



HAL
open science

Macrofragments et microfragments dans un segment de la grille de programmes de la chaîne publique France 5

Bruno Bernard

► **To cite this version:**

Bruno Bernard. Macrofragments et microfragments dans un segment de la grille de programmes de la chaîne publique France 5. Colloque National Recherche IUT, Jun 2011, Cherbourg, France. 14p. hal-00631042

HAL Id: hal-00631042

<https://hal.science/hal-00631042>

Submitted on 8 Nov 2011

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Macrofragments et microfragments dans un segment de la grille de programmes de la chaîne publique France 5

Bruno Bernard

*IUT – Université Jean Moulin Lyon 3
Département Information & Communication
Cours Albert Thomas, 69008 - Lyon*

bruno.bernard@univ-lyon3.fr

Sections de rattachement : 71

Secteur : Tertiaire

RÉSUMÉ.

Un segment de la grille de programmes de la chaîne publique France 5, diffusé entre 17h15 et 20h35, propose quotidiennement aux téléspectateurs un ensemble de quatre émissions dénommées « C l'info », « C à dire ?! », « C dans l'air » et « C à vous ». Entre chaque émission, des objets filmiques interstitiels sont disposés dans la continuité du flux télévisuel.

Malgré la présence d'une fragmentation affirmée de l'assemblage obtenu, il apparaît que cette construction se voit assigner des fonctions concernant tant le téléspectateur que la chaîne télévisuelle.

Nous émettons l'hypothèse que ce groupe d'éléments filmiques est structuré d'une manière spécifique pour constituer un tout singulier.

MOTS-CLÉS : émission télévisuelle, fragmentation, écriture filmique, grille de programmes, objet interstitiel

1. Introduction

Nous considérons un segment¹ de la grille de programmes de la chaîne publique France 5, s'étendant sur la plage horaire 17h15 – 20h35. Cette durée accueille un

¹. Dans la suite du texte, nous emploierons le terme « segment » pour évoquer la partie de la grille de programme que nous prenons en considération.

ensemble de quatre émissions dénommées « C l'info », « C à dire ?! », « C dans l'air » et « C à vous ». Avant chaque émission un ensemble d'objets filmiques interstitiels est disposé dans la continuité linéaire du flux télévisuel.

Nous nous proposons d'étudier l'organisation de cette plage horaire. A cette fin, nous appréhenderons dans un premier temps la structure de l'ensemble du segment et, dans un second temps, nous privilégierons la construction de chaque fragment.

Nous émettons l'hypothèse que ce groupe d'éléments filmiques est organisé d'une manière spécifique, pour constituer un tout singulier instituant des fonctions qui répondent tant aux attentes des téléspectateurs qu'aux besoins d'une chaîne télévisuelle insérée dans un paysage audiovisuel concurrentiel.

2. Approche de la macrostructure du segment.

Du lundi au vendredi, de 17h15 à 20h35, la chaîne France 5 élabore un programme dont la structure est récurrente. Afin de décrire précisément ce segment nous avons retenu la programmation du lundi 10 janvier 2011. Sept minutes avant le commencement de « C l'info » nous repérons une annonce pour le segment documentaire programmé le lendemain après-midi. Ensuite, apparaît une deuxième annonce pour l'émission « C à dire ?! » indiquant le nom de l'invité. A ce stade de notre repérage, nous remarquons déjà la mise en place d'un enchevêtrement convoquant un premier mouvement, un ancrage dans la journée du lendemain, puis un second mouvement, une projection dans une temporalité plus proche de l'instant présent vécu par le spectateur, mais cependant pas directement liée à l'émission immédiatement programmée. Ainsi, l'écart introduit entre l'instant vécu et l'émission évoquée se réduit avant d'atteindre « C l'info ». Cette première construction définit en fait le commencement d'un assemblage qui intègre différentes variations participant à l'édification de l'ensemble étudié. Ensuite, un jingle d'ouverture et de fermeture encadrent le créneau publicitaire où se succèdent sept annonces. Puis, apparaît l'affichage du générique et le développement de « Comprendre la route, c'est pas sorcier ». Ce fragment résulte d'une hybridation entre une émission produite par la chaîne France 3, « C'est pas sorcier » et la dénomination des quatre émissions commençant par la lettre « C », soit la formule « c'est ». Par la suite, une nouvelle autopromotion pour l'émission de « prime time » du lendemain est suivie par l'ensemble jingle publicitaire et annonces. La présence d'une plage publicitaire située en amont et en aval de « Comprendre la route, c'est pas sorcier » nous amène à penser que nous sommes en présence d'un nouveau type de document qui n'appartient pas aux catégories appréhendées jusqu'alors. Ni publicitaire, ni autopromotionnelle, nous l'affecterons à la catégorie des « émissions secondaires ». Enfin, nous visionnons « C l'info » pendant une durée de 4min 20sec. et avant le générique de fin, la journaliste annonce la programmation imminente de « C à dire ?! » qui sera suivie par « C dans l'air ». Dans ce cas, la projection dans le futur proche de la grille de programmes

