



HAL
open science

Les talk shows de la télévision française : enjeux, histoire, analyse

Jean-Claude Soulages, Patrick Charaudeau, Lochard Guy

► To cite this version:

Jean-Claude Soulages, Patrick Charaudeau, Lochard Guy. Les talk shows de la télévision française : enjeux, histoire, analyse. *Critical Studies in Television*, 2012. hal-03054151

HAL Id: hal-03054151

<https://hal.science/hal-03054151>

Submitted on 11 Dec 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.

Les talk shows de la télévision française.

Enjeux, histoire, analyse

Introduction

Les médias d'information se trouvent dans une position paradoxale. Participant de la vie publique, il se doivent d'informer les citoyens de la manière la plus exacte et approfondie possible ; il y va de leur crédibilité. Inscrits dans une économie de marché, ils doivent tenter de capter le plus grand nombre de lecteurs, d'auditeurs et de téléspectateurs pour attirer des ressources publicitaires ; il y va de leur survie¹. Leur situation financière devenant de plus en plus difficile en raison de l'apparition d'autres supports d'information via Internet, se développe une compétition féroce pour tenter de capter ce plus grand nombre. Or cela ne peut se faire que par le biais de la dramatisation et du divertissement, les grandes masses étant plus sensibles à l'émotion qu'à la raison. Cela est particulièrement vrai pour la télévision qui dans ses divers programmes mélange réalité et fiction, persuasion et séduction, sérieux et amusement. D'où ce développement depuis les années quatre-vingt d'émissions dites *Talk show*, terme emprunté à l'anglais pour signifier que la parole devient spectacle et donc est susceptible de concerner tout le monde.

Le spectacle ludique prédomine mais la fonction informative demeure. En cela on peut postuler que ces talk shows constituent un «miroir social» témoin des imaginaires collectifs d'une société donnée dans une époque donnée. Cela justifie que ces émissions fassent l'objet d'études scientifiques. La question se pose donc de savoir comment fonctionne ce genre d'émissions, quelles formes elles prennent et ont prises au cours des ans, quelles significations sociales elles revêtent, et avec quels outils on peut les analyser.

La question plus générale et sous-jacente à celle des talk shows étant celle du débat sociale et de sa mise en scène télévisée, cet article s'emploie, dans un premier temps, à montrer les différents enjeux du débat télévisé et les outils d'analyse qui permettent de l'étudier, puis à faire l'historique des émissions de parole à la télévision française en évoquant les dispositifs d'exemples significatifs

I. Les enjeux du débat télévisé²

Le "talk-show", dénomination floue qui est employée dans le monde professionnel des médias (télévision et radio), a été repris par les chercheurs travaillant sur la télévision pour désigner une forme particulière de débat. Il relève donc à la fois d'un "contrat médiatique", puisqu'il dépend des contraintes générales de la mise en scène médiatique, et d'un "contrat de débat", comme une de ses variantes.

Le contrat médiatique impose un cadre de contraintes ayant une double finalité : de *sérieux* pour justifier que l'information est utile au citoyen (c'est ce qui légitime le média et assure sa crédibilité), une finalité de *captation* afin d'atteindre le plus grand nombre de

¹ Voir Charaudeau P., *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*, De Boeck-Ina, Bruxelles, 2005 (réédition augmentée en 2011).

² On pourra se reporter, pour cette question, à l'étude réalisée par Charaudeau P. et Ghiglione R. *La parole confisquée. Un genre télévisuel : le talk show*, Dunod, Paris, 1997

lecteurs, d'auditeurs ou de téléspectateurs et de les fidéliser (c'est ce qui assure la survie du média qui se trouve en concurrence avec d'autres). A partir de ces données contractuelles de base, se construisent différents genres journalistiques et différents types d'émissions pour la radio et la télévision, selon des modes de "ritualisation" qui leur sont propres.

Ainsi en est-il du contrat de débat qui se conforme selon un dispositif triangulaire entre les participants au débat, un animateur et le public récepteur. Dans ce dispositif, les différents acteurs se trouvent à dialoguer selon une mécanique d'échanges qui est gérée par un certain nombre de règles qui concernent : le nombre de participants, la finalité de l'échange, l'identité des partenaires, leurs rôles respectifs, leurs types de positionnement. Mais c'est aussi à l'intérieur de ce cadre contractuel et de ses règles que les participants au débat usent de stratégies tantôt en remettant en cause (en subvertissant) les données mêmes du contrat, tantôt — le plus souvent — en y insérant leur propre comportement discursif.

