

Manuel MARTIN SERRANO. 1974 “*La structure du discours iconique a la télévision. Dissertation magistral de Doctorat d'État és Sciences et Lettres*”

Titre du Thèse de doctorat d'État:

L'Ordre du Monde a travers la T.V. Structure du discours électronique”.

présenté a l'Université Louis Pasteur Strasbourg, UER des Sciences du comportement et de l'Environnement.

Tempos: Rédigée: octobre 1970-février 1974. Soutenance 4 Juillet 1.974. Publié 1979: Presses Universitaires, Lille (Francia). Publisher: Lille: Atelier de reproduction des thèses de l'université de Lille III, publié OCLC: 31365749.

Membres du Jury:

Prof. Moles: Directeur Institut Psychologie Sociale.

Prof. Silbermann. Directeur Institut für Massenkommunikation, Köln.

Prof. Freund, Directeur Institut Sociologie.

Prof, Tardy. Maitre de cours de Sémiologie.

RESUME

Dans n'importe quelle société, la fonction communicative du médium est soumise à celle de contrôle exercée par le Médiateur. Notre but a été d'étudier les rapports conflictuels qui existent entre le médium télévision, porteur "in ovo" d'une culture iconique, et le médiateur Télévision, institution de contrôle social.

Il y a donc dans la télévision, un code de la médiation et un code de la communication. Alors qu'un médiateur social exerce sa fonction de contrôle idéologique en utilisant des codes sociaux (normes: coercitions, prohibitions, etc.) qui transmettent des jugements de valeur, un médium exerce sa fonction communicative en utilisant des codes logiques (inclusions; dépendances, exclusions, etc.) qui transmettent des jugements de relation.

Nous essayons de démontrer que toute coercition idéologique de la réalité peut s'exprimer et produire ses effets par l'intermédiaire des contraintes logiques.

Du point de vue de la structure du modèle de contrôle social, notre apport a consisté a montrer les contraintes qui réduisent la variété possible du monde quand on utilise un médium de communication pour détruire le type de communication que lui-même rend possible.

“La structure du discours iconique a la télévision »

La télévision est perçue, d'emblée, comme un médium de communication au un médium tout court. En tant que tel, comme la presse ou la radio, elle permet à un émetteur de transmettre à un récepteur des messages à propos d'un référent. Comme tout médium, elle a recours a des signes que l'émetteur et le récepteur interprètent dans le même sens en employant un code connu des deux. Elle utilise des images ou icones, comme les revues illustrées ou le cinéma, mais se caractérise en employant parfois un type d'images "index" de la réalité, c'est-à-dire qui coïncident avec l'apparition de l'événement lui-même, comme c'est le cas par exemple de la transmission en direct d'un match de football.

En tant que médium la télévision a été a l'origine d'une révolution dans la technologie de la communication. On prétend qu'elle est destinée, de part cette essence technologique, à produire une révolution culturelle. Certaines études sur les media affirment qu'une culture iconique va se substituer á notre culture encore pré-iconique. Ce genre d'affirmation est basé sur l'hypothèse selon laquelle une technologie iconique doit produire nécessairement une culture fondée sur les images. Nous voyons là une confusion entre la télévision en tant qu'objet technologique, et la Télévision en tant qu'institution sociale médiatrice.

Si en tant que médium de communication la télévision est, du point de vue technologique, révolutionnaire, elle est en tant qu'institution sociale, contrainte d'être conservatrice, du point de vue culturel. Elle remplit une fonction culturelle d'ajustement similaire à celle de l'éducateur, du psychanalyste ou de l'ecclésiastique. Institution de contrôle social, elle n'utilise pas les images en toute liberté. Elle vise à ce que les valeurs et les intérêts de la société soient confirmés par les images ou tout au moins à ce qu'elles ne soient pas ébranlées. *Elle est donc d'une part un médium de communication, et d'autre part un médiateur dans le contrôle social. Ces deux fonctions doivent être distinguées.*

Dans n'importe quelle société, la fonction communicative du médium est soumise a celle de contrôle exercée par le médiateur. Notre but a été d'étudier les rapports conflictuels qui existent entre le médium télévision, porteur "in ovo" d'une culture iconique, et le médiateur télévision, institution de contrôle social. C'est en tant que telle que celle-ci essaie de sauver l'idéologie d'une culture pré-iconique propre des Sociétés Industrielles :

- Il existe d'une part un processus d'ajustement mené par la Télévision en tant qu'institution médiatrice. Ce processus vise a reproduire des coercitions et des normes d'une société donnée, Ces codes du contrôle social s'introduisent à la narration en la référence que on fait de ce qui existe et qui se passe dans l'environnement social.
- Il existe d'autre part un processus de mise en ordre des signes audio-visuelles a l'intérieur du monde des messages, que la télévision effectue en tant que médium, afin d'introduire les codes de la communication, c'est-à-dire les contraintes logiques qui permettront au récepteur de décoder les images et de comprendre leur sens.

Il y a donc dans la télévision, un code de la médiation et un code de la communication. Alors qu'un médiateur social exerce sa fonction de contrôle idéologique en utilisant des codes sociaux (normes: coercitions, prohibitions, etc.) qui

transmettent des jugements de valeur à propos de ce qui existe o se passe, un médium exerce sa fonction communicative en utilisant des codes logiques (inclusions; dépendances, exclusions, etc.) qui transmettent des jugements de relation entre les éléments de l'expression.

Nous avons envisagé l'hypothèse qu'il existe un passage de la coercition sociale à la contrainte logique. Prenons par exemple le jugement de valeur suivant: "Une personne oisive ne peut pas être vertueuse". Du point de vue logique il contient une exclusion. Mais si l'on dit : "Le travail procure généralement la satisfaction des désirs", cela comporte une implication logique. Dans : " il n'y a pas de progrès sans ordre" il y a une inclusion.

