

Bazin, la télévision et nous

Pierre Barrette

Number 143, September 2009

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/25182ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (print)

1923-5097 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Barrette, P. (2009). Bazin, la télévision et nous. *24 images*, (143), 34–35.

BAZIN, LA TÉLÉVISION ET NOUS

par Pierre Barrette

QUAND LES PROGRAMMES RÉGULIERS DE LA TÉLÉVISION VOIENT LE JOUR au début des années 1950, André Bazin est un critique de cinéma très respecté, corédacteur en chef des *Cahiers du cinéma* qu'il a fondés quelques années plus tôt, auteur de quelques études importantes d'ontologie du septième art, publiées notamment dans la revue *Esprit* et reprises pour la plupart au moment de la publication de *Qu'est-ce que le cinéma?* Cela, beaucoup de gens le savent, la notoriété de Bazin comme penseur du cinéma ayant depuis largement débordé le milieu français de la critique, ce qu'atteste en outre la biographie intellectuelle que Dudley Andrew lui consacrait en 1990. Ce qui est beaucoup moins connu, par contre, c'est que Bazin fut en ces années de genèse de la télévision un observateur passionné de ses premiers programmes doublé d'un téléphage boulimique, un amateur qui regardait tout ce qui passait au petit écran et qui fit part, à chaud, dans divers revues et magazines (souvent des publications plus « populaires »), de ses impressions sur le média naissant.

Il a ainsi fourni, dès 1952 et jusqu'à sa mort en 1958, plus d'une centaine de textes sur la télévision qui dénotent, outre l'acuité habituelle de son regard, une étonnante et assez extraordinaire capacité de saisir ce qui, dans les balbutiements du petit écran, annonçait ses développements futurs¹. On pourra s'étonner en effet de reconnaître, dans les prescriptions qu'il formule à l'intention des concepteurs de programmes, certains des traits fondamentaux de la télé-réalité (!); bien entendu, cela ne revient pas pour autant à proposer que Bazin aurait souhaité ou annoncé le phénomène 40 ans à l'avance, mais, plus logiquement, qu'il avait fort bien saisi la spécificité du média télévisuel, spécificité (par rapport au cinéma, au théâtre, à la littérature) dont la télé-réalité est possiblement aujourd'hui la manifestation la plus éloquente.

COMPRENDRE LA SPÉCIFICITÉ DU MÉDIA

Le critique *ordinaire* de la télévision, surtout durant les premières années de son existence et *a fortiori* en France où elle prend une décennie de plus qu'ici à s'implanter durablement dans la majorité des foyers, reproche habituellement au média tout ce qu'il n'est pas, tout ce qu'il ne *fait* pas : la télévision n'est pas le véhicule exemplaire de la

culture que certains auraient souhaité, elle n'a pas la capacité du cinéma de nous hypnotiser ni celle du théâtre de nous mettre en présence des acteurs, bref elle pêche par ses limites, et ce qu'elle propose en contrepartie est souvent excessif : trop populaire, trop violent, trop commercial, trop démagogique, etc. Bazin s'élève radicalement contre cette prise de position, et rappelle pour mémoire à tous les zélotes de la comparaison le dédain persistant qui caractérisait l'attitude des gens de la bonne société, artistes et intellectuels en tête, à l'égard du cinéma naissant (Hugo Münsterberg, l'un des premiers théoriciens du cinéma, raconte dans la préface de son ouvrage *The Photoplay* (1916) les stratégies qu'il devait mettre en œuvre pour ne pas être vu par ses concitoyens quand il entrait dans une salle de cinéma...). Les dispositions de Bazin sont très différentes, et il adopte à l'égard du nouveau média un pragmatisme rare : le début des années cinquante en France n'étant pas une période particulièrement riche en grandes dramatiques de prestige – il faudra attendre le tournant des années 1960 pour les voir fleurir –, c'est au florilège des genres considérés comme mineurs qu'il s'intéresse : émissions médicales, retransmissions sportives, documentaires sur les animaux (mais on connaît sa prédilection pour le sujet...),

jeux télévisés, émissions pour enfants, etc. Son plaisir le plus évident, même s'il n'aime manifestement pas tout, est de tout regarder, et de s'appliquer à rester « constructif », c'est-à-dire ouvert et patient : après tout, le média est si jeune...

Mais cette attitude « bienveillante » ne l'empêche pas d'être parfois sévère et de stigmatiser par exemple « la bêtise congénitale » de certains animateurs, la démagogie d'une émission de variétés, la vulgarité d'un feuilleton ; ce n'est jamais *en soi* qu'une émission ou un type de programme est jugé mauvais, mais parce qu'ils s'accordent mal aux contraintes du petit écran, qui sont pour lui très différentes de celles du cinéma. Aussi, pour Bazin, la télévision se juge-t-elle à l'aune des traits fondamentaux qui lui sont propres, ce qui devrait nous forcer pour de bon à renoncer à utiliser des critères formels venus de la connaissance d'autres médias pour l'apprécier et la critiquer. Alors que le cinéma est un art de l'empreinte, de la reproduction objective de la réalité – *ça a été là* de la photographie dont le septième art constitue le prolongement –, la télévision est par excellence celui de l'ubiquité et du contact : en fait, elle est pour le célèbre critique l'art du *direct*, l'art de la *présence* et, enfin, l'art de l'*intimité*.