Du fait des contraintes de ce double contrat, le *talk show* procède à une mise en spectacle de la parole dont l'animateur se trouve être une sorte de metteur en scène, donnant la parole à ses invités et dans le même mouvement ordonnant leur parole par sa façon de les typifier et de les interpeler, à travers ses questions et ses commentaires, de façon à instaurer des rapports de contraire et à souligner les oppositions entre les idées. Ainsi, cet animateur metteur en scène peut dramatiser le déroulement du débat en gérant les principes de compétition et de coopération, et en accentuant les interlocutions agonales de l'opposition des contraires. De là, se dessinent trois enjeux des talk shows : un *enjeu de spectacularisation*, un *enjeu de vérité* et un *enjeu de construction de l'espace public*.

Un enjeu de spectacularisation

L'enjeu de spectacularisation dépend de la façon dont la télévision imagine ce que sont les téléspectateurs, leurs intérêts et leurs émotions, autrement dit les parts de rationnel et d'irrationnel qui les caractérisent selon les catégories de population. Cela permet de dire que c'est la télévision qui *formate* ses cibles (et non pas le téléspectateur) en jouant sur l'intellect et l'affect. Mais pour des raisons de concurrence commerciale (revenus provenant des recettes de la publicité qui sont proportionnelles au taux d'écoute), elle cherche à atteindre le plus grand nombre possible de téléspectateurs, et donc ce qui est commun à un public hétérogène. Ce commun, ou plus petit commun dénominateur, est la plupart du temps l'émotion au détriment de la raison. Il faut faire croire au public qu'il se trouve *dans* l'écran et non devant celui-ci. C'est l'effet d'*identification*.

Pour faire entrer le téléspectateur dans l'écran sont employés divers procédés dont la signification symbolique peut être décrite selon quatre énonciations :

- «Je t'implique, tu t'identifies» : en présentant des personnes ordinaires, de la vie quotidienne dans lesquelles le spectateur est susceptible de se reconnaître et auxquelles il est susceptible de s'identifier ;

- «Regarde le réel» : le spectateur a l'impression que ce que lui présente la télévision est la vraie vie, la réalité dans toute son authenticité, et les opinions qui s'y expriment représentent les opinions vraies des téléspectateurs.

- «Viens à moi, je t'aide» : cette réalité étant faite de drames, de souffrances, de toutes choses susceptibles de fasciner le spectateur et de le toucher plus ou moins directement, on

suppose qu'il a besoin de soutien. C'est pourquoi certaines émissions de *talk show* jouent sur l'intimité et la confession pour donner l'illusion au spectateur que c'est lui qui livre son intimité. C'est l'effet de *catharsis*.

Pour mettre en scène ces enjeux, sont utilisés des procédés qui régulent :

- la *prise de parole* : qui a droit à la parole, quelle est l'identité de celui qui parle et au nom de quoi il parle, toutes choses qui déterminent sa légitimité ;
- les rapports *d'influence* : comment parler pour persuader, convaincre, se défendre, attaquer, et aboutir tantôt à des consensus, tantôt à des dissensus.

A ces procédés de régulation de la parole se superpose une *mise en scène visuelle* qui sélectionne ce qu'elle montre (fonction de *visibilité*), oriente le regard (fonction de *guidage*), joue avec les images des personnages (fonction d'*identification*).

Un enjeu de vérité

Dans les imaginaires sociaux de nos sociétés, la parole a un statut ambigu. Tantôt on considère que la parole a le pouvoir de *dire la vérité*, tantôt qu'elle *cache la vérité*. Mais il est également une troisième idée : la parole de vérité est une parole collective qui naît de la confrontation des opinions, des vérités de chacun comme *vérité moyenne consensuelle*. Dans ce jeu d'entrecroisement des paroles, circulent trois types de parole : une parole *savante* (celle de la science, des spécialistes et des experts), parole considérée comme objective et indiscutable ; une parole d'*opinion* (celle du tout-un-chacun), parole subjective mais qui, à force d'être échangée avec les autres, devient une parole du *bon sens* ; une parole *inconsciente* (celle, cachée, de l'intimité de chacun), qui n'existe que comme insue, et ne peut être découverte qu'au terme d'un travail analytique. La télévision cherche à se faire l'écho de ces types de paroles en invitant tantôt des experts, tantôt des représentants de divers domaines d'activité sociale, tantôt des représentants de la société civile.