A la télévision, précisément, il serait possible, d'après notre hypothèse, de contrôler la vision du monde offerte à l'audience sans besoin de déclarer explicitement ces jugements de valeur. On parviendrait ainsi aux mêmes résultats- du point de vue de contrôle social- à travers des types des relations formelles qu'on établit entre les images, -c'est-à-dire par différentes modalités d'inclusion, d'implication ou d'exclusion. Ce qui revient à dire qu'à la télévision les codes logiques de la communication se sont substitués aux codes idéologiques du contrôle social.

Il existerait une correspondance entre les jugements de valeur sociaux grâce auxquels le médiateur mène à bien le contrôle et les relations logiques, grâce auxquelles le médium codifié les messages. Cette hypothèse serait confirmée s'il était possible, en partant du système d'ordre qu'utilise le médium, de remonter à celui qu'utilise le Médiateur. Alors, nous avons fait ressortir le modèle logique de la production narrative de la Télévision espagnole. Puis, nous sommes parvenus à prédire les types de récits idéologiques auxquels il faudrait, en conséquence, s'attendre.

Il existe une propos d'influence et de contrôle social dans les contenus des récits audiovisuelles, et il y a aussi des influences propres aux signes iconiques exercées sur la nature du message. Mais nous pouvons affirmer, d'après cette recherche, que la Télévision, en tant qu'institution exprime des points de vue sur l'ordre de la société à travers la mise en ordre de sa propre activité en tant que médium. Nous soutenons que, **dans notre société, l'influence et le contrôle 'social plus spécifique aux media, agissent par le moyen des codes de l'information.**

Du point de vue de la médiation, l'univers du message ne se différencie pas par la diversité des contenus comme le disent les empiristes, ni par la nature technologique du médium comme le suggère McLuhan, mais par la structure du code :

- Nous repoussons l'hypothèse empiriste selon laquelle l'influence caractéristique des media est attribuable aux contenus qu'ils véhiculent. Nous avons vérifié à l'occasion de recherches antérieures sur la télévision scolaire, que le médiateur ne pouvait pas parvenir à influencer les attitudes en utilisant simplement une information explicitement tendancieuse. Il est contraint de se situer à proximité des points de vue idéologiques partagés par l'audience.

De même, une présentation des faits non doctrinaire n'est pas une garantie suffisante d'objectivité. C'est lorsque la télévision montre des images sans prise de position apparente que le téléspectateur ne perçoit plus le médiateur derrière ce qui est vu. Il s'en remet à "la machine", l'objet-télévision qui semble alors n'être qu'une simple fenêtre

ouverte sur le monde, mais qui fournit la réalité déjà pensée par la mise en ordre qu'elle transmet avec les narrations.

L'état le plus autoritaire pourrait s'offrir sans risque une télévision qui montrerait tout et n'endoctrinerait personne, sans ébranler la stabilité de ses contraintes idéologiques dans la mesure ou celles-ci seraient assimilées aux codes de l'information.

- Ce n'est pas non plus la nature technologique du médium qui explique l'influence de la télévision, si, on veut dire par là qu'indépendamment de la société qui l'utilise, l'iconicité détermine les caractéristiques du modèle de contrôle social qu'elle véhicule. Nous nous sommes opposés à cette hypothèse matérialiste des processus culturels à partir des conclusions de nos premières recherches dans le domaine des mass-media. Elles nous ont montré qu'un même type de vision du monde peut être transmis par l'affiche, la radio, le cinéma, la télévision même. Nous avons trouvé par exemple dans le feuilleton télévisé, les bandes dessinées, les chansons publicitaires, les westerns, les feuilles imprimées par les paroisses, une même vision idéologique de la réalité, sans que les différences technologiques entravent sa transmission, ni la détournent.

Nous avons établi qu'il est possible d'agir sur les attitudes de l'audience à travers les codes des messages parce qu'il existe un isomorphisme entre les codes idéologiques de contrôle social et les codes logiques de la communication en tant que modèles. *Cette étude se présente alors comme une recherche des modèles idéologiques de contrôle social à partir de leur mise à l'épreuve par des modèles logiques de la communication.* En fait, ce modalité de recherche c'est quelque chose de semblable à ce que fait le chimiste lorsqu'il cherche à découvrir quel type de combinaison existe dans un agrégat, en le soumettant à des réactions qui caractérisent des formules combinatoires déjà connues. Comme le chimiste, le sociologue dispose des formes combinatoires qu'il connaît a priori: les modèles logiques de la communication.¹

Enfin, nous essayons de démontrer que toute coercition idéologique de la réalité peut s'exprimer et produire ses effets par l'intermédiaire des contraintes logiques.²

Ce qui ne veut pas dire que le type de représentation du monde que les visions idéologiques proposent, soit à la télévision rationnelle ou explicite. Mais du fait que ces représentations sont véhiculées par les modèles logiques de la communication, il devient possible au chercheur d'expliquer rationnellement le fonctionnement de l'irrationalité, qui parfois caractérise le système du contrôle social qu'on trouve à la télévision.

Notre recherche prouve que les stéréotypes idéologiques se révèlent par l'application d'un modèle mosaïque, à l'analyse des traits qui contiennent ces stéréotypes. Celui est le modèle d'ordre qui permet de déterminer les sous-ensembles de combinaisons d'attributs les plus probables et les plus fréquents, par rapport à la variété des sous-

¹ Résumé de la méthodologie et de leurs applications : Manuel MARTIN SERRANO: 1974 "Nuevos métodos para la investigación de la estructura y la dinámica de la Enculturización" Revista española de Opinión Pública. Nº: 37, Págs. 23/83 Madrid.