AIMONS L'IMAGE QUE JAMAIS NOUS NE VERRONS DEUX FOIS... L'ÉMOTION DU DIRECT

Le caractère fondamental de l'image télévisuelle, c'est d'abord l'émotion que procure le direct : même imparfaite, et en partie certainement parce qu'elle laisse transparaître les tâtonnements de la réalisation, cette image procure au téléspectateur l'impression de « participer à la création de l'émission ». Umberto Eco reviendra quelques années plus tard sur cette question (dans *L'œuvre ouverte*), et postulera même que la prise de vues en direct, en tant que phénomène absolument propre à la télévision, est la seule qui soit susceptible d'apporter quelque chose de neuf à la réflexion générale sur l'esthétique. C'est

là un sentiment que semble partager Bazin, notamment lorsqu'il affirme que « découvrir l'image à sa naissance » constitue l'aspect primordial de l'expérience télévisuelle, celui aussi qui en colore l'émotion propre, émotion qui semble moins dépendre pour lui du fait d'assister en simultané au déroulement d'un événement qu'au sentiment « très fort » d'être engagé dans le processus même de la retransmission. Clairement, donc, la question de l'implication du spectateur et l'idée concomitante que l'on a affaire ici à un outil de communication plutôt qu'à un « art » proprement dit sont essentielles pour Bazin.

Les deux autres caractères « ontologiquement distincts » de la télé découlent de ce fait premier. Dans la mesure en effet où le direct rend possible une sorte très particulière de face à face (il est là, je le vois, il me parle), la *télé-vision* est aussi *télé-présence*, elle confère d'emblée à la qualité des rencontres qu'elle suscite une grande importance. Bazin nomme

télégénie (comme dans photogénie, on l'aura compris) l'aura particulière qui affecte la présence de certains êtres à la télévision, leur capacité – car c'est expressément cela qui

DÉCOUVRIR L'IMAGE
À SA NAISSANCE
CONSTITUE L'ASPECT
PRIMORDIAL DE
L'EXPÉRIENCE
TÉLÉVISUELLE.

importe pour lui – à révéler une *authenticité humaine* ; c'est aussi ce qui lui permet d'avancer que c'est en tant qu'art du témoignage personnel et de la révélation individuelle que la télévision s'affirme. D'où son troisième caractère spécifique : les conditions propres de la réception télévisuelle permettent de produire mieux que tous les autres médias une impres-

sion de proximité, vécue dans bien des circonstances comme une *intimité*. À propos du couronnement de la reine d'Angleterre, Bazin écrit en effet : « La télévision nous a permis de vivre des heures dans l'intimité d'une reine, je dis bien son intimité, d'abord parce que la télévision divisait le spectacle en millions d'images individuelles ».

« Primauté du direct », « implication du spectateur », « authenticité », « télégénie », « proximité », « intimité » ; pour peu, on croirait lire une description de ces émissions très contemporaines que l'usage nous fait aujourd'hui désigner du nom de télé-réalité. Le parangon du genre, ce *Big Brother* décliné ici sous le titre de *Loft story*, ne réunit-il pas en effet l'ensemble de ces traits ? Car que propose vraiment la télé-réalité ? Une expérience de télévision qui d'adresse au téléspectateur directement, sans la médiation habituelle de la fiction, en donnant l'impression – souvent fautive, mais impression quand même – d'un direct qui saisit des moments authentiques de l'intimité d'un groupe de jeunes gens choisis avant tout pour leur télégénie... L'habillage hautement caricatural de ces émissions, la vulgarité commerciale de leurs desseins, leur goût pour des candidats propres à interpeller un public jeune (les très jeunes téléspectateurs, on le sait, sont particulièrement friands de télé-réalité) constituent autant d'écrans qui brouillent en fait l'ingéniosité d'un dispositif qui exploite au plus près les particularités de la télévision.

Ce que Bazin, grâce à une perspicacité hors du commun, désignait comme les propriétés d'un média à une époque où ce média n'existait pas encore tout à fait, c'est donc très exactement son essence, essence qui trouve bien entendu à s'incarner dans une pluralité de formats mais que la télé-réalité, c'est le sens pour nous de son extraordinaire popularité aujourd'hui, sert de façon spécialement efficace. Moins qu'un genre en soi, la télé-réalité est donc l'aboutissement d'une logique communicationnelle propre à la télévision, logique qui va s'immiscer progressivement au cœur de la plupart des programmes. ■

1. Les textes en question n'ayant jamais été publiés en anthologie et leur disponibilité ici étant réduite, pour ne pas dire nulle – à l'exception des quelques textes que Bazin a consacrés à la télévision dans les *Cahiers du cinéma* –, je me réfère à l'excellente présentation qu'en fait Gilles Delavaud dans son texte « Bazin, critique de cinéma » (dans *L'œil critique. Le journaliste critique de télévision*, sous la direction de Jérôme Bourdon et Jean-Michel Frodon, coll. Médias Recherches, Bruxelles, De Boeck Université-Bruxelles : INA, 2003).



André Bazin et son chat