

La mission culturelle de la télévision publique de 1993 à 2017 : une approche sémiologique

The cultural mission of public television from 1993 to 2017: a semiological approach

La misión cultural de la televisión pública de 1993 a 2017: un enfoque semiológico

Article inédit, mis en ligne le 30 novembre 2018.

Cet article est issu d'une communication au XXI^e congrès 2018 de la SFSIC, Paris, 13-15 juin 2018. Cette communication a reçu le deuxième prix du jeune chercheur (ex-aequo).

Lucie Alexis

Lucie Alexis est Maîtresse de conférences à l'Institut Français de Presse, à l'Université Paris II Panthéon-Assas, au sein du laboratoire CARISM. Elle a soutenu en novembre 2017 une thèse intitulée « Réponses à la mission culturelle de la télévision publique. Analyse sémiologique des rapports institutionnels, des figures de l'artiste et des écritures numériques à France Télévisions (1993-2017) ». lucie.alexis@u-paris2.fr

Plan de l'article

Introduction

Cadrage méthodologique et démarche d'écriture en *mouvements*

Des méthodologies adaptées à des corpus hétérogènes

Une démarche en *mouvements*

Premier *Mouvement* : la culture de la télévision publique dans les écritures institutionnelles

Choix du corpus

Appropriation du genre du rapport : ethos et lien hiérarchique avec le commanditaire

Une vision plurielle de la *culture de la télévision de service public*...

...mais basée sur des principes récurrents

Deuxième *Mouvement* : figures et portraits d'artistes. La culture dans des dispositifs d'émissions de plateau diffusées en fin de soirée

Choix du corpus

Une approche par le genre télévisuel : trois émissions, trois promesses

On n'est pas couché, la culture en talk-show. L'artiste en promotion au cœur d'une mise en scène de l'actualité culturelle et politique

Ce soir (ou jamais !), l'actualité en débat. L'autorité de l'expérience singulière de l'artiste

Des mots de minuit, l'artiste en créateur au sein d'un dispositif d'écoute

Une vision commune de l'artiste

Entre culture consacrée et « médiacultures » : la place de l'artiste dans une convergence de conceptions de la culture

Troisième *Mouvement* : les écritures numériques de la culture à France Télévisions

Une démarche « composite »

Les « nouvelles écritures » au service de la culture ? Étude de cas : un dispositif « transmédia » autour de la pièce Théâtre sans animaux

La boîte à culture de France Télévisions : une manifestation numérique de la culture de la télévision publique

Le geste graphique pour envisager la recherche en Sciences de l'information et de la communication : liens et graphies entre culture et télévision publique

Conclusion

Références bibliographiques

Résumé

Dans cet article, nous présentons les résultats de notre travail de recherche doctorale autour de la mission culturelle de *France Télévisions*. L'objectif était d'identifier les moyens par lesquels *France Télévisions* produit une cohérence en matière d'expériences culturelles. Nous avons proposé un parcours chronologique, principalement inscrit dans une perspective sémiologique, qui associe une analyse de la communication des institutions publiques, une sémiologie des émissions télévisuelles et des écritures numériques. La *culture de la télévision de service public* se nourrit à la fois d'une conception majoritairement marquée par les mécanismes de consécration institutionnelle, d'une attention portée aux productions des industries culturelles et aux « médiacultures » et tend à s'élargir au travers d'expériences numériques. C'est d'une conjugaison de cet ensemble d'éléments sur un mode propre que procède la *culture de la télévision de service public*.

Mots clés

France Télévisions, programmes télévisuels, culture, industries culturelles, rapport institutionnel, nouvelles écritures audiovisuelles.

Abstract

In this article, we present the results of our research on the *France Télévisions's* cultural agenda. The aim is to identify the means by which *France Télévisions* produces coherence in terms of cultural experiences. A chronological analysis follows three parts, mainly inscribed in a semiological perspective, which associate an analysis of the communication of public institutions, a semiology of television broadcasts and digital writing. Public television culture is conveyed thanks to an understanding of culture close to the "established culture", the productions of cultural industries and "mediacultures", although it tends to expand in relation to digital experiences. The combination of a number of factors produces a synoptic vision of the different conceptions of public television culture.

Keywords

France Télévisions, talk-shows, culture, cultural industry products, institutional reports, new audio-visual writing.

Resumen

En este artículo, presentamos los resultados de nuestro trabajo de investigación de doctorado sobre la misión cultural de *France Télévisions*. El objetivo consistió en identificar los medios por los cuales *France Télévisions* produce coherencia en términos de experiencias culturales. Hemos propuesto una ruta cronológica, principalmente inscrita en una perspectiva semiológica, que combina un análisis de la comunicación de las instituciones públicas, una semiología de programas de televisión y escritura digital. La cultura de la televisión del servicio público se alimenta al mismo tiempo de una concepción principalmente marcada por los mecanismos de consagración institucional, de una atención dirigida a las producciones de las industrias culturales y las "mediaculturas" y tiende a ampliarse a través de Experiencias digitales. Es una combinación de estos elementos que encarna hoy la cultura de la televisión del servicio público.

Palabras clave

France Télévisions, programas de televisión, cultura, industrias culturales, informe institucional, nuevos escritos audiovisuales.

Introduction

Nous présentons, dans cet article, les résultats de notre travail de recherche doctorale autour de la mission culturelle de *France Télévisions* avec l'objectif d'identifier les moyens par lesquels le groupe audiovisuel public produit une cohérence en matière d'expériences culturelles.

Lorsque la loi du 27 juin 1964 crée l'Office de radiodiffusion et télévision française, le rôle de la télévision pour ce qui est de l'offre de programmes est défini pour la première fois : « satisfaire les besoins d'information, de culture, d'éducation et de distraction du public »¹. Au fil du temps, cette définition s'étoffe « confirmant le rôle essentiel de la télévision dans l'accès à la culture et la transmission des valeurs de notre société »². En France, l'institution publique émet ainsi une véritable volonté de cultiver le téléspectateur, la culture est au cœur des missions du service audiovisuel public.

Nous nous proposons d'interroger la conception de la *culture de la télévision de service public*, ses qualités particulières et ses principes régulateurs, sur une période allant de 1993 à 2017. Pour questionner cette cohérence incarnée ou manifestée dans les programmes de *France Télévisions*, nous avons circonscrit la notion de culture à une définition restrictive qui inclut les grandes disciplines artistiques, renvoyant notamment aux noms des administrations opérationnelles actuelles du ministère de la Culture, et les productions des industries culturelles.

Afin d'apporter des éléments de réponse à la problématique énoncée ci-dessus, nous allons mettre à l'épreuve quatre hypothèses structurantes que nous exposerons et développerons dans chaque temps. La première concerne les articulations de la télévision publique avec les divers acteurs institutionnels et politiques, la deuxième s'attache à l'émergence de la figure de l'artiste et la notion d'œuvre au sein de trois dispositifs d'émissions de plateau, la troisième vise à comprendre ce qu'apportent le numérique et la délinéarisation aux imaginaires de la culture mis en place par *France Télévisions*, enfin, une quatrième hypothèse, que nous traiterons de manière transversale, porte sur les périmètres et les définitions des catégories culturelles mobilisées par le groupe public.

Nous proposons une démarche en trois « mouvements » qui va permettre au lecteur de traverser des univers institutionnels et médiatiques larges. Nous expliciterons tout d'abord le socle méthodologique et réflexif de cet article. Puis, nous nous appuierons sur un parcours chronologique qui associe 1) une analyse de la communication des institutions publiques entre 1993 et 2008, 2) une sémiologie des émissions télévisuelles entre 2010 et 2011, et 3) une étude des écritures numériques entre 2011 et 2017. Il s'agit de saisir différents temps de la culture quand la télévision publique est sommée par l'État de répondre à sa mission culturelle.

.....