² Cette hypothèse est développée à Manuel MARTIN SERRANO: « 1977 "La mediación social" Madrid. Edit. Akal. 2008 : dernière édition, commémorative du 30 anniversaire (prologue de l'Auteur)

ensembles possibles. Par exemple théoriquement, on pourrait espérer trouver un rôle décrit par la combinaison des attributs (adulte/ pauvre/idéaliste). Néanmoins, en pratique, ce sous-ensemble est très peu probable parce qu'il y a exclusion entre ces traits: un personnage idéaliste et pauvre ne peut être adulte à la TV. Par contre, l'archétype (passionné-égoïste) est très fréquent. En d'autres termes, chaque attribut détermine la présence ou l'absence des autres.

A partir du répertoire des caractéristiques issues de notre corpus et des règles qui le régissent on aurait pu attendre du point de vue combinatoire un total de 559.871 stéréotypes mosaïques théoriquement possibles. Pourtant, il n'existe que vingt veuf à la télévision. On comprend alors l'extraordinaire degré de stéréotypie des personnages. Ces restrictions à la libre combinaison entre les attributs sont significatives d'un contrôle qui est attribuable à la société.

Dans quatre vingt neuf% des cas, la télévision produit ses récits (les grandes unités du discours qui sont composées d'autant de stéréotypes qu'on voudra) en attribuant aux personnages qui incarnent les rôles l'un des ces vingt neuf types mosaïques.

Pourtant ces vingt neuf stéréotypes ne sont pas les plus élémentaires. Ils se créent à partir de la combinaison d'autres clichés encore plus primaires et moins nombreux. A l'intérieur des vingt neuf structures, il y a des sous-ensembles d'attributs qui se répètent, sous forme de constantes, et que nous avons dénommés « télévisèmes »

Un télévisème représente une liaison codée entre plusieurs attributs du rôle. Il transmet un point de vue constant sur le monde : par exemple : "un rôle intègre doit être nécessairement réaliste", "les intérêts privés sont permis s'ils visent à la satisfaction immédiate des besoins", "la réalisation de l'Ego suppose l'intériorisation des conventions", etc.

Un télévisème équivaut dans les recherches du Prof. Dr. A. Moles à un super-signe culturel. Il est comparable aussi aux *mythèmes* tels qu'ils sont dégagés des travaux de Propp. Nous avons vérifié la constance culturelle des télévisèmes, démontrant qu'ils rendent compte d'autres récits pré-télévisuels. Nous avons par exemple décomposé le célèbre conte "Blanche-Neige" en un répertoire de structures mosaïques élémentaires qui trouvent leur réplique dans quelques unes des structures stéréotypées qu'utilise la télévision elle-même.

Nous avons construit un modèle formel qui établit le type des récits permis par les règles qui contrôlent la création narrative à la télévision. Ce même modèle donne la possibilité, de connaître le type de récits qu'on ne peut pas attendre de la narration télévisuelle. Comme tenue de ces constrictions, l'apparence mosaïque du récit télévisuel dans laquelle il semblerait que tout puisse voisiner avec tout, est fausse. Un nombre très réduit de stéréotypes suffit à construire le répertoire des récits.

Nous avons envisagé l'hypothèse selon laquelle l'apparence mosaïque de la télévision n'est que l'aspect extérieur d'un autre système d'ordonnement de la réalité, plus caractéristique du médiateur iconique. Il s'agirait d'un modèle d'ordre "articulaire", tout a fait semblable au système de la langue. Cette possibilité aurait une importance cruciale si elle se trouvait confirmée par l'analyse. Elle démontrerait qu'au-dessus du discours télévisuel, il existe une langue des images, possibilité fréquemment suggérée par des sémiologues mais jamais démontrée auparavant. Nous avons tenté de vérifier l'existence d'une telle langue à la télévision.

Il n'existe pas dans le domaine des techniques de recherche sociale une méthode qui permettrait d'analyser les processus du contrôle social en tant que langage articulé. Nous avons élargi les méthodes statistiques de la sociologie jusqu'aux méthodes logiques de la linguistique. Notre technique permet d'isoler les différences spécifiques qui existent entre l'ensemble des structures idéologiques du discours télévisuel, et par ailleurs elle ouvre la porte à une analyse articulaire dans la sociologie, semblable aux analyses linguistiques. Nous croyons avoir identifié les composantes, la syntaxe et la sémantique d'une grammaire du discours idéologique à la télévision. Maintenant nous pouvons affirmer qu'il existe dans le sens scientifique du terme, une *langue* iconique propre aux images et que les relations existant entre les codes idéologiques du contrôle social et les récits de la télévision, sont équivalentes à celles qui apparaissent entre une langue et un langage.

Les modèles articulaires ont les contraintes propres à leurs codes. Ces sont la *dissociation* des éléments du discours et leur *articulation*. Ce système d'ordre affecte la formation des récits à la fois sur le plan formel et idéologique. ***Au niveau formel, existent règles que dissocient les éléments du discours en plans, en correspondance aux règles qu'au niveau idéologique, dissocient l'univers des référents en "mondes" ou en "thèmes"***. C'est ainsi qu'on trouvera le plan du "nous", celui des "autres"; de la "science", de l'"art" de l'"actualité", de l'"intemporalité" etc.

Le médiateur peut toujours choisir les stéréotypes du rôle entre lesquels il veut établir des distinctions et les personnages qui vont le jouer, mais il est nécessairement amené à recourir, pour ce faire, à certains traits prescrits. Par exemple s'il veut établir des différences entre le plan des individus "idéalistes" et des individus "réalistes", il doit introduire comme différence pertinente entre les deux plans le fait que, justement, l'individu idéaliste ne peut être accepté et reconnu comme meneur d'un groupe puisque ce trait est spécifique à l'individu réaliste, et la différence de ce dernier.