respecte l'ordre de l'enchaînement et correspond à la production d'une combinaison non encore rencontrée. Nous allons ensuite découvrir un nouvel agencement lié au rapprochement de la forme publicitaire et de l'autopromotion : le jingle « publicité » suivi de l'animation du logo du groupe France Télévision, de la publicité du partenaire financier de « C à dire ?! » et de l'annonce de la troisième émission « C dans l'air ». A la différence de la première émission du groupe de quatre, la deuxième est associée à un partenaire. Tandis que nous suivons le déroulement du segment sélectionné, nous remarquons que les combinaisons au sein de la macrostructure se multiplient. « C à dire ?! » se développe pendant une durée de 10', au terme de laquelle un plan nous rappelle l'existence d'une forme internet de l'émission présente sur le site de France 5. Une itération de l'annonce publicitaire du partenaire financier rappelle le nom de l'émission qui se termine. Jusqu'alors, seules des émissions situées dans le futur étaient évoquées, ici, pour la première fois une inversion est pratiquée. Elle participe au tissage de la trame de la grille de programmes.

Puis une série interstitielle précède une émission d'un nouveau genre. Le fragment dénommé « Soyons clair avec l'argent » relève apparemment de l'intégration d'une émission d'information et d'une publicité pour une organisation financière. Ce micro-document au format d'une publicité possède un générique pouvant donner l'impression qu'il appartient à la catégorie des émissions. D'ailleurs, il figure dans la version imprimée du programme hebdomadaire. Sommes-nous donc en présence d'une publicité ressemblant à une émission ou bien d'une émission travestie en publicité ? A la fin, l'affichage du nom de l'entreprise et l'intitulé du document visionné confirment la forme émission accordée à ce fragment. Nous repérons en effet une construction appliqué à la partie terminale de « C à dire ?! ».

Nous regrouperons les documents « Comprendre la route, c'est pas sorcier » et « Soyons clair avec l'argent », respectivement liés à l'autopromotion de « C'est pas sorcier » et au genre publicitaire dans une catégorie dénommée : émissions secondaires d'information.

Nous venons de mentionner les différents types d'objets filmiques convoqués dans la construction de la macrostructure. Les distributions opérées dans la suite du segment étudié, du début de « C dans l'air » à la fin de « C à vous », reprennent les organisations repérées précédemment. Les formes d'imbrication et de tissage sont toujours opérantes. Elles intègrent cependant des variantes qui s'inscrivent dans une logique précise d'introduction d'écarts confortant le spectateur dans son choix de programme, mais évitant parallèlement des répétitions à l'identique, qui pourraient être source de lassitude, d'envie de voir rapidement les offres de la concurrence. Nous noterons à titre d'exemples, l'autopromotion pour une émission programmée le surlendemain ou bien encore, l'annonce des émissions de la soirée proposées par le groupe France Télévision, mais aussi la promotion de l'émission « C à vous », assurée par la présentatrice elle-même.

L'ensemble obtenu est aussi élaboré par l'assemblage d'éléments interstitiels qui participent à l'organisation évolutive de la grille de programme. Les jingles des créneaux publicitaires sont différents tout en appartenant à un même thème (skieurs et danseurs évoluant dans un paysage enneigé). Une image blanche sépare chaque publicité. Les autopromotions convoquent toujours un fond vert, couleur identitaire de France 5, et le jeu d'une flèche blanche manipulant des éléments linguistiques rappelle aux spectateurs, par analogie, l'existence de cette chaîne sur internet.

3. Approche des microstructures des émissions principales

L'investigation précédente nous a permis de constater l'élaboration d'une organisation particulière de l'ensemble du segment-programme. Aussi avons-nous repéré, au sein des fragments interstitiels, des éléments appartenant à des sous-ensembles qui entretiennent des liens directs avec les quatre émissions.

Les types de documents rencontrés, émission principale², autopromotion assurée par les bandes annonces des émissions programmées par France 5, publicité pour des annonceurs, publicité liée au partenaire financier d'une émission, émission secondaire d'informations et fragments interstitiels, participent à l'élaboration d'un ensemble basé sur la production d'un enchevêtrement différentiel.

Cette organisation de la macrostructure accueille des émissions principales qui bénéficient elles-mêmes d'une mise en forme. Nous devons maintenant nous intéresser à l'élaboration de chacune d'entre elles afin de repérer leur mode d'articulation.