¹ Site du Sénat, « Projet de loi relatif à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision ». URL : <https://www.senat.fr/rap/108-150/108-1502.html> Consulté le 04/09/2017.

² *Ibid.*

Cadrage méthodologique et démarche d'écriture en *mouvements*

Des méthodologies adaptées à des corpus hétérogènes

La perspective principale adoptée pour notre travail est la sémiologie des médias. Dans *Charlie Hebdo*, Frédéric Lambert expose sa vision de la sémiologie que nous trouvons particulièrement parlante pour expliquer cette approche dans laquelle nous tentons de nous inscrire : « *La sémiologie, c'est une science vivante, elle se travaille au quotidien, c'est l'observation de la vie des signes au sein de la vie sociale. Alors, je dirais plutôt que la sémiologie est une science en devenir. [...] Mais je ne suis pas que sémiologue : comme je travaille sur le langage des médias et leurs images, je suis sans cesse invité à comprendre d'autres approches, dont celles de l'anthropologie, de la psychanalyse, de l'histoire de l'art, de la philosophie...* » (Lambert, 2017, p. 15).

C'est en observant nos objets aux prises avec la « vie sociale » que nous entendons la démarche sémiologique, et c'est avec cette *curiosité* offerte par la perspective sémiologique des images et des textes médiatiques que nous appréhendons notre objet de recherche. Mais il est impossible d'omettre les références historiques permettant de contextualiser notre travail et de l'ancrer dans une histoire plus globale des politiques culturelles et de l'histoire de l'audiovisuel public, en France. La réflexion sémiologique nous invite à nous intéresser à des objets singuliers – des « objets concrets », ainsi que les nomme Jean Davallon en tant qu'ils « appartiennent au champ d'observation » (2004, p. 33) et qu'ils relèvent de statuts et de natures différents – en ayant conscience de leur contexte de production et de diffusion, de leur portée communicationnelle. Il s'agit d'un choix épistémologique qui a guidé, en amont, la manière de constituer les objets en trois corpus distincts, puis de les découvrir, de les mobiliser et de les travailler. Pour construire notre objet de recherche, nous avons en effet approché des « objets concrets » provenant de sources et de natures différentes – discours institutionnels, émissions télévisuelles, dispositifs numériques – de manière à interroger les conceptions de la culture au sein de la télévision publique. Sur cette question, acteurs politiques, médiatiques et culturels sont en relation les uns avec les autres.

Afin d'appréhender ces objets hétérogènes, nous avons réfléchi à la mise en place de méthodologies appropriées pour analyser les corpus constitués. Nous choisissons ainsi une articulation de différentes approches méthodologiques qui permettent l'analyse de ces corpus. D'abord, pour appréhender un corpus de quatre discours institutionnels traitant de la culture à la télévision publique, nous allons engager une analyse sémiologique de ces textes, qui s'appuie notamment sur quelques concepts issus des sciences du langage. Nous avons constitué un deuxième corpus de trois émissions de plateau aux genres différents – *On n'est pas couché*, *Ce soir (ou jamais !)* et *Des mots de minuit* –, afin d'entendre les espaces dévolus à la parole des artistes. Conservant une perspective sémiologique forte, le dernier temps de cet article sera consacré à des objets variés posant la question de la place de la culture dans les espaces numériques proposés par la télévision publique. Il sera l'occasion d'emprunter quelques moyens d'analyse à l'approche par les modèles socio-économiques des industries culturelles, telle qu'exposée notamment par Bernard Miège dans *La société conquise par la communication* et Pierre Moeglin dans *Outils et médias éducatifs. Une approche communicationnelle*, et d'analyser des entretiens menés auprès de salariés de *France Télévisions*.

C'est ainsi en grande partie à travers la multiplication des objets et des corpus, de choix méthodologiques complémentaires, et d'un champ d'investigation relativement vaste, que nous appréhendons notre problématique.

Une démarche en mouvements

La multiplication des territoires d'étude au sein de cet article est une réponse à la notion de « culture » qui se définit sans cesse, qui circule de main en main, en prenant des sens différents, et qui nécessite toujours d'être située. Notre approche empirique souhaite donc s'adapter à une conception mouvante de cette notion polysémique et ambivalente de culture.

Ce choix d'une démarche dynamique en *mouvements*, plutôt qu'en partie, permet d'*aller vers* des univers politiques et médiatiques variés. L'appréhension des conceptions de la culture au sein de ces territoires donne ainsi à voir une complémentarité, nous autorisant à traiter une pluralité de dimensions communicationnelles de notre objet de recherche. Ainsi, la multiplicité des « objets concrets » (Davallon, 2004) mobilisés nous offre le moyen d'interroger une cohérence de la *culture de la télévision de service public*. Si le terme *partie* favorise un imaginaire qui renvoie à un compartimentage de la pensée, celui de *mouvement* permet ici de relier chaque approche en défendant un parcours chronologique ponctué par des dates clés de l'histoire de la télévision. En outre, avec l'idée de *mouvement*, se joue une dynamique d'écriture qui aide à interroger la notion de culture à la télévision publique à travers des objets hétérogènes. Et, si « l'écriture en recherche conditionne l'écriture de la recherche » (Lambert, 2007, p. 10), le terme *mouvement* aide à questionner une liberté d'écriture et une inventivité méthodologique face aux objets. Car, « dans l'écriture, surgissent nos pensées, se manifestent nos méthodes, nos adresses au lecteur, et comme un *là* dans l'écriture se dit qui nous sommes » (*Ibid*, p. 18). Le choix de *mouvement* agit ainsi sur l'acte d'écriture et sur l'acte interprétatif qui découle de la lecture. Il a guidé la structure et la dynamique de la thèse ; pour ces raisons, nous proposons de le conserver pour la rédaction de cet article.

Fondée sur ce socle méthodologique et réflexif, celui-ci organise la production des analyses et des résultats autour de ces trois *mouvements*.

Premier Mouvement : la culture de la télévision publique dans les écritures institutionnelles

Nous formulons une première hypothèse de recherche selon laquelle, au vu de la diversité des acteurs institutionnels engagés à redéfinir ce que doit être la culture à la télévision publique, on trouverait une tension entre d'une part une continuité dans le temps qui assure une cohérence à l'idée d'une *culture de la télévision de service public*, et d'autre part, une difficulté à définir précisément la culture.

Avec ce premier *mouvement*, nous proposons de rendre visible les mutations successives de la place de la culture à la télévision publique et montrer comment, pendant une quinzaine d'années, à certaines périodes fondatrices de l'histoire de l'audiovisuel, est envisagée la culture lorsqu'est pensé l'avenir de la télévision publique.

Choix du corpus

Pour éprouver cette première hypothèse, nous mobilisons un premier corpus de rapports publics publiés entre 1993 et 2008. Alors qu'en 1992, les chaînes *Antenne 2* et *FR3* devenaient respectivement *France 2* et *France 3* et étaient regroupées au sein de « France Télévision », nous envisageons la culture dans son acception institutionnelle à partir de quatre rapports commandités par un ministre de la Communication (1), deux ministres de la Culture et de la Communication (2 et 3), et un président de la République (4) :

- 1) *L'avenir de la télévision publique*, rédigé par Jacques Campet, rendu à Alain Carignon en 1993.
- 2) *Les entreprises publiques de télévision et les missions de service public*, rédigé par Jean-Louis Missika, rendu à Catherine Trautmann en 1997.
- 3) *La Nuit et l'Été. Quelques propositions pour les quatre saisons*, rédigé par Catherine Clément, rendu à Jean-Jacques Aillagon en 2002.
- 4) *Commission pour la nouvelle télévision publique*, rédigé par Jean-François Copé, rendu à Nicolas Sarkozy en 2008.