Et l'image joue un grand rôle dans la fabrication des effets de vérité, à l'aide de divers types d'images. Des images de *présentification* qui consistent à donner l'illusion au spectateur que ce qu'il voit et ce qu'il entend a un caractère d'authenticité : il s'agit de créer un effet de "réalisme". Des images de *figuration* qui consistent à restituer ou reconstituer ce qui «a été» à travers une certaine scénarisation, afin de créer un effet de *vraisemblance*. Des images de *visualisation* qui consistent à représenter à l'aide d'artéfacts ce qui ne se voit pas à l'œil nu (cartes, dessins, schémas, photos de l'infiniment petit ou de l'infiniment grand), accompagnant les propos des débatteurs.

Un enjeu de construction de l'espace public

Cet enjeu de vérité s'inscrivant dans un espace public où circulent des paroles et des images, on peut dire que la télévision contribue à construire cet espace en mettant en scène les paroles du *monde politique* où se confrontent des points de vue différents sur la façon d'organiser la vie politique, que ce soit au moment de la conquête du pouvoir (les campagnes électorales), ou au moment de l'exercice du pouvoir ; les paroles du *monde civil* où l'on entend les opinions des citoyens qui sont plus ou moins organisés en association ou groupe de pression ; les paroles du *monde privé* qui ne devraient pas apparaître dans

l'espace public et qui pourtant s'y trouvent convoquées. La télévision met en scène ces différents mondes en créant des dispositifs de controverse où s'entrecroisent des paroles de *déclaration*, de *révélation*, d'*opinions*, d'*analyses*. Parfois, elle tente même de pénétrer l'intime des individus, de mettre la pensée à nu, une façon de mettre l'alcôve sous les projecteurs, en faisant découvrir qui est l'homme ou la femme qui se cache derrière l'homme ou la femme politique.

II. Comment analyser les débats à la télévision

Pour mettre en œuvre l'articulation entre ces trois mondes, la télévision se dote d'un dispositif, à l'intérieur duquel elle use de stratégies à l'aide de certains moyens techniques. Le dispositif télévisuel étant destiné à faire voir et faire entendre, il construit dans un certain espace de visibilité des formes de réalisation des échanges qui varient selon le type d'organisation du débat, ce qui conduit à analyser, d'une part, l'espace d'organisation de la parole et ses procédés de mise en scène, d'autre part, les procédés de mise en scène visuelle.

Les variables de la mise en scène verbale

Les différents dispositifs de mise en scène de la parole sont construits selon diverses variables : les formes d'échange qui dépendent du type de relation interlocutive ; la thématique de l'échange qui oriente le positionnement des interlocuteurs ; les modes de prise de parole des participants et les rôles langagiers qu'ils tiennent

Les formes d'échanges

Les formes de réalisation de l'échange sont de deux types : l'*interview* et ses variantes (entretien, conversation, discussion, interrogatoire), le *débat* et ses variantes (face à face, tribune, colloque, forum, etc.).

La forme interview met en relation un interviewer représentant l'instance médiatique (généralement un journaliste) et un interviewé, personne extérieure à cette instance, pouvant avoir une notoriété ou être anonyme, invitée pour parler d'une question d'actualité. A cette forme correspond un contrat d'échange qui se caractérise par une répartition bien précise des *rôles de dire* : un *interviewer* qui joue le rôle de "questionneur" parce qu'il doit faire parler son invité, le faire se révéler ou lui faire révéler quelque chose qu'il sait ; un *interviewé* qui joue le rôle quasi symétrique du "répondeur", et qui sait que, du fait d'être dans le studio de télévision, sa parole s'adresse moins à l'interviewer qu'à un tiers-absent : le public (dispositif triangulaire). Mais dans ce rôle de répondeur il essaye de préserver son identité lorsqu'il juge qu'elle ne coïncide pas avec celle que lui attribue l'interviewer, ou de s'en construire une particulière lorsque l'enjeu le nécessite (c'est le cas des hommes politiques, aidés en cela par les conseillers en communication).