La simplicité du modèle articulaire montre que l'idéologie du contrôle à la télévision est très redondante. Elle oppose aux narrations des plans qui semblent être distincts. Mais quand nous analysons leur signifié, nous constatons que ces plans sont synonymes; qu'ils contiennent les mêmes traits. Par exemple la télévision se réfère fréquemment au plan des *êtres passionnés* pour l'opposer au plan des *êtres auto-réprimés*. Nous démontrons que ces deux mondes de la passion et de l'autorepression ne s'opposent guère: ils sont complémentaires. On est un passionné à la télévision avec les mêmes traits qui différencient un auto réprimé: on exige que l'un et l'autre soient des rôles intègres dans le groupe.

Un modèle d'ordre articulaire a l'avantage du point de vue idéologique, de présenter une image du monde de laquelle on a éliminé la contradiction. Le modèle articulaire permet de transmettre cette vision du monde: "si deux choses sont contradictoires, il est exclu qu'elles puissent appartenir à la même réalité". Quand une contradiction apparaît dans la réalité, le modèle introduit des plans différents pour chacune. Il y a donc à la Télévision plusieurs réalités, L'articulation rend plus complexe le modèle de la réalité, au lieu d'impliquer le changement de cette réalité.

Voyons à travers un exemple, comment opère le raisonnement dissociatif:

La télévision traite le thème de *la faim* par référence aux enfants du Biafra, et le thème de *la satiété* par référence aux repas en boîte pour chats et chiens. Dans le reportage consacré au Biafra, il ne manque rien, excepté le manque: la faim de ces enfants n'est

pas la négation de la satiété. Elle apparaît comme *un fait* qui ne s'oppose n'a aucun autre: il existe. De même dans le monde, la satiété a une place qu'aucune autre réalité ne conteste. La faim et la satiété, montrées par le même médium en référence au même espace humain et a la même époque, devraient se réclamer l'une de l'autre pour poser un problème des valeurs. Mais dans le modèle leur opposition n'est pas inévitable. Il suffit que ce modèle dispose des dimensions nécessaires pour que la faim humaine et la satiété canine ne choquent jamais - même si elles sont montrées côte a côte.

Nous avons rendu ces codes de formation du discours à la télévision par le biais d'un modèle logique qui englobe toutes les commutations possibles que *la langue* télévisuelle permet, et nous avons donné l'ensemble des discriminations entre les stéréotypes culturels qui existent a l'intérieur de son univers idéologique. Nous avons vérifié que l'articulation que la télévision établit entre les plans auxquels appartiennent "les membres" par rapport aux plans auxquels appartiennent les "non-membres", sert d'axe a toutes les autres distinctions idéologiques.

- Les "membres" sont les rôles ethnocentriques, entendant, par ethnocentrisme l'orientation vers l'endo-groupe dont le rôle fait partie (famille, amis, village, nation, etc.) La volonté de suivre ses valeurs particularistes, l'acceptation convaincue de leur validité et de leur supériorité, le gout pour la position réservée au rôle dans son endo-groupe et la capacité d'être aimé et d'aimer les autres membres de l'endo-groupe.

- Les "non-membres" sont les rôles ouverts aux étrangers, à des critères, coutumes ou normes qui caractérisent les autres groupes.

Ce même type de dissociation qu'on a trouvé dans l'espace social, se reproduit dans le temps social. La télévision établit une discrimination entre des événements "en vigueur" auxquels elle concède la valeur de pertinence pour comprendre la réalité, et des événements "non en vigueur", privés d'avenir, et qui ne concernent pas le présent. Sont en vigueur par exemple, les événements qui se réfèrent a la politique, a la santé; qui ont comme sujet les associations, du type "Nations Unies" "Réal Madrid" qui concernent l'automobile. Ne sont pas en vigueur, par exemple, les événements qui affectent la femme, les enfants, ou les adolescents; les artistes, les travailleurs.

A la télévision le consensus social repose sur l'exclusion des individus et des événements étrangers à l'endo-groupe. Nous montrons que le répertoire des autres articulations sert a renforcer cette dissociation entre le "nous" et les "autres", le "notre" et "les leurs".

Après avoir montré la structure mosaïque et articulaire de l'ensemble des variables, nous avons fait une analyse semblable a l'intérieur de chaque domaine partiel du monde télévisuel. Nous avons dégagé la structure des attributs qui qualifient les rôles; des rapports sociométriques qui les relient; des foyers d'intérêts qui les animent; des normes qui guident leurs comportements; de la réussite ou de l'échec qui découlent des efforts.

* *L'étude des adjectifs qui qualifient les rôles a démontré que les signifiés se distribuent autour de trois stéréotypes :*

• Dans le monde de la télévision, il existe *un stéréotype du rôle "digne de confiance"*.¹¹ travaille dans le seul but d'obtenir tous les jours le renouvellement de la

confianza du groupe. Il évite que la sexualité ne le détourne de ses devoirs. Le contenu du travail et sa finalité ne le concernent pas. Il n'a plus une occupation. Il n'a que des "missions". Cette structure s'applique par exemple au "dirigeant d'entreprise" qui est digne, et aussi amical; au "fonctionnaire" et au "prêtre" qui sont dignes et généreux.