Notre approche implique la sélection d'un ensemble d'items qui nous permettra d'opérer des comparaisons et de remarquer des écarts et des similitudes. Nous retiendrons donc comme éléments de repérage, le présentateur, l'espace-temps du studio, l'intégration de reportages, la présence d'un autre journaliste, d'assistants et d'invités, les relations entre les différents participants dans le déroulement de l'émission, les éléments visuels incrustés, les génériques de début et de fin, et enfin, le type d'émission et la durée.

3.1. Microstructure de l'émission « C l'info »

3.1.1. Caractérisation de l'émission

Durée (génériques inclus) = 4min 30sec / durée du générique de début = 9sec. / durée du générique de fin = 9sec. / générique réalisé en animation 2D représentant le scintillement d'une multitude de noms (pays et capitales), dont l'opération de travelling optique révèle la formation d'une sphère autour de laquelle tournent deux ellipses. Puis

². « C l'info », « C à dire ?! », « C dans l'air » et « C à vous ».

un tracé circulaire forme un « C » sur la circonférence de la sphère, alors qu'un satellite se déplaçant en sens inverse formera le « O » du titre de l'émission. Pour terminer « l'inf » apparaît entre ces deux lettres / La journaliste-présentatrice est représentée de face en plan poitrine, le point de vue étant situé à hauteur de son regard / le studio n'est pas visible, seule une image fixe et floue apparaît en arrière-plan et représente une circulation urbaine / Absence d'invités et de collaborateurs dans l'espace du studio / document intégrant une forme s'inscrivant dans le champ du journal télévisé / d'une part, le logotype de l'émission et d'autre part, celui de la chaîne ainsi que l'heure, sont toujours respectivement incrustés, à gauche et à droite, sur une ligne supérieure.

3.1.2. Organisation de l'émission

La structure de cette émission est récurrente. La présentatrice est toujours cadrée de la même manière. Les événements présentés dans cette émission impliquent généralement la diffusion d'un montage visuel convoquant des images de la chaîne, d'archives ou d'autres chaînes. Les commentaires sont énoncés soit par la journaliste-présentatrice (J-P), soit par une journaliste-collaboratrice (J-C) dont le nom est communiqué aux téléspectateurs [premier sujet = J-P, deuxième sujet = J-C, troisième et quatrième sujets = introduction pendant 3 secondes puis images du reportage, le cinquième sujet est précédé et suivi d'un volet affichant le nom de l'émission].

La durée consacrée à la présentation des informations et le nombre de sujets traités ont une incidence sur la forme relativement épurée de cette émission.

Nous devons ensuite appliquer une démarche similaire aux trois autres émissions afin de remarquer des traits significatifs à partir desquels nous pourrions repérer une construction spécifique des microstructures produisant un sens global, qui éventuellement, entrera en relation avec le sens associé à la macrostructure.

3.2. Microstructure de l'émission « C à dire ?! »

3.2.1. Caractérisation de l'émission

Durée (générique inclus) = 10min 10sec / durée du générique de début = 8sec. Un point d'interrogation et d'exclamation sont alternativement incrustés dans une image qui représente un studio de couleur bleutée où sont assis, face à face, le journaliste-présentateur et l'invité. Finalement, le titre de l'émission apparaît en lettres blanches / absence de générique de fin mais insertion de l'annonce publicitaire du partenaire financier / absence de collaborateurs / absence de reportages impliquant un montage, mais diffusion partielle des discours de deux interviewés / le logotype de la chaîne est incrusté en haut à droite alors que celui de l'émission est disposé en bas à droite. Pendant presque toute la durée de l'émission (9min), le nom de l'invité et ses fonctions sont affichés / dominante bleutée / magazine.

3.2.2. Organisation de l'émission

La représentation filmique de cette émission est basée sur la capture de l'espace-temps du studio suivant une modification fréquente des critères de définition de l'image et du plan. Afin de repérer l'incidence du point de vue et du cadrage sur l'élaboration du document, nous allons, dans un premier temps, opérer un choix qui correspond à des solutions standards retenues par des réalisateurs de magazine d'informations. Ceux-ci privilégient un filmage en caméras fixes, à hauteur du regard et une distribution de plusieurs valeurs de plan³ au cours de la durée de l'émission. Puis, dans un second temps, nous nous attacherons à noter les écarts introduits dans la représentation proposée par « C à dire ?! ». Plusieurs options sont envisagées pour s'écarter d'une représentation qui privilégierait le jeu du champ/contre-champ. Ainsi, la caméra ne demeure pas fixe mais elle est affectée d'un mouvement qui demeure toujours léger. Une sorte de vibration est introduite dans l'image par l'intégration d'un panoramique ou d'un travelling latéral ou optique. Dans d'autres plans, la hauteur et la direction de la caméra sont retenues pour apporter un changement dans le déroulement du filmage. Des points de vue situés dans la partie supérieure ou inférieure du décor, accompagnés d'une plongée ou d'une contre-plongée, proposent un regard renouvelé sur une scène visuellement peu évolutive. A ces deux ensembles de ressources, l'inclinaison de la verticalité, à droite ou bien à gauche, ajoute une possibilité supplémentaire de contrôle du rythme de la continuité.