La forme débat met en présence plusieurs invités autour d'un animateur, ceux-ci étant connus ou inconnus. Ils sont connus lorsqu'il s'agit de débats politiques (encore qu'on y mêle de plus en plus des inconnus représentant le citoyen de base), mais ils sont souvent inconnus du téléspectateur de base lorsqu'il s'agit de débats à thème de société (encore que

souvent ce sont les mêmes experts qui sont invités). Ici aussi est important le rôle de l'animateur dans la gestion du débat. Il peut jouer les rôles de *sablier* (il distribue le temps de parole), de *coordinateur* (il présente les thèmes et pose des questions factuelles), d'*interrogateur* (il pose des questions pertinentes) ; de *provocateur* (il pose des questions dérangeantes ou provocantes) ; de *professeur* (il donne des explications, résume, fait des synthèses), d'*accoucheur* (il interroge de façon socratique), d'*amuseur public* (il joue lui-même un rôle d'acteur en faisant des blagues). C'est dans ce cadre que se situent les Talk-shows

Les composantes du débat et les catégories d'analyse

De quoi faut-il rendre compte quand on étudie les situations d'interlocution ? Les participants à un talk show sont donc réunis pour discuter d'un *thème* selon un *rôle* prédéterminé qui leur est attribué d'après leur statut social (expert, écrivain, responsable politique, citoyen, etc.) et/ou la place qu'on veut leur faire occuper dans l'échange (accusateur, contradicteur, défenseur, victime, etc.). Cela conduit l'analyste à décrire la *thématique* de l'échange et les *modes d'intervention* des participants au débat.

La thématique

La thématique de l'échange est ce qui motive et justifie l'échange, ce vers quoi l'échange est tendu pour la recherche d'un fantasme de vérité, et ce par quoi l'événement peut advenir. La thématique peut être introduite ou rappelée à différents moments du débat par la présentation de divers documents : un film de fiction qui servira de prétexte (*Les Dossiers de l'écran*), des archives ou des reportages (*La marche du siècle*), les livres des invités (*Apostrophes*)³, divers objets, machines ou appareils techniques (*l'Avenir du futur*). La *thématique* peut être d'ordre politique, sociétal, artistique, culturel, scientifique, et elle est choisie selon la prégnance de l'actualité ou selon ce qui est susceptible de toucher émotionnellement le public, en rapport avec la mort, la souffrance, la pitié, la joie.

*Les modes d'intervention*⁴

Toute intervention correspond à ce qui caractérise l'apparition d'un locuteur dans une scène interlocutive sous forme d'un flux de parole mais ce flux de parole est lui-même bornée physiquement par un avant (silence ou flux de parole d'un interlocuteur précédent) et par un après (silence ou initiation d'une autre prise de parole). Dans une telle hypothèse, deux aspects au moins doivent être étudiés : ce qui concerne le bornage en son début et en sa fin, c'est-à-dire le type de "prise de parole", avec son origine et son mode de passage ; ce qui concerne le comportement locutif de l'intervenant, autrement dit, le "rôle langagier" qu'il adopte.

³ On pourra lire l'étude de cette émission in Charaudeau P. (dir.) *La Télévision. Les débats culturels. "Apostrophes"*, Didier Erudition, Paris, 1991.

⁴ Cette question est traitée plus en détail dans Charaudeau P., "A propos des débats médiatiques : l'analyse de discours des situations d'interlocution", in revue de *Psychologie Française*, tome 38-2, Dunod, Paris, 1993.

La “prise de parole” se fait de trois façons : le participant est *sollicité* par l'animateur ou un autre participant à prendre la parole ; le participant demande l'autorisation de parler, il parle donc en étant *autorisé* ; le participant intervient de son propre chef sans avoir été sollicité ni avoir demandé l'autorisation, il est *prenant*. Ces trois types de prise de parole ont des effets sur le déroulement du débat dans la mesure où le participant peut jouer divers jeux, celui du discipliné (le *sollicité*), celui du modeste (l'*autorisé*), celui de l'autorité qui s'impose aux autres (le *prenant*). De plus, la prise de parole doit être considérée selon le "mode de passage" d'un intervenant à l'autre. Celui-ci peut se faire après une *pause* (la prise de parole se fait après la fin de la précédente), par *chevauchement* (la prise de parole se fait dans la simultanéité d'une autre prise de parole), par *interruption* (la prise de parole provoque l'arrêt de la prise de parole précédente qui reste inachevée). Ces trois modes de passage témoignent de la façon dont les participants luttent pour prendre la parole, en respectant plus ou moins les autres prises de parole.