- *Il existe aussi le rôle "énergique"* que nous décrivons comme une réplique moderne du mythe du bon sauvage. Il sert à introduire la force au service de l'ordre établi. Il apporte la sécurité au groupe

- *Il existe, en plus, le rôle "heureux et beau"*. Son contenu nous a rappelé l'archétype de "la cigale qui chantait": il vit pour le plaisir et exclut l'obligation de travailler. Il introduit l'érotisme et le bonheur physique. Les personnages les plus représentatifs sont ceux qui jouent le rôle de "La fille" et "L'épouse".

Nous avons remarqué que le stéréotype "travailleur" a perdu toute dénotation propre. Il n'est qu'un synonyme de "digne de confiance" On travaille à la télévision pour apporter des garanties; pour montrer que le personnage est dévoué envers les normes de son groupe.

De la même façon, la sexualité n'existe pas en dehors des signifiants "heureux" et "beau". Elle est détournée de son rapport avec le plaisir, pour être montrée comme un érotisme qu'on trouve partout; mais qui n'existe nulle part.

Ces changements culturels sur le plan du langage dévoilent une transformation sur le plan des valeurs de notre société. ***La mystique de l'abondance, utopie qui a permis à l'idéologie industrielle de justifier les coûts sociaux et affectifs de l'industrialisation, est déjà absente à la TV qui la remplace par l'anti-utopie de la sécurité.***

Dans une société dont le mythe est l'abondance, les pulsions non dirigées vers la productivité font peur. Son thème défendu, et par conséquent préféré, est le plaisir. Le personnage qui la fascine est celui qui peut s'imposer par le sexe. Dans une autre société orientée vers la sécurité, ce qui terrorise, c'est l'énergie qui ne s'oriente pas vers la perpétuation sociale. Par conséquent son thème préféré sera la violence. Elle sera fascinée par le personnage qui s'impose par la force. Tel est le cas à la télévision où les normes répressives utilisées par la société industrielle pour transformer un individu libidinal en un individu productif, n'existent plus: elles ont été remplacées par d'autres normes qui prétendent nous apprendre comment on peut obtenir qu'un être agressif soit digne de confiance.

* *L'étude des rapports qui existent à l'intérieur des groupes familiaux, laborieux, sportifs ou nationaux, montre qu'il existe deux destins sociaux: celui des rôles dirigeants, ou meneurs, et celui des rôles dirigés, ou comparses.* Ce qui est permis au rôle dirigeant (par exemple l'agression des autres membres du groupe) est défendu au rôle dirigé. Ce qui est exigé du rôle de comparse pour être accepté (par exemple être beau, sportif, se montrer heureux) n'est pas obligatoire pour le rôle de meneur.

Les rapports sont démocratiques dans le groupe lorsqu'il s'agit de participer à certains biens, par exemple la compagnie d'une belle fille, ou les sports; par contre quand il s'agit du pouvoir ils sont hiérarchiques. Certains rôles -les puissants, les influents- décident, tandis que les autres s'enthousiasment. Plus le rôle est générique, moins il a de voix propre et plus il a d'affectivité. L'implication émotive des rôles non-décisifs remplace l'expression des jugements. Ces rôles qui appartiennent au chœur, approuvent ou désapprouvent, encensent ou détestent. C'est ainsi que les travailleurs "collaborent",

"*expriment leur confiance*", "*attendent*", alors que le ministre "*informe*", "*dément*", "*projette*". L'idée de participation signifie a la télévision non pas le droit d'exprimer des opinions propres ou des intérêts propres, mais le droit d'exprimer les sentiments éprouvés par les décisions des leaders.

* *L'étude des foyers d'intérêt qui s'offrent au rôle, montre qu'il n'existe pas de différences spécifiques entre les divers désirs à la télévision. Le choix entre suivre un objectif vital dans la vie, ou un autre, est impossible du fait que les limites entre ces alternatives sont effacées. Le rôle peut poursuivre n'importe quel objectif dans la vie a condition toutefois d'en poursuivre plus d'un. Ils veulent obtenir en même temps tout un ensemble de choses analogues. Ce type d'insatiabilité n'instaure pas l'abondance mais la redondance.*

En tout cas les institutions qui permettent aux acteurs qui jouent les rôles de suivre leurs aspirations, sont la guerre, les sports, la noblesse, ou le sexe.

* *L'analyse des valeurs exprimées par les comportements des personnages, nous montre qu'on utilise à la télévision un modèle axiologique dissociative: On essaie de décourager la vision idéaliste de la vie, pour imposer une vision réaliste. Ce qui différencie le personnage qui guide sa conduite selon des normes idéalistes, du personnage qui ajuste sa conduite a des normes réalistes, est que l'idéaliste sera puni par l'échec, alors que le réaliste réussira toujours.*

Un deuxième partage s'établit entre les valeurs qui encouragent un comportement impulsif et les valeurs qui proposent un comportement discipliné. Le personnage discipliné, qui renonce au plaisir immédiat en visant des objectifs plus lointains, est condamné a l'échec, tandis que le personnage impulsif est gratifié du succès, du plaisir, de la satisfaction sexuelle.

Rapprochons ce choix de valeurs des normes transmises par les livres de lecture scolaires des années cinquante. Une fillette "la méchante Juanita", représentait l'impulsivité et déclenchait malheur et châtement. Par contre "la bonne Juanita" qui réprima ses désirs d'aujourd'hui, était récompensée de son sacrifice. Ces valeurs étaient caractéristiques de la petite bourgeoisie espagnole. Elles ont marqué l'éducation de notre enfance. Mais elles se sont inversées à la télévision. Tandis qu'aujourd'hui c'est l'impulsivité de la méchante Juanita qui est récompensée, alors que la discipline de la bonne Juanita" est punie par l'échec.

