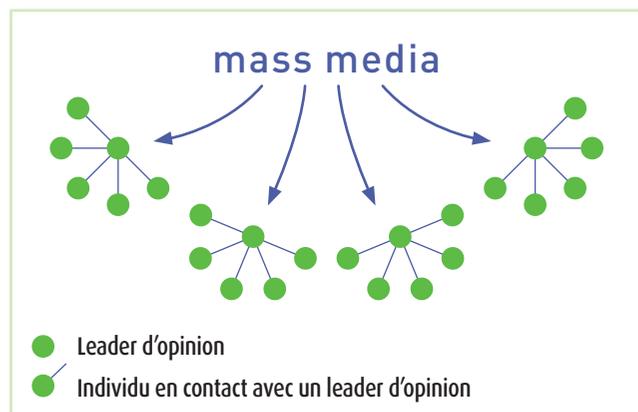
S'il est bien une question complexe, c'est celle du rapport entre le public et la télévision. Durant la première moitié du vingtième siècle, les recherches sur la question décrivaient un public passif et endoctriné par les médias. Il faudra attendre la fin des années cinquante pour que la vapeur s'inverse : la question n'est plus « quel sens les médias imposent aux publics ? » mais plutôt « quel sens les publics attribuent aux médias ? ». Une question non encore tranchée définitivement...

Les premières recherches sur le thème de la réception médiatique s'étendent jusqu'à la moitié du vingtième siècle. Marqués par un contexte de guerre, les différents chercheurs observent les effets d'une propagande politique et en déduisent que le public est passif. Les études des effets des médias souvent se résument à des travaux sur « *le viol des foules par la propagande politique*<sup>28</sup> ». Dans cette conception, la foule est manipulable et l'opinion se propage sans que le public ne résiste aux messages diffusés. Les chercheurs utiliseront l'image de la seringue hypodermique : il suffit d'injecter une opinion dans les foules pour qu'elle se répande.

## Un premier doute sur l'omnipotence des médias

Vers les années 1950, un premier chercheur remet en cause l'idée de suprématie des médias sur les masses : il s'agit de Paul Lazarsfeld. Ce dernier, par ses travaux, montre comment la diffusion d'une opinion est dépendante d'un contexte social. Il est le premier chercheur à introduire une variable sociale sans pour autant avancer une véritable sociologie de la réception. Il garde une vision relativement mécaniste de la profusion du sens et ne reconnaît pas encore à l'individu une pleine capacité d'interpréter les messages médiatiques de manière critique.

Selon Lazarsfeld, il existe des personnes plus exposées aux médias que d'autres. C'est principalement ces personnes qui vont faire office de relais d'information et d'opinion auprès des autres. Ce modèle remet en cause l'idée de toute-puissance des médias car l'information n'est plus injectée dans le social par « intraveineuse » mais bien par un processus social qui se répand de proche en proche (voir illustration ci-contre<sup>29</sup>).



## Quand le récepteur fait sens

C'est à l'arrivé des *Cultural Studies* — véritable sociologie de la réception — et précisément à la sortie d'un ouvrage clé, que l'on reconnaît aux publics une forme de souveraineté dans son interprétation. En effet, en 1957, Richard Hoggart publie *La culture du pauvre*, l'ouvrage fondateur des *Cultural Studies*, une discipline qui rejette l'idée que la culture est l'apanage du monde élitiste. Le courant défend l'idée que la culture se trouve dans toute forme d'interprétation, y compris dans les arts et médias dits populaires ou minoritaires.

29. Terme emprunté à S. Tchakotine, qui fut le titre de son ouvrage clés publié en 1939.

30. Le modèle est emprunté à LOHISSE J. et KLEIN A., *La communication de la transmission à la relation*, Bruxelles, De Boeck, 2005, p. 58.

