

CINEMA AMATEUR ET TELEVISION : **ENTRE PRIVATISATION ET PUBLICISATION.**

Depuis trois à quatre ans, se sont multipliées à la télévision française des émissions mettant au public des films ou des vidéos tournés par des amateurs¹. Parmi elles, on peut sérier les émissions se consacrant à une présentation volontariste des productions du cinéma amateur (*Télémaisons*, *Objectif amateur*, *Profession amateur*), des émissions où les films amateurs représentent autant d'archives privées, de petites histoires suivant la grande Histoire (*Cinémémo*), et mettre à part *Vidéo gag*, montage d'extraits de vidéos domestiques dans une sorte de bêtisier, reprenant un concept d'émission à l'origine japonaise, *Rire avec Ken et Kata Chan*, sur TBS, reprise par ABC et ses *America's funniest home videos sur ABC*. En outre, les images produites par les non-professionnels semblent avoir de plus en plus droit de citer, sous une forme diffuse, que ce soit dans le Journal Télévisé, attentif aux sujets des chasseurs de scoop amateurs ou dans son annexe météo - la rubrique "Clin d'oeil" sur A2 diffusant de courts extraits d'images envoyés par des téléspectateurs - et quelque fois dans des émissions de débats ou des talk-show (*Ciel mon Mardi*, *My télé is rich*, *Le droit de savoir...*). Or de telles émissions présentant des films amateurs ont, depuis les débuts de la télévision, régulièrement visité les téléspectateurs (*Télé-ciné-clubs*, *Le critérium du film amateur*, *Au-delà de l'écran*, *La télévision des téléspectateurs*, et *La vie filmée des français*). C'est pourquoi, ce n'est pas tant dans une problématique de constitution d'un genre télévisuel, tel le "TV-cinéma amateur", que nous étudierons cette place faite aux images de non-professionnels dans des émissions spécifiques et plus généralement à la télévision française.

Ainsi, il nous semble plus fécond d'inscrire cette étude dans le cadre d'une évolution privatiste du PAF, en décrivant tout d'abord trois émissions dans la perspective du passage de la "paléo" à la "néo-TV". En dépliant les modalités de publicisation de telles images issues de l'intimité, nous montrerons comment ces émissions convoquent une configuration interne, inédite du point de vue de l'opposition entre domaine public et domaine privé, ainsi que du rapport entre professionnels de la télévision et ciné-vidéastes

¹Si cette étude portera sur des émissions françaises, il faut noter la dimension européenne de ces programmes à base d'images d'archives privées, notamment par le fait de coproductions, telle *Cinémémo*, ou l'achat de séquences, telle *Objectif amateur* présentant un extrait de l'émission de la RTBF *Inédits*. En 1992, au niveau européen ce furent 150 heures de programme de ce type qui furent produites.

amateurs. Nous en dériverons alors des perspectives conjointes pour la télévision et pour le cinéma privé dans la cadre d'un problématique de l'espace public, par la prise en compte d'une médiation d'une dimension locale.

I . LE TV-CINEMA AMATEUR DANS LE PAYSAGE AUDIOVISUEL FRANCAIS

Cette présence accrue du cinéma et de la vidéo amateur semble indissociablement liée aux mutations de la télévision. Aux sources de l'évolution du PAF, en plus de la révolution technologique de la vidéo légère², la dérégulation des réseaux d'Etat est un facteur cité classiquement. Or, à mesure que la TV se transforme en "chose audiovisuelle ... dont la consommation s'épuise dans le tissu de la quotidienneté" (Bettetini, 1990 : 103), à mesure qu'elle "occupe tous les intermédiaires depuis l'usage individuel ... jusqu'à la diffusion classique en passant par la diffusion vers des collectivités plus restreintes" (Wolton, Missika, 1983 : 263), l'opposition entre domaine public et sphère privée dans le domaine des médias se trouve bouleversée. C'est ainsi que les émissions de "TV-cinéma amateur" peuvent être regardées au sein de la grille de programme, enregistrées sur magnétoscope, ou montées à la suite d'une vidéo familiale. Autant de situations dans lesquelles réception privée et production publique se voient reconfigurées. En cela, elles participent d'un devenir privatiste de la télévision, que l'on peut saisir dans la valorisation du quotidien, typique de ce qui a été modélisé sous la notion de "néo-TV" opposée à une "paléo-tv".

²L'apparition du camescope est en effet partie prenante de l'existence même d'émissions de "Tv-cinéma amateur", bien que l'argument du support n'explique pas tout, sinon les modalités d'un tel engouement de la part des professionnels de la télévision pour les images amateurs. Cette "révolution" de la vidéo légère est ainsi revendiquée dans l'émission *Télémaisons* ("Le cinéma fait sa famille") par un insert nous annonçant : "1976 : la vidéo... votre première télé privé", puis par un commentaire sur une courte image de femme allaitant : "la vidéo repousse les frontières de l'intimité". De même, P.Tchernia dans *Objectif amateur* prend aussi acte de cette transformation en nous avertissant "qu'avec la vidéo, le cinéma amateur cède la place à la télévision familiale" (*Objectif amateur n°8*). Et en effet, si la vidéo repousse les frontières de l'intimité, elle repousse celle du publicisable. Ainsi, les vidéastes peuvent-ils tout filmer (plus de contraintes techniques du super-8 par exemple, liées à la lumière...), et l'utilisation de certains bandes par les J.T de confirmer que les possibilités de diffuser peuvent être élargies, comme nous le verrons plus loin. Mais, si la vidéo permet de tout filmer, il faut noter, au niveau de la conservation du support vidéo, qu'il n'en restera rien dans quelques années...

PALEO ET NEO-TV.

La conceptualisation de la "néo-TV" s'est effectuée dans le contexte de la dérégulation des monopoles de la télévision italienne et française. Le passage d'une paléo-tv à une néo-TV se veut donc la traduction conceptuelle des mutations que connaît le paysage audiovisuel.

Les termes de "paléo" et de "néo" ont été forgés par U.Eco. Il écrit en 1983, au sujet de la télévision italienne : "Autrefois, il y avait la paléo-télévision, faite à Rome ou à Milan, pour tous les spectateurs ... Maintenant, avec la multiplication des chaînes, la privatisation et l'avènement des nouvelles diableries électroniques, nous sommes entrés dans l'époque de la néo-tv" (U.Eco, 1985 : 196).