Les rapports visent à réfléchir à l'avenir de la télévision publique (1, 2 et 4) ou portent plus spécifiquement sur la culture à *France Télévisions* (3). Nous avons choisi ces quatre textes car ils sont rédigés à des moments-clés de l'histoire de la télévision publique³. Tous disponibles en ligne, ils sont externes à *France Télévisions* et choisis pour la diversité des acteurs impliqués, qu'ils soient commanditaires ou mandatés, ce qui multiplie les éventualités d'une lecture plurielle de la culture institutionnelle. Selon leur affiliation professionnelle ou institutionnelle et leur lien personnel à la culture, les auteurs des rapports ont quatre visions singulières de la culture. Nous travaillons sur quatre manières d'appréhender l'expérience culturelle à la télévision publique au regard de cette richesse de points de vue.

Notre démarche est guidée par la question du genre du « rapport public » confronté à la langue institutionnelle. Ce genre répond à un dispositif énonciatif identifiable, une finalité qui oscille entre description et prescription, et des rôles spécifiques entre commanditaires et mandatés (Née, Oger, Sitri, 2017). Les quatre auteurs, qui ont des statuts très différents (Jacques Campet, haut fonctionnaire ; Jean-Louis Missika, sociologue ; Catherine Clément, romancière ; Jean-François Copé, politicien) sont choisis par les commanditaires pour leur supposée expertise particulière et, mandatés, ils deviennent à leur tour les garants de la vision institutionnelle de la culture pensée pour la télévision publique.

Appropriation du genre du rapport : ethos et lien hiérarchique avec le commanditaire

D'abord, nous voyons que la langue institutionnelle s'exprime différemment selon les commanditaires et que les lettres de mission configurent la réponse des mandatés. Nous nous sommes demandée alors s'il existe une cohérence entre le ton de la lettre de mission et le ton du rapport et ainsi, si la relation qui se dessine entre le commanditaire et l'auteur dès la lettre de mission, se poursuit, sur le même mode. Pour répondre à ces questions, et afin de mettre en évidence l'*ethos* – c'est-à-dire la manière dont « à travers l'énonciation se montre la personnalité de l'énonciateur » (Maingueneau, 2012, p. 88) – des auteurs et les structurations hiérarchiques à l'œuvre dans les textes, nous proposons un travail sur l'« image du texte » des rapports, selon la théorie de l'« énonciation éditoriale », développée par Emmanuël Souchier (Souchier, 1998), ainsi que sur la posture énonciative des auteurs.

Il apparaît ainsi que Jacques Campet construit un *ethos* que nous qualifions d'administratif et met à profit un effacement énonciatif qui lui permet de disparaître en faveur d'un groupe constitué autour de lui qu'il nomme « la Commission ». Le texte met en avant l'autorité ministérielle qui a délégué les directives. Jean-Louis Missika développe pour sa part un *ethos* que nous qualifions de chercheur en donnant à son texte un caractère scientifique et en se basant sur des documents officiels. Catherine Clément, quant à elle, met en scène un dialogue avec *France Télévisions*, procédé qui déplace quelque peu les attentes lorsque l'on répond au ministre de la Culture. Elle développe un *ethos* que nous qualifions d'artistique. La romancière respecte les principales règles du genre tout en s'autorisant une liberté de ton qui crée un décalage énonciatif par des procédés romanesques et des références biographiques. Enfin, Jean-François Copé met en place une image politique forte. Il

.....

³ Le rapport Campet a été sélectionné car il s'agit d'une période charnière pour l'audiovisuel public avec le regroupement de *France 2* et *France 3*. Le rapport Missika répond à une mutation générale du secteur de la télévision (création de *La Cinquième* en 1994, élargissement des pouvoirs du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, lancement de la Télévision par satellite en 1996, partage du même canal de diffusion entre la *Sept-Arte* et *La Cinquième* en mars 1997). Le rapport Clément précède la création de la Télévision numérique terrestre annoncée en 2002 pour la fin 2004. L'année précédant la remise du rapport, le principe d'« exception culturelle » est maintenu dans l'Union européenne. Le rapport Copé vise à définir la politique de Nicolas Sarkozy en matière d'audiovisuel public (fin de la publicité sur *France Télévisions* et nomination des Présidents-directeurs généraux de l'audiovisuel public par le chef de l'État).

rédige les préconisations au futur, donnant le sentiment qu'il va reprendre, au final, le pouvoir sur son commanditaire.

En outre, l'étude de la position des lettres de mission dans la globalité du rapport, qui informent sur la place accordée à la mission elle-même, et celle des premières pages montrent également que, dans la forme du rapport, les mandats expriment ce même lien plus ou moins distant avec l'institution, qu'ils n'hésitent pas à mettre en scène.

Ainsi, malgré des éléments récurrents dans l'ensemble des rapports contribuant à la régulation interne du genre, malgré une structure mêlant états des lieux et recommandations, il apparaît que *ces écritures institutionnelles* se sont construites en fonction des postures énonciatives des auteurs et de la construction formelle des rapports.

Une vision plurielle de la culture de la télévision de service public...

La *culture de la télévision de service public* aurait une part de caractère fluctuant, qui se reconfigure avec le temps, selon les acteurs et les lignes politiques. Une culture en mouvement donc, envisagée et saisie par une diversité d'acteurs au sein des institutions étatiques. Une culture dont les modes d'existence sans cesse se reconfigurent et suscitent de nouvelles interrogations, car il serait vain de penser que nous en avons fini avec les discours institutionnels autour de cette question. D'un point de vue politique, la culture n'est pas un axe anodin, elle est un objet de pouvoir en soi. Derrière le concept de culture, les enjeux sont forts pour chacun des acteurs institutionnels qui s'en saisit. Les acteurs de notre corpus, qu'ils soient commanditaires de la mission ou mandatés, sont impliqués dans l'élaboration de la vision institutionnelle de la culture telle qu'elle doit être proposée à la télévision publique. Ils sont nombreux et ont des statuts, affiliations et antécédents incroyablement variés. Cette diversité d'acteurs institutionnels concernés multiplie les imaginaires de la *culture de la télévision de service public* et offre une vision plurielle de cette culture institutionnalisée. À cela, s'ajoute une difficulté de conceptualiser la notion de « culture » du fait « que la culture n'est pas une essence intangible, mais qu'elle change de sens selon les époques » (Jost, 2011, p. 11).

Les quatre rapports révèlent cette difficulté à circonscrire la notion de « culture » : en témoigne la multiplicité des angles choisis par les auteurs pour traiter la question, angles en partie orientés par les commanditaires et dont découle le type de prescriptions. Une analyse thématique des rapports nous permet de mettre en visibilité cette pluralité de positions : la manière dont les auteurs redéfinissent les missions de la télévision publique, et plus particulièrement la mission culturelle, l'analyse du terme « création » télévisuelle qui renvoie ici à une certaine idée de la culture. C'est ensuite une perspective plus politique, autour de la « formule » (Krieg-Planque, 2009) « exception culturelle » qui nous permet de voir que les auteurs témoignent de la singularité de la culture française. En outre, si la chaîne *Arte* représente un enjeu dans le rapport Campet, du fait de sa date de publication, les chaînes généralistes de *France Télévisions* se doivent, pour les auteurs, d'affirmer une ligne éditoriale culturelle forte face à la chaîne thématique. Les représentations du public et l'éventail des recommandations proposées sont également traités.

L'étude des quatre rapports montre que la question culturelle est essentiellement pensée en termes de programmation et de restructuration organisationnelle. C'est une culture très proche des arts académiques (spectacle vivant, musique, arts plastiques) et du patrimoine qui est évoquée dans ces textes. Par ailleurs, ce sont majoritairement des termes très généraux qui la qualifient, tels que « spectacle » ou « arts vivants ». Néanmoins, plus largement, les rapports envisagent la notion de culture au regard de l'évolution de la société et en fonction des goûts des téléspectateurs. Catherine Clément est finalement la seule à étayer son appréhension de la culture d'exemples concrets en citant des œuvres, et la seule à évoquer les sous-genres artistiques plus finement dans son rapport qui traite exclusivement de la programmation culturelle. Par opposition, la question de la culture reste relativement ouverte et imprécise dans les autres rapports.

