

sénateur Jo McCarthy (à la télévision française !), l'interventionnisme politique se développe. Il atteint des sommets lors de l'avènement de la République gaulliste. Aucune acclimation possible pour Jean d'Arcy : à l'ère des godillots, il doit quitter son poste.

Sans doute le chapitre sur la censure est-il le plus intéressant de ce livre. On y retrouve certaines citations iconoclastes de Max-Pol Fouchet, qui affirme à l'antenne, dans l'émission « Au fil de la vie » : « Au seuil de 1958, notre télévision vous a fait voir le joyeux spectacle des réveillons dans les cabarets de Paris. Elle ne pouvait pas montrer les clochards qui dormaient sur une bouche de métro, afin d'avoir moins froid, ni les garçons de vingt ans, le doigt sur la gâchette, qui surveillaient l'obscurité de quelquel bled d'Algérie, en alerte... » (p. 140). L'impertinent tiendra quand même la rampe jusqu'en 1968 ! Jean d'Arcy a le dernier mot : « Être censuré, c'est un titre de gloire à la télévision ! » (p. 141). Et sous la plume de Sylvie Pierre, il apparaît que, dans cette archéo-télévision si républicaine des années 50, avant l'apparition du menaçant Alain Peyrefitte, c'était l'autocensure plutôt que la censure qui provoquait la retenue des éditorialistes. Néanmoins, ce chapitre contient la seule erreur de taille du livre, puisque *Le chagrin et la pitié* de Marcel Ophüls (autre victime de l'après-68) semble faire partie des films que Jean d'Arcy aurait eu à censurer lors de sa période d'activité (alors que le film, effectivement censuré, est réalisé entre 1968 et 1971, longtemps après le départ du Baron).

En 1971 justement, c'est un Jean d'Arcy visionnaire qui évoque l'évolution de la communication audiovisuelle : chaque abonné sera équipé d'un câble à double voie lui permettant non seulement de faire connaître son opinion, mais aussi d'obtenir la prestation d'un certain nombre de services... Tout y est déjà ! La dimension extraordinairement moderne du personnage éclate dans ces quelques pages qui concluent le livre, pages consacrées à l'exigence au fond très républicaine qui inspirait la conception qu'avait Jean d'Arcy de la télévision : une télévision élitiste et d'offre

limitée où le direct serait le temps ordinaire de la diffusion ; un média de service public qui apporterait des vérités savantes aux populations, sur la base de référents ethnocentristes stables, diffuserait les idéaux nés de l'après-guerre et que la déclaration universelle des droits de l'homme résume si bien avec son article qui garantit « le droit de chercher les informations et les idées par quelque moyen que ce soit » (p. 83).

Précédé d'un texte de Roger Viry-Babel, enseignant de cinéma mais aussi réalisateur et producteur de télévision, cet ouvrage est suivi d'une nomenclature remarquable des documents utilisés, ainsi que d'une bibliographie précise et pertinente. Si l'on regrette l'absence de documents iconographiques – qui auraient précisé pour le lecteur le profil perdu de Jean d'Arcy –, il faut noter que l'ensemble forme un ouvrage original sur l'histoire de la télévision. Cela tient à la rigueur toute bénédictine qu'observe Sylvie Pierre, mais aussi au magnétisme que continue de véhiculer Jean d'Arcy, ardent propagandiste d'une télévision d'intérêt général, à l'heure où la technologie balbutiante semblait grosse de promesses universalistes. Promesse d'une télévision transnationale qui unirait les citoyens par-delà les frontières ; promesse d'indépendance vis-à-vis des pouvoirs politiques et financiers ; promesse d'une forme de pédagogie active, certes ritualisée et austère, mais attentive aux enjeux sociaux et moraux : nombreuses furent les semences dans le sillage de Jean d'Arcy. Toutes n'ont pas fleuri.

Vincent Lowy

Université de Haute Alsace
vincentetmarion@yahoo.com

Virginie SPIES, *La télévision dans le miroir. Théorie, histoire et analyse des émissions réflexives*.

Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Audiovisuel et communication, 2004, 393 p.