C'est au sein de la tradition des Cultural Studies que vont être menées les études les plus ambitieuses sur la réception. La principale conclusion est la suivante : le décodage réel de messages par le récepteur n'est pas toujours le décodage attendu par l'émetteur. En clair, il peut exister un écart entre ce que le texte suggère de lire et la lecture qui est effectivement faite par le spectateur. Les messages peuvent être décodés selon trois modes différents<sup>31</sup> :

- **Dominante.** Le message est reçu de manière naturelle, évidente, il n'y a pas de remise en cause du message.
- **Oppositionnelle.** Le message est compris mais selon un autre code de lecture que celui initialement pensé.
- **Négocié.** La lecture est mixte. Par moment elle est oppositionnelle et par moment reçue naturellement.

## Dans le monde de la fiction

L'étude la plus célèbre sur la question met en lumière la pluralité des interprétations que les publics peuvent avoir de la série télévisée *Dallas*. Dans cette étude, il est demandé à six groupes de téléspectateurs, quatre de communauté israélienne (Arabes, Marocains, Russes et membres du kibboutz), un groupe de Californiens et un groupe de Japonais, de résumer l'intrigue d'un épisode de la série *Dallas*.

Il est constaté qu'il existe des différences dans la lecture du même programme. Trois types de résumés ont pu être dégagés :

- **Le résumé linéaire.** Le spectateur décrit l'histoire de manière assez fidèle à ce qui est montré. Dans ce cas de figure, le spectateur maintient les personnages dans leur figure archétypale. Ces types de résumés se sont davantage observés chez les Arabes et Marocains.
- **Le résumé segmenté.** Dans ce mode de lecture, le focus est mis sur les personnages, leur psychologie et leurs actions. On cherche également à comprendre les rapports interpersonnels entre les personnages. Cette lecture ouvre plus aisément la porte à des anticipations narratives et est principalement appliquée par les Californiens et les membres du kibboutz.
- **Le résumé thématique.** Dans ce type de lecture, souvent adopté par les Russes, la lecture se concentre sur la dimension potentiellement moralisatrice du programme. On tente d'y déceler un message implicite lié à une idéologie.

Bien que l'étude se focalise sur la variable « communauté », la déduction peut être que l'appartenance à l'une de celle-ci n'est pas la seule variable qui influence la réception du programme. Parmi les autres critères, on peut noter : l'âge, l'éducation, l'expérience, la langue, les croyances

## Dans le monde du réel

La question peut également se poser pour les programmes d'information. Pour répondre à cette question Daniel Bonvoisin a étudié le cas de guerre à Gaza de 2009<sup>32</sup>. L'auteur a remarqué que le manque d'image pouvait amener un foisonnement d'interprétations auprès des publics. Qui plus est, ces différentes interprétations étaient généralement préconstruites par la connaissance du monde que les publics avaient en amont de l'information.

L'auteur en conclut que « finalement, face à la médiatisation déficiente du conflit [de la guerre de Gaza], les opinions publiques se sont forgées d'elles-mêmes. Les lignes de démarcation de ces opinions n'eurent rien de surprenant, les postures politiques et identitaires des populations relevaient des représentations qui paraissaient déjà être les leurs avant la Guerre de Gaza. Face aux mêmes images et à un discours médiatique réduit, chacun se positionnait en fonction de ce qu'il était déjà enclin à penser et non en raison d'un discours spécifique qui était soumis à son jugement. »

Ainsi, l'information serait principalement décodée en fonction des préconnaissances que le public a du monde. Ces préconnaissances constituent un point essentiel concernant le débat de la réception médiatique.

31. HALL S., « Encodage et décodage », in *Réseaux*, n° 68, 1994, p. 27-39.

32. BONVOISIN D., *Face à l'information, la diversité*. [www.media-animation.be/Face-a-l-information-la-diversite.html](http://www.media-animation.be/Face-a-l-information-la-diversite.html) [page consultée le 29 août 2011].