...mais basée sur des principes récurrents

Partant de cette approche individualisante par auteur, nous faisons également surgir, grâce à l'analyse thématique, des principes itératifs qui assoient les fondements de la culture telle que pensée pour la télévision publique. Sur cette période de 15 ans, les quatre textes institutionnels se retrouvent, concernant la programmation de la culture, sur le fait de s'adresser à un large public, de programmer à des horaires moins tardifs, d'attacher une importance à la qualité des programmes diffusés sur les chaînes du secteur public, de favoriser la diversification de l'offre culturelle, bien qu'ils appréhendent surtout la culture au regard des grandes disciplines artistiques, le spectacle vivant notamment. La question de l'audience est enfin posée par les auteurs. Ces axes, qui se fondent en partie sur l'exigence, d'une part, de *démocratie* culturelle et, d'autre part, de *démocratisation* culturelle, se retrouvent de manière transversale dans le cadre des analyses de corpus des deux autres *mouvements*. Ces principes contribuent à créer un imaginaire de la qualité de service public de la programmation culturelle. Ces qualités qui perdurent vont participer d'une cohérence de la *culture de la télévision de service public*.

Ainsi, cet éclairage sur les missions de service public en matière de programmation culturelle vient mettre en lumière une construction théorique d'une culture publique à transférer au petit écran. Cette conception institutionnelle de ce que doit être la culture à la télévision publique engage alors une réflexion sur les choix effectivement opérés à *France Télévisions*, ce que l'article traite ensuite. Du premier au deuxième *mouvement*, nous passons d'une langue « gris » à une langue vivante, celle de la vision institutionnelle de la culture à la télévision publique à la place des artistes dans des émissions de plateaux diffusées en fin de soirée par *France Télévisions*. Si le rapport public est un outil de réflexion contribuant à définir une rationalisation ou une normalisation de l'action publique, comment cette vision institutionnelle de la culture s'inscrit-elle au sein de nos sociétés médiatiques ? Quelle continuité ou discontinuité de cette définition de la culture institutionnelle identifie-t-on au sein d'émissions de *France Télévisions* ?

Dès lors, l'article déplace le champ d'analyse hors d'une logique qui aurait consisté en une analyse de programmation sur *France Télévisions*. Les plateaux de télévision, leurs présentateurs, les rôles qui sont assignés à ceux-ci, et les artistes qui y sont invités nous disent aussi comment s'exprime la culture quand elle est incarnée par ses représentants.

Deuxième *Mouvement* : figures et portraits d'artistes. La culture dans des dispositifs d'émissions de plateau diffusées en fin de soirée

Pour le deuxième *mouvement*, nous partons de l'hypothèse selon laquelle la position de l'artiste à la télévision publique serait conforme à un imaginaire de l'artiste comme « être singulier » (Heinich, 2005), et que cette singularité serait construite en partie dans le rapport que l'artiste entretient à son œuvre.

Choix du corpus

L'organisation d'un corpus de programmes différents nous permet de mettre en avant des figures – au sens d'une représentation relativement caractérisée – de l'artiste variées et d'éprouver cette hypothèse. Pour cela, nous proposons de nous attacher à une étude de figures et portraits d'artistes tels que visibles dans trois émissions de plateau diffusées en fin de soirée – *On n'est pas couché*, un *talk-show* d'infotainment ; *Ce soir (ou jamais !)*, une émission de débat et *Des mots de minuit*, un magazine culturel –, à partir desquelles nous avons constitué un corpus programmé entre la nomination de Remy Pflimlin à la présidence de *France Télévisions*, le 5 juillet 2010, et la signature, le 22 novembre 2011, du Contrat d'Objectifs et de Moyens 2011-2015, marquant un nouveau temps pour *France Télévisions*.

Si d'autres types de programmes auraient pu être retenus et auraient également permis d'appréhender la question de la culture (la fiction, les jeux, la captation de spectacle vivant...), nous souhaitons par nos choix montrer particulièrement comment se positionne et est positionné l'artiste dans un cadre télévisuel qui n'est pas dévoué strictement à l'expression (esthétique) de la culture.

Notre enjeu est d'identifier les processus par lesquels les dispositifs télévisuels concourent à la construction et à la permanence de l'artiste comme « être singulier », répondant à une conception romantique de l'activité artistique. Il s'agit ainsi de caractériser, dans notre travail, des figures médiatiques, télévisuelles en l'occurrence, de l'artiste. Pour cela, nous procéderons à l'identification des attributs des figures de l'artiste tels que produit par chacun des dispositifs télévisuels. Nous analyserons les modalités par lesquelles ces figures *habilitent et contraignent* la parole de l'artiste en plateau. Nous verrons comment les artistes investissent ces figures, dans leur idiosyncrasie, comment s'incarne une variété de portraits d'artistes et leur individuation. Car chacun, dans ses spécificités, dans son propre, s'adapte au cadre de la télévision, et au rôle attendu de l'artiste. C'est donc une sémiologie d'émissions télévisuelles que nous mobilisons dans ce deuxième temps.

Une approche par le genre télévisuel : trois émissions, trois promesses

En s'appuyant sur les travaux de François Jost (1997), nous constatons que les « promesses » qui sous-tendent ces différents genres médiatiques – le talk-show, l'émission de débat, le magazine culturel – contribuent à placer l'artiste dans des dispositifs télévisuels très différents, les invités aménageant alors leur parole et leur posture.

Au cœur de ces deux moments politiques importants pour *France Télévisions*, le corpus est volontairement resserré autour de deux numéros par programme (le premier numéro des saisons 2010-2011 et 2011-2012) car il vise à entendre des témoignages spécifiques d'artistes au sein de trois dispositifs télévisuels, et à interroger ce que cela permet de comprendre de la *culture* quand elle est mise en scène dans des politiques éditoriales singulières. Il ne s'agit pas d'analyses systématisées. Les dispositifs télévisuels peuvent être appréhendés par leur rapprochement avec différentes arènes ou scènes publiques pour envisager la place des invités et particulièrement des artistes. La place de l'artiste est alors pensée au sein des programmes autour de trois figures dominantes qui se dégagent : une figure de l'artiste en promotion pour *On n'est pas couché*, en argumentateur-débatteur pour *Ce soir (ou jamais !)* et en créateur pour *Des mots de minuit*. Les promesses des genres au sein de la présentation de l'émission sur le site des chaînes et l'étude du dispositif télévisuel (la scénographie du plateau, le type de questions posées aux artistes par les animateurs...) nous permet de faire émerger ces figures.

On n'est pas couché, la culture en talk-show. L'artiste en promotion au cœur d'une mise en scène de l'actualité culturelle et politique

On n'est pas couché, qui appartient au type d'émissions qu'Aurélien Le Foulgoc qualifie de « hors cadre » (Le Foulgoc, 2010), témoigne d'une hybridation du genre propre aux programmes d'*infotainment*. Ce « mélange constant de tons, de thèmes, d'invités, de registres langagiers, etc. » (Oprea, 2012, p. 50) propose une articulation entre les sujets culturels, politiques et d'information. La « culture en *talk show* » se dilue dans un mélange de sphères. L'association du dispositif du plateau et du schéma participatif (intégrant invités, chroniqueurs et animateur) démontre que le *talk-show* renvoie à une pluralité de lieux institués : l'agora, la scène de théâtre et le tribunal. Au sein de ces modèles prémodernes de publicisation de la parole, l'artiste est invité à prendre part aux questions politiques, à donner son avis sur des questions d'actualité (par le commentaire de caricatures de presse par exemple). Mais la figure de l'artiste dominante n'en reste pas moins celle de l'artiste en promotion. Cette finalité n'est pas cachée dans le programme, l'artiste en joue et s'en saisit d'autant plus quand il est un « bon client ». En observant des portraits singuliers d'artistes, nous pouvons dire que les invités sont plus ou moins à l'aise avec l'exercice. L'artiste en promotion se frotte aussi à la présence de chroniqueurs dont le statut d'éditorialistes vise à formuler des critiques,

positives ou négatives. Mais la manifestation du désaccord, particulièrement la polémique, est intégrée à l'économie globale du programme. Il faut noter, enfin, la place singulière des humoristes qui sont invités en tant qu'ils sont artistes, et qui s'intègrent pleinement au dispositif global de l'émission où le divertissement fait loi. L'animateur, dans son rôle de bonimenteur, permet à chacun de jouer de ces différentes formes de paroles circulant sur le plateau d'*On n'est pas couché*.