Ainsi peut être mesuré le *capital verbal* de chaque participant en comptabilisant le nombre de fois qu'il prend la parole, ce qui, combiné avec la mesure du temps consacré à l'occupation de l'espace de parole, permet de comparer les différentes formes de présence des participants dans un débat. Ainsi, le capital verbal permet d'observer certains effets stratégiques de mise en vedette par l'animateur de l'un des participants, des mouvements d'alliance entre certains participants (parler souvent pour soutenir quelqu'un/se taire lorsqu'il y a désaccord), des mouvements d'opposition (interrompre constamment l'adversaire ou accaparer la parole pour l'empêcher de parler), ou d'état psychologique (prendre souvent la parole pour se justifier, revendiquer, se défendre, etc.).

*Les rôles langagiers*⁵

Les rôles langagiers correspondent aux différents modes d'énonciation des locuteurs qui révèlent leur position par rapport à leur interlocuteur, à eux-mêmes et à ce qu'ils disent. Ces rôles sont souvent exprimés à l'aide de catégories linguistiques qui appartiennent au phénomène de modalisation du discours⁶. On peut repérer ceux qui indiquent la place que le locuteur occupe dans la gestion du débat en présentant les invités, en les interpellant, en leur refusant la parole ; ceux qui indiquent une orientation énonciative, soit vers l'interlocuteur (rôles de *questionnement*, d'*avertissement*, d'*ordre*, de *suggestion*), soit vers le locuteur lui-même (rôles d'*assertion*, de *doute*, d'*appréciation*, d'*acquiescement*, de *désaccord*) ; ceux qui témoignent d'un mode de discours (*narratif*, *descriptif*, *argumentatif*). Une fois repérés les rôles de chaque participant, il sera possible d'analyser ses modes de réalisation, c'est à dire comment le locuteur s'y prend pour actualiser le rôle d'une manière qui lui est propre témoignant des stratégies discursives qu'il met en œuvre et des effets qu'il est susceptible de produire sur les autres. Ainsi, il sera aisé de décrire dans un débat le "profil communicationnel" de chaque participant.

Les variables de la mise en scène visuelle

⁵ Voir cette notion in *Apostrophes*, op.cit.

⁶ Voir Charaudeau P. *Grammaire du sens et de l'expression*, Hachette, Paris, 1992, III^e partie, chap.2.

Mais les stratégies de mise en œuvre d'un débat télévisé se font également à l'aide d'une certaine mise en scène visuelle qui comporte diverses variables :

- celles qui résultent des choix opérés dans l'*organisation topologique* de la scène télévisée (diamétralité, concentricité, polycentricité) susceptibles de produire des effets divers (de salon, de conférence, d'arène) ainsi que dans la relation entre l'*espace du spectacle* et l'*espace spectatorial*. Est-on en présence d'un espace *unifié* et *continu* associant les protagonistes et les spectateurs immédiats qui peuvent, dans certaines émissions, être conviés à apporter des témoignages voire contribuer au débat? Ou est-on en présence d'un espace *divisé* et *discontinu*, marquant un écart (par un rideau, par une rampe) entre ces deux espaces, comme à chaque fois qu'une émission est tournée dans un théâtre à l'italienne. Affirmant dans le premier cas une continuité, marquant dans le second cas une *coupure sémiotique* entre les deux lieux ces deux types de configurations sont lourdes d'enjeux symboliques. Tout d'abord pour les participants. Mais aussi pour le téléspectateur, mis à distance dans le premier cas, intégré par procuration dans le second cas.

- celles qui résultent des choix visuels opérés pour construire une *morphologie visuelle* des personnages par le jeu des : *cadres* (gros plan, plan rapproché, plan américain, plan d'ensemble, etc.), *angles de vue* (de plongée, contre-plongée, niveau, etc.), procédés qui produisent des *points de vue* différents sur ce qui est montré (point de vue anonyme, personnalisé, d'observateur, etc.), et qui viseront à produire auprès des téléspectateurs un effet de *distanciation* (point de vue "omniscient") ou de *rapprochement* (point de vue "d'intimité") ;

- celles qui résultent des choix visuels opérés pour saisir les *jeux de regards* entre les participants, leur position par rapport au regard des téléspectateurs, créant différents *axes de regard* (de face, de profil, de trois quart, vers le haut/vers le bas, de champ/contrechamp, d'alternance de plans, de raccords sur le regard, le geste ou la voix, qui seront *synchroniques* ou non par rapport aux prises de parole) ;

- celles enfin qui résultent des choix visuels opérés pour montrer les documents qui ponctuent le débat (objets montrés en incrustation, en gros plan, en plan d'ensemble, etc.) produisant parfois un effet de *preuve authentifiante*, parfois un effet de *déréalisation* (les gros plans, les incrustations, la division de l'écran, etc.).