Dans le contexte français, R.Odin et F.Casetti (1990) se sont attachés à travailler les modèles génériques "paléo" et "néo-tv", du point de vue sémiopragmatique, c'est à dire du point de vue du spectateur impliqué par le dispositif télévisuel. Ils ont notamment axé leurs propositions théoriques sur les différences de structuration de la grille de programme. Dans la paléo-tv, le flot télévisuel est soumis à une grille de programmation, qui produit une structure temporelle rigide, à la périodicité immuable, une répartition générique des émissions. Cette structuration donnent lieu ainsi à des contrats différenciés de communication selon le genre du rendez-vous télévisuel. Mais parmi les trois grandes missions assignées au service public télévisuel : éduquer, informer, divertir, le contrat de communication pédagogique surdétermine la posture énonciative majeure de la paléo-TV. Les professionnels de la télévision étaient tels les maîtres d'école des "petits français" téléspectateurs. A ce titre, la paléo-TV est une institution qui se situe dans le prolongement de l'école et de la famille. A l'inverse, dans la néo-tv, la grille est effilochée, diluée dans un flux continu, qui se répercute dans la structure même des émissions, évoluant vers le "continore" ou "l'émission-omnibus", mélangeant les genres et les contrats. En même temps, le rythme de la néo-tv semble toujours plus court, par les effets d'annonce multipliés, par la présence d'inserts dans les émissions, les segmentant d'autant, par l'habillage "nouvelles technologies" produisant une dynamique visuelle... C'est pourquoi, au sein de cette structure syntagmatique tendant vers le flux continu, l'implication du spectateur s'effectue sur un mode réflexif : "La néo-tv parle de moins en moins du monde extérieur. Elle parle d'elle-même et du contact qu'elle est en train d'établir avec

son public (...). Tout ce que la néo-tv arrive à dire : "je t'annonce, oh! merveille, que tu es en train de me voir ; si tu n'y crois pas, compose ce numéro et appelle-moi, je te répondrais" (U.Eco, 1985 : 197). Au contrat de communication pédagogique fondateur de la paléo-tv se substitue ainsi un mode du contact entre télévision et téléspectateur, par l'intermédiaire des présentateurs et des invités présents sur le plateau de télévision. A l'instar du talk-show, l'espace de la néo-tv est un espace de la convivialité, prolongement des conversations de la vie ordinaires : "La néo-tv, c'est le dernier endroit où l'on cause" (R.Odin, F.Casetti, 1990 : 12). Cette valorisation de l'interactivité, misant sur la proximité, fait de la vie quotidienne le référent principal des émissions. Référent à la fois temporel, les émissions suivant la temporalité de la quotidienneté, spatial, avec la transformation des plateaux de TV en salon, café, et thématique, par le contenu même des émissions. Comme concluait U.Eco, "Et l'écran devient enfin comme la vie" (U.Eco, 1985 : 216).

En rappelant dans ces grandes lignes, les modèles de la paléo et de la néo-tv décrits par R.Odin et F.Casetti (1990), il semble que les émissions de "Tv-cinéma amateur" s'inscrivent dans une préoccupation propre à la néo-tv. En effet, il s'agit pour la télévision de prendre en compte les films et les vidéos des téléspectateurs, comme autant de miroirs de la vie quotidienne, de documents vrais des événements de tous les jours. C'est pourquoi un tel modèle semble pertinent pour décrire ces émissions récentes, différentes, tant dans leur ampleur que dans leurs formes, de leurs ancêtres. Pour cela, nous nous appuyerons, plus particulièrement, sur trois émissions, *Vidéo gag*, *Télémaisons*, *Objectif amateur*, que nous présenterons suivant les éléments typiques de la néo et la paléo-TV, envisagés à titre de modèles de description.

II-TROIS EMISSIONS.

VIDEO GAG (TF1).

Les thèmes de la convivialité, de la quotidienneté, l'appel à la participation du téléspectateur, de l'interactivité, qui sont autant de traits de la néo-TV, semblent commander un programme tel que *Vidéo Gag*. Tout d'abord, par le référent domestique même des vidéos - situations de fêtes, de repas, de soirées en famille, de mariages, de vacances, de dimanches dans le jardin, ce sont tous les événements festifs de l'intimité qui reçoivent la pleine lumière des sunlights de la télévision. Le décor domestique de l'émission, un living avec un

coin salon et un coin bar - les deux décors préférés de la néo-tv - où se trouvent un faux vieux poste de télévision et deux écrans vidéos géants destinés au public du plateau, redouble les intérieurs filmés dans les vidéos. Le rythme de l'émission est fait de l'alternance entre de courtes séries de gags extraits de vidéo familiales, montés les uns à la suite des autres et sur lesquels ont été rajoutés des voix et des bruitages, et les enchaînements laborieux des présentateurs, "intermédiaire-médiateur" familial, garant du contrat de confiance entre spectateur et écran (A.Negri, P.Signorelli, R. de Berti, 1990 : 79). Leurs présentations oscillent entre professionnalisme - faire un bon enchaînement, appâter les candidats "vous recevrez 500 francs, si votre gag est diffusé, c'est déjà pas mal", citer un certain nombre de fois le sponsor, et fausse familiarité - comme on est "entre nous", on peut se raconter des blagues, piquer un faux fou rire et faire la recommandation aux vidéastes amateurs "de ne pas prendre ou de ne faire courir aucun risque"... Le public de l'émission a pour représentant celui du plateau, où toutes les générations grands-parents, parents, enfants sont présentes, et sur lequel la caméra glisse à la fin de chaque séquence, le montrant riant et applaudissant. L'intimité retirée au contexte de réception originel de ces films, est donc artificiellement récréée par le décor domestique du plateau, par la présence d'un public, à la fois doublure des participants aux séances familiales, mais aussi garant de la familiarité d'une "commune humanité" tombant et s'en moquant.

Par tous ces traits, *Vidéo Gag* semble typique de la néo-Tv, cet "espace intégré à l'espace quotidien, lieu de vie", "espace de convivialité", sollicitant la "relation de proximité" (R.Odin, F.Casetti, 1990) avec les téléspectateurs par tous les moyens. Et la vidéo domestique en est un, qui de plus ne coûte pas cher.

Si *Vidéo gag* s'inscrit efficacement dans le paysage de la néo-tv, *Objectif amateur* et *Télémaisons*, diffusées pour un petit public, abonnés ou câblés cultureux, sont plus délicates à typifier.

TELEMAISONS (Canal +).