Des nombreuses données prouvent que la télévision n'a pas transposé simplement l'idéologie de la société industrielle. Nous avons essayé de vérifier si la structure normative de la télévision correspondait à la structure normative d'une société industrielle, telle qu'elle est décrite par Parsons et d'autres auteurs.

Nous avons démontré que les normes existant a la télévision sont parfois propres a une société bureaucratique, parfois propres a une société charismatique. Les Médiateurs ont axé les comportements gratifiés autour du particularisme et de la compulsion. Par contre, l'universalisme et le pragmatisme, qui d'après Parsons sont les valeurs caractéristiques d'une société industrielle, comme par exemple la société américaine, apparaissent rarement. Et pourtant la société espagnole est bien une société industrielle. On pourrait penser que ce décalage est une particularité de la télévision

espagnole. Mais l'analyse indépendante du corpus procédant de la télévision américaine, pays archétype d'une société industrielle, donne les mêmes résultats.

L'institution archétypique qui est axé autour des normes bureaucratiques, c'est la Justice. Celle axé autour des normes charismatiques, c'est la Télévision elle-même. La Politique et la Religion sont valorisés par le recours a des normes pragmatiques. Ainsi, le personnage qui joue le rôle de révolutionnaire de même que celui qui incarne le rôle de contra révolutionnaire, sont, tous les deux, pragmatiques: sont également pragmatiques et non dogmatiques les comportements des hiérarchies religieuses.

Nous devons nous demander si le modèle idéologique montré à la télévision est celui d'une société industrielle, ou celui d'une autre organisation sociale qui l'aura dépassé.

Certaines caractéristiques fondamentales du modèle de rôle dans la société industrielle sont opposées aux caractéristiques fondamentales du *modèle* de rôle à la télévision:

-La société industrielle repose sur l'universalisme. La télévision est enracinée dans le particularisme.

-La société industrielle exige la neutralité dans les affectations. La télévision impose l'affectivité.

-La société industrielle est un système d'approbations. La télévision offre l'amour à la place du prestige.

-La société industrielle définit les passions comme action productive. La télévision les définit comme de la passivité.

-La société industrielle propose des ambitions irrépressibles qui visent de plus en plus haut. A la télévision, l'ambition est seulement la soumission sans altruisme.

-La société industrielle stimule l'initiative grâce à la concurrence. La télévision rejette l'initiative: un concurrent lutte contre les normes étrangères à son groupe, et non contre les autres membres du groupe.

-La société industrielle justifie l'efficacité par la direction scientifique, et non par l'existence d'hommes exceptionnels. La télévision fait reposer la sécurité sur l'action de leaders charismatiques.

-La société industrielle propose l'hédonisme comme mobile du comportement. La télévision propose la sécurité.

-La société industrielle craint la sexualité. Elle la soumet a la productivité. La télévision la considère comme un lien ethnocentrique, elle la libère de la productivité, en la mettant au service du consensus. Elle l'offre comme une technique de relations humaines, en démocratisant l'érotisme, qui passe du domaine de la satisfaction privée à celui des activités collectives.

Nous avons essayé de rendre compte de l'ensemble de ces observations sous la forme d'un récit mythique. En partant de la dissociation "membre//non membre" qui était à l'origine de toutes les autres dissociations, nous proposons l'idée que la télévision ouvre un nouveau cycle mythique. Si la société industrielle a été décrite d'après l'élan du mythe de Prométhée, la société que nous présente la télévision peut être décrite d'après le mythe d'Abel, "celui qui reste toujours sous le regard du père".

Il ne s'agit plus de rapporter le feu au foyer, mais de le conserver. Il ne s'agit pas non plus de l'innovation ou du départ : il s'agit de la reproduction, de la stabilité et de la sécurité. Une société dans laquelle les media ont perdu le droit à la créativité. ***Nous ne décrivons plus le monde que nous propose la télévision, comme la société de l'abondance, mais comme celle de la redondance,***

Dans une société "redondante" que donne à la routine une prédominance absolue, et où n'est digne de confiance que ce qui se reproduit suivant les codes, seul le hasard est créatif. Notre société bureaucratique-charismatique en identifiant la sécurité au redondant et au programme, a dû céder au hasard le rôle de création de la nouveauté. En ce qui concerne l'utilisation des moyens de communication, cette société a comme unique source d'originalité, le hasard. En conséquence, seul est neuf et digne d'être communiqué, l'événement fortuit; mais seul est objectif et important l'événement codifié.

Dans cette culture, les media jouent le rôle des augures. Une fois étudié l'événement encore palpitant, ils interprètent ce qui parvient en fonction du répertoire immuable des signifiés idéologiques. *Ils font une contre-prophétie: voila que l'inattendu vient confirmer ce qui est déjà connu.*

Les média de communication de masse sont pris entre la pauvreté d'un système codifiant, incapable d'innovation, et le caractère provisoire d'un hasard toujours remis en ordre. Ils se comportent vis à vis de l'information comme Pénélope avec son métier à tisser. Informer, c'est tantôt présenter l'événement imprévu comme prévisible, tantôt présenter comme imprévu l'événement prévisible. C'est avoir recours aux codes lorsque l'événement est trop original et traumatisant, c'est reconstruire les codes lorsque l'ordre est trop banal et monotone. *Dans l'activité de la télévision comme dans le travail de Pénélope il se passe beaucoup de choses mais presque rien ne change.*

La vérification du fait que la télévision est utilisée pour garantir la stabilité des codes d'ordre qui fondent le consensus et le contrôle social, nous a amenés à repenser la théorie de l'information, du point de vue de la praxis de la communication. ***Nous avons montré que la communication par le medium télévision a pour but principal, non pas l'information sur les référents de la réalité, mais la reproduction des codes mêmes.***

Dans le message de la télévision, on ne discute pas les codes, le récepteur restant libre d'accepter telle ou telle image comme illustration du code. Telle est la communication de caractère idéologique et ce qu'on trouve à la Télévision.