L'information est principalement véhiculée par le canal sonore et l'information visuelle associée à la représentation du décor et à celle des deux protagonistes qui conversent, doit être sérieusement prise en charge par le réalisateur pour être contributive dans le résultat final. L'ensemble des solutions évoquées précédemment sont combinées les unes aux autres afin de multiplier les variations visuelles et d'engendrer un renouvellement qui participe à l'obtention d'une dynamique contribuant au maintien de l'attention des spectateurs.

Afin de conserver une continuité dans la représentation de l'échange entre le journaliste et l'invité, les reportages sont limités au nombre de deux et privilégient la forme interview. Par ailleurs, la projection réalisée sur la partie latérale gauche puis droite du décor, du début et de la fin du reportage, introduit ces nouveaux invités dans la proximité du journaliste et de l'invité. Les projections latérales produisent un effet centrifuge qui étend l'espace du studio, mais elles participent conjointement à l'engendrement d'un effet centripète qui focalise le regard sur le centre du plateau.

3.2.3. Combinaison des émissions

Afin de progresser dans notre investigation des microstructures, nous allons procéder à un premier rapprochement des particularités des deux émissions appréhendées. Dans les deux cas, le spectateur se trouve dans une situation similaire, il

³. Plan poitrine, plan taille, plan italien et plan demi-ensemble.

est à la recherche d'informations. Cependant, elles s'inscrivent dans des parcours différents. La première émission propose un ensemble de données qui ont pour origine une partie de l'actualité repérée au cours des dernières 24 heures et le flux d'informations transite par les journalistes. La seconde émission, quant à elle, requiert certes la présence d'un journaliste, mais la fonction de médiation que ce dernier assure a changé. Il devient un stimulateur s'adressant à l'invité présent dans le studio. Le déplacement de la source d'informations, de l'extérieur vers l'intérieur du studio, a pour conséquence l'introduction d'une inversion dans la relation impliquant l'origine de l'information, le journaliste et le spectateur. Dans le premier cas, les événements étaient localisés au-delà des limites du studio. Ils induisaient un déplacement du spectateur vers l'extérieur⁴. Dans le second cas, l'événement se déroule sur le plateau de télévision, la fonction du journaliste a changé et le spectateur est, dans une certaine mesure, dans une relation de continuité avec l'espace-temps de l'émission. Il n'est plus demandé au spectateur de se projeter au-delà du lieu de médiation.

Cette inversion introduite par la seconde émission s'articule avec le développement d'une écriture filmique qui tend à estomper la perception des limites spatiales du studio. Par exemple, la mise en valeur d'une option intimiste pourrait favoriser l'installation du spectateur dans une proximité dont les changements de point de vue seraient limités afin de le laisser tranquille. Les choix de « C à dire ?! » sont tout autres. Afin d'atténuer le contraste repérable entre la multiplicité des sujets de l'actualité et le lieu unique du studio, le réalisateur propose d'introduire dans le processus de représentation une multiplication des points de vues.

Nous devons à présent considérer la troisième émission, afin de repérer ces spécificités, mais aussi son insertion dans la linéarité du programme.

3.3. Microstructure de l'émission « C dans l'air »

3.3.1. Caractérisation de l'émission

Durée (générique inclus) = 1h 10min / durée du générique de début = 11s. Un travelling optique arrière révèle l'existence d'un écran d'affichage qui est encastré dans un élément du décor. Très rapidement, le plateau et les participants apparaissent. Au cours de ce mouvement affectant l'ensemble du générique sont incrustés : la date, le thème qui sera abordé, puis, à la fin du générique, le titre de l'émission et le nom du journaliste / absence de générique de fin mais insertion d'un plan rappelant la présence de cette émission sur le site internet de France 5 / absence de collaborateurs apparaissant au cours de l'émission / présence de quatre invités / intervention des

⁴. Ce déplacement imaginaire du spectateur vers l'extérieur, lieu d'origine des événements, s'articule avec l'une des fonctions d'une émission d'informations qui consiste à être un lieu de passage médiatique par lequel l'information provient de l'extérieur pour atteindre le spectateur dans son lieu de réception.

spectateurs par l'intermédiaire des SMS / trois reportages d'une durée comprise entre 3 et 5 minutes sont diffusés pendant l'émission / incrustation de trois écrans dans le décor du plateau / dans la partie supérieure de l'image, sont affichés le logotype de l'émission, le thème du jour, l'intitulé « direct » puis le logotype de la chaîne. Ils resteront affichés pendant toute la durée de l'émission / dominante bleutée / magazine en direct.