Ces choix de mise en scène visuelle sont producteurs de divers types symboliques de scénographies : celle du "salon littéraire" telle que représentée par une émission comme *Apostrophes*, celle du "tribunal" comme dans l'émission *l'Heure de vérité*, celle du "colloque" (*Les Dossiers de l'écran*), celle du "forum" (*Droit de réponse*), celle de l'"agora" (*Monsieur le Président*), celle du "cirque romain" (*Ciel mon mardi !*). Il ne s'agit ici que de *simulacres*, mais qui permettent aux téléspectateur d'aborder ces débats selon leur symbolique.

Tout aussi décisif pour le déroulement d'une émission de plateau est le branchement de l'espace central de référence (le plateau principal) sur un lieu extérieur par le biais d'un *duplex*. Ce paramètre du dispositif correspond le plus souvent à des enjeux symboliques Prenons un exemple : celui de l'émission politique française, *La France en direct* (France 2, 1993-97) lors des mouvements sociaux particulièrement forts intervenus dans ce pays en décembre 1995. Dans cette situation exceptionnelle, *l'instance de production* avait organisé plusieurs *duplex* reliant l'espace central du studio (où étaient réunies des autorités politiques) avec des lieux excentrés (où siégeaient notamment des groupes de grévistes). Elle cherchait ainsi à signifier son souci de lien direct avec le "terrain social",

conformément à son titre. Mais elle désignait aussi par ce biais une forme d'*asymétrie* entre les autorités et les citoyens,

De même, l'analyste d'un dispositif ne devra pas négliger la fonction et la symbolique des "voies de retour" (courrier, téléphone, minitel, sites Internet, sondages en direct) offertes parfois au téléspectateur qui est alors présenté et construit, non pas comme un récepteur passif, mais comme un véritable "télé-acteur". Certaines analyses montrent qu'il ne s'agit là le plus souvent que de simulations d'interactions et que notamment dans les émissions politiques, l'exaltation d'une "démocratie en temps réel" n'est pas sans dangers.

La perspective d'analyse adoptée ici revient donc à examiner comment les talk shows peuvent faire l'objet d'une analyse des procédés d'interaction verbale et de ceux de la mise en scène visuelle. En résumé, la mise en scène (télé)visuelle des talk shows répond à quatre enjeux : un *enjeu scopique* et *topologique* qui correspond à la symbolique de l'espace physique qui sert de cadre à l'interaction verbale, aux emplacements et points de vue spectatoriels construits par l'instance de réalisation et proposés au destinataire de l'émission ; un *enjeu verbal* de l'organisation interactionnelle de la parole témoignant des rapports de force entre les participants et des effets de dramatisation ~~????~~ ; un *enjeu visuel* qui a trait à la définition de niveaux (temps d'apparition à l'écran) et de modes de présences (relations de distances) ; un enjeu *inter-sémiotique* qui se réalise à travers la construction de figures de cohésion, congruence, conjonction ou au contraire de disjonction, rupture entre les différentes strates langagières (verbal, visuel, gestuel) intervenant dans la processus de signification⁷.

III. Historique des émissions de parole à la télévision française. Du débat au talk show

Aux débuts des années 80, le passage du débat au talk-show en France est concomitant, comme nous l'avons démontré⁸, d'un acte politique lié au désengagement de l'Etat et au phénomène inévitable de dérégulation du système antérieur consécutif à l'arrivée de nouveaux opérateurs privés. Cette période s'est caractérisée dans un premier temps par un élargissement considérable du spectre de l'offre de programmes avec pour conséquence une multiplication des émissions de paroles. Du côté des contenus, l'expression d'une parole citoyenne et partisane relayée par des profanes, tout comme la remontée à la surface d'une série de thématiques refoulées jusqu'alors parce que conflictuelles ou bien jugées "triviales" a eu pour première conséquence la mise à l'écart et la "ringardisation" rapide de la forme cérémonielle du débat d'experts. Son dispositif canonique s'est vu rapidement déstructuré. Ces nouvelles émissions ont substitué à la gestion déferente d'un modérateur, la pugnacité et l'insolence de nouveaux médiateurs. Dans le même temps, ces programmes vont privilégier et surexposer, au détriment de celles de locuteurs savants, les paroles directes des anonymes et des profanes.