Cette émission prend une forme thématique, les premiers numéros étaient consacrés à "La famille fait son cinéma", aux "films secrets des amateurs amateurs" et aux "amateurs jusqu'au bout du monde". Dans un positionnement descriptif entre néo et paléo, sa disparité de forme la rend difficile à systématiser. En effet, entre le premier et le troisième numéro, des modifications essentielles sont apparues, notamment dans le type des commentaires. Dans la première émission, "La famille fait son cinéma", les

extraits de films sont souvent commentés par les cinéastes eux-mêmes sur la base d'un interview. Ils sont par là éminemment réflexifs, mais l'émission leur confère une portée sociologique, touchant à la pratique du cinéma amateur. Dans la troisième émission consacrée aux vidéos de voyage, le téléspectateur est pris par la main, comme invité à suivre tel ou tel dans son voyage, par une speakerine, qui en indique le lieu, le but, les conditions (en famille, avec des copains ...). Le film de voyage se prête bien à à cette familiarité, dans la mesure où il s'agit de faire partager une expérience. Mais finalement, ces bandes mettent en scène tous les clichés du français voyageur. Une séquence formule explicitement une telle interprétation : s'intitulant "Le cliché", l'extrait de la vidéo passe avec une musique typique du pays. Les commentaires des vidéastes amateurs, issus du son direct ou d'interviews, expriment ce double registre de lecture d'une expérience individuelle généralisable, donc générale et banale. Ainsi, ce numéro de *Télémaisons* finit par produire un discours normatif sur le film de voyage. La possibilité de ce type de regard sur le tourisme français à partir de vidéos souvent anodines, donne une dimension toute ironique à une émission qui semble s'amuser de son sujet. Or la liberté d'une telle réflexivité ludique n'est justement possible que dans une néo-Tv, qui comme le remarquait U.Eco (1985) semble branchée essentiellement sur elle-même.

Mis à part ces réorientations de forme, *Télémaisons* reste composé suivant un même principe : films et vidéos sont montés en extraits, et un habillage utilisant palette graphique, et autres nouvelles technologies de l'image, confèrent une homogénéité télévisuelle à ce bric à brac de formats, de couleurs, de genres. Le premier numéro a même donné lieu à des clips autonomes, montrés dans le programme court de Canal +. Bref, en sélectionnant les images amateurs aux normes télévisuelles, *Télémaisons* s'affiche encore comme une émission de télévision, intégrée dans la logique de référence à la quotidienneté propre à la néo-TV.

OBJECTIF AMATEUR (La Sept).

A l'inverse, on serait tenté de décrire *Objectif amateur*, présentée par "Monsieur Cinéma" P.Tchernia, comme de la paléo-tv dans le PAF actuel. Son ambition explicitement formulée est de nous guider dans la découverte du cinéma amateur dans "toute sa diversité et sa richesse", de nous faire connaître les amateurs, "ces gens passionnés et passionnants" (*Objectif amateur n°1*). La première diffusion de la série de douze émissions *Objectif amateur* s'est inscrite dans une périodicité bien définie et stricte (chaque jeudi à 20 heures),

au contraire de *Télémaisons* multi-rediffusable. Ainsi, P.Tchernia, à chaque nouvelle émission, commence par un "Bonjour, aujourd'hui nous allons découvrir...", marquant la forme de rendez-vous que propose l'émission. De plus, la structure de l'émission est invariable. P.Tchernia commence par un bref laïus de présentation de l'émission du jour sur un thème, "l'appel de la fiction", "le dessin animé"... qui introduit à toute l'émission, ou au premier film présenté. Ensuite, il présente le prochain film en donnant le métier, l'âge du cinéaste, en racontant une anecdote au sujet du tournage ou du contexte du film, pendant qu'un carton de rubrique - "reportage", "document", "jeune amateur", "fictions en famille", "film de voyage", "chronique locale" - dit en même temps par Tchernia, s'insère, portant aussi le titre, l'année, le nom, et le format du film. Quand le film, diffusé dans son intégralité, est terminé une page de transition paraît - qui rappelle la pagination d'un journal - et dans laquelle s'incruste l'image du présentateur, qui va introduire à l'autre film, à l'aide des transitions routinières des professionnels de la radio ou de la télévision. Et ainsi de suite, douze fois de suite, au son d'une petite musique nostalgique.

Cependant, ce contrat de communication quasi-pédagogique instauré dans cette série *Objectif amateur*, a pour objet les films d'amateurs, sans discrimination de format et d'époque - pour preuve, ces deux informations sont en relief transparent sur le carton de présentation. C'est pourquoi, il faut se demander si la structure très didactique de l'émission, représentée dans la posture énonciative de P.Tchernia, ne vise pas à produire des consignes de lecture convoquant un mode de réception à l'interpersonnel, spécifique à l'espace de communication du film de famille ou d'amis. De telles consignes sont apparentes dans les "chapeaux" de P.Tchernia, nous rappelant sans cesse comment il faut regarder ces émissions. Ainsi, nous prévient-il : "Même quand les frères, les voisins acceptent de prêter leur visage aux personnages des fictions improvisées du cinéaste amateur, **ces films continuent à affirmer le lien contractuel et affectif** qui réunit tous les membres de la famille..." in ouverture d'*Objectif amateur n°9*).

Objectif amateur, comme émission pédagogique, rappelant l'ambition de la paléo-tv, sur un thème typique de la "néo-TV", l'intime, le quotidien, s'avère donc paradoxale. Et un tel grand écart est remarquable dans sa stratégie de communication mixte, tenant à la fois d'un mode de lecture documentaire et intersubjectif. En cela, elle apparaît comme un parfait laboratoire de modélisation de lectures possibles des films amateurs vus à la

télévision par un grand public. Elle nous amène donc à nous interroger sur les modalités de publicisation télévisuelle du cinéma amateur.

III- FILM AMATEUR ET PUBLICISATION TELEVISUELLE.

Ainsi, plus généralement, il apparaît à travers les descriptions des émissions effectuées à la lumière d'éléments typiques de la "néo-TV" et de la "paléo-TV, que l'étude de la verbalisation du dispositif nous place au cœur des modalités de publicisation télévisuelle, c'est à dire du passage du privé au public, de ces images amateurs. Cette publicisation étant un aspect du rapport privé-public engagé dans l'utilisation des images amateurs par la télévision.

LE STATUT DE LA VERBALISATION.

R.Odin a étudié l'espace de communication du film familial, dans lequel il y signale une rupture principale dans le dispositif de l'institution cinématographique³. L'assistance d'une projection familiale n'hésite pas, en effet, à commenter les images montrées, à se remémorer dans un échange collectif les événements filmés (R.Odin, 1979). Et ceci d'autant plus que l'espace de production et l'espace de réception ne sont pas scindés en deux espaces qui vont communiquer le temps d'un film sur la base d'un tiers symbolisant, d'un savoir commun (R.Odin, 1988), mais sont ici concomitants. Acteurs et spectateurs sont co-présents dans la salle et sur l'écran et une habitude relationnelle est à la base de cet espace de communication du cinéma privé⁴. C'est pourquoi, le mode de lecture fictionnalisant caractérisé notamment par la fictivisation de l'énonciateur, est neutralisé dans l'espace de réception du cinéma privé. L'énonciateur y est construit par le spectateur comme non seulement réel, mais de plus connu. C'est donc un mode de lecture documentarisant fonctionnant sur une modalité intersubjective, une communication médiatisée par un savoir du lien. C'est pourquoi, ces émissions nous posent la question suivante : comment, le cinéma privé, qui est insupportable pour les étrangers aux membres de la famille, peut-il intéresser un public aussi large que celui de n'importe quelle émission télévisée, si faible

³Pour lequel le terme dispositif regroupe à la fois le dispositif de la projection mais aussi le régime de participation spectatorielle (J.L Baudry, 1975).

