

Juste une image Demandez le programme

Thierry Horguelin

Numéro 49, été 1990

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/24209ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (imprimé)

1923-5097 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Horguelin, T. (1990). Juste une image : demandez le programme. *24 images*, (49), 62–62.

DEMANDEZ LE PROGRAMME

par Thierry Horguelin

Il paraît que les téléspectateurs n'aiment pas les sous-titres. Pourtant, c'est fou ce qu'il y a de choses à lire à la télé: les cours de la bourse et les sous-titres des reportages au téléjournal, les logos des chaînes, les slogans des spots publicitaires (presque toujours écrits sur la dernière image), les paroles des chansons dans des clips de plus en plus nombreux, etc. D'ailleurs nous sommes, dit Deleuze, passés de l'ère du *visible* à l'ère du *lisible*. Au cinéma, de l'ère du *plan*, qui donnait à voir, à celle de l'*image*, référentielle, cinéphilique ou publicitaire, où tout est déjà vu. Il y a de moins en moins à regarder, de plus en plus à décoder.

Commentant un photogramme d'un beau clip de New Order, *Bizarre Love Triangle*, une petite légende, dans le dernier numéro de *24 images* (p. 46), le redisait à sa façon: «À la limite de l'illisible, cet œil vous regarde pendant un trentième de seconde.» Mais ces images, qu'on a de moins en moins le temps de voir, sont contemporaines des magnétoscopes et de la touche «arrêt sur image» qui permet à chacun de les lire comme bon lui semble et de se faire chez soi son cinéma personnel. Un enfant de cinq ans qui allume la télé reconnaît instantanément la nature des images qui s'offrent à lui. Nous sommes devenus d'excel-

lents petits décodeurs.

Le monde des médias, le monde tout court, est régi par une logique de programmation, maître-mot (avec ceux d'information et de communication, qu'il recouvre) des temps actuels: des logiciels informatiques à l'image électronique qui, bientôt numérique, sera elle aussi composée de bits. Il n'y a plus, se plaint Godard, de vrais producteurs de cinéma mais les «industries de programmes» prolifèrent et elles ne fabriquent plus des films mais des «produits culturels». Les meilleurs clips fonctionnent comme des programmes miniatures reposant sur une idée forte qu'ils déclinent et épuisent en trois minutes. Quand ils ne ressemblent pas carrément à une bande-annonce interminable, de plus en plus de films ne sont que le maillon faible d'un vaste programme plus vaste qui les englobe (campagne de promotion autour d'un «concept», commercialisation de produits dérivés). La télé programme des émissions et on programme à son tour son magnétoscope pour les enregistrer pendant qu'on est sorti (au cinéma, par exemple).

De là, sur fond d'amnésie («La télé, dit encore Godard, ne produit pas de mémoire mais de l'oubli.»), un nouveau rapport aux images, où le stockage remplace la mémoire: les données s'entassent sur nos disquettes et les cassettes s'empilent dans nos magnétothèques (beaucoup avouent d'ailleurs ne pas trouver le temps de visionner tout ce qu'ils emmagasinent). L'image change de statut. Elle n'est plus

cette projection d'ombre et de lumière, tremblante et incertaine, où le sens n'en finissait pas de glisser, de se perdre et de se retrouver (on appelait «mise en scène» l'art de ces glissements). Elle s'est réifiée. Elle est devenue une *chose* à deux dimensions, manipulable à merci – les génériques télé adorent retourner les images comme des cartes à jouer, ou les faire surgir de n'importe quel point de l'image précédente.

Heureusement, la machine a aussi ses grains de sable et ses ratés. Les virus grignotent les logiciels et l'informatisation des cotes de la Bourse n'est pas étrangère, paraît-il, aux récents krachs (ainsi, il n'est pas jusqu'à l'argent qui ne soit devenu une fiction immatérielle, traduisible en flux électriques). Quoi qu'en pensent les heureux gourous de l'information, qui se rêvent transparents, parfaitement lisibles, sans zone d'ombre, le malentendu structure toute communication et on ne se parle qu'à même les équivoques du langage social. Récemment, un merveilleux petit film, *Shocker*, de Wes Craven, a tiré les conséquences burlesques de ces dérèglements. Mais c'est à Nanni Moretti, dans le superbe *Palombella Rossa*, qu'il est revenu d'inquiéter l'euphorie aseptisée des médias. De rappeler, par exemple, que, naguère politique, aujourd'hui médiatique, la programmation est affaire de pouvoir et de langue de bois. ■

Dans le monde des médias, le régime de la programmation bouleverse les modes d'emploi de l'image.