Ce soir (ou jamais !), l'actualité en débat. L'autorité de l'expérience singulière de l'artiste

Dans *Ce soir (ou jamais !)*, les invités sont choisis en fonction de l'expertise qu'ils peuvent apporter lors d'un débat d'actualité sur un sujet de société. Les invités, pris dans un flux médiatique, sont issus d'une pluralité d'univers (intellectuel, scientifique, politique, artistique, etc.). Ils sont convoqués pour décrypter le monde contemporain. Notre analyse nous conduit à affirmer que le déroulement de l'émission est tenu par des règles ordonnant les interactions, à l'instar du modèle institué de l'assemblée. En outre, l'animateur, Frédéric Taddeï, a un rôle particulièrement important : il coordonne les interactions, sans quoi le débat serait inaudible. La figure dominante de l'artiste, construite dans *Ce soir (ou jamais !)*, est celle de l'artiste en argumentateur-débateur au sein d'un dispositif de débat. Les artistes de notre corpus expriment des expertises singulières : un cinéaste livre des arguments basés sur un récit de soi qui se couple à l'expérience de terrain, une écrivaine-réalisatrice incarne la parole populaire, une romancière met en jeu les *faits de la fiction* afin de donner une interprétation de l'actualité, un plasticien, quant à lui, semble chercher sa place dans le débat. À cela, s'ajoutent des séquences où l'artiste est particulièrement au cœur de l'attention : la séquence « *Live* » qui assoit l'ambition culturelle de l'émission et reconnaît la dimension de l'interprétation de l'artiste. Enfin, la séquence finale d'un entretien en tête à tête avec l'animateur montre toute l'importance d'interroger l'artiste sur des questions sociales et politiques. S'il ne s'agit plus d'un artiste en débateur, l'intention est toujours celle de placer l'actualité au cœur des discussions. Il n'en reste pas moins que cette interview place l'artiste, un cinéaste en l'occurrence, en promoteur de son travail.

Des mots de minuit, l'artiste en créateur au sein d'un dispositif d'écoute

Le dispositif scénographique de *Des mots de minuit* paraît plus intimiste que celui d'*On n'est pas couché* et de *Ce soir (ou jamais !)*. Il contribue à favoriser une situation d'écoute entre les invités. Différentes situations d'énonciation permettent à l'artiste de développer ses points de vue tantôt par une parole autobiographique, tantôt par une parole sur son œuvre. Ces deux angles sont initiés par les questions de l'animateur, Philippe Lefait, qui s'appuie sur son cursus de psychanalyste. La figure dominante de l'artiste ici est celle du créateur qui vient parler de son œuvre, de l'acte créatif, du processus de création. Par ailleurs, le traitement — statistique notamment — des bibles de fin d'année, permet de mettre en lumière une forte prégnance de la culture livresque, autour d'une culture principalement axée sur les beaux-arts, sur le plateau de *Des mots de minuit*.

Ainsi, le cinéma, le théâtre et la musique sont bien représentés également. On constate toute la difficulté de catégoriser l'artiste à la télévision en traitant particulièrement des étiquettes attribuées à l'artiste du champ des arts plastiques sur les bibles de fin d'année. Enfin, sur le plateau, des extraits des auteurs invités sont lus, des morceaux de musique sont joués. Cette proposition vise à faire éprouver aux téléspectateurs une expérience artistique par la médiation de la télévision, et le montage renforce par ailleurs cela.

Une vision commune de l'artiste

Malgré ces trois *figures imposées* essentiellement configurées par le dispositif télévisuel, les manières d'appréhender l'artiste, telles qu'elles sont proposées sur ces trois plateaux de *France Télévisions* dans les émissions de notre corpus, tendent à une même vision de l'artiste, ce qui nous fait répondre positivement à notre deuxième hypothèse de recherche. D'abord, c'est la vision d'un artiste dont l'œuvre est respectée que l'on retrouve dans les trois programmes : qu'il vienne en faire la promotion

(*On n'est pas couché*), qu'il en raconte l'élaboration en décrivant le processus créatif (*Des mots de minuit*), ou qu'il débâte d'un sujet d'actualité à partir de ses expériences artistiques et de son bagage culturel propre (*Ce soir (ou jamais !)*). Les artistes sont introduits sur les plateaux de la télévision publique en regard de leurs œuvres. Celles-ci les accompagnent et sont une incarnation de leur singularité. Deuxièmement, au sein de ces trois dispositifs cadrés, les artistes sont convoqués en prenant en considération leur rôle social particulier. Ainsi, les trois émissions leur offrent un espace pour dire leur position sur le monde. Et troisièmement, ces trois programmes de service public invitent l'artiste en tant qu'il est artiste, pour son statut, et parce qu'il a une posture humaine singulière. Ces émissions, si différentes soient-elles, quant au genre télévisuel auquel elles appartiennent, proposent effectivement un imaginaire de l'artiste comme un être singulier en société. Il faut ajouter à ces trois grandes figures, les artistes qui ont une autre place au sein des dispositifs et dont le rôle de *passer* se joue directement par la médiation de leurs œuvres, œuvres présentées sur le plateau et que le public éprouve via l'écran de télévision.

Les émissions étudiées ayant été diffusées aux mêmes périodes, ces trois figures de l'artiste cohabitent sur le petit écran de la télévision publique. S'il existe une *culture de la télévision de service public*, elle se lit à travers la variété des dispositifs télévisuels qui convoquent les artistes en tant qu'ils sont artistes. Au sein de ces trois arènes médiatiques, l'artiste se révèle un *passer de culture*. C'est ainsi qu'il incarne cette *culture de la télévision de service public*. Mais ce n'est pas seul qu'il l'incarne : elle existe grâce à cette conjugaison de multiples artistes invités pour eux-mêmes, pour leur singularité, grâce au fait que les artistes se rencontrent sur les plateaux de télévision, et grâce à la multiplication de leurs apparitions dans l'ensemble des grilles de programmes.

Entre culture consacrée et « médiacultures » : la place de l'artiste dans une convergence de conceptions de la culture

Enfin, dans ce corpus serré, il apparaît que l'expression d'une culture consacrée, identifiée grâce au relevé des prix et distinctions attribués aux artistes du corpus dans leur domaine respectif, est majoritairement représentée. Mais un certain nombre d'artistes de ces émissions sont aussi présents dans les « médiacultures » (Macé, Maigret, 2006). Ainsi, le type de culture observé au sein de ce corpus a une double origine, au croisement de la culture institutionnellement reconnue et des « médiacultures ». Une diversité de disciplines artistiques est incarnée par les artistes présents (théâtre, littérature, arts plastiques, cinéma, musique). Il faut aussi noter que les artistes qui œuvrent dans les industries culturelles (particulièrement les acteurs de cinéma et les chanteurs) sont bien représentés. Une culture plus marginale est moins présente. Enfin, si un certain nombre d'invités de ces émissions ont connu des succès populaires, l'analyse montre que *Ce soir (ou jamais !)* et *Des mots de minuit* ouvrent la voix/e à des artistes moins connus du grand public ou dont les œuvres ont une diffusion plus restreinte.