⁴Le terme de "cinéma privé" désignant au-delà du film de famille, la pratique du film ou de la vidéo dans des institutions de la vie courante, telle la famille, les amis, et leur publicisation dans des cercles restreints.

soit son audience, si limitée soit sa diffusion (dans le cas de la Sept) ? Nous tenterons de répondre à cette question en étudiant les modalités mises en oeuvre, à travers les différents types de commentaires, pour la réception publique de films et vidéos à usage privé.

QUATRE MODALITÉS DE PUBLICISATION TÉLÉVISUELLE DES IMAGES AMATEURS.

A travers les différents types de verbalisation présents dans les émissions étudiées, nous avons pu extraire quatre modalités de publicisation télévisuelle du film amateur.

1-Ainsi, dans *Objectif amateur*, le commentaire affiche explicitement des consignes de lecture visant à un **ancrage intersubjectif** de la réception télévisuelle⁵.

Parmi ces consignes d'ancrage intersubjectif, on peut citer un recadrage par rapport aux conditions de production. En effet, lors de ses présentations, Tchernia mentionne souvent les conditions de tournage du film, "en famille, "entre copains".

Un autre procédé d'ancrage intersubjectif est utilisé dans la rubrique "Chronique familiale" d'*Objectif amateur*, mais aussi dans *Cinémémo*, consistant à faire commenter par un descendant des images filmées par un parent mort. Dans ce cas, l'usage des déictiques par ces commentateurs est permanent ("Voici mon père", "Là, c'était la maison de mon grand-père"). L'actualisation du sens de ces "ici ou là" est indissociable de leur ancrage intersubjectif, par une inscription de ces figures anonymes dans une histoire de vie, "mixte de fabulation et d'expérience vive" suivant P.Ricoeur (1990). Cet ancrage est initié par la contextualisation rapide de Tchernia : "M.X a pris l'habitude de filmer ses enfants pendant trente ans, aujourd'hui, son petit-fils découvre ces images"... Ces moments sont semblables à la séance de l'album de famille, au cours de laquelle les figures anonymes de parents lointains, jamais connus, sont réintégréés dans une histoire commune, par les conversations qu'elles suscitent.

Enfin, même lorsqu'il s'agit de présenter un film amateur de fiction, et tout en tissant des références cinéphiliques entre le cinéma amateur et le Cinéma, le vrai - "Mr X, grand amateur de M.Carné tourne...", "le film de Mr X. se situe dans la grande tradition des burlesques..." - les ressources contextuelles

⁵Ce trait n'est pas caractéristique de la seule émission *Objectif amateur*. Dans de nombreuses émissions de télévision à base d'archives privées, *Cinémémo* sur la Sept, *Inédits* à la RTBF notamment, le travail de collecte des images comportent une grande part de recueil d'informations, d'interviews, qui sont ensuite montés à la suite ou sur les images.

signalées par P.Tchernia - "Mr X joue le rôle principal" - inhibent toute fictivisation de l'énonciateur, trait typique de la lecture à l'interpersonnel.

2-Un tel ancrage intersubjectif provoque donc une **simulation du mode de réception originel**, repérable également dans les introductions de Tchernia par la référence à une pseudo projection ("Le temps d'installer le projecteur.."). Cette référence aux rituels de la projection familiale présente un exemple de reconstruction du contexte de réception du film amateur. Comme l'explique Tchernia : "Aujourd'hui, je vous propose de suivre la famille à l'heure où elle se réunit devant l'écran et guette avec anxiété les premiers mots du générique. Le film montre aux yeux de tous les conditions de sa production et de sa réalisation. Mais à la famille cinématographique, le générique substitue souvent la famille tout court, dont les membres savourent avec une lenteur calculée leurs noms en lettres flamboyantes et trouvent enfin les légitimes remerciements d'une participation groupée et bienveillante. Il n'hésite pas à amplifier la liste des collaborateurs avec une présence toute hollywoodienne des grands et des seconds rôles, et d'une équipe technique où la famille trouve dûment étiquetée le label professionnel de sa participation" (ouverture d'*Objectif amateur n°12*).

Une autre manière est d'utiliser le "nous" d'une convivialité télévisuelle, comme en écho à la convivialité d'une petite assistance. Mais, lorsque dans le commentaire originel du film est utilisé un "vous", notamment dans les vidéos diffusées avec le son direct du *Télémaisons* consacré aux films de voyages ou dans un film de voyage présenté dans *Objectif amateur n°6*, on commence par s'interroger : à qui s'adresse ce "vous" ? Il y a ici production d'un jeu de miroirs entre le public des téléspectateurs et celui, plus restreint, des projections familiales, et stimulation de l'identification entre les deux publics, de la petite projection aux téléspectateurs de l'émission publique de télévision. Cette confusion volontairement entretenue entre ce qui ressort du film amateur et ce qui ressort de l'émission de télévision introduit une hybridation entre professionnel et amateur. Là réside toute l'ambiguïté de la publicisation télévisuelle du film amateur⁶, au cœur de ces émissions de "Tv-cinéma amateur".

3-Cette **hybridation professionnel/amateur** est notable dans des moments de confusion pour le téléspectateur, pendant lesquels son attention est tout occupée à se demander s'il s'agit d'un film d'amateur originel ou d'une

⁶C'est pourquoi, les termes "hybridation", de "confusion" sont dénuées de toute connotation critique.

séquence produite pour ou par l'émission. Un exemple en nous donné dans *Objectif amateur n°3* par une séquence sur une expédition saharienne "Citroën" dans les années 30, alternant des documents originaux, des albums de photo annotés filmés et un commentaire. La séquence a été introduite par un "Nous avons retrouvé pour vous, le film, les carnets de voyages et des photographies de cette expédition". Très vite, il apparaît une différence de grain entre le film 16mm et le filmage en vidéo des albums de photos. Mais, dans ce cas, c'est la voix qui fait problème : à la différence de séquences de commentaires d'images de famille, elle reste anonyme, une voix télévisuelle sans ancrage. La séquence est alors reçue comme un quelconque reportage télévisuel.