⁷ On pourra voir l'application de ces catégories dans l'analyse que le centre d'Analyse du Discours (CAD) de l'Université Paris XIII a menée en comparaison avec des chercheurs espagnols et italiens, de trois talk shows européens publiée in Charaudeau P.(éd.), *Paroles d'images. Images de paroles*, Paris, Didier Érudition, 1999.

⁸ Lochard, (G.) & Soulages, (J-C.), "Les imaginaires de la parole télévisuelle, Permanences, glissements et conflits" *Réseaux* n° 63, CNET, Paris, 1994 repris in *Sociologie de la communication* (sous la direction de Paul Beaud, Patrice Flichy, Dominique Pasquier, Louis Quéré), Paris, CNET, 1997.

En filigrane, derrière ces nouvelles productions, transparaisent les profondes transformations qui se sont opérées dans l'espace de la production. En effet, accompagnant ce foisonnement, les postures éditoriales monolithiques des unités de programmation (éduquer, informer, distraire) se sont trouvées déstabilisées et contraintes de s'adapter à un nouveau contexte concurrentiel. Distribuant le flux télévisuel des grandes chaînes généralistes, deux unités de programmation pilotant l'offre de ce type d'émissions se font désormais face, l'une régissant les magazines de société, l'autre, les programmes de divertissement. En observant attentivement le statut de ces nouvelles créations, on peut constater qu'elles vont être coiffées, à l'intérieur des chaînes, arbitrairement par l'une ou l'autre de ces composantes. En profondeur, ce partage des eaux est révélateur d'un clivage ou d'une fracture entre acteurs médiatiques. Pour une part, un certain nombre d'émissions s'affichent explicitement comme le prolongement direct de la sphère journalistique. Elles émanent même parfois de professionnels issus de la rédaction de journaux de ces chaînes (certains magazines de société, par exemple) et maintiennent ouvertement une visée d'information. D'autres relèvent d'unités de production gérées par des animateurs-producteurs⁹ ou greffées autour de leur personnalité affichant de façon ostentatoire leur visée de captation. En effet, le dispositif de mise à libre disposition des programmes qui caractérise désormais les télévisions généralistes en situation de concurrence a permis de faire sauter, dès le milieu des années 80, le palier de légitimation du savoir que constituaient les modes de validation incarnés principalement par le discours journalistique. Ce détour a autorisé de nouveaux acteurs télévisuels (le plus souvent non-journalistes) à faire appel directement au verdict des publics (à s'en remettre à la sanction de l'Audimat). Leurs émissions, en défrichant de nouveaux territoires, les a conduits à empiéter progressivement sur les formes académiques de collecte de l'expression sociale.

La télévision miroir

Succédant à la "télévision paillette" des premières années de cette nouvelle ère, une première génération de reality shows prolongeant cette tendance intervient au début des années 90. Mises à l'antenne au départ par la chaîne commerciale TF1, ces émissions vont traverser le P.A.F¹⁰ et y connaître un succès considérable, pour disparaître brutalement à la fin de cette décennie. Centrées sur des problématiques de vie privée, elles poussent à bout une logique d'individualisation de l'expérience personnelle qui frise souvent, selon leurs détracteurs, le voyeurisme et parfois l'obscénité. Elles usent et abusent de formes multiples d'exhibition publique de la vie privée des individus : aveu public de fautes, médiation de conflits à l'intérieur des couples ou bien glorification des conduites individuelles. Cette « télévision-miroir », rejetant l'argumentaire sociologique et la distanciation du discours social, affiche crûment ses velléités de subjectivisation de l'expérience sociale. Son dispositif offre une scène publique à l'expression individuelle, en la soumettant brutalement au feu des caméras. Sous la houlette compassionnelle et le compagnonnage bienveillant d'un nouveau type d'animateurs "thérapeutes", le média télévisuel inaugure ainsi, en le

9 Ainsi *Ciel mon mardi !* est animé et produit par un animateur Christophe Dechavanne, alors que *Stars à la barre*, *Mardi Soir* et *Durand la nuit* vont l'être par des journalistes (respectivement Daniel Bilalian et Guillaume Durand) sans toutefois connaître le même succès ni la même pérennité (voir graphique en annexe).