3.3.2. Organisation de l'émission

« C dans l'air » reprend les particularités de l'écriture de « C à dire ?! » et les complète dans une perspective d'obtention d'un résultat supplémentaire. Cependant, nous remarquons que la principale différence porte sur la durée de l'émission, qui est supérieure à une heure. Nous allons donc tenter de repérer les solutions retenues pour cette troisième émission, afin de produire un flux dynamique et renouvelé.

Quatre invités, trois reportages et les questions posées par le public via les SMS constituent un accroissement des ressources permettant un développement plus approfondi du thème quotidien. Le rythme élémentaire de l'émission aura donc pour base un découpage de l'investigation journalistique, intégrant progressivement les informations contenues dans les reportages.

La représentation filmique du plateau convoque précisément le contrôle des cadrages, des points de vue, de l'inclinaison de la verticalité, des mouvements du dispositif de saisie. Mais, outre cette manière de filmer et d'assembler déjà repérée dans l'émission précédente, nous remarquons l'introduction de nouvelles ressources. Celles-ci sont principalement induites par la capture de la distribution de la parole entre les invités, par l'intégration des écrans comme source visuelle d'incrustation et par l'accroissement des points de saisie simultanée. Dans certains plans, l'intervenant énonciateur sera certes filmé mais simultanément, son image sera affichée sur un voire deux écrans. A un autre moment, cadré dans un plan serré, l'intervenant et un invité réagissant aux propos énoncés seront visuellement rapprochés par le jeu d'un écran, le hors-champ étant alors introduit dans le champ. Cet affichage opéré dans le décor pourra aussi être l'occasion de privilégier la présence des invités en adoptant une mise au point et une profondeur de champ au service d'un rapprochement ou d'un éloignement.

Par ailleurs, de légers décadres ou des recadrages plus serrés de plans initiaux représentent de nouvelles sources de variations, entraînant la production d'un renouvellement toujours au service du spectateur et de la chaîne. Régulièrement, les caméras proposent aux spectateurs des points de vue qu'un témoin imaginaire évoluant dans l'espace-temps représenté n'adopterait pas. Ainsi, des plongées et contre-plongées associées à des positions basses ou élevées du dispositif de saisie offrent, d'une part, des accès singuliers à la scène et, d'autre part, une diversification du regard.

Ces solutions évitent ainsi des répétitions trop fréquentes des plans filmiques sélectionnés pour développer les continuités temporelle et spatiale. L'ensemble de ces variations, au service d'une écriture dynamique, pourrait introduire, dans la continuité

reconstruite, des raccords qui rappellent les choix opérés. Toutefois, la structure récurrente de certains éléments du décor et la gamme des éclairages et des couleurs facilitent le changement fréquent de plans. Une variation visuelle des formes et des couleurs des arrières-plans n'entraîne donc pas de désagréments perceptifs. Le spectateur est alors conduit par la dynamique visuelle, bleutée, mise au service de l'attention accordée au discours verbal.

3.4. Microstructure de l'émission « C à vous »

3.4.1. Caractérisation de l'émission

L'émission est composée de deux parties séparées par un documentaire d'une durée de 30 minutes.

3.4.1.1. Caractérisation de la première partie

Durée (génériques inclus) = 58min / durée du générique de début = 21sec. L'animatrice évolue dans l'espace où l'émission est tournée. Au cours de son déplacement, des objets modélisés en 3D, en mouvement, sont incrustés dans le décor. Finalement, elle s'arrête face à la caméra, le titre-logo de l'émission apparaît, l'animatrice avance la main devant elle et alors le titre est projeté vers l'avant, en direction des téléspectateurs / durée du générique de fin = 31sec. Incrustation successive de onze encarts contenant un texte fixe précisant le nom et la fonction des personnes impliquées dans la réalisation de l'émission / complément du générique de fin : un fragment interstitiel rappelle la présence de cette émission sur le site internet de France5 / trois co-animateurs et une cuisinière apparaissent au cours de l'émission / présence de trois invités dont un principal / intervention des spectateurs par l'intermédiaire des SMS / douze sources audiovisuelles d'information d'une durée comprise entre 18 et 35 secondes sont diffusées pendant l'émission / incrustation de deux écrans dans le décor du plateau / cette partie de l'émission est composée de sept rubriques⁵ différenciées par des jingles visuels spécifiques / dans la partie supérieure de l'image, sont affichés l'intitulé « direct » puis le logotype de la chaîne. Diamétralement opposé, nous repérons le logotype de l'émission. Tous deux resteront affichés pendant la durée de l'émission / magazine en direct.