Alors nous nous sommes demandés quelle était l'explication des deux séries de conclusions de notre recherche, à savoir:

- * D'une part pourquoi le modelé idéologique d'une société industrielle a souffert de changements aussi importants
- * D'autre part, pourquoi la praxis de la communication par des images s'oriente vers la transmission des informations axées sur les codes, et non sur les référents.

Nous proposons d'expliquer cette situation par l'existence d'un conflit entre l'innovation permis par le système de communication iconique et les contraintes qui caractérisent une culture abstraite pré iconique.

La télévision permet une connaissance des faits directe, simultanée et sans interprètes. Une idée approximative de ce qui pourrait être l'emploi de la télévision comme moyen d'exploration de l'événement nous est suggérée quand, par hasard, elle capte un fait "hors programme", comme ce fut le cas dans la scène de l'assassinat d'Oswald au commissariat de Dallas. Dans cette perspective, la télévision sera un polycopier de l'événement, alors qu'aujourd'hui elle est souvent la partie terminale, la vitrine de l'atelier de production des programmes.

Ce possibilité est inédite dans notre culture pré-iconique, mais surtout elle est conflictuel avec ses traits caractéristiques. Une culture qui ne peut montrer des images est obligée d'avoir recours à des symboles artificiels. Ces signes supposent l'existence d'un répertoire de codes abstraits qui contient des stéréotypes partagés. Cette stéréotypie ou redondance de la culture pré-iconique se reproduit à tous les niveaux de la vie sociale, au niveau des clichés cognitifs (préjugés), des comportements routiniers (habitudes), des intérêts prescrits (motivation), des relations conventionnelles ("bonne éducation") des cadences programmées (organisation scientifique du travail).

La préservation de ces stéréotypes et leur répétition redondante est la condition même de l'unité culturelle et par conséquent le but le plus important des institutions éducatives. Alors que les signes iconiques de la télévision servent à *montrer* les faits les signes artificiels de la culture abstraite servent à *démontrer* : ils ont été établis pour transmettre conceptions consensuels de la réalité à des individus qui ne verraient jamais les événements de leurs propres yeux. Ce qui explique que la plupart des signifiants culturels stéréotypés soient des signes produits pour jouer le rôle de des images.

Les symboles abstraits sont le fondement du consensus culturel dans nôtres sociétés: par exemple du langage écrit. Ils renvoient à des codes particuliers que l'émetteur et le récepteur doivent apprendre, partager et accepter pour avoir l'accès à l'information.

L'analphabète ne peut recevoir d'information sur l'aspect de la terre, par le moyen des symboles du livre, puis qu'il en ignore les codes. En revanche, s'il voit les images de la terre par satellite, il peut utiliser les codes généraux qu'il connaît pour comprendre l'information. Si, du point de vue du contrôle social, nous analysons les conséquences de l'existence d'un médium qui montre directement d'images "index" de la réalité, qui coïncident avec l'apparition de l'événement lui-même, nous remarquons que le "contrôleur" a perdu, avec l'apparition des "index" dans la communication, le contrôle sur les référents. On peut décrire dans la presse par exemple le comportement des ouvriers au cours d'une grève de beaucoup façons, incluses les fausses. Le référent qui permettra la vérification manque au lecteur. Mais on ne peut falsifier les référents (dans ce cas, le comportement réel des ouvriers), s'ils sont montrés par les images aux télévisions telles qu'ils déroulent. Le contrôle social confié à la communication,

auparavant assuré pour le domaine des référents dans la société pré iconique, a été forcé de se déplacer à la préservation des codes qui servent à donner leur valeur aux faits.

La société pré-iconique défend sa culture contre le nouveau mode de communication iconique en appliquant à la télévision un code de médiation abstrait, -le code articulatoire que nous avons décrit- appris dans la pratique de la presse, pour traduire les signes index en signes artificiels. Notre époque est celle des traducteurs. La télévision se limite à l'illustration en images une culture pré-iconique.

Et pourtant, la télévision peut être le médium d'une culture nouvelle fondée sur l'image. Il y a dans l'image une possibilité de communication intégrale à la fois affective, rationnelle et esthétique qui peut se passer de la conception abstraite et instrumentale de la réalité. Les images "index" sont instruments culturels, aptes à se substituer au système logico-abstrait des symboles, pas simplement comme un système connotatif parallèle au système de signes abstraits (l'utilisation actuelle), mais comme un système dénotatif novateur.

D'un autre point de vue, le langage des images est le plus universel, il n'est pas réservé à une élite culturelle, à un groupe ethnique ou linguistique. La portée et la diffusion des images n'ont pas de frontières, si elles ne sont pas imposées. On comprend que les images aient pénétré dans une société stratifiée comme le cheval de Troie.