Mais, cette hybridation semble prendre une forme limite dans *Vidéo gag*. Ici, à l'hybridation supplée un **travestissement** pur et simple des vidéos domestiques. En effet, le statut des vidéos domestiques est ici ambigu voire même dénié. Ainsi, à la différence de *Télémaisons* ou d'*Objectif amateur*, aucun nom des vidéastes n'est cité. Dans cette émission, des commentaires écrits par un auteur et joués par des comédiens, brochant autour des gags extraits de vidéos domestiques, doublant les voix d'origine par des imitations d'hommes publics, remplacent le son initial. Ce faisant, ils créent une diégétisation, qui travestit le statut familial de ces scènes au profit d'une "commune humanité" tombant, riant..., et qui ainsi les réinscrivent dans un genre télévisuel balisé, le bêtisier. Il apparaît que l'émission veuille par tous les moyens - intégration d'un jeu, où l'on peut gagner de l'argent ou un camescope, blagues des présentateurs - travestir ces vidéos amateurs pour en faire "de la télévision". *Vidéo gag* serait en sorte le bêtisier des ratés, des chutes, des rebuts des vidéastes amateurs.

4-Ainsi, cette hybridation au coeur du principe de cette publicisation, supposant un ajustement des images de non-professionnelles aux normes télévisuelles, finit par produire un modèle normatif du film amateur. Cette **normativisation** est repérable dans les laïus de Tchernia dans *Objectif amateur*. Indiquant la façon dont on doit regarder ces images, ils conduisent à porter un discours normatif sur le cinéma amateur, l'assignant au seul cinéma du "bonheur familial" par exemple (*Objectif amateur n°9*) .

Ces effets de normes sont également reprérables dans la transformation en des formats typiquement télévisuels, tels les clips thématiques tirés de *Télémaisons*.

C'est ainsi que l'étude de la publicisation télévisuelle des images issues de l'intimité apparaît procéder principalement par hybridation professionnel/amateur⁷. Par là, il faut nous interroger sur le type de rapport entre professionnels et amateurs mise en jeu par cette utilisation du film amateur à la télévision.

IV-CINEMA PRIVE ET TELEVISION : UNE RENCONTRE ENTRE PROFESSIONNEL ET AMATEUR

LE "TV-CINÉMA AMATEUR" : UNE TENTATIVE DE PROFESSIONNALISER LE TELESPECTATEUR?

Cette rencontre entre amateurs et professionnels, engagée dans ces émissions consacrées aux productions des non-professionnelles, se retrouve également dans les reality-show français, qui ont surgit pendant l'année 92, tels *La nuit des héros*, *Perdue de vue*. En effet, il est remarquable que certaines reconstitutions des histoires vraies dont se nourrissent ces émissions soient filmées à la façon "vidéo amateur"⁸, avec des témoins jouant faux, comme pour attester de la véracité des aventures extraordinaires de Monsieur et Madame Tout le Monde. C'est ainsi que le "Tv-cinéma amateur" semble participer d'une phénomène plus global, que l'émergence des reality show dans les programmes actuels de la télévision française vient systématiser. S.Daney nous en donne la clef, en parlant d'un PAF jouant sa dernière carte affolée en procédant à une tentative de "professionnalisation du téléspectateur" (S.Daney, 1991). P.Plaisance, producteur de la *Nuit des héros*, affirme ainsi que les "gens ont envie de professionnaliser leur parole". Le public est donc cet amateur, à qui les professionnels vont apprendre à parler dans les talk-show, à s'aimer les uns les autres dans les reality-show et à filmer dans le

⁷Il faut noter par exemple que les films présentés par *Objectif amateur* font souvent l'objet d'un remontage, à la satisfaction de la plupart des cinéastes amateurs, selon le producteur de l'émission.

⁸Ce "à la manière de..." est encore plus présent dans les reality show américains, dont s'inspirent leurs homologues français. Une émission comme *Cops* (Fox Television) présente des images tournées sur le vif par un cameramen et un preneur de son durant des interventions policières. Or, il faut remarquer que ces vidéos aux images sales, tremblées... s'inscrivent dans un paysage télévisuel américain, dans lequel les home videos sont utilisés dans tous les registres du comique (America's Funniest Home Video, Funniest people) au scandaleux (*20/20*, *A Current affair*...) en passant par le scoop (tel le tabassage policier de Los Angeles filmé de son balcon par un videaste amateur, et malgré lequel les policiers seront acquittés, ou encore la Fox qui met un numéro à la disposition des Video vigilantes).

"Tv-cinéma amateur". Le statut de l'amateur, tel que le considère les professionnels, est donc ici en jeu. Et c'est pourquoi, si l'on se situe du côté des discours des professionnels, le "Tv-cinéma amateur" et les reality show semblent bien appartenir à une même logique de programmation, que le producteur de la *Nuit des héros* explicite ainsi : "Du téléspectateur passif, le citoyen téléspectateur veut et *doit* devenir le sujet de son histoire (dans une telle logique, la prochaine étape devrait conduire chacun d'entre nous d'être son propre metteur en scène, comme c'est déjà le cas dans l'émission "vidéo gag" plutôt que de se contraindre encore à un format et une esthétique imposés" (P.Plaisance, 1991). Le glissement du "veut" au "doit", ainsi que la référence à *Vidéo Gag* comme modèle du genre, sont ici trop irrésistibles pour ne pas être tenté de développer une analyse critique de l'utilisation des images amateurs par les professionnels de la télévision, si telle est leur conception paternaliste du rapport avec les amateurs. Ceci dans un mouvement sûrement réducteur, tant un abîme sépare des émissions soucieuses⁹ de mettre aux regards la richesse des productions audiovisuelles amateurs, telles *Objectif amateur* et *Télémaisons*, d'un *Vidéo gag*.

Ainsi, C.Tesson oppose à ces discours rusés des professionnels de la télévision, une vive analyse critique, faisant remarquer que le phénomène des reality show et l'utilisation des films amateurs révèlent de la part de la télévision "d'un changement d'ordre esthétique et politique quant à la nature des images qu'elle entend désormais diffuser" (C.Tesson, 1992 : 67). Mais, remarque-t-il, la présence de films amateurs à la télévision renforce doublement la coupure qui existait entre les professionnels et les amateurs, avec d'un côté, les films amateurs choisis comme diffusables à la télévision, et de l'autre les films doublements amateurs, c'est à dire qui ne pourront jamais passer à la télévision. Ainsi, pour C.Tesson cette place faite aux images amateurs *choisies* par la télévision n'offre pas un complément démocratique aux autres régimes d'images, comme voudrait le faire croire les programmeurs, mais représente bien plutôt un contrepoids *idéologique* face à la nature abîmée des images de ses journalistes professionnels.