## Interprétations et représentations

La manière dont le lecteur interprète les séquences de JT n'est jamais déconnectée des représentations mentales qu'il peut avoir de la société. À ce propos, Éric Macé écrit que « *toute la sociologie de la réception des médiacultures montre que ce n'est pas le contenu des médias qui commande la production du sens, mais la rencontre entre des représentations et des discours médiatiques complexes avec l'expérience sociale et culturelle (elle-même complexe) de celui qui les interprète*<sup>33</sup>. »

### Et au final

Le constat de souveraineté dans l'interprétation doit être relativisé. Comme le souligne I. Ang, « *les publics peuvent être actifs de toutes sortes de façons dans l'utilisation et l'interprétation des médias, mais il serait naïvement optimiste de confondre leur activité avec un pouvoir effectif. Ils ne disposent en fait d'aucun contrôle sur les médias à un niveau structurel ou institutionnel durable*<sup>34</sup>. »

### Contrat de lecture

Si le JT génère des images qui laissent place à des représentations, le(s) public(s) a (ont) aussi une représentation de ce qu'est un JT. En ce sens, chaque vision d'un JT est une confrontation entre un programme et des attentes. Si le JT rencontre les attentes du spectateur, le programme renforce alors l'idée que le téléspectateur se fait du genre. Dans le cas présent, le JT fait partie du genre authentifiant avec un présentateur qui regarde le spectateur droit dans les yeux. Selon Paul Ricoeur<sup>35</sup>, le contrat de lecture se définit comme étant « *une note de confiance par lequel il est demandé d'accorder au romancier non seulement le droit de savoir ce qu'il raconte ou montre, mais de suggérer une appréciation, une estimation, une évaluation de ses personnages principaux. Droit exorbitant que le lecteur concède à l'auteur.* »

Le contrat implique une sorte de relation de confiance entre spectateur et programmes : c'est parce que le spectateur connaît déjà les codes de fonctionnement du programme qu'il se plongera plus facilement dans le programme. Une confusion trop forte des genres dérange le spectateur. C'est également l'une des raisons pour laquelle le journal ne change pas trop souvent ses habitudes (même type d'information sélectionnée, même type de hiérarchisation, même décor, même(s) présentateur(s), etc.). Le spectateur doit avoir des représentations stables des genres médiatiques qu'il consomme. Cette contrainte émanant du public rend peu recommandables les modifications que l'on pourrait apporter au JT.

La relation entre spectateur et programme peut notamment apparaître au moment des injonctions de lecture. Ces injonctions proviennent du présentateur et avertissent le spectateur de la manière dont il doit lire le programme. Par exemple, à la charnière de chaque séquence, le présentateur est toujours libre de faire un commentaire sur la séquence juste avant qu'elle ne soit lancée. On appelle cela une « amorce » et elle n'est jamais innocente pour deux raisons. Premièrement l'amorce est une information en soi, livrée par le présentateur. Pour rappel, l'amorce doit théoriquement contenir un maximum d'informations (c'est la règle des 5 W + H)<sup>36</sup>. Deuxièmement, l'amorce contient des consignes de lecture, quelque chose de l'ordre de l'injonction et peut influencer la réception de la séquence. À ce moment précis se passe quelque chose de réellement relationnel entre le présentateur et le spectateur. Les deux parties s'entendent sur la lecture à accorder au reportage. Ici, émerge la notion de pacte.

### Le reportage sur les armes à feu (22 mars 2011 – 13 h)

Plusieurs modes de lecture sont possibles dans ce reportage.

Partons de l'amorce de la présentatrice :

« *Un coup dur pour la FN et c'est la police fédérale qui frappe. Les nouvelles armes des policiers seront américaines. Des Smith et Wesson qui remplaceront les Browning de la FN de Herstal. Voilà donc un marché belgo-belge qui s'envole.* »

À la suite de cette amorce, il est possible d'envisager différents modes de lecture et les réactions en fonction de leur prisme d'interprétation :

- **Le protectionniste.** Un marché public de perdu pour la Région wallonne (FN), l'État belge manque d'intérêt pour son propre pays!
- **Le pragmatique.** Si des raisons objectives ont mené le pistolet américain à remplacer le belge, c'est une bonne chose.
- **Le non-concerné.** Cette information ne me concerne en rien et sa portée ne m'affecte pas.
- **Le pacifiste.** Pourquoi ne pas remettre en cause le fait que les policiers usent d'une arme à feu?
- ...

Pour une analyse plus ténue de la séquence, le lecteur se référera à la seconde partie de l'ouvrage.

33. MACÉ É., *Les imaginaires médiatiques. Une sociologie postcritique des médias*, Paris, Édition Amsterdam, 2006, p. 34.