Si la télévision n'était pas technologiquement un médium susceptible de rompre avec le localisme, le système de mise en ordre dissociatif et ethnocentrique qu'emploie la société vis à vis des images, nous semblerait dépourvu de finalité. La technologie de l'image universelle dans tous les sens du mot, se trouve être une menace évidente pour une organisation sociale en retard par rapport à ses instruments. *Ce décalage entre un instrument qui ouvre les événements du monde à tout les gentes et une organisation qui les ferme, se pose en termes d'ethnocentrisme/versus/exocentrisme.*

L'idéologie que transmet la Télévision nous apparaît alors comme un contrôle pour nier le médium lui-même, Découle d'une stratégie de production communicative, visant à enfermer d'une représentation ethnocentrique du monde, tout ce que la télévision ouvre par ses possibilités techniques lorsqu'elle montre le monde. ***L'institution Télévision a pour objectif fondamental d'annuler le médium télévision.***

Ce système d'ajustement qui vise à préserver la stabilité et la sécurité, est dysfonctionnel et à long terme ne garantit pas la reproduction de l'organisation sociale industrielle parce que cette dernière a été conçue pour agir dans un milieu qui tend à l'ouverture, à l'expansion. D'autre part, il impose un modèle d'ordre étranger à celui qui pourrait être adopté dans une société iconique future. *Nous sommes peut-être en train de vivre une période de transition historique équivalente à celle où l'imprimerie a remplacé les écrivains publics.* De la même façon que la société médiévale a essayé de perpétuer sa culture "d'autorités" en traitant le moule en manuscrit, de même notre société industrielle est peut-être en train de transformer l'image en moule, en cliché, en stéréotype. Nous n'avons pas la distanciation historique nécessaire pour savoir si, dans les alvéoles de notre monde industriel, est en train de se constituer une nouvelle société qui prendrait appui sur nouveaux media index, comme la Télévision, pour développer

des rapports sociaux fondés sur un ordre qui n'aura plus besoin ni de le particularisme, ni de la dissociation ni de l'abstraction.³

* * *

En conclusion, nous proposons des directions de recherches ouvertes à partir de ce travail:

- Sur le plan méthodologique, traiter un concept sociologique, "le rôle", comme un concept linguistique, "le signe" s'est révélé fécond. Le rôle défini comme le signifiant culturel qui supporte le répertoire de signifiés du discours idéologique, est une unité d'analyse sociale susceptible de traitement sémiologique, sans qu'il ne perde rien de son caractère de stéréotype culturel à travers lequel s'exprime l'idéologie.

- La synthèse entre linguistique et sociologie que nous avons tentée, permet au sociologue d'employer une méthodologie déjà consolidée par les linguistes. Le travail que nous avons mené avec la Télévision, est généralisable à d'autres médiateurs culturels. Il est possible d'établir des comparaisons, par exemple entre les médias à un niveau syntactique et sémantique, à partir de notre méthodologie.

- Une autre comparaison reste à faire. Il existe un autre médiateur qui opère avec les données de la réalité de la même façon que la télévision. C'est le destinataire des images. En comparant « le discours » de la télévision avec « le discours » des téléspectateurs, en appliquant aux deux le même type d'analyse, on rendrait opérationnelle la recherche sur une question qui jusqu'à présent a été traitée de façon insatisfaisante, le problème de l'influence du médium dans la culturisation. Nous mêmes, comme prolongement logique de la voie que nous avons commencé à tracer, cherchons à mener à bien la tâche dans un projet déjà très avancé qui a été décrit dans les pages de notre thèse.⁴

- En outre, nous avons attiré l'attention sur les ressemblances surprenantes qui existent entre les unités les plus petites du langage de la télévision (les télévisèmes), et les unités élémentaires d'autres langages, par exemple les mythèmes de Propp. Il serait très intéressant de réaliser à partir de nos méthodes, une révision du corpus de Propp, pour connaître les constantes culturelles qui ont résisté au passage du discours oral (les contes) au discours iconique (la télévision).

- Du point de vue de la connaissance de la Télévision comme institution culturelle médiatrice, ***nos résultats confirment l'hypothèse que nous avons proposée: dans les médias la coercition sociale passe par la contrainte logique qu'introduisent les codes de la communication.***

Nous avons prouvé que la diminution des coercitions idéologiques, requerrait une réduction des contraintes formelles. Le téléspectateur ne sera pas plus libre ni plus créatif si le médium incrémente la diversité des contenus, sans que y développe la diversité des codes. Cette vérification n'est pas une découverte, mais une redécouverte, si on nous permet une généralisation, d'une certaine portée pour la théorie sociale: *nous avons redécouvert au niveau de l'information que les libertés formelles sont <aussi le*

³ Développé a: Manuel Martín Serrano 1986 "La producción social de comunicación" 1ª edición. (1993: 2 eme. edición recue; 2004, 3 eme. edición recue ; 2009 reimpression) Madrid, Alianza Editorial

⁴ Développé a: Manuel Martín Serrano 1981 "Los usos de la comunicación social por los españoles" Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

présupposé des libertés réelles, comme l'affirment les humanistes et comme l'avait oublié la sociologie empirique.

• *Du point de vue de la structure du modèle de contrôle social, notre apport a consiste a montrer les contraintes qui réduisent la variété possible du présentations du monde quand on utilise un médium de communication pour détruire le type de communisation ouverte que le médium lui-même rend possible. Dans la mesure où le chercheur facilite la tâche qui permet de distinguer les nouvelles vérités possibles des lieux communs usés, et les nouvelles visions créatrices sur le monde des routines fossilisées il peut aspirer à occuper une place modeste d'agent de la communication et du changement social. Il restera à analyser ce que de telles restrictions peuvent avoir d'inutile. Et ensuite, à présenter le système d'options qui pourraient ouvrir la culture à la créativité, et les conditions de leur réalisation. Ce travail n'est pas a la portée d'un chercheur, mais d'une société maîtresse de ses choix et de sa culture.*

Notre travail se situe dans l'antichambre d'une culture iconique dont nous pouvons annoncer la venue, sans pouvoir la décrire. De l'autre côté du petit écran, nous attend peut être une utopie culturelle très différente de la contre-utopie que les images sont contraintes de reproduire actuellement.⁵

Strasbourg, 4 Juillet 1974

⁵ Développé a: Manuel Martín Serrano 1986, 1993, 2004 "La producción social de comunicación" (Opus cit.)