Depuis quelques années, le narcissisme télévisuel est devenu un terrain privilégié de réflexion pour certains chercheurs en sciences de l'information et de la communication. Les analystes de la télévision se penchent avec fascination sur ces

programmes qui prennent cette dernière pour objet de leurs interrogations, multipliant à l'infini les jeux de miroirs. Le caractère protéiforme de la réflexivité a été souligné dans diverses études consacrées tantôt aux émissions explicitement réflexives – celles qui prennent pour thème la télévision –, tantôt à ces « lieux à l'intérieur desquels la télévision se prend pour objet, mais de façon non systématique » (p. 149) et qui participent d'une réflexivité plus diffuse (e.g. *Champs visuels*, 8 et 9, « La télévision au miroir », 1998). En croisant les approches sémiologiques et historiques, Virginie Spies choisit d'étudier les émissions réflexives à travers le prisme des théories de l'énonciation, considérant ce type de programme « comme un endroit assez révélateur de l'identité d'une chaîne » (p. 21). Un peu comme si la problématique de l'énonciation et la conceptualisation de la réflexivité étaient les deux faces d'une même pièce.

Dans un premier temps, l'auteure pose les jalons d'une histoire de l'énonciation questionnée par la linguistique, la narratologie littéraire, les études cinématographiques et télévisuelles. Trois problèmes majeurs liés à ces questionnements sont développés. En commençant par aborder la notion de responsabilité énonciative via les interrogations d'Émile Benveniste et de Gérard Genette, Virginie Spies explique à quel point ces réflexions ont nourri la pensée de chercheurs s'intéressant au cinéma. S'attardant ensuite sur la question de la polyphonie énonciative à partir des travaux d'Oswald Ducrot, elle s'attache à retenir les leçons d'une analyse s'élevant contre la « conception de l'unicité du sujet parlant » (p. 47) et conclut, au regard des réflexions de François Jost, que l'image est le fruit d'une « superposition, un palimpseste d'instances » (p. 53). Valable pour le cinéma, cette perspective permet à ce même chercheur de penser le discours télévisuel comme le produit d'un enchâssement d'énonciateurs et de stratégies discursives. Logiquement, c'est la question de la relation énonciative qui est ensuite déroulée autour des réflexions de Lucien Dällenbach, Jean-Paul Simon et Christian Metz. Face aux multiples figures de l'énonciation présentes

dans le récit littéraire, les représentations picturales ou dans « certains replis du film » (p. 76), la question du spectateur qui s'impose peu à peu – comment le film « construit son spectateur, lui assigne une place et lui fait accomplir un parcours » (p. 84) –, fournit autant d'interrogations permettant de penser la place et la construction du téléspectateur. La question du genre achève ce tour d'horizon. Ainsi les approches de Käte Hamburger autour du sujet d'énonciation en littérature, de François Jost à propos de la notion de promesse à la télévision, de Noël Nel avec l'agir télévisuel et la séquentialité, et de Jean-Pierre Esquenazi sur les transformations des classifications génériques appliquées aux émissions sont-elles successivement exposées. Ces détours théoriques, loin du simple effet de liste que l'on aurait pu reprocher à la chercheuse, permettent au lecteur le moins averti de bénéficier d'outils et de concepts sémiologiques fondamentaux. Cependant, Virginie Spies nous met en garde contre un usage abusif de ces concepts issus des théories littéraires et cinématographiques, et elle souligne la spécificité du médium considéré, par conséquent des émissions réflexives. D'où la nécessité d'une véritable histoire de ce type de programme.

La mise en perspective historique commence par une analyse de ce que l'on nommait précédemment la réflexivité diffuse. En jetant son dévolu sur ce phénomène particulier, l'auteure montre, selon les angles choisis (en mettant l'accent sur la médiation, les programmes, l'organisation ou la représentation visuelle), comment les chaînes construisent différentes instances d'énonciation et comment la télévision peut parler d'elle-même en d'autres lieux que les émissions réflexives. Néanmoins, ce sont bien ces programmes qui vont faire l'objet d'une chronologie précise qui débute en 1947, avec l'émission *Télévision, œil de demain*. En retraçant les grandes tendances de la télévision réflexive, Virginie Spies va au-delà des résultats d'études antérieures (e.g. Pierre Beylot, *Quand la télévision parle d'elle-même. 1958-1999*, Paris, Éd. L'Harmattan, 2000) grâce à une analyse systématique et fouillée. Démarche qui lui permet non

seulement de dessiner les territoires de la réflexivité, mais encore de mettre en application les théories de l'énonciation polyphonique, montrant ainsi à quel point les émissions réflexives « servent de tribune aux chaînes » (p. 258) qui les diffusent.