34. ANG I., cité par MOLÉNAT X., in J.F. DORTIER (dir.), *La communication. État des savoirs*, Auxerre, Éditions Sciences humaines, 2008, p. 243.

35. RICCEUR P., cité par MARION Ph., « Narratologie médiatique et médiagenie des récits », *Recherches en communication*, n° 7, 1997.

36. Voir page 27.



# ANALYSE TRANSVERSALE DE JT

La singularité de chaque média passe par la sélection et la hiérarchisation de l'information qu'il fait. Pour illustrer les différences qui résultent des choix éditoriaux, rien ne vaut une petite comparaison entre deux médias. Les JT du 27 juillet 2011 à la RTBF et RTL-TVi.

Le journal ertélien est-il sensationnaliste et le journal du service public élitiste, comme on l'affirme parfois<sup>37</sup>? Pour tenter de répondre à cette question, comparons la façon dont ces deux JT construisent leur menu.

## JT de RTL-TVi : ordre des sujets

Tome code	Sujet
00'00" → 00'52"	Annonce des titres
00'52" → 04'47"	Bagarre à Liège (entre supporters Suisse et Liégeois)
04'47" → 06'53"	Match de football à Liège entre Zurich et Liège
06'53" → 09'08"	Prise d'otage à Anderlecht
09'08" → 12'22"	Assassinat d'un Nivellois en France
12'22" → 14'08"	Reportage à Nivelles sur la victime
14'08" → 14'26"	Incendie à Gilly
14'26" → 15'52"	Assassinat à Lambusart
15'52" → 18'32"	Témoignage d'une victime d'un rapt parental
18'32" → 20'23"	Reportage sur Breivik (Norvège)
20'23" → 22'04"	Reportage à Oslo : risque d'attaque
22'04" → 24'13"	Enquête sur un blog bruxellois (lien entre Breivik et le blog)
24'13" → 24'33"	Hommage de Barack Obama et Joey Biden après les attentats en Norvège
24'33" → 26'26"	Mise en garde des États-Unis sur des possibles attentats
26'26" → 26'56"	Affaire DSK, report de l'audience
26'56" → 29'12"	Diminution d'appels à la compagnie d'assurances belges
29'12" → 30'59"	Retour sur Anderlecht (prise d'otage)
30'59" → 33'47"	Supercherie d'une photo qui montrait un OVNI
33'47" → 35'33"	Mise en garde face aux risques dus aux jeux vidéo
35'33" → 35'56"	Sport : nouveau directeur technique national à l'union belge de football
35'56" → 36'14"	Résultat football : Genk et FK Partizan
36'14" → 38'12"	Coupe du monde 2014 au Brésil : quels adversaires pour les qualifications ?
38'12" → 38'36"	Cérémonie en vue des JO de Londres
38'36" → 39'30"	Vidéo les plus consultées sur le site Internet et clôture du JT

.....  
37. Cet article se veut être une actualisation d'un article du *MédiActeurs*. BERHIN M., *Fera, fera pas... la différence*, 1999, p. 91-92.

## JT de la RTBF : ordre des sujets

Time code	Sujet
00'00" → 00'45"	Annonce des titres
00'45" → 02'26"	Prise d'otages à Anderlecht
02'26" → 04'34"	Norvège: Breivik prévoyait une autre attaque?
04'34" → 07'02"	Lien entre le journal de Bruxelles et Breivik
07'02" → 09'00"	Norvège: lien entre Norvégiens et musulmans
09'00" → 11'21"	Étude sur les pensions
11'21" → 14'25"	Dossier: mauvais temps et activités estivales
14'25" → 16'06"	Nouveau centre pour les illégaux
16'06" → 18'17"	Rôle des policiers dans les prisons (remplacement des gardiens grévistes)
18'17" → 18'32"	Plainte pour diffamation dans le dossier Cools
18'32" → 18'53"	Relance des titres
18'53" → 21'34"	Supercherie d'une photo montrant un ovni
21'34" → 23'12"	Famine dans la corne de l'Afrique
23'12" → 24'58"	Tension entre Serbes et Kosovars
24'58" → 25'19"	Affaire DSK
25'19" → 25'33"	Crash d'un avion au Maroc
25'33" → 26'48"	Plongée à 5 056 mètres de profondeur
26'48" → 29'16"	Anniversaire: 100 ans de découverte du Machu Picchu
29'16" → 29'35"	Cyclisme: dernière étape de la région wallonne
29'35" → 31'25"	Cyclisme: un quidam prête son vélo à un coureur du tour de Wallonie
31'25" → 33'38"	Festivités pour les JO de Londres et présentation des lieux
33'38" → 34'01"	Policiers déployés dans le centre de Liège
34'01" → 34'17"	Météo
34'17" → 35'15"	Retour à la situation à Anderlecht
35'15" → 35'51"	Clôture du JT