C'est ensuite sur les sentiers du numérique que nous poursuivons notre cheminement visant à interroger une cohérence de la *culture de la télévision de service public*. Nous questionnons la manière dont *France Télévisions* pense un renouvellement de la programmation culturelle par le biais de moyens numériques, au cœur d'une culture dite « participative ». Les outils numériques invitent en effet de plus en plus le public à proposer, à participer, à créer, à jouer, à interagir : qu'en est-il de la vision de la culture alors proposée ?

Troisième Mouvement : les écritures numériques de la culture à France Télévisions

Notre troisième hypothèse s'attache aux évolutions structurelles du média télévision. Malgré le fait de changer de médium, d'aller vers les sphères du numérique qui proposent de nouveaux formats,

France Télévisions conserverait les mêmes cadres pour penser la culture, qui resteraient ancrés dans des conceptions relativement consacrées institutionnellement.

Alors que dans le Contrat d'Objectifs et de Moyens (COM) 2011-2015 de *France Télévisions* le numérique est l'un des chantiers prioritaires, nous souhaitons analyser, pour éprouver cette troisième hypothèse, des formes numériques d'écriture et de diffusion de la culture, entre 2011 et 2017, afin d'interroger un renouvellement des expériences et de la programmation culturelles. *France Télévisions* propose des modalités d'entrelacement des pratiques de visionnage classiques avec les nouvelles, sur les écrans numériques des téléspectateurs – l'objectif pour l'entreprise publique étant de s'adapter aux nouvelles consommations numériques, aux nouvelles appropriations massives des technologies numériques de l'information et de la communication.

Dans ce troisième *mouvement*, nous souhaitons montrer comment l'enjeu politique de « cultiver » le téléspectateur se décline dans la sphère numérique. Il vise à questionner les stratégies de renouvellement du mode de programmation et d'évolution de l'offre mises en place pour la diffusion de contenus culturels par la médiation des moyens numériques. L'objectif est ainsi de définir dans quelle mesure l'innovation technique permet de penser de nouveaux modèles culturels et de repenser les contenus liés aux arts et aux productions des industries culturelles. Nous identifierons donc les stratégies culturelles pour la culture mises en place par *France Télévisions* à l'heure du numérique.

Une démarche « composite »

Notre démarche se veut « composite », pour reprendre les termes de Joëlle Le Marec (2002). Nos choix de corpus conditionnent nos choix méthodologiques. Nous analysons un dispositif qualifié de « transmédia » par les équipes de production, le portail culturel *Culturebox*, et restituons les résultats d'une enquête auprès des acteurs médiatiques du groupe public. La confrontation de nos analyses à une enquête de terrain, en allant récolter la parole des professionnels impliqués dans ces expériences culturelles offertes par la délinéarisation, permet de comprendre les objets et de saisir la relation qu'ils entretiennent avec eux. Les objets que nous étudions dans ce *mouvement*³ ont été pensés ou repensés durant la période recouvrant le COM 2011-2015 à *France Télévisions*, pendant laquelle les services du numérique y sont gérés par une Direction du numérique.

Nous proposons donc une réflexion qui, tout en s'appuyant sur une considération des contenus, s'ouvre plus largement à un questionnement concernant la nature même du média. Il s'agit également de voir comment cette évolution vers le numérique impacte les professionnels et comment ceux-ci (re)pensent la place de l'utilisateur. Autrement dit, comment le fait de « repenser la production, les supports et le modèle énonciatif télévisuel » (Kredens, Rio, 2015, p. 16) influe sur la manière dont est produite la culture à *France Télévisions*.

Les « nouvelles écritures » au service de la culture ? Étude de cas : un dispositif « transmédia » autour de la pièce Théâtre sans animaux

Tout d'abord, nous travaillons sur les formes innovantes de l'écriture sur les supports numériques que l'on appelle la « narration transmédia », formes qui conduisent à réinterroger les stratégies d'éditorialisation. Nous faisons le choix d'une étude de cas portant sur le dispositif *Théâtre sans animaux*, co-produit en 2013 par la *Direction des Nouvelles Écritures et du Transmédia* de *France Télévisions*, et dont les narrations traversent les écrans de la télévision dite « linéaire », des nouveaux terminaux de communication numérique et de la scène théâtrale. Le site dédié⁴ est envisagé, au sein des discours de communication, comme un nouvel espace de création pour le spectacle vivant et comme le lieu d'un autre temps théâtral. Le public y est invité à traverser la pièce *via* divers flux et

.....

⁴ URL : www.theatre-sans-animaux.fr. Consulté le 25/02/2016. Le site n'est plus accessible.

situations de participation : en se mettant dans la peau des acteurs, en les doublant, en passant un casting, en créant le décor. Inscrite dans une revendication sémiologique, la méthodologie est de l'ordre d'une observation participante : elle propose une expérience corporelle du dispositif, que nous testons, en nous mettant nous-même en scène⁵.

Ce type d'objets invitant à l'expérience permet à *France Télévisions* de proposer indéniablement un nouveau mode à l'expérience culturelle. Le groupe offre ici une imbrication entre la scène théâtrale et la sphère numérique. Le site, particulièrement, n'ouvre pas simplement à la pièce en la rendant visible, il met le public en jeu, en voix, en corps, renouvelant ainsi les expériences culturelles proposées par la télévision publique. Cependant, les schèmes de manipulation et de réception sont pris dans un cadre déterminé par les concepteurs qui misent ici sur la dimension ludique de l'objet, élément de médiation permettant aux usagers de manipuler des éléments de l'écriture théâtrale. Ainsi, en plaçant les discours de communication en regard d'une expérience personnelle du dispositif, et plus particulièrement du site dédié, nous pouvons mesurer l'écart entre la promesse faite à l'utilisateur et l'ergonomie éprouvée du site. Le résultat premier de l'opération consiste en l'appréciation des limites du dispositif, occultées dans les discours. Celles-ci nous apparaissent comme un signe du fait que ces formes d'écriture, manifestées dans ces objets hybrides, sont encore balbutiantes et que, en 2013, date de création du dispositif *Théâtre sans animaux*, la *Direction des Nouvelles Écritures et du Transmédia* était dans une phase de complète expérimentation.

En outre, il ne s'agit pas ici d'une culture d'auteur mais d'une culture basée sur un processus de co-construction, de co-écriture entre les concepteurs-producteurs, les acteurs, le Théâtre du Rond-Point et les usagers. *France Télévisions* propose une expérience de l'écran qui n'a plus rien de télévisuel. Cette étude nous encourage à engager, pour la suite, une réflexion plus large autour de la notion de « transmédia » que l'on applique à certains objets et sur ce que sont, aujourd'hui, ces corpus numériques que l'on teste et au sein desquels le chercheur s'inscrit et, par conséquent, auquel il contribue.

Il faut dire enfin l'ancrage institutionnel de la pièce et du Théâtre du Rond-Point. Cette culture, dont on a ouvert les narrations, se rapproche ainsi de celle observée dans le *mouvement 2*. L'accent est donc mis plutôt sur la *manière* dont le numérique va permettre le renouvellement de l'expérience culturelle, que sur la *matière*, relevant là aussi d'une culture consacrée, qui est finalement choisie pour créer ces nouvelles formes d'engagement du spectateur.

La boîte à culture de France Télévisions : une manifestation numérique de la culture de la télévision publique

Ensuite, l'analyse du « portail » (Bullich, Guignard, 2013) culturel *Culturebox* nous permet d'associer démarche sémiologique et approche par les modèles socio-économiques des industries culturelles. Le portail permet de revoir des émissions culturelles des chaînes du groupe, de s'informer sur l'actualité culturelle, de suivre des spectacles en direct et en *replay*. *Culturebox* propose une offre plurielle (en termes de formats), diverse (en termes de genres culturels et de disciplines artistiques) et multi-médiatique. La proposition de ce portail est celle d'une culture très ouverte (livresque, musicale, théâtrale, chorégraphique...) qui rencontre la culture d'écran. Preuve en est avec la présence du rubriquage qui s'inspire des magazines culturels en ligne.