Dans une troisième et dernière partie, Virginie Spies analyse les émissions à la lumière de la question des genres. En observant les différents modes d'énonciation empruntés par la réflexivité télévisuelle, elle constate que celle-ci privilégie le mode authentifiant, malgré la mise en œuvre de « genres hétérogènes qu'il n'est pas toujours aisé de reconnaître » (p. 259). À travers les analyses d'émissions de Canal+, comme *Télé-dimanche*, TV+ ou, sur un mode plus ludique, *Les guignols de l'info*, elle revient sur les stratégies discursives employées par la chaîne cryptée afin d'assurer son autopromotion. Elle étudie ensuite le cas de « la mort de *La Cinq* » (pp. 329-342) et met au jour une autre forme de réflexivité dans laquelle une entreprise médiatique ne parle plus d'elle-même, mais d'une autre entreprise en difficulté, par l'intermédiaire d'une figure particulière : le journaliste. Un dernier exemple lui permet de s'interroger sur les émissions réflexives qui proposent, comme *Arrêt sur images* sur France 5, une réflexion critique sur la télévision. On pourrait questionner ces choix et se demander dans quelle mesure les résultats sont susceptibles d'être généralisés à l'ensemble de la production télévisuelle. Toutefois, l'auteure prend soin d'ouvrir la recherche sur de nouvelles perspectives : « Tout un chemin reste à faire sur le terrain de l'énonciation à la télévision et sur celui de l'identité des chaînes » (p. 367). Théorie, histoire et analyse sont donc les trois axes d'une recherche clairement articulée qui fait de cet ouvrage un précieux manuel. En faisant avancer les analyses sur la réflexivité et en révélant les multiples facettes d'un miroir qui nous renvoie au médium lui-même, Virginie Spies nous fait prendre conscience du chantier qui reste à explorer.

Laurence Leveueur

CÉISME, université Paris 3
l.leveueur@free.fr

Howard TUMBER, Jerry PALMER, *Medias at war. The Irak crisis*

[*Les médias dans la guerre. La crise irakienne*].

Londres, Sage, 2004, 188 p.

Événement historique dont les modalités ont porté à polémique, la guerre en Irak – ou seconde guerre du Golfe – est aussi un événement médiatique. Ainsi Howard Tumber, professeur de sociologie, et Jerry Palmer, professeur en communication, montrent-ils que la couverture médiatique de l'événement fait partie intégrante de la crise et de son développement auprès de l'opinion publique. Durant cette guerre, la concurrence entre médias a transformé le conflit en guerre informationnelle. À ce sujet, le titre de l'ouvrage est éloquent : *Medias at war*. Il pose une double question : celle des médias en guerre, et celle des médias au cœur de la guerre ; deux problématiques développées par les auteurs.

En partie lié au raccourcissement des délais de transmission des informations, le pouvoir des médias modifie les relations avec le monde militaire et surtout l'opinion publique qui fait partie intégrante de la politique de la guerre. Howard Tumber et Jerry Palmer insistent sur les relations entre éthique médiatique, opinion publique et formation de la politique gouvernementale dans le traitement médiatique de la crise. Dès l'introduction, les objectifs sont clairement énoncés, le but des auteurs étant d'analyser les arrangements qui ont permis aux médias d'accéder au théâtre de la guerre, mais également d'étudier le traitement médiatique du conflit afin de mettre au jour le scénario communicationnel mis en œuvre au sein du gouvernement. Par une analyse quantitative et de contenu, les auteurs interrogent les pratiques journalistiques dans un climat de crise. En analysant les différentes perceptions de l'événement, qu'il s'agisse de la perspective journalistique, militaire ou politique, les auteurs resituent le contexte qui permet de comprendre la stratégie médiatique du gouvernement. Pour étayer le propos, ils n'hésitent pas à établir un parallèle entre leur étude et celles que des chercheurs étrangers ont menées sur cette thématique. Les nombreuses référé-