⁹Ainsi, cet engouement pour les images amateurs de la part des professionnels peut sembler s'inscrire dans un projet plus systématique, comme cela semble être le cas pour Joëlle Matos (*Télémaisons*). Dans un numéro de *L'oeil du cyclone* ("Dans un cadre charmant, une ambiance agréable, Canal +"), Joëlle Matos élargit la problématique du film de famille au film de publicité locale, en tant qu'il est parfois l'occasion pour les commerçants de "se payer un film de famille en 35mm". L'émission déploie ainsi une grille de lecture "film de famille" appliquée ici à des publicités locales, telle la façon dont un réalisateur raconte comment il fait parfois l'acteur ou le commentaire, qui nous semble illustrer le fait que les émissions "professionnelles" du tv-cinéma amateur participent d'une réflexion sur le cinéma amateur et, en plus, nous la donnent à voir.

Cette analyse de C.Tesson est tout à fait pertinente s'agissant de la logique de programmation des professionnels de la télévision. Mais, il peut-être intéressant théoriquement et méthodologiquement de se situer dans l'horizon de la réception, pour étudier non seulement les implications de la publicisation télévisuelle sur le rapport professionnel/amateur mais également pour la mettre en regard de la publicisation du film amateur dans l'espace de communication du cinéma privé.

V- L'ESPACE PUBLIC DU CINEMA PRIVE ET LE TV-CINEMA AMATEUR .

L'analyse interne des émissions de "TV-cinéma amateur" fait émerger, du point de vue du rapport privé/public, une configuration inédite. Il s'agit, en effet, d'une mise en scène télévisuelle, d'ordre public, reçue dans un cadre domestique, de la sphère intime (les anniversaires, les fêtes...), bref d'événements qui ont déjà été figurés dans ce spectacle privé que constitue le film amateur. C'est pourquoi, rendre compte de la publicisation télévisuelle du film amateur doit passer aussi par la connaissance des modalités de réception du cinéma amateur. En considérant, dans ce cadre, l'espace de communication du cinéma privé du point de vue d'un espace public se déployant dans une communauté d'interprétation retrainte à un cercle amical ou familial, nous pourrons alors rendre compte des implications du "Tv-cinéma amateur" sur la pratique domestique du cinéma ou de la vidéo .

UN ESPACE PUBLIC DU CINÉMA PRIVÉ ?

C'est ici que l'entrée descriptive de départ à partir du modèle de la néo-TV aboutit à un postulat méthodologique. Pour l'analyse et la portée de ces émissions, en vue de démêler l'entrecroisement du privé/public, l'hybridation amateur/professionnel, les modes de lecture qui se superposent, il faut nécessairement étudier l'espace de communication du cinéma privé en tant que tel. Nous avons vu, plus haut, comment un tel espace se caractérise par la co-présence et l'identification entre "acteurs, auteurs et spectateurs". Dans ce sens et en suivant C.Taylor (1985), il est possible de parler d'un "nous", déjà formateur d'un espace public d'expression. Un espace public, tel qu'H.Arendt le conçoit, reposant sur la double dimension du visible et du commun (1983), est aussi convoqué par la co-présence et l'habitude relationnelle de l'espace de

communication du cinéma privé. Mais, pour qu'émerge du commun et du visible, un espace public, transcendant et rassemblant à la fois, doivent être supposées non seulement des médiations publiques mais aussi un travail de "montée de généralité", de formalisation (L.Quéré, 1992), comme cela semble être le cas dans l'espace de communication du cinéma privé. En effet, les petites fictions du cinéma privé mettent en scène le lien commun, produisant des jeux sur l'identité, des "identités narratives" (P.Ricoeur) ; elles participent au renouvellement des ressources du savoir commun et partagé, issu de l'habitude relationnelle ; les projections conviviales sont l'occasion de développer un lien social basé sur une pratique esthétique. Se constitue là un monde commun à un petit public, un espace public dans des communautés d'interprétation restreintes. Ce sont autant de petits "mondes de l'art", suivant H.Becker (1985), qui émergent dans cette pratique artistique ancrée dans la vie quotidienne, qu'est le cinéma privé, régis par des conventions internes tacites aux membres, et s'étayant dans la sociabilité. Dans ce cadre, la pratique du cinéma amateur peut déboucher sur une expérience esthétique à valeur de micro-modèle d'échange social, à l'instar de la proposition de H.R Jauss (1976).

PRIVATISATION DE L'ESPACE PUBLIC ET FIN DE LA COMMUNICATION ?

En considérant un tel espace public du cinéma privé, il paraît justifié de s'enquérir des effets du "Tv-cinéma amateur" sur la pratique domestique du film ou de la vidéo elle-même. Or, en se plaçant du point de vue de la réception, et en prenant acte de transformation la télévision en "chose audiovisuelle", utilisée tout à la fois pour visionner des vidéos domestiques et des émissions "de cinéma amateur" par exemple, cinéma privé et télévision ne doivent plus être placés dans une relation simplificatrice d'antagonisme. En effet, comme le rappelle P.Flichy, le mode de consommation du cinéma, qui constitue à l'origine un spectacle populaire et familial, est caractérisé par une écoute parlante et collective. Lorsque le public populaire s'est mis à désertter les salles de cinéma peu à peu dans les années 50, il a reporté à la télévision de telles habitudes d'écoute (P.Flichy, 1991 : 220). L'écoute familiale s'investit alors dans le média télévisuel. Mais la multiplication des postes de télévision et

du magnétoscope dans les foyers introduit une consommation plus individualisée. En cela, le cinéma représente bien le dernier spectacle collectif. Mais, cette consommation audiovisuelle individualisée est néanmoins socialisante, il s'agit de "vivre ensemble mais séparément". P.Flichy conclut en prenant acte que l'espace privé est devenu le lieu principal de loisirs : "Mais le repli sur l'espace privé ne veut pas dire la disparition de l'espace public ... L'évolution actuelle est sans doute moins celle de l'hypertrophie de l'espace privé que peut-être la mise en mouvement d'espaces privés au sein d'un espace public réaménagé ... On assiste à la superposition de deux sociabilités : l'une immédiate et l'autre médiatisée" (P.Flichy, 1991 : 236).

Ainsi, en prenant en compte ces deux points, l'espace public du cinéma privé et le mode de réception privatiste mais non monadique de la "choses audiovisuelle", sur la base d'une "réception productrice"¹⁰ plutôt que d'une consommation médiatique aliénatrice, il est possible d'énoncer une version plus optimiste face aux prédictions de disparition de la communication et de la perte du social, entrevues dans certaines études sur les "machines à communiquer" - zapping, magnétoscopes, messageries conviviales - qui éviterait d'enterrer aussi rapidement la figure du public et la notion de publicité en tant que concepts normatifs. Et cette union médiatique entre cinéma privé et télévision, que représente le "Tv-cinéma amateur", peut nous permettre d'observer des aller-retours entre télévision et cinéma privé dans la problématique de l'espace public. Nous envisagerons ici deux dialectiques possibles du rapport entre cinéma privé et télévision, notamment du point de vue du rapport entre professionnel/amateur engagé dans cette mise au public du cinéma privé.