Mais, si le périmètre de la culture proposée est large et si le portail est éditorialisé, nous observons que les contenus sont quant à eux très peu hiérarchisés. La mise en visibilité de la *pensée architextuelle* (Jeanneret, Souchier, 1999) de la page d'accueil, nous permet là aussi de rapprocher *Culturebox* des formats de magazines culturels en ligne à l'instar de *Télérama.fr*.

.....

⁵ Pour les développements de cette expérimentation voir : Alexis, 2016.

Intéressons-nous désormais aux différentes formes des modes d'accès au contenu culturel. Il s'avère que cette métamorphose des formats de la télévision, avec *Culturebox*, s'appuie finalement sur des formes d'accessibilité à la culture déjà connues, le télévisuel n'étant plus tant revendiqué : des contenus disponibles en *live* qui rappellent la programmation, des articles liés à une actualité culturelle relevant d'une temporalité de la critique réflexive, et une forme de culture archivée faisant référence à la temporalité d'une actualité renouvelée. Avec ces pratiques de consommation, les usagers testent-ils finalement des formes renouvelées des pratiques éditoriales ?

Enfin, l'observation d'un corpus de Unes des pages d'accueil sélectionnées durant le mois de mars 2017 présente majoritairement une conjugaison d'éléments issus de la culture consacrée et de la culture dite « *premium* » (Bouquillon, 2010).

Mais *Culturebox* témoigne indéniablement d'une vision ouverte de la culture en élargissant le cadre du type de culture proposé à des objets culturels issus d'une culture plus marginale et de niche. L'offre semble adressée à un public déjà cultivé, renvoyant à la figure archétypale de l'« omnivore culturel » (Peterson, 2004), qui aurait des connaissances culturelles acquises en amont de sa visite.

Ainsi, le recours aux modèles socio-économiques des industries culturelles nous permet de mettre en évidence le fait que s'agrègent différents modèles de diffusion de la culture et des natures de contenus différents sur le portail. L'aspect multimédia de ce dernier se joue dans une hybridation entre une logique de programmation linéaire issue d'un « modèle de flot » (Miège, 2017, p. 39 *et sq.*) avec l'idée de rendez-vous télévisuel et des contenus audiovisuels programmés sur le site, un emprunt au modèle de la presse avec une périodicité affirmée dans la publication de nombreux articles et avec une domination de l'écrit ; et une inspiration aux modes de fonctionnement de la presse en ligne avec la présence des blogs. À cela, s'ajoute une logique d'accès temporaire au contenu telle qu'on la trouve sur les plateformes de vidéos à la demande.

Dans *Le Levain des médias. Forme, format, média*, Guillaume Soulez et Kira Kitsopanidou expliquent que la « convergence numérique » et l'émergence des écrans connectés ont bouleversé les pratiques de consommation médiatiques. Dans ce cadre, la télévision, tout comme le cinéma, traverse une « zone de turbulences intermédiaires » (Soulez, Kitsopanidou, 2015, p. 241) et une métamorphose de ses formats. Ils amènent alors l'idée d'un *levain des médias*, « c'est-à-dire [l'idée] d'une force interne qui agit, au sein d'un média donné, sur la dimension morphologique de ce média, le médium » (*Ibid.*). Le média, en tant qu'organisation sociale, reconfigurerait le médium, c'est-à-dire le matériau formel.

Le geste graphique pour envisager la recherche en Sciences de l'information et de la communication : liens et graphies entre culture et télévision publique

Enfin, une enquête auprès des acteurs médiatiques nous conduit à l'analyse d'entretiens graphiques interrogeant le rapport « Culture » / « Télévision publique » au regard des outils numériques. Nous proposons un mode d'expression associant les trois dimensions que sont l'écriture, le langage et le visuel, nous inscrivant dans la perspective de ce qu'Emmanuel Souchier a nommé l'« irréductibilité sémiotique » (Souchier, 2015) à un niveau méthodologique, pour fonder cette pratique de recherche autour du geste graphique. Cette proposition faite aux interlocuteurs, en fin d'entretien, leur offre une autre manière de se saisir de l'idée de culture et de la spatialiser sur des feuilles A3 baptisées des « planches graphiques ».

Cette proposition d'entretien graphique a en fait un double objectif : d'une part, approfondir la question qui guide ce troisième *mouvement*, à savoir un questionnement lié au renouvellement de la programmation culturelle de *France Télévisions* au regard des moyens numériques et d'autre part, nous avons souhaité réinterroger les modalités d'un entretien pour une recherche en Sciences de l'information et de la communication. Nous ouvrons ainsi notre réflexion à un contexte plus large, celui des Sciences sociales, et interrogeons la légitimité de certains objets, collectés sur le terrain, à devenir des objets d'étude dans un contexte scientifique.

Pour analyser les planches produites (voir la figure suivante), nous nous appuyons sur le concept de « graphiation » développée par Philippe Marion (Marion, 1993).



Figure 1. Les planches graphiques produites par nos interlocuteurs représentant six manières de spatialiser la question de la culture à la télévision publique. (Source : Alexis, 2017, p. 656.)

Récit (1^{ère} planche de l'animateur de *Des mots de minuit*), association d'idées (planche du rédacteur en chef de *Des mots de minuit*), abstraction (2^e planche de l'animateur de l'émission), liste de mots-clés (planche d'un directeur de la stratégie numérique de *France Télévisions*), schéma (planche d'une conseillère éditoriale à la *Direction des Nouvelles Écritures et du Transmédia* de *France Télévisions*), cercle concentrique et représentation périodique (planche de la directrice adjointe des *Nouvelles Écritures et du Transmédia* de *France Télévisions*) sont donc autant de résultats qui conduisent à spatialiser la question culturelle. Les planches livrent également des écritures innovantes de la culture diffusée ou rêvée par nos interlocuteurs sur les écrans de *France Télévisions* ou sur le web plus largement. S'il en ressort principalement que la dimension numérique prend nettement le

pas sur la question de la culture, les professionnels que sont les journalistes de *Des mots de minuit*, issus de la télévision linéaire, attachés à une exigence culturelle qui recouvre néanmoins une culture ouverte, au-delà de la culture artistique, témoignent d'une certaine crainte envers le numérique. En effet, malgré deux entretiens collectifs menés à près de deux années d'écart, et malgré le fait que leur émission, lors du second entretien, existait depuis près de deux ans en version délinéarisée, perdue une inquiétude saisissante liée au flux continu et à la rapidité d'Internet. En revanche, les trois autres interlocuteurs, travaillant pour la *Direction du Numérique de France Télévisions* – aux *Nouvelles Écritures et au Transmédia* ou à *France Télévisions Éditions Numériques* –, accueillent les changements du secteur télévisuel en envisageant les potentialités et atouts du numérique pour développer la mission culturelle dans la sphère du web et s'intéressent davantage à ce que le numérique peut offrir en termes d'accès aux contenus culturels. Ils tentent de prendre en compte les pratiques numériques des usagers. En outre, les professionnels interrogent la nécessité de réenvisager les métiers premiers de la télévision. Ces planches révèlent quelques balbutiements quant à cette adaptation à l'économie du numérique, notamment en ce qui concerne la visibilité des pages mises en ligne.

Autrement dit, les entretiens menés avec des salariés de *France Télévisions*, restitués par l'association de leur discours et des planches graphiques, mettent davantage en évidence l'idée d'une culture en réseaux qu'un imaginaire de réseau culturel à construire et à travailler. Car l'univers numérique soulève encore beaucoup de questionnements. Les nouvelles écritures de la culture, dans les sphères du numérique, ont ainsi surtout de « nouveau » la multiplication des accès et une réflexion autour de la place du spectateur.