3.4.1.2. Caractérisation de la seconde partie

Durée (génériques inclus) = 11 min / durée du générique de début = 6 sec. Version allégée, seuls le début et la fin du générique initial sont présentés / durée du générique de fin = 5 sec. Incrustation d'un seul encart contenant un texte fixe précisant le nom et la fonction de personnes impliquées dans la réalisation de l'émission / complément du

⁵ Le débrief [bleu], l'info [bleu], la recette [jaune], la télé [magenta], l'invité [magenta], le buzz [magenta] et le dîner [jaune].

générique de fin : un fragment interstitiel rappelle la présence de cette émission sur le site internet de France 5 / trois co-animateurs et une cuisinière apparaissent au cours de l'émission / présence de l'invité principal / intervention des spectateurs par l'intermédiaire des SMS / incrustation d'un écran dans le décor du plateau / l'incrustation des informations textuelles est identique / magazine en direct.

3.4.2. Organisation de l'émission

Nous allons appréhender simultanément l'organisation de différents fragments et leurs effets sur l'analyse de la microstructure.

3.4.2.1. Les sept rubriques

La première partie de cette émission est composée de sept rubriques et la seconde partie correspond à la fin de la septième rubrique. Évoquons chacune d'elles en précisant leurs particularités. La première rubrique, dénommée « Le débrief » de l'actualité propose une présentation des informations « qu'il ne fallait pas manquer ce lundi 10 janvier »⁶. Neuf nouvelles sont présentées et chacune d'elles est accompagnée d'un document audiovisuel ayant pour source un média télévisuel ou radiophonique. Les images proposées sont affichées dans le cadre d'un moniteur incrusté dans l'image du studio. « C à vous » a donc opté pour la reprise de fragments existants. Cette solution permet de présenter l'information et de la commenter avec un certain recul, car la notion d'immédiateté liée à la diffusion ne constitue pas l'axe prioritaire de la rubrique.

La deuxième rubrique, « L'info » a pour principe l'accueil de deux invités qui s'opposent ou bien complètent leur point de vue pour apporter un éclairage à un événement appréhendé sous la forme d'une interrogation.

La troisième rubrique « La recette » est singulière puisqu'elle propose une recette de cuisine préparée en temps réel par une cuisinière pendant le déroulement de l'émission. Par ailleurs, elle s'articule avec la dernière rubrique : « Le dîner ». L'affichage d'informations pratiques et la présence d'une webcam sont destinés à permettre aux spectateurs de réaliser eux-mêmes cette préparation culinaire.

« La télé », quatrième rubrique, a pour objectif l'évocation de l'actualité de ce média ou encore la programmation des chaînes. Cinquième rubrique, « L'invité » accueille une personnalité en rapport avec le monde des arts. Ludiques, ces rubriques se déroulent devant l'espace cuisine. La sixième rubrique, « Le buzz » est le prolongement de la précédente. L'invité change d'espace pour rejoindre deux animateurs assis autour d'une table de travail. Un animateur présente une information qui a attiré l'attention des médias. A l'étape suivante, « Le dîner », l'invité et les animateurs se déplacent vers la table de restauration. Interview et discussion commencent, en attendant le repas. La fin de la première partie interrompt le développement de cette rubrique. Elle se terminera

⁶. Propos énoncés par Philippe Gaudin, animateur de cette rubrique.

lors de la seconde partie de l'émission, au cours de laquelle un album de photographies sera offert à l'invité. Le rituel de la photographie du groupe clôturera la dernière émission du segment.

Les particularités des rubriques « Le débrief », « L'info » et « Le dîner » nous amènent à considérer que la fragmentation de « C à vous » assure plusieurs fonctions. Comme l'émission « C l'info », la rubrique « Le débrief » présente des informations de la journée. La rubrique « L'info » quant à elle, propose de soumettre une question d'actualité à l'expertise de deux invités. Cette forme se rapproche de celle de l'émission « C dans l'air ». Finalement, la rubrique « Le dîner » et l'invité qui sera interviewé nous rappellent le déroulement de l'émission « C à dire ?! ». Ainsi, nous constatons pour commencer que la dernière émission de la macrostructure reprend, à différents moments de son déroulement, la forme caractéristique des trois émissions qui la précèdent. Nous remarquons donc une progression et une imbrication des émissions au sein du segment.