10 Paysage audiovisuel français.

ritualisant, un geste inédit de “désintermédiation” de la parole privée. Or, si cette télévérité se pare des atours de la révélation et de l’intimité, elle n’échappe pas à des dérives qui l’entraînent parfois vers certaines outrances dans la singularité, quand il ne s’agit pas de formes de stigmatisation des participants. En dépit de leur succès populaire, ces émissions vont susciter tout au long de leur diffusion de vives réactions et des critiques unanimes de la part du monde journalistique. Certains chercheurs, prenant appui sur le discours de leurs producteurs, y ont perçu une configuration nouvelle de l’espace public et discerné une fonction inédite du média télévisuel, interventionniste et performative. Les produits de cette « télévision compassionnelle » selon l’expression de Dominique Mehl¹¹, seraient devenus, face à la défaillance des institutions étatiques, l’incarnation d’une véritable « entreprise de services relationnels » qui, en banalisant les cas exemplaires, assiste les individus en les aidant à devenir conformes. On peut souligner le fait qu’à l’intérieur de ce nouveau paysage, en quelques années, ce sont bien l’individu *lambda* et son expérience vécue, éclipsant les enjeux sociaux et les interrogations civiques, qui sont devenus de façon significative la référence centrale de ces nouvelles cérémonies de la parole télévisuelle. Et que le média, institution collective et travaillant à l’édification d’une collectivité nationale imaginaire — prodiguant du lien social et garant de ce dernier, selon les thèses défendues par Dominique Wolton¹² — a pu se métamorphoser momentanément en programmant ce nouveau genre, en une télévision des individus et en une machine à explorer des questions relevant de la sphère privée.

Dispositif, espace communicationnel, espace de thématisation

Comment expliquer ces transformations dans les modes de traitement de l’expérience sociale par l’institution télévisuelle ? Pourquoi cette diffusion manifestement transitoire et éphémère des reality-shows puisque datée historiquement (le début des années 90) et sanctionnée brutalement par l’interruption de ce type de programmes vers la fin de la décennie, tant sur les chaînes du service public que sur celles du secteur privé ? Avec aujourd’hui, le recul de quelques années dont nous pouvons disposer, nous tenterons d’avancer certaines explications à ce qui apparaît comme un épisode symptomatique dans la politique de programmation de la télévision française. Pour ce faire, il est indispensable, dans un premier temps, d’observer attentivement la continuité des grilles de programmes en pensant l’institution télévisuelle en terme systémique de flux. C’est-à-dire, interroger ce jeu incessant de chaises musicales qui semble être le lot des productions des télévisions généralistes et plus particulièrement, ces dernières années, des émissions qui se sont orientées vers un travail de collecte et d’expression de la parole sociale. Il s’agit donc, à la surface de ce palimpseste que constituent les grilles de programmation, de déterminer les niches occupées par les nouveaux programmes mais également le type d’émission qui les remplace lorsqu’ils sont privés d’antenne.

En réponse à la première partie de cette question, il est aisé de constater que les programmes de cette télévérité vont progressivement se substituer aux émissions de talk-shows que nous appellerons de première génération. Talk-shows qui, à leur époque, avaient

11 Mehl (D.), *La télévision de l'intimité*, Paris, Seuil, 1996.

12 Wolton, (D.), *Eloge du grand public, une théorie critique de la télévision*. Flammarion, Paris, 1990.

déjà pris le pas sur les émissions de débat traditionnelles. Paradoxalement, les reality shows, à leur tour, se sont vu quasi immédiatement remplacés par ce que nous allons dénommer provisoirement les talk-shows de deuxième génération. Nous pouvons donc esquisser schématiquement une ligne de continuité-filiation dans la politique de programmation des chaînes françaises figurée selon l'axe suivant :

Débat => talk-show 1 => reality-show => talk-show-2 => Conversation informelle

Dans un deuxième temps, il va s'avérer utile de pousser plus loin l'examen de ces trois moments en examinant certaines des composantes sémiotiques de ces émissions : tour à tour, leur dispositif, la configuration de l'espace communicationnel qu'elles déploient ainsi que la nature des espaces de thématization de la parole qu'elles convoquent ;

- Ce que nous appelons le dispositif d'une émission de télