



HAL
open science

” Quand y a-t-il format ?

Marie-France Chambat-Houillon

► **To cite this version:**

Marie-France Chambat-Houillon. ” Quand y a-t-il format ?. Penser la création audiovisuelle, dir Emmanuelle André, François Jost, Jean-Luc Lioult, Guillaume Soulez, pp.243-252, 2009. hal-02866195

HAL Id: hal-02866195

<https://hal.science/hal-02866195>

Submitted on 27 Jun 2020

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.

HORS

CHAMP

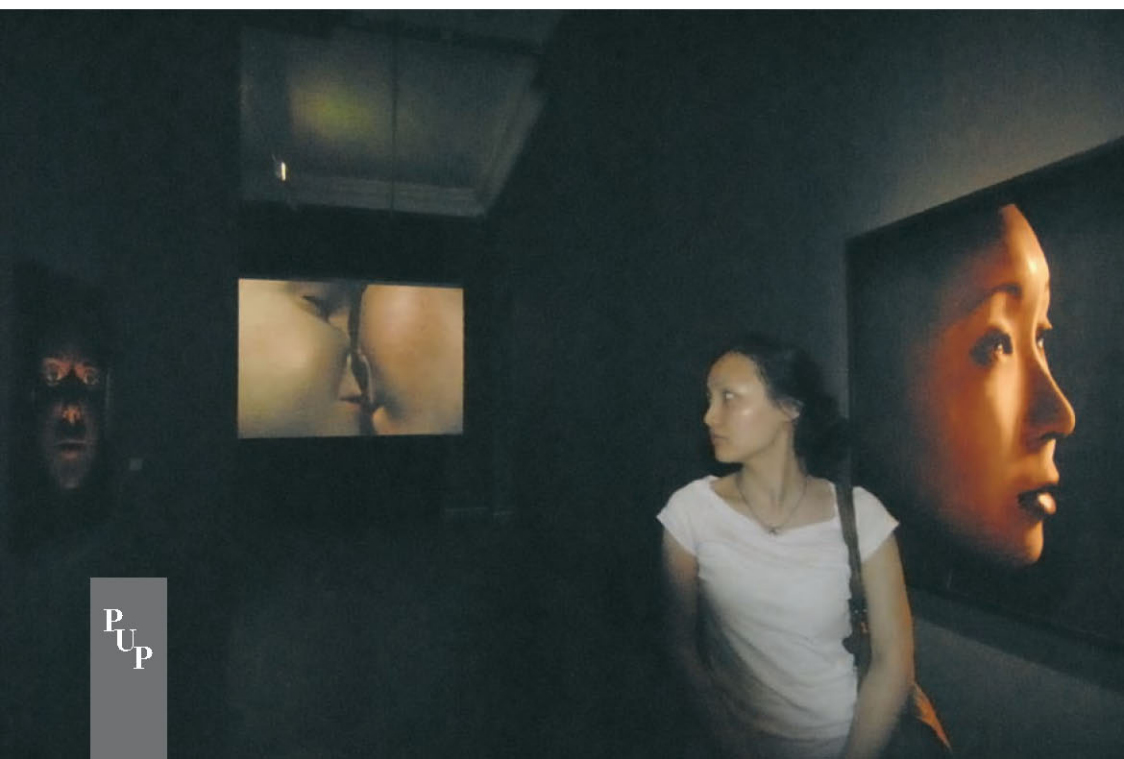
Textes réunis par

Emmanuelle ANDRÉ, François JOST,

Jean-Luc LIOULT, Guillaume SOULEZ

PENSER LA CRÉATION AUDIOVISUELLE

cinéma, télévision, multimédia



collection
HORS CHAMP

PENSER LA CRÉATION AUDIOVISUELLE

Cinéma, télévision, multimédia

**5° Congrès de l'Association Française des Enseignants et
Chercheurs en Cinéma et Audiovisuel
Aix-en-Provence, 14-15-16 septembre 2006**

Textes réunis par
Emmanuelle ANDRÉ
François JOST
Jean-Luc LIOULT
Guillaume SOULEZ

2009

PUBLICATIONS DE L'UNIVERSITÉ DE PROVENCE

© PUBLICATIONS DE L'UNIVERSITÉ DE PROVENCE

29 avenue Robert Schuman - F - 13621 Aix-en-Provence cedex 1
Tél. + 33 (0) 4 42 95 31 91 – Fax + 33 (0) 4 42 95 31 80
pup@univ-provence.fr

Catalogue complet sur www.univ-provence.fr/wpup

DIFFUSION LIBRAIRIES : AFPU DIFFUSION – DISTRIBUTION SODIS

Quand y a-t-il format ?

Marie-France CHAMBAT-HOUILLO
Université Paris III

Force est de constater la prolifération des usages du terme « format » aussi bien chez les professionnels que chez les chercheurs¹. Je m'intéresserai uniquement à la diversité qualitative de ces emplois, le territoire symbolique de ce terme n'étant pas suffisamment défini. D'ailleurs, le caractère flottant de ses limites n'est sans doute pas étranger à sa renommée actuelle. Étant à géométrie variable, la définition du « format » n'engage pas une, mais des conceptions de la télévision. Il me semble que trois perspectives, distinctes mais non exclusives, animent la fonction télévisuelle du format : une logique de production, une logique de programmation et une logique d'interprétation. Autour de ces orientations, ma réflexion n'est pas une tentative positive de conceptualisation du format, mais elle essaye plutôt de comprendre comment le format agit pour les émissions.

Un standard de production

Premièrement, la notion de format n'est pas spécifique au monde de la production télévisuelle, mais fonctionne également dans le champ des applications informatiques, en tant que fichier technique d'enregistrement. Bien que cet angle-là ne soit pas mon objet d'étude, il possède avec la notion télévisuelle une racine commune, celle de la

1 Cette recherche a été réalisée dans le cadre du programme COFECUB-CAPES n° 494/05.

« mise en forme » de données. Cette idée, assez simple, de « mise en forme », suppose de penser le format comme étant à l'origine d'un processus d'engendrement d'émissions dont la « conformité » est en jeu.

Accompagnant le développement économique du média télévision, le format est l'outil idéal de la standardisation et de la normalisation des activités audiovisuelles. Entre 2002 et 2004, il semblerait que la production de formats a représenté mondialement un marché de 6,4 milliards d'euros². En constituant une réponse en matière de rationalisation de la production, cet usage du format n'est pas spécifique à l'audiovisuel en particulier, mais à l'industrie en général. Comment fonctionne-t-il comme standard de production ?

À la suite de François Jost³, le « concept » d'une émission doit se démarquer de son format. Si chez les professionnels un certain flottement subsiste autour de la définition de « concept⁴ » d'une émission, il n'en reste pas moins qu'elle renvoie à l'idée principale d'une émission, idée inédite ou non. De par sa nature « idéale », le « concept » d'émission se distingue du format, dont la fonction devient la mise en forme télévisuelle dudit « concept ». Le format est donc une modalité de représentation audiovisuelle du « concept » de l'émission. Il permet de fixer l'intelligible par un régime de visibilité.

Le lien entre le « concept » et le « format » n'est pas coercitif : un « concept » n'implique pas d'emblée un format, une idée ne prescrit en rien une mise en forme télévisuelle. Au contraire, les jeux relationnels sont multiples : un « concept » peut donner naissance à plusieurs formats possibles, qui engendreront ensuite plusieurs émissions : *Star Academy*, *La Nouvelle Star*, *Pop Star*, etc. En effet, tous ces programmes ont comme point commun de suivre des jeunes chanteurs dans leur parcours jusqu'à leur réussite. Or, bien que ces émissions apparaissent comme très similaires en raison de leur proximité conceptuelle et quelques parentés thématiques (les mécanismes de sélection des candidats comme leurs prestations sur scène devant un public et un jury), les formats retenus font qu'à l'arrivée le téléspectateur a bien affaire à des programmes perçus comme différents. D'ailleurs, les critiques de télévision n'ont pas été abusées par cette proximité

2 Version électronique du rapport « The Global Trade in television formats », 2005.

3 François JOST, *Comprendre la télévision*, Armand Colin, 2005, p. 49.

4 Nous garderons ce terme professionnel entre guillemets pour le distinguer du concept comme catégorie théorique. « Enfin, le fond de la honte fut atteint quand l'informatique, le marketing, le design, la publicité, toutes les disciplines de la communication s'emparèrent du mot concept lui-même [...] », Gilles Deleuze, *Qu'est-ce que la philosophie ?*, Minuit, 1991, p. 15.

« conceptuelle ». Les différences de facture imputables aux formats construisent des destinations elles aussi différentes, comme en témoigne l'engouement de certains journalistes culturels pour la saison 2006 de *La Nouvelle Star*, alors même que leur enthousiasme était nettement plus modéré pour la *Star Academy*⁵. Le format ne sert pas qu'à stabiliser un certain nombre d'éléments en vue d'une série d'émissions, il sert aussi à « distinguer » les téléspectateurs.

Une idée peut donc être reprise par des maisons de production concurrentes sous des formats, certes similaires, mais non identiques, conformément à l'argument juridique que le droit ne protège nullement le « concept » en soi, mais il le défend uniquement s'il est exprimé, donc mis en forme. Le format donne une existence publique et légale à la production télévisuelle, en protégeant le projet par une enveloppe formelle fixée par lui. Il devient le garant de la bonne circulation du travail des producteurs. Ses paramètres peuvent circuler sans crainte d'être plagés. Le format agit comme un moyen de protection pour la création télévisuelle.

En ce sens, contrairement aux idées reçues, format et création ne s'opposent plus aussi frontalement. Le format n'est plus une contrainte entravant la création télévisuelle, même si celle-ci est conçue comme une pratique totalement libre et originale. Réduire ainsi le champ de la création télévisuelle à certains programmes très élaborés et travaillés relève presque d'un jugement « moral » impropre à ma réflexion ici⁶. Précisément, les critiques envers les émissions « formatées » se nourrissent de cette axiologie en la reconduisant implicitement. Dire qu'un format s'oppose à la création parce qu'il permet l'engendrement d'émissions similaires à une formule initiale (souvent d'origine étrangère) est sans fondement, puisqu'un format n'existe que s'il est à l'origine de ce processus de décalque. Un format sert à produire des discours « semblables ». Le condamner au titre de sa qualité de processus analogue ne produisant pas de programmes originaux relève d'une aporie.

Par ailleurs, il arrive parfois qu'un format s'annonce plus innovant et original qu'un banal téléfilm. Le critère classique de création peut alors s'appliquer à le qualifier, au même titre qu'une émission considérée comme non « formatée », rendant encore une fois l'opposition inopérante. Néanmoins, le couple création/format devient intéressant

5 « Le 8 juin, lors de la finale de *La Nouvelle Star* sur M6, l'ovniesque Christophe Willem, alias *the turtle*, a conquis 43,9 % des ménagères de moins de 50 ans. Mais aussi les chatouilleux critiques de Canal + – il sera demain l'invité du *Grand Journal* – du *Monde*, de *Libération* et des *Inrocks* ». *20 minutes*, 13 juin 2006.

6 Il va sans dire que la création ne se limite pas au seul domaine artistique.

pour interroger les limites de l'œuvre télévisuelle. Le format permet de revisiter cette définition en l'élargissant en partie aux émissions de flux produites, pour la plupart, à partir d'un format premier. Or, à l'origine, ces émissions sont exclues de ce champ⁷. Avec l'arrivée de nouvelles émissions portées par de nouveaux formats, la définition de l'œuvre de télévision s'élargit, comme en témoigne la qualification de l'émission *Popstars* en œuvre télévisuelle⁸ par le CSA. Le format ne doit plus être perçu comme le contraire de la création : ils ne sont pas de même nature. En réduisant la circulation complètement libre des émissions, qui, de ce fait, peuvent faire l'objet de plagiat, le « formatage » constitue une condition de possibilité du parcours de la production télévisuelle. Le format devient la condition même de l'existence publique, juridique et économique de la création. En tant que processus épiphanique du « concept » télévisuel, le format, en lui assignant un fondement énonciatif (une origine correspondant souvent aux producteurs), règle sa circulation économique comme étant patrimoniale. Rares sont alors les formats télévisuels anonymes et non attribués.

Le format permet de « matérialiser » la nature abstraite du « concept ». De la sorte, le formatage reprend le fonctionnement symbolique du principe de notation, si important pour les créations allographiques, selon N. Goodman⁹. Le format consigne alors la part allographique de l'émission à partir de laquelle des variations deviennent possibles. Prenons l'exemple de la musique, art allographique par excellence, où chaque concert est une manifestation singulière d'une œuvre dont les attributs sont prescrits par une partition. Les traits du format constituent ce que Goodman et Genette nomment « les propriétés constitutives » de l'émission, à distinguer des « propriétés contingentes », définissant les paramètres de l'adaptation d'une émission pour un public défini. Ainsi déterminé, le format *informant* le « concept » n'est pas l'égal de l'émission effectivement diffusée. Il définit seulement le territoire de son « objet d'immanence »,

7 La qualification d'œuvre ne relève pas de finalités esthétiques. Elle répond à des impératifs économiques, car aides et subventions sont octroyées aux programmes ainsi déterminés. Par ailleurs, les diffuseurs se doivent d'appliquer un certain quota d'œuvres en matière de programmation. La spécification d'œuvre télévisuelle intéresse donc plusieurs acteurs économiques du marché audiovisuel : les producteurs et les chaînes, entre autres. Pour cette raison, entre février et avril 2002, le CSA a organisé une concertation publique des acteurs économiques du secteur pour réfléchir à une redéfinition de l'œuvre télévisuelle.

8 Communiqué de presse du CSA n° 467 du 15 novembre 2001.

9 Rappelons qu'une œuvre allographique est une œuvre dont la reproduction n'altère pas son authenticité puisque celle-ci est obtenue grâce à un principe de notation. N. Goodman, *Langages de l'art*, Jacqueline Chambon, 2006, chapitre 3 et suivants.

selon Genette¹⁰. Puisque le format n'est pas l'égal de l'émission effectivement diffusée, celle-ci possède d'autres caractéristiques qui sont le siège d'un travail d'appropriation locale par le producteur exécutif, pour une chaîne en particulier. Cependant, ces agencements dépendent toujours de l'importance des qualités du format. Les propriétés contingentes d'une émission ne le sont que par rapport aux propriétés constitutives. Elles resteront *relatives* à celles du format.

Le format et l'émission sont donc deux types de « manifestations » de nature différente de l'objet d'immanence télévisuel. Le format dénote, consigne la production audiovisuelle, alors que l'émission est une exécution audiovisuelle des propriétés prescrites. Le paradoxe réside dans le fait que, pour le téléspectateur, le format n'est jamais autonome, mais se donne *dans et par* l'émission¹¹. Il n'existe que pour se déployer dans une stratégie de développement envers un public spécifique. On peut donc parler d'une double finalité du format : à la fois garantissant à l'acheteur, la chaîne, certaines qualités de l'émission, tout en lui promettant un possible redéploiement d'éléments pouvant satisfaire un usage spécifique. Le format vise à un savant équilibre d'universel et de potentialités singulières. Cependant, ce redéploiement n'est possible qu'à partir du territoire de l'objet d'immanence. En consignnant ses propriétés constitutives, le format singularise une émission, la rend unique par l'attribution d'une source énonciative (une maison de production) afin de bien marquer la provenance initiale de la déclinaison future d'émissions. Ce processus de sérialisation, fondé sur la nature allographique du format¹², n'est toutefois nullement déterminé définitivement, il peut varier en amplitude, c'est-à-dire que, face aux propriétés constitutives, l'importance des propriétés contingentes peut être modulée.

Un format n'est pas un statut en soi pour une émission. Ainsi, il arrive qu'une émission déclinée dans une sérialisation fonctionne à son tour comme format engendrant une autre descendance. Ainsi en est-il de *Loft Story*, version française du format néerlandais *Big Brother*, mais qui agit en format envers sa réplique québécoise. Le *Loft Story* québécois a pour origine directe l'émission française et comme cousinage plus lointain, *Big Brother*.

10 Gérard GENETTE, *L'Œuvre de l'art*, Seuil, 1994, p. 37 et suivantes.

11 Plus loin, je montrerai comment le format peut être mobilisé dans la réception d'une émission.

12 « Le propre du régime allographique est de permettre une multiplication illimitée des exemplaires de manifestation d'un objet d'immanence », comme le remarque Genette, *op. cit.*, p. 200.

Un standard de programmation

La normalisation par le format ne porte pas exclusivement sur les contenus, mais leur impose une « dimension » commune. Dans cette logique, le « formatage » n'a pas pour objet *directement* les caractéristiques internes des discours télévisuels, mais vise plutôt l'agencement de ces éléments afin de produire la durée de l'émission. Le format s'emploie tel un étalon temporel structurant l'*inventio* télévisuelle. Le modèle médiatique présidant à cette dimension temporelle détermine alors l'émission comme un programme, autrement dit comme une disponibilité pour une tranche horaire. Cette dimension du format ne valorise pas les émissions comme faits discursifs, mais les mobilise en tant qu'éléments inscrits dans une politique de présentation publique, la programmation. Il est moins le moteur d'une sérialisation, qu'il n'est un calibre de programmation facilitant l'insertion d'un programme dans le plus grand nombre de grilles étrangères. En ce sens, le format pointe davantage le programme que l'émission en normalisant des durées.

Cependant, si le format ne détermine pas directement la diffusion d'une émission à telle heure précise de la journée, il suggère plutôt une case horaire à « remplir » au sein d'une grille de programmation. Néanmoins, il serait naïf de croire que cette durée n'infléchit pas le moment de diffusion de l'émission (en *day-time*, ou en *access-prime-time*, voire en *prime-time*). L'observation des chaînes généralistes françaises montre que peu de formats courts sont présents le matin, alors qu'ils se multiplient en *access-prime-time* autour du journal télévisé. Cette tendance à raccourcir les formats en soirée ne doit rien aux raisons esthétiques d'une hyperfragmentation postmoderne, mais est simplement motivée par des raisons financières : la courte taille des émissions permet d'augmenter la présence publicitaire à ce moment stratégique de la journée.

Cette même raison économique se retrouve dans le changement de format de *Navarro*, héros de TF1¹³. De 105 minutes en moyenne, son *spin-off*, *Brigade Navarro*, devient un récit de 52 minutes, impliquant certainement une modification de configuration des soirées de la Une. Elle peut ainsi multiplier les coupures publicitaires et autres discours promotionnels autour d'un épisode. Par ailleurs, fort de ce nouveau format plus conforme aux séries américaines, *Brigade Navarro* permet à TF1 d'augmenter son offre de fiction envers les marchés étrangers. Cet

¹³ Le tournage des premiers épisodes a commencé lors de l'été 2006. TF1 n'a donc pas encore diffusé cette nouvelle formule.

exemple fictionnel est intéressant puisque, si comme standard de production le format opère essentiellement pour les émissions de flux en tant que standard de programmation, il agit auprès de tous les genres télévisuels, fiction y compris. Sous cette logique, le format rend poreuse la frontière entre flux et stock, étant opérationnel pour ces deux familles de programmes¹⁴. Un des effets possibles de cette gestion de la durée et de l'articulation des journées télévisuelles est de mener vers une internationalisation des grilles, laissant présager une homogénéisation des formules de programmation des chaînes généralistes. Si selon J.-L. Missika, la chaîne est un « maître des horloges », ses fonctions de diffuseur et de programmateur diminueraient au profit des producteurs de formats. Concevoir les émissions comme des « cases temporelles » révèle que le format organise leur gestion sous forme de *catalogue*.

Le format est un outil pérennisant en vue de stocker – afin de pouvoir vendre – ce qui est fugace à la télévision, à savoir les émissions de flux : les divertissements, les jeux et la télé-réalité. Et il arrive qu'au sein d'un catalogue le format, par abus de langage via une réduction métonymique, devienne synonyme des émissions qu'il rend pérennes. Ainsi en est-il du catalogue des programmes de *France Télévisions Distribution*, où le terme « format » constitue une entrée générique à part entière aux côtés d'autres mentions que sont l'animation, le cinéma, le documentaire, la fiction, le magazine et l'actualité. Pour *France Télévisions*, sous la catégorie « format » est rangé le jeu *Des chiffres et des lettres*. La description du programme comme « un jeu simple à adapter, divertissant et fédérateur, à l'antenne depuis 35 ans » contribue à minorer ses qualités ludiques pour valoriser sa flexibilité, c'est-à-dire les possibilités d'adaptation liées à son emploi comme format.

Un modèle d'interprétation : La Nouvelle Star

Dans notre première partie, j'ai montré que le format pouvait être le siège de l'originalité, en tant que lieu d'assignation d'une origine (de production) à une série d'émissions. Selon cette perspective, le format ne peut-il pas participer à la construction d'une « auctorialité » télévisuelle ? Assisterions-nous alors à un déplacement des enjeux de la médiation auctoriale du traditionnel territoire de l'œuvre à celui du format ? Ce mouvement semble déjà avoir été amorcé par le CSA, qui a

¹⁴ Cette tendance à rendre moins ferme la distinction entre flux et stock est également visible dans le bilan sur l'œuvre audiovisuelle par le CSA. En effet, cette institution songe à élargir cette définition aux émissions de flux en réfléchissant sur les critères des variétés et des jeux.

décrété *Popstar* œuvre audiovisuelle. Là encore, il ne s'agit pas d'opposer œuvre et format, mais de comprendre selon quelle logique le format peut être mobilisé dans la réception des émissions. Mon hypothèse est que le format peut parfois fonctionner comme un *interprétant* au même titre qu'une œuvre pour une émission¹⁵.

L'exemple de *La Nouvelle star* est remarquable. Depuis ses débuts, bien que cette émission ait beaucoup évolué (nouvelles rubriques, renouvellement du jury, modification des règles, etc.), l'animateur principal, B. Castaldi, reste inchangé jusqu'en 2006. Pour M6, la chaîne, le choix de cet animateur n'est pas anodin, situant d'emblée ce programme dans la continuité générique de la télé-réalité puisque Castaldi fut l'animateur « historique » des deux saisons de *Loft Story*. Pour sa partie en *live*, *La Nouvelle Star* apparaît comme une émission de plateau où l'animateur coordonne classiquement les différents numéros en veillant au bon déroulement de la soirée. S'il est fréquent, pour cette catégorie d'émissions de plateau, d'assister à une construction de la figure d'auteur autour de l'animateur, qu'en est-il pour cette émission ?

Au fil des années de *La Nouvelle Star* (quatrième saison en 2006), l'animateur se positionne peu à peu comme un interlocuteur privilégié des candidats-chanteurs (les tutoyant, leur faisant la bise, etc.) et « contre » le jury, composé d'experts musicaux. En effet, face aux débordements du jury, qui n'hésite pas à exprimer ouvertement ses désaccords sur les choix artistiques opérés par la maison de production, Castaldi ne cesse de rappeler la toute-puissance des producteurs à travers le respect du règlement imposé par le format. Alors qu'il est le représentant symbolique de la chaîne, Castaldi se retrouve paradoxalement à défendre le format, c'est-à-dire les producteurs, en rappelant les règles du jeu. En témoigne un épisode durant lequel Marianne James, après s'être insurgée contre une modalité de sélection, se voit objecter par l'animateur qu'il s'agit d'une émission anglaise dont il convient de suivre les principes. Et James de répondre : « mais qu'est-ce qu'on en a à foutre des Anglais »¹⁶. Est-ce que le jury peut vraiment remettre en cause le format ? Et faut-il y voir un déplacement du siège de l'auctorialité, de l'animateur aux membres du jury ?

Il faut reconnaître que le succès de cette émission doit beaucoup aux coups de gueule des jurés contre les producteurs, qui se voient alors critiqués. Toutefois, ce changement de l'objet du jugement du jury, des

¹⁵ *Interprétant* au sens que lui donne Peirce : un signe intermédiaire, employé par le récepteur, pour saisir la relation entre le signe (ou *representamen*) et son objet.

¹⁶ Émission du 14 mars 2005.

candidats au format, n'est en rien contraire à son activité. En effet, les contestations du jury relèvent de la part « adaptative » du format, c'est-à-dire de ses qualités contingentes rendues possibles grâce aux limites du territoire de l'immanence construites par le format¹⁷. D'ailleurs, dès la deuxième saison, ce désaccord entre jury et format et les mésententes survenant parfois entre les membres du jury deviennent des éléments de promotion de l'émission par la chaîne. Ainsi, dans ses bandes-annonces, M6 relègue à l'arrière-plan les candidats et surtout son animateur¹⁸. Cette focalisation sur les experts suffit-elle pour que le jury tire à lui la couverture auctoriale ? Pourquoi pas. Toutefois, l'emphase médiatique construite autour du jury ne s'oppose pas aussi directement au modèle du format, puisque le jury – et ses débordements – est lui-même une émanation issue du format, donc autorisée par lui.

Le 22 mai 2006, l'audience de 25,9 % de part de marché, correspondant à un gain de près de 1,3 million de téléspectateurs par rapport à la semaine précédente, pour l'épisode qui voit Benjamin Castaldi remplacé en pleine saison par Virginie Efira, signifie que l'animateur n'est pas perçu comme l'auteur de *La Nouvelle Star*. En effet, puisque l'audience ne s'est pas effondrée au moment de son remplacement, il n'est pas investi comme composante identitaire fondamentale pour celui-ci. Le format de cette émission apparaît suffisamment puissant pour permettre à celle-ci de se passer de Castaldi. Certes, il est possible d'expliquer cette forte audience de la soirée par un mouvement de curiosité des téléspectateurs face au départ très médiatisé de l'animateur. Cet argument n'est pas négligeable, mais il ne suffit pas à expliquer les très bons scores de la fin de saison avec Virginie Efira comme présentatrice. De façon générale, le format évince l'animateur en le rendant interchangeable. Si un changement de tonalité est remarquable avec V. Efira, en particulier ses échanges avec le jury sont plus consensuels, ces nuances n'entachent pas le caractère opérationnel du format, mais semble, bien au contraire, renforcer son poids. L'animateur n'est alors qu'une fonction parmi d'autres, rendue possible par le format, et sa personnalité n'est nullement considérée comme un trait distinctif pour l'émission. D'ailleurs, le propre du format est de fonctionner dans plusieurs pays avec des présentateurs à chaque fois différents.

17 Il faudrait savoir si l'existence des débordements du jury contre le règlement est une particularité française. Ce travail de comparaison n'est pas encore achevé.

18 Dans cette histoire, nul n'est dupe, comme l'affirme Marianne James : « Bien sûr ! Je suis utilisée, mais pas manipulée ! Quoi que je fasse, ils [les producteurs] s'en servent ! Ils font feu de tout bois et moi, du bois, j'en apporte ! », *Téléstar* en 2006. Source : archive électronique.

L'invariance cautionnée par le format permet à l'émission de surmonter ce changement en neutralisant ses conséquences envers les téléspectateurs. L'interprétant de l'émission s'avère le format, en tant qu'il assure la permanence des règles et la régularité des dispositifs promis par la série. La garantie de la constance et l'assurance de retrouver « du même » à travers plusieurs émissions font que le format initie et autorise la cohérence sémiotique de *La Nouvelle Star*. Face au départ inopiné de l'animateur, le format a fait autorité, au sens étendu que lui prête le philosophe Hume, puisque « fait autorité ce qui paraît jouir de l'unité, de l'identité, de la substantialité, c'est-à-dire d'une espèce de Soi »¹⁹. Interpréter une émission comme format ne va pas contre l'idée traditionnelle d'auteur puisqu'il opère de la même façon en fonctionnant comme une figure de contrôle et de permanence du dispositif. La différence tient au fait que l'interprétant « format » ne s'oblige plus à trouver, dans la représentation audiovisuelle, un « corps » de substitution, traditionnellement celui de l'animateur, puisque ce dernier est remplaçable, sans que s'altère la qualité de la formule. Avec *La Nouvelle Star*, on assiste à une certaine autonomie du programme via la prégnance de son format, ou plutôt une auctorialité œuvrant en dehors de toute contrainte empirique de figuration.

Le format est traversé par des perspectives médiatiques différentes. Faut-il pour autant les opposer ? Non, car elles ne sont pas exclusives, et les logiques de production, de programmation et d'interprétation du format peuvent opérer de concert, mais à des niveaux différents de la chaîne discursive télévisuelle. En effet, depuis le cadre d'étude pragmatique qui est le mien, au lieu d'essayer de stabiliser « positivement » une notion aux usages multiples, je préfère repérer à quel moment « il y a format ».

Bibliographie

JOST François, *Comprendre la télévision*, Paris, Armand Colin, 2005.

CLÉRO Jean-Pierre, « Grandeur et vanité de la fonction-auteur chez Hume », *Une histoire de la fonction-auteur est-elle possible ?* Saint-Étienne, Publications de l'Université de Saint-Étienne, 2001.

MISSIKA Jean-Louis, *La Fin de la télévision*, Paris, Seuil, 2006.

GOODMAN Nelson, *Langages de l'art*, Nîmes, Éditions Jacqueline Chambon, 1990.

GENETTE, Gérard, *L'Œuvre de l'art*, Paris, Seuil, 1994.

DELEUZE Gilles, *Qu'est-ce que la philosophie ?*, Paris, Minuit, 1991.

19 Jean-Pierre CLÉRO, « Grandeur et vanité de la fonction-auteur chez Hume », Publications de l'Université de Saint-Étienne, 2001 p. 243.

Table des matières

Préface

Emmanuelle André, François Jost, Jean-Luc Lioult, Guillaume Soulez 5

Ouverture

13

Michel Guérin

Le concept de création est-il obsolète ? 15

Dominique Chateau

La question de la création artistique au cinéma dans ses
rapports avec l'art contemporain 25

La création audiovisuelle à la recherche de sa spécificité 37

La fabrique de l'objet ou de l'œuvre 39

Céline Gailleurd

Quand Malraux et Godard pensent la création : du *Musée
imaginaire* à *Histoire(s) du cinéma* 41

Aurore Renaut

Les Actes des Apôtres de Rossellini, du texte à l'image 51

Gilles Delavaud

Aux sources de la création télévisuelle : la télévision comme
dispositif d'adresse 61

Raul Grisolia

Créer la visibilité : stratégies documentaires 73

Confluence des arts 83

Gilles Mouëllic

L'improvisation au cinéma : Jacques Rozier, d'*Adieu Philippine*
(1961) à *Du côté d'Orouët* (1969) 85

Luc Vancheri

Du contemporain cinématographique 95

Jonathan Thonon Les impermanences du « corps filmique » (Pathologies et blessures de l'image dans la pratique contemporaine du <i>found footage</i>)	105
Clotilde Simond Représentation, <i>progettation</i> : entre cinéma et architecture	119
Maxime Scheinfeigel De l'escalier d'Odessa à l'utopie interactive (<i>Steps</i> de Zbigniew Rybczynski)	129
Marie-France Grange Le cinéma du côté des arts plastiques	137
<i>L'Ancien et le nouveau : quelle place pour l'invention ?</i>	147
Sébastien Layerle Témoigner d'une « mutation de l'être » : Mai 68 dans l'ensemble <i>Autocritique</i> de Marie-Claire Schaeffer (1968-1998)	149
Bernard Papin Le palimpseste télévisuel ou la réécriture moderne des grandes œuvres du télévisuel	163
Alban Jamin « Briser la case, crever l'écran » : penser le super-héros au cinéma (À propos de <i>Spider-Man 1</i> de Sam Raimi)	173
Formats et contraintes créatives	183
<i>Le poids du format</i>	185
Michèle Lagny <i>Blockbuster</i> et création	187
Yann Kilborne Danser entre les chaînes : les documentaristes à l'épreuve de la télévision	197
Sébastien Rouquette Peut-on formater la dérision ?	209
<i>L'Art de la formule</i>	217
Fabien Bouilly Derrière les formes closes : <i>Desperate Housewives</i> , une « création à contraintes »	219
Virginie Spies Quand la télévision met en scène le bonheur : malheur, bonheur et autres problèmes du téléspectateur...	231
<i>Jeu du format et art de masse</i>	241
Marie-France Chambat-Houillon Quand y a-t-il format ?	243
Guillaume Soulez Format et dispositif : nouvelles règles du jeu esthétique en régime industriel des images et des sons	253
Stéphane Benassi La fiction télévisuelle comme expérience esthétique populaire	263

Mise en page, maquette de couverture
PUP - Aix-en-Provence

Imprimé en France
sur les Presses DOCUMENTIS - Vitrolles

Dépôt légal - 1^{er} trimestre 2009
ISBN - 978-2-85399-717-1
ISSN - 1767-1884

photographie

film

Emmanuelle ANDRÉ est maître de conférences en études cinématographiques à l'université Lumière-Lyon 2. Ses derniers travaux portent sur les liens entre le cinéma et l'anthropologie culturelle.

François JOST est professeur à l'université Paris III-Sorbonne Nouvelle, directeur du Centre d'Étude sur les Images et les Sons Médiatiques (CEISME). Il a publié une vingtaine de livres sur le cinéma et la télévision.

Jean-Luc LIOULT est professeur à l'université de Provence, directeur du département Arts du Spectacle, après avoir été photographe, vidéaste, cinéaste. Il est spécialiste du documentaire.

Guillaume SOULEZ est maître de conférences à l'université Paris III-Sorbonne Nouvelle, chercheur associé au CNRS, responsable du groupe "Télévision, art populaire" (IRCAV, Paris III).

Procédure en mutation, ouverte aux confluences artistiques, effectuant des allers-retours entre l'ancien et le nouveau, l'individuel et le collectif, la création audiovisuelle réfléchit conjointement l'économique et l'esthétique, le politique et le poétique, le sociologique et le sémiologique. Les auteurs, réunis par l'Association française des enseignants et chercheurs en cinéma et audiovisuel, dressent ici un état actuel de ce concept mutant et interrogent son histoire. Si la création audiovisuelle est aujourd'hui au cœur de l'actualité, c'est parce que l'audiovisuel – cinéma, télévision, multimédia – en renouvelle tout à la fois les critères et la pensée.

Couverture: © photo Jean-Luc Lioult (dans l'exposition de Catherine Ikam et Louis Fléri, Maison Européenne de la Photographie, Paris, 2007).

PUBLICATIONS DE L'UNIVERSITÉ DE PROVENCE



F187534
ISBN 978-2-85399-717-1

25 €