3.4.2.2. La mise en forme de la proximité

Comme tout animateur désirant élaborer une émission conviviale, Alessandra Sublet est souriante et adopte un ton enjoué. Mais, l'élaboration de « C à vous » va au-delà de cette option initiale. Nous allons repérer les solutions retenues pour atteindre une proximité accrue avec les téléspectateurs. Dès la fin du jingle publicitaire, un ensemble de plans représente l'équipe d'animateurs dans une situation d'échange n'ayant apparemment pas de rapport direct avec l'émission, puis le générique de début commence. Cette construction est originale, car les acteurs apparaissent avant le générique et la séquence les représente dans une relation qui pourrait appartenir à un espace-temps extérieur à celui de l'émission, destiné aux téléspectateurs. Ces derniers sont donc des témoins ou plus précisément, l'équipe animatrice a choisi de se montrer dans une mise en scène qui pourrait ressembler à un hors-émission. La présence du générique après cette séquence accentue cette impression. En fait, nous savons très bien que nous ne regardons pas des images qui ne nous sont pas destinées. Cette première séquence est le commencement d'une série de plans, de comportements et de propos qui montreront aux téléspectateurs ce qu'ils ne voient et n'entendent généralement pas dans ce type d'émission. Rien de très original ne sera proposé, mais simplement l'intégration d'instantanés rappelant le quotidien de la vie courante. Ainsi, au cours des différentes rubriques, les animateurs vont échanger des propos entre eux. Ils ne sont pas dans la continuité du sujet traité, mais simplement, ils introduisent dans le flux verbal des gestes, des mots, des phrases et des comportements qui pourraient appartenir à l'espace-temps du spectateur. Nous repérons aussi ces temps singuliers avant le commencement d'une rubrique. Lors des interviews, des instants similaires s'insèrent dans la continuité des échanges, l'animatrice introduisant de légers décrochages. Pendant quelques secondes, au cours du déroulement de l'émission, une parenthèse s'ouvre momentanément, le téléspectateur reconnaît une ambiance qui pourrait lui appartenir, être celle de son domicile. Lors de ces plages temporelles, la distance entre le studio et l'habitat du spectateur, entre les animateurs et les spectateurs est très réduite.

Cette ambiance « comme chez soi » est aussi véhiculée par le choix de l'espace de tournage, une usine transformée en loft, où le décor accueille banquettes, fauteuils, luminaires et décoration murale d'une habitation domestique mais aussi fragmentation du plateau en zones d'espaces habitables, salon, salle à manger et cuisine. Les rubriques « La recette », « La télé », « L'invité », « Le buzz » et « Le dîner » sont autant de fragments dont la mise en scène convoque des espaces d'habitation. Aussi, nous remarquerons que les animateurs sont présents dans le hors-champ, ils écoutent leurs collègues qui développent leur présentation. Ils adoptent des positions qui rappellent celles que pourraient prendre un spectateur. Ils semblent avoir momentanément quitté leur statut d'animateur, alors ils se rapprochent symboliquement du public.

L'ensemble de ces instants particuliers ressemble à ce qui peut être montré à des proches, à des initiés. Le spectateur devient alors cet habitué du programme pour qui plusieurs facettes de l'objet émission et du comportement des animateurs sont montrées. Le hors-cadre devient révélé à la manière d'un making of, sans toutefois nous surprendre car ce qui est ajouté ressemble au quotidien, aux vécus individuel et collectif du spectateur.

Par ailleurs, la rubrique « La recette » est consacrée au renforcement de cet effet de proximité. Le titre de l'émission « C à vous » résume explicitement les principes mis en œuvre lors de la conception et de la réalisation.

Précédemment, nous avons évoqué la réduction d'une distance. En fait, il semble possible d'envisager un déplacement, c'est-à-dire qu'au-delà d'un rapprochement, une superposition symbolique s'amorce entre les espaces vus et vécus par la cible de l'émission.

Ainsi l'ensemble de solutions retenues participe-t-il à l'élaboration d'un double mouvement, la distance qui sépare le spectateur de l'animateur se réduit et les animateurs se rapprochent des spectateurs.

3.4.2.3. Écart et proximité

Le changement de rubriques est signalé par le discours de la présentatrice, mais aussi par un jingle sonore et visuel supportant un code couleur. Il a pour effet de marquer une ponctuation, mais aussi de proposer un regroupement à l'intérieur de la fragmentation initiale. La couleur bleue est affectée aux rubriques « Le débrief » et « L'info » et correspond au champ de l'informationnel. Ensuite, trois autres rubriques, « La télé », « L'invité » et « Le buzz » sont liées par la couleur magenta qui forme ainsi un groupe associé au domaine ludique. Les deux rubriques restantes, « La recette » et « Le dîner », associées au jaune, se partagent la séquence culinaire de l'émission.

« C à vous » s'inscrit aussi dans le prolongement de « C à dire ?! » en proposant une déclinaison du contenu sur internet. Comme « C dans l'air », c'est une émission en direct qui permet aux auditeurs de participer en posant des questions via des SMS. « C à vous » accroît cette connexion avec le public en orientant une webcam sur la cuisine

afin d'insérer dans une page internet une fenêtre permettant de suivre la préparation du menu.