### De la sélection...

Le JT de RTL-TVi couvre 22 sujets et le journal du service public 23. Là où les deux JT se différencient, c'est dans les sujets traités en début de journal. Tous deux commencent par des faits divers: le premier propose un compte rendu des échauffourées à Liège, l'autre une prise d'otage à Anderlecht. Alors que l'actualité internationale ne se fait pas attendre sur la chaîne publique, il en est tout autrement sur la chaîne privée qui n'abordera ce chapitre qu'à la moitié de son édition. De plus, des petites différences structurelles se constatent au sein des éditions: le service public inclut dans son programme la météo ainsi qu'une relance des titres à la mi-journal.

En termes de sélection, il est clair que le journal privé privilégie l'information de proximité tentant vaillamment que vaillamment d'aborder les sujets autour d'angles davantage locaux.

### Une question de méthode

L'analyse présentée ici devrait être développée. Dans le cadre de cette réflexion, nous retiendrons davantage l'aspect méthodologique du questionnement que son résultat concret portant sur une seule journée. En effet, si le traitement de l'information entre le journal de la RTBF et celui de RTL-TVi est différent, il semble difficile de caractériser rapidement les spécificités de chacun. C'est pourquoi il convient de retenir

l'aspect méthodologique de la démarche proposée ici, à décliner sur plusieurs journées, et ne pas se limiter à une première approche. D'autant que les JT évoluent et que, d'une année à l'autre, la comparaison peut donner des résultats différents.

## Le JT en audience

En Belgique les JT sont diffusés en *prime time* (heures de grande audience), 19h pour RTL-TVi et 19h30 pour la RTBF. Tous les soirs, le JT est l'un des programmes les plus regardés. Les JT sont toujours bien classés dans le top 100 des audiences. En 2010, RTL-TVi place son meilleur JT en troisième position dans le top 100 des meilleures audiences avec 974 900 spectateurs soit 54,4 % des parts de marché. Le service public lui, place son meilleur JT en douzième position et réuni 749 770 spectateurs soit 37,6 % de part de marché.

### Placer le JT dans les cases horaires

L'heure de programmation est évidemment un facteur décisif. En Belgique francophone, le JT du service public est diffusé à une heure différente du service privé (19h30 contre 19h). Même si le journal de la RTBF passe après le journal de RTL-TVi et de ce fait risque de perdre des spectateurs, cette formule reste préférable à celle d'attaquer frontalement la *RTL House* en programmant le JT à la même heure et d'y perdre plus de spectateurs.

Le JT est diffusé tous les soirs à la même heure, cette technique de programmation qui vise à fidéliser le public au programme est connue sous le nom de *stripping*.

# GUIDE D'ANALYSE SYNTHÉTIQUE

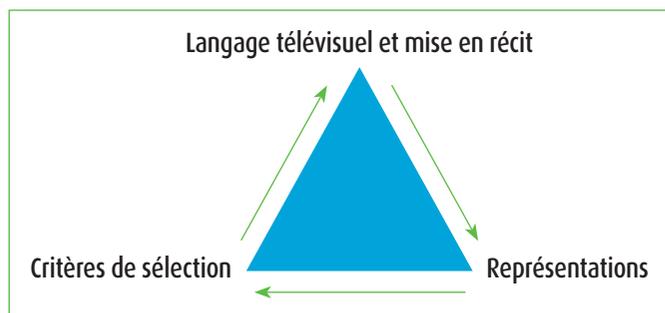
L'ensemble des points théoriques abordés dans ce dossier sont synthétisés dans cette partie, sous forme d'un petit « guide d'analyse ». Ce guide vise à être suffisamment général pour s'appliquer à toutes les séquences de JT sans pour autant en réduire les spécificités.

L'outil d'analyse mettra en évidence les récurrences et les spécificités apparaissant dans des séquences différentes.

## Un modèle à trois entrées

Le modèle qui sert de base à notre guide d'analyse se décompose en trois moments. Ces moments clés sont : les critères de sélection, la mise en récit et le langage télévisuel et enfin les représentations. Bien que ces moments soient présentés comme étant successifs, il est intéressant de noter que le point de départ de l'analyse peut être fixé à n'importe quel instant de ces trois points. Cette caractéristique du guide permettra une certaine flexibilité dans l'analyse.

À titre d'exemple, on pourra aborder le reportage par le point qui paraît le plus important dans la séquence. Si on juge qu'une séquence se base principalement des surreprésentations, on pourra commencer son analyse par cet aspect et ainsi rendre plus aisée son approche analytique.



## De l'amont à l'aval du modèle

En amont du modèle, se trouve la catégorie « critères de sélection ». Cette catégorie :

- Permet de sélectionner les faits qui sont mis en récit. À cette étape se joue donc la sélection et la hiérarchisation (*gate keeper*) de l'information.
- Constitue une préconstruction de ce qui est éligible comme information télévisuelle et ce qui ne l'est pas.

Il est intéressant de repérer ces différents critères dans la séquence. En effet, ceux-ci montrent que l'information est toujours l'objet d'un choix éditorial de sélection : certains faits sont plus enclins à être sélectionnés que d'autres.

Ensuite, une fois l'information sélectionnée, débute le travail de traitement. Celui-ci renvoie à l'utilisation du langage télévisé d'une part et à l'utilisation de structure narrative d'autre part.

Tout d'abord le langage télévisuel. Cette question du langage est dans un premier temps déconnectée de la question du sens (représentation). Suit alors la question de la mise en récit. De manière générale, l'ensemble des séquences d'un même JT forme un macrorécit. Ce macrorécit est un récit en soi : celui de tout un JT (enchaînement des différentes séquences).



Par ailleurs de manière générale, il est intéressant d'observer l'ordre narratif du reportage, tant d'un point de vue langagier (usage des temps) que d'un point de vue iconique (type de montage utilisé). Le langage iconique permet particulièrement de voir comment le langage télévisuel peut se mettre au service de la narration : ajout d'insert, gros plan, zoom, travelling, musique et cadre. Plus loin encore, il s'agira de déterminer si des dispositifs filmiques ont été mis en œuvre pour incorporer le spectateur dans la séquence.

Les théories narratives structuralistes restent des modèles explicatifs pertinents et efficaces pour décomposer les récits médiatiques. À travers la structure minimaliste du récit mais également des auteurs plus précis comme Greimas et Brémond, il est possible de comprendre la construction de ces récits. Les concepts proposés par les auteurs permettent de comprendre la temporalité des séquences. L'analyse narrative se portera sur les acteurs présents dans la séquence et la chronologie de leurs actions.

Enfin, il est également possible de comprendre les récits à travers leur construction binaire. Cet aspect binaire peut évidemment mener à la simplification de faits complexes. Ainsi, une fois de plus, il est intéressant de poser la question du choix dans le traitement de l'information. Pour terminer, se demander dans quelle mesure ce choix amène une dimension moralisatrice dans le traitement de la séquence.

Enfin, en aval du modèle, se situe la question des représentations. Celle-ci sera abordée selon trois aspects sont les représentations (qui sont de l'ordre de l'individuel), les stéréotypes (qui sont des connaissances communes) et le contrat de lecture (le lien effectif entre média et récepteur).

Arrivé au terme de ce processus de représentations, il est possible d'avancer qu'il y a un retour à la première étape de notre modèle d'analyse. Comme énoncé plus haut, l'ensemble des représentations que l'on va se faire in fine vont être réintroduites dans une nouvelle boucle qui commence par la sélection de l'information. En effet, le guide d'analyse propose de s'interroger sur les autres angles possibles pour le sujet proposé.

## Une intuition Ricœurienne

Les caractéristiques du modèle proposé ne sont pas sans rappeler le modèle ricœurien du récit. Pour rappel, Paul Ricœur propose dans son ouvrage « temps et récit » une approche du récit en trois temps. Temps qu'il nomme « *mimésis* ». Selon le philosophe, ces trois temps synthétisent le rapport entre récit et compréhension du monde : la préconfiguration du monde (*mimésis I*), du récit en tant que tel (*mimésis II*), la reconfiguration (*mimésis III*).

Il est possible, d'établir point par point des liens entre le modèle proposé pour analyser les séquences de JT et le modèle de Paul Ricœur.

Paul Ricœur	Proposition pour une grille d'analyses de JT
<i>Mimésis I</i> (Préconfiguration)	Critères de sélection : terreau narratif et langagier
<i>Mimésis II</i> (Récit et mise en intrigue)	Langage télévisuel et mise en récit
<i>Mimésis III</i> (Refiguration)	Représentations

Le premier passage suppose le déploiement d'une préconfiguration du monde vers un mécanisme de mise en intrigue et d'utilisation du langage télévisuel. En fait, il existe un lien direct entre la préconfiguration et l'idée qu'il existe des critères de (pré) sélection de l'information (ou critères de qualification du fait en événement). Lorsque Philippe Marion propose de transposer *Mimésis I* au paysage médiatique, il la résume comme suit : « *En termes plus concrets, il s'agit d'appréhender le contexte, les conditions de production, l'état d'une socioculture, voire même s'imprégner de l'« air du temps ».* Toutes ces composantes tissent une sorte de pré-intrigue ; c'est le terreau narratif préexistant propre à la *mimésis I*<sup>38</sup> ». Les critères de sélection avancés répondent à cette pré-intrigue, ils font office de terreau narratif pour le JT.

Pour expliquer le second passage (du langage récit aux représentations), il est gardé comme hypothèse qu'il existe un lien entre nos représentations du monde et les mises en forme qui sont faites par les

médias. Cette hypothèse est rappelée par Marc Lits : « *Les récits que nous recevons chaque jour, dont nous sommes bombardés par les divers médias qui nous environnent en permanence, construisent une certaine image de la société, donc de nous-même. La vision du monde que nous nous approprions n'est que la somme des informations qui nous sont transmises par les divers discours médiateurs [...]* »<sup>39</sup>. Il est juste d'ajouter que les individus qui perçoivent ces messages médiatiques ne sont pas des réceptacles neutres. Chaque individu procède à un travail cognitif différent face à ces messages. Un travail de filtrage s'opère. Les messages nous parviennent mais sont d'abord traités par une sorte de prisme de connaissance qui est propre à chacun. Ce prisme est forgé sur base de nos connaissances, de notre éducation, de nos expériences... Ainsi les messages médiatiques prennent forme de manière différente pour chacun des individus. Si tel n'était pas le cas, tous les individus auraient la même vision du monde.

Ce passage de la structure narrative et langagière à la structure de la représentation mentale est un élément essentiel à la compréhension des médias et donc du JT plus particulièrement.

## Casser le mythe de la fenêtre

À travers cette grille d'analyse, c'est une volonté qui s'exprime : celle de casser le mythe de la transparence. Briser le mythe d'un monde qui se raconte de lui-même. À chaque stade, l'objectif est de montrer que tout provient d'un choix de représentation. Ce guide d'analyse tente aussi de mettre en avant la part de spectateur, son travail de décodage. Et comme on ne sort pas indemne de sa consommation des médias, il fallait que le guide propose des pistes de réflexion sur les représentations qu'induit le JT. Identifier d'où viennent ces représentations et qui les entretient est fondamental. Ce guide d'analyse, invite donc à chatouiller l'esprit critique du téléspectateur.

.....  
38. MARION Ph, « Communication et récit, échos d'une relation tumultueuse », in *Recherches en communication*, n° 11, 1999, Louvain-la-Neuve, p. 131.

39. LITS M., *op. cit.*, 2008, p. 186.