¹⁰ Ceci suppose donc de prendre en compte plus globalement un changement de paradigme dans l'étude des médias, telles que les études de réception (Jensen, 1986), les ethnographies des médias (Lull, 1990), le concrétisent. Ce tournant paradigmatique vers la réception est intervenu au cours des années 1980, où la perspective théorique sur une télévision fractionnée et interactive, abandonne le verdict d'une consommation de masse aliénatrice, substitue au modèle vertical, d'inspiration cybernétique de la communication, un "modèle conversationnel dans lequel est pris en compte l'importance du sujet récepteur dans la construction sociale des significations du message et des signifiés idéologiques" (Breton, Proulx, 1989 : 87). Cette prise en compte d'un changement paradigmatique soulève des problèmes méthodologiques, dont les études de réception des médias ne sont pas exemptes. On peut signaler ici l'utilisation de la "méthodologie des entretiens" pour avoir accès à l'expérience vécue de la réception. Il y a là un risque de revenir à la problématique de simple décodage message (cf Katz et Liebes). Il ne faut donc pas se satisfaire d'un changement de paradigme qui prenne seulement en compte le contexte et le vécu du récepteur. D'où vient la nécessité de réintroduire les conversations sur et autour de l'activité de réception de la télévision, dans la dynamique publique de leur formation et de leur expression, dans leur contexte, dans leur temporalité, et dans leur contribution à l'activité même de réception. Ce faisant, on s'inscrit dans une problématique de la saisie des faits sociaux, en adoptant notamment un programme descriptif rapportant l'ordre social à une activité organisante des agents sociaux, tel que le propose l'ethnométhodologie.

VI-DEUX DIALECTIQUES : AJUSTEMENT OU ELARGISSEMENT DU MONTRABLE ET DU DIFFUSABLE A LA TELEVISION ?

UNE INFLUENCE DU TV-CINEMA AMATEUR SUR LE CINEMA PRIVE ?

Nous avons pointé, lors de la l'étude des modalités de publicisation télévisuelle du film amateur, la production d'un modèle normatif du film de famille. Il s'agissait de décrire une modalité, qui, par un discours généraliste, finit par produire une référence télévisuelle du cinéma privé. C'est pourquoi, on peut s'interroger à juste titre s'il n'y a pas là un risque de restriction, d'ajustement du cinéma privé à sa référence télévisuelle, comme le signalait plus haut C.Tesson. Cet ajustement peut-être thématique, tel le concours *Télémaisons* de 1991 pour lequel il s'agissait de trouver de nouvelles rubriques à l'émission *Nulle part ailleurs* (Canal +). Dans ce cas, il peut s'agir d'une influence par un rétrécissement du filmable aux seules références proposées par la télévision. Quant à la remise des prix des ellipses d'or (Novembre 1992), récompensant les meilleurs films amateurs des abonnés de Canal + (avec les genres clips, fausses publicités, deux spécialités maisons...), elle illustre le caractère hybride de cette cooptation du cinéaste amateur par les professionnels de la télévision. La remise des prix s'apparente aux cérémonies des Césars, Molières etc.. tout en reposant sur une pratique trop coutumière chez les fédérations amateurs du concours du meilleur film amateur. L'apparition d'un *Vidéo gag* peut aussi semer le doute chez ceux qui affirment que de telles émissions peuvent provoquer l'envie de filmer sa famille, car se pose le problème de savoir si l'on finit par filmer pour la télévision ou pour soi-même (or ce sont ces films qui continuent d'intéresser les professionnels du "Tv-cinéma amateur").

DES POTENTIELS TRANSFORMATEURS DES RELATIONS PROFESSIONNEL/AMATEUR ET ESPACE PRIVÉ/ESPACE PUBLIC .

A l'inverse, nous pourrions peut-être saisir la potentialité d'un élargissement du diffusable et du montrable à la télévision par la place faite aux

images issues de l'intimité de cinéastes et de vidéastes amateurs. En adoptant une optique plus activiste, nous évoquerons pour conclure, deux expériences qui permettent d'espérer que la dialectique télévision/cinéma privé, induite par le "Tv-cinéma amateur" offre l'occasion de redéfinir le statut de l'amateur, dans sa participation notamment à des projets de télévision de proximité, médiatisant l'espace public d'un réseau local.

Une dialectique juridique professionnel/amateur.

L'utilisation des images amateurs par la télévision lui permet aussi de fabriquer des émissions aux coûts réduits. Or, cette marchandisation ne fait que reconduire le statut anonyme des cinéastes amateurs, avec en contrepartie, l'argument souvent prononcé par des professionnels de la télévision, selon lequel la diffusion d'un film tourné par un jeune vidéaste amateur, gratuitement et de façon anonyme, peut lui offrir une chance ! C'est pourquoi, il est important de signaler l'initiative émanant de certains professionnels pionniers dans la diffusion des images amateurs, tel A.Huet et son *Inédits* sur le RTBF, pour mettre en place une charte régissant les droits et les devoirs des déposants amateurs et des diffuseurs professionnels. S'inaugurerait ainsi un processus de juridicisation d'un rapport entre professionnels et amateurs, conçu dans des termes contractuels. Cette reconnaissance d'un droit des amateurs sur leurs films permettraient de limiter ce mouvement de marchandisation et d'anonymisation. Il faut donc reconnaître à certains professionnels de la télévision passionnés par les documents que représentent les images du cinéma amateur, la vertu d'avoir problématisé le statut juridique de l'amateur.

Mais cette marchandisation des images amateurs illustre les conflits qui existent entre un espace public médiatique, obéissant à une rationalité principalement économique, et le monde vécu, dont le cinéma amateur se nourrit. Or, une telle phase de juridicisation des rapports amateurs/professionnels déplace ces conflits potentiels au sein de la société civile, comprise comme dimension institutionnelle du monde vécu, affiliée à des complexes de droits, ici liés à la culture (J.Cohen, A.Arato 1992). C'est pourquoi, nous pourrions évoquer une seconde expérience qui vise à créer un réseau de télévisions locales amateurs, accomplissant ainsi une dialectique amateur/professionnel par la médiation du réseau de télévision locale redéfini, au sein d'un espace public "déféodalisé".

Une dialectique local/amateur : vers des espaces publics autonomes.

Le réseau des télévisions locales fait parfois appel aux sujets des cinéastes-vidéastes amateurs. Mais, il n'est pas certain qu'au sujet de cette place faite aux amateurs, l'attitude des professionnels de ces télévisions diffère de celui des programmeurs des télévisions nationales. C'est pourquoi, on ne peut manifester que de l'intérêt devant des expériences de télévisions locales amateurs, qui viennent redéfinir la pratique de la télévision de proximité, et reformuler la distinction entre amateur et professionnel à l'heure du caméscope.

Parmi elles, on peut citer TV-PUCE à Saint-Ouen-L'aumône, qui est née du branchement de deux antennes collectives dans la cité de Chennevières et diffuse pour 1300 logements des émissions où les habitants du quartier participent jusque dans la réalisation, CANAL NORD qui émet sur trois quartiers à Amiens, et encore les initiatives de l'association AH QUE C'EST PUBLIC pour promouvoir l'accès public du réseau câblé réservé aux associations. On peut mentionner enfin le projet de l'association VIDÉON, qui ambitionne de générer un "réseau de télévisions locales amateurs" par la création d'une banque de données d'images, tournées par des vidéastes amateurs filmant le quotidien en France et à l'étranger et "tissant des liens d'images et d'amitié entre les pays et les cultures"; par la multiplication des formes et des réseaux de télé-diffusion praticables de part le monde - accès public, réseau hertzien, piratage d'antenne... Plus concrètement, afin de promouvoir l'auto-crédation de télévision par des associations, des instituts, des festivals, VIDÉON propose des stages de formation à la vidéo, fournit à ses adhérents du matériel pour les tournages et les montages, offre services, informations... La coopération de professionnels intéressés par l'initiative et des vidéastes amateurs est ainsi largement pratiquée. Il faut noter que la diffusion des films du catalogue VIDÉON par des réseaux non-membres de l'association est dans ce cas soumise à un versement de droits d'auteurs.

Ces expériences de télévisions locales amateurs, militant pour une ouverture du diffusable en intégrant la thématique de l'intimité, de la vie quotidienne, associative et culturelle des villes et des quartiers, élargie au monde entier, faisant pénétrer le regard du téléspectateur dans la télévision, nous semblent participer à la création "d'un réseau hautement différencié d'espaces publics autonomes" (J.Habermas, 1988 : 425). Par là, en tirant leurs forces des ressources du monde vécu et en profitant d'un accroissement de ses potentiels sémantiques par cet élargissement du montrable, ces espaces

publics forment autant de nouveaux espaces de communication, faiblement institutionnalisés et issus du monde vécu, capables de limiter la dynamique propre des systèmes éco-administratifs, qui finit par gouverner l'espace public politico-médiatique des télévisions nationales.

L'utilisation du film amateur par la télévision ne tient donc pas unilatéralement d'une exploitation des pauvres cinéastes et vidéastes amateurs. S'ils interviennent dans la formation d'une politique de partenariat, de droits, dans la création d'espaces publics autonomes, ils participent par là à une forme de vie démocratique. C'est alors que cette attention portée au rapport entre cinéma amateur et télévision nous introduit à la question du rapport entre esthétique et monde vécu. Plus loin, les dialectiques que nous venons d'esquisser nous semblent participer à "une relation transformée entre art et monde vécu, permettant à une vie quotidienne démocratique de puiser d'une manière productive dans les potentiels novateurs et communicationnels de l'art" (A.Wellmer, 1990 : 284).

BIBLIOGRAPHIE :

- Arendt H., 1983, *La condition de l'homme moderne*, Calmann Levy.
- J.L Baudry, 1975, "L'effet-sujet" in *Communication 23*.
- Becker H. S., 1985, *Les mondes de l'art*, Flammarion.
- Bettetini G., 1990, "Histoires et modèles du théâtre télévisé italien" in *Réseaux n°44-45. Sociologie de la télévision*.
- Breton P., Proulx S., 1989, *L'explosion de la communication*, La découverte.
- Cohen J.& A.Arato, 1992, *Civil society and Political theory*, MIT Press.
- Eco U., 1985, "La transparence perdue" in *La guerre du faux*, Livre de Poche.
- Daney S., "Pros et amateurs" in *Libération* du 9/11/91.
- Dufresne D, Chapoulie J.M, "TV libres" in *L'Autre journal n°23*, Avril 1992, pp.56-61.
- Gournay C. de, Mercier P.A, 1988, "Le coq et l'âne. Du zapping comme symptôme d'une nouvelle culture télévisuelle" in *Quaderni n°4*.
- Habermas J, 1981, "La modernité : un projet inachevé" in *Critique 413*.
- , 1987, *Théorie de l'agir communicationnel*, Fayard.
- , 1988, *Le discours philosophique de la modernité*, Gallimard.
- , 1989, "la souveraineté populaire comme procédure. Un concept normatif d'espace public" in *Lignes n°7*, pp.29-58.
- Jauss H.R, 1976, *Pour une esthétique de la réception*, Gallimard.
- Jensen K., 1986, *Making sense of the News : Towards a Theory and Empirical Model of Reception for the Study of Mass*, Aarhus University Press.
- Katz E. Liebes T., 1990, *The expert of meaningi*, Oxford university press.
- Lull J., 1990, *Inside family viewing*, Routledge.

- Negri A., Signorelli P., de Berti R. , 1990, "Scènes de la vie quotidienne" in *Réseaux n°44-45*, 55-84.
- Odin R., 1979, "Rhétorique du film de famille" in *Revue d'Esthétique. Rhétoriques, Sémiotiques*, pp.340-373.
- Odin R., 1988, "Du spectateur fictionnalisant au nouveau spectateur" in *Iris n°5*, pp.121-139.
- Odin R., Casetti F., 1990, "De la paléo- à la néo-télévision" in *Communications n°51. Télévisions/Mutations*, Seuil.
- Plaisance P., "Nous sommes tous des héros" in *Libération* du 8/01/92.
- Quéré L., 1992, Séminaire "Espace public et ordre social" donné à l'EHESS.
- Ricoeur P., 1990, *Soi-même comme un autre*, Seuil.
- Schroder K., 1990, "Vers une convergence de traditions antagonistes" in *Réseaux n°44-45. Sociologie de la télévision : Europe*, pp.315-338.
- Taylor C., 1985, *Philosophical Papers I*, Cambridge U.P.
- Tesson C., "Votre vie m'intéresse" in *Cahiers du cinéma n°452*. Février 1992.
- Wolton D., Missika J.L , 1983, *La folle du logis*, Gallimard.
- Wellmer A., 1990, "Vérité-apparence-réconciliation. Adorno et le sauvetage esthétique de la modernité" in R.Rochlitz ed., *Théories esthétiques après Adorno*, Actes Sud.
- Communications n°21*. La télévision par le câble.
- Journal of communication*, 1983, *Ferments in the fields*.
- "Charte européenne des Inédits" in *Actes du colloque Images, Mémoire de l'Europe*, 7-10 Mars 1990.
- Dossier de présentation et guide du correspondant de l'association *Vidéon*. Ris-Orangis.

Gallimard.