« C à vous » ne partage pas avec « C à dire ?! » et « C dans l'air » une écriture privilégiant la diversité du filmage. L'attractivité de cette émission porte sur l'intégration d'autres variables, en l'occurrence la fragmentation de la linéarité temporelle par un ensemble de rubriques assurant des fonctions spécifiques et le développement d'une proximité accrue avec les téléspectateurs. La déclinaison quotidienne introduit aussi d'autres écarts qui participent à la remise en cause d'une forme trop stable de l'émission. Par exemple, la cuisinière n'est pas toujours la même personne, une rubrique supplémentaire d'investigation « Noël »⁷ est ajoutée, ou bien encore, la présentatrice fait remarquer qu'elle occupe une nouvelle place pour assurer l'animation. Autant de manières de rompre légèrement avec les habitudes et leur corollaire, la monotonie.

La séquence représentant les animateurs attendant le début de l'émission, disposée en amont du générique, possède un statut particulier, car elle est simultanément un élément de « C à vous » et un fragment interstitiel participant à l'organisation de la macro structure. Nous retrouverons régulièrement cette distribution quand la présentatrice évoquera la rubrique à venir alors que le jingle n'est pas encore apparu.

Répertoriée dans la catégorie talk-show, « C à vous » est en réalité une hybridation des genres informationnel et ludique. Le rapprochement de ces deux genres traduit une nouvelle fois l'enchevêtrement différentiel de tous les fragments participants à la construction de la macro et de la microstructure.

4. Conclusion

Cette investigation nous a permis de constater l'élaboration d'une organisation particulière de l'ensemble du segment et de chacun de ses fragments. D'une part, chaque émission présente des similitudes et des différences, par l'intermédiaire desquelles elle se particularise et se combine avec les autres. D'autre part, nous avons repéré, au sein des fragments interstitiels, des éléments appartenant à des sous-ensembles entretenant des liens directs avec les quatre émissions. Les catégories d'objets filmiques étudiés, les émissions principales, les émissions secondaires, les autopromotions de la chaîne et les plans interstitiels participent à l'élaboration d'un ensemble, basé sur la production d'un enchevêtrement différentiel.

Le principe de construction du segment étudié implique le développement systématique d'écarts entre toutes les émissions, mais aussi à l'intérieur de chacune d'elles. La prise en compte de ce principe nous permet d'appréhender la cohésion de l'ensemble qui convoque tant une macrofragmentation qu'une microfragmentation,

⁷. Patronyme du journaliste assurant cette rubrique

basées sur les écarts de l'une par rapport à ceux de l'autre. Mais ces écarts ne sont pas le résultat de simples oppositions. Ils prennent du sens par rapport à l'évolution des choix opérés au cours de l'écoulement de la durée du segment. La combinaison de ces deux niveaux de fragmentation participe à la production d'un rythme impliquant la création d'une forme de contrôle du flux télévisuel par le téléspectateur, alors qu'il demeure toujours connecté à la même chaîne. Les deux niveaux ont donc pour effet d'entretenir le contact avec le spectateur, qui repère suffisamment de variations dans le flux visuel pour ne pas être envahi par une impression de monotonie qui le conduirait à changer de chaîne. Il est aussi capté par une cohérence et une évolution des émissions proposées qui constituent un ensemble morcelé, si nous nous limitons à l'énumération des fragments et à un tout structuré, si nous considérons la construction de l'ensemble ou bien si nous nous laissons conduire par le flux télévisuel.

Nous avons remarqué que le passage de « C l'info » à « C à dire ?! » avait introduit une inversion entraînant un déplacement du regard du spectateur de l'extérieur vers le studio, lieu de la réalité représentée. Cette orientation a été confirmée par la focalisation du point de vue sur le plateau de « C dans l'air » qui, d'une part, propose une émission d'une durée d'une heure et, d'autre part, accueille quatre invités en offrant aux téléspectateurs un accès à l'émission par l'intermédiaire des questions posées via les SMS. La dernière émission, « C à vous » confirme cette option et franchit un seuil supplémentaire. En effet, une usine aménagée comme une habitation, la préparation d'un repas, l'accueil des invités par une porte d'entrée, l'album de photographies, la photo de groupe, un ensemble de comportements adaptés et différentes manifestations de la convivialité participent à la réduction de la distance séparant le studio de l'habitat du spectateur. L'organisation de chaque émission et sa distribution au sein du segment ont conduit le spectateur vers un point où il est en possession d'une émission qui lui appartient.

Finalement, l'ensemble des combinaisons qui organisent la macrostructure et chacune des microstructures participe à la production d'un rythme de diffusion, à un renouvellement visuel et structurel qui nous amène à considérer la grille de programme comme un vecteur d'écriture. Nous ne sommes donc pas simplement en présence du résultat de la distribution d'objets filmiques sur l'axe temporel du flux télévisuel, mais nous sommes confrontés à un assemblage inducteur de sens.