Finalement, cette « culture numérique » aurait soit la vertu de faire converger les deux phénomènes que sont la « culture » d'une part, le « numérique » de l'autre, soit de créer un antagonisme entre « culture » et « numérique ». Plus questionnant encore, cette opposition viendrait inquiéter la notion de « culture », d'autant plus sur un média de service public.

Conclusion

C'est ainsi en grande partie à travers la multiplication des objets et des corpus, de choix méthodologiques complémentaires et d'un champ d'investigation relativement vaste, que nous avons éprouvé la problématique de cette recherche. Cela aura nécessité, pour chaque *mouvement*, de situer les corpus dans leur contexte politique et médiatique, de mettre en évidence les différents acteurs qui contribuent à leur diffusion publique, d'explicitier la nature des corpus au regard d'une approche théorique. C'est par l'étude de nos corpus de natures différentes que nous avons tenté d'appréhender la *culture de la télévision de service public*, au sein de cette recherche que nous souhaitons ouverte et à l'image de cet objet « composite ».

L'hétérogénéité des objets et des méthodologies mobilisés nous permet de conclure que les conceptions de la culture à *France Télévisions* sont multiples, s'expriment et s'expérimentent au sein de *territoires* variés. L'interrelation produite par l'ensemble des avatars de la culture à *France Télévisions* la caractérise. C'est dans le tissage entre ces éléments, que nous avons saisis, dans le discours politique, sur le petit écran et sur les écritures numériques, que se révèle l'unité de cette culture singulière, toujours fragile et constamment en travail. Par ailleurs, un regard transversal sur les corpus des trois *mouvements* nous a permis de questionner les périmètres et les définitions des catégories culturelles mobilisées par *France Télévisions*. Dans nos corpus, la *culture de la télévision de service public* se nourrit à la fois d'une conception majoritairement marquée par les mécanismes de consécration institutionnelle, d'une attention portée aux productions des industries culturelles et aux « médiacultures », et elle tend à s'élargir davantage au travers d'expériences numériques, en proposant des produits plus confidentiels. C'est ainsi d'une conjugaison de cet ensemble d'éléments sur un mode propre que procède la *culture de la télévision de service public*.

L'un des aspects qui confère cette cohérence à la *culture de la télévision de service public* et que nous présentons en filigrane tout au long du travail de recherche serait une articulation entre une exigence de *démocratie* et de *démocratisation* culturelles. C'est le fruit de notre recherche, principalement ancrée dans une démarche sémiologique, et la prise en compte des objets de notre corpus, qui nous permet de la relever.

Dans les objets hétérogènes qu'il manie, il nous semble que se joue la part d'implication du chercheur, implication de laquelle découle alors une inventivité méthodologique. La multiplication des corpus et des méthodologies est le résultat de notre cheminement durant six années de recherche doctorale dont nous avons, à travers cet article, partager l'expérience.

Références bibliographiques

Alexis, Lucie (2016), « Traversée des écrans de la pièce *Théâtre sans animaux*. La diffraction du spectateur de théâtre ? » (p. 545-555), in Châteauvert, Jean ; Delavaud, Gilles (dir.), *D'un écran à l'autre. Les mutations du spectateur*, Paris : L'Harmattan.

Alexis, Lucie (2017), Réponses à la mission culturelle de la télévision publique. Analyse sémiologique des rapports institutionnels, des figures de l'artiste et des écritures numériques à *France Télévisions* (1993-2017), thèse en Sciences de l'information et de la communication sous la dir. de Lambert Frédéric, Université Paris 2 Panthéon-Assas, Carism.

Bullich, Vincent ; Guignard, Thomas (2013), « L'intégration des contenus aux plates-formes numériques : une analyse par filière », communication présentée au colloque international Industries créatives : un grand tournant ?, École Nationale Supérieure Louis Lumière, La Plaine Saint Denis : Maison des Sciences de l'Homme Paris Nord, Observatoire des Mutations des Industries Culturelles en collaboration avec le GRICIS (Groupe de recherche interdisciplinaire sur l'information, la communication et la société - Université du Québec à Montréal) et le Labex ICCA (Industries Culturelles et Création Artistique), 13-15 mai 2013.

Bouquillion, Philippe (2010), « Industries, économie créatives et technologies d'information et de communication », *Tic & société*, vol. 4, n° 2, [en ligne], Consulté le 25 novembre 2018, <http://journals.openedition.org/ticetsociete/876>.

Davallon, Jean (2004), « Objet concret, objet scientifique, objet de recherche », *Hermès*, n° 38, p. 30-37.

Heinich, Nathalie (2005), *L'élite artiste. Excellence et singularité en régime démocratique*, Paris : Gallimard.

Kredens, Élodie ; Rio, Florence (2015), « La télévision à l'ère numérique : entre pratiques émergentes et reconfiguration de l'objet médiatique », *Études de communication*, n° 44, p. 15-28.

Lambert, Frédéric (2007), *L'écriture en recherche, l'écriture de la recherche*, Cannes : Parcours(sic) éditions.

Lambert, Frédéric (2017), « Cela fait bien longtemps que nous vivons dans des sociétés post-vérité », *Charlie Hebdo*, n° 1283.

Le Marec, Joëlle (2002), *Ce que le « terrain » fait aux concepts : Vers une théorie des composites*, Habilitation à Diriger des Recherches sous la dir. de Jurdant Baudouin, Université Paris 7 Cinéma, communication et information.

Le Foulgoc, Aurélien (2010), *Politique et télévision. Extension du domaine politique*, Bry-sur-Marne : INA.

Macé, Éric ; Maigret, Éric (2006), *Penser les médiacultures : Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Paris : Armand Colin.

- Maingueneau, Dominique (2012), *Analyser les textes de communication*, Paris : Armand Colin.
- Krieg-Planque, Alice (2009), *La notion de « formule » en analyse du discours. Cadre théorique et méthodologique*, Besançon : Presses Universitaires de Franche-Comté.
- Marion, Philippe (1993), *Traces en cases. Travail graphique, figuration narrative et participation du lecteur (essai sur la bande dessinée)*, Louvain-la-Neuve : Academia-Bruylant.
- Miège, Bernard (1989, 1996), *La société conquise par la communication*, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.
- Miège, Bernard (2017), *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*, Fontaine : Presses universitaires de Grenoble.
- Moeglin, Pierre (2005), *Outils et médias éducatifs. Une approche communicationnelle*, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.
- Née, Émilie ; Oger, Claire ; Sitri, Frédéric (2017), « Le rapport : opérativité d'un genre hétérogène », *Mots. Les langages du politique*, n° 114, p. 9-24.
- Jeanneret, Yves ; Souchier, Emmanuël (1999), « Pour une poétique de l'écrit d'écran », *Xoana*, n° 6, p. 97-107.
- Jost, François (1997), « La promesse des genres », *Le genre télévisuel, Réseaux*, vol. 15, n° 81, p. 11-31.
- Jost, François (2011), « Peut-on parler de télévision culturelle ? », *Télévision*, n° 2, p. 11-24.
- Oprea, Alina (2012), *Le système de la politesse confronté aux défis du talk-show. Politesse, impolitesse et a-politesse à l'épreuve du spectacle et de la violence dans On n'est pas couché et Tout le monde en parle*, thèse de doctorat sous la dir. de Rabatel Alain, Cluj-Napoca.
- Peterson, Richard A. (2004), « Le passage à des goûts omnivores : notions, faits et perspectives », *Sociologies et Sociétés*, n° 1, p. 145-164.
- Souchier, Emmanuël (1998), « L'image du texte pour une théorie de l'énonciation éditoriale », *Les cahiers de médiologie*, n° 6, p. 137-145.
- Souchier, Emmanuël (2015), « Le carnaval typographique de Balzac. Premiers éléments pour une théorie de l'irréductibilité sémiotique », *Communication & langages*, p 3-22.
- Soulez, Guillaume ; Kitsopanidou, Kira (coord.) (2015), *Le Levain des médias. Forme, format, média*, Paris : L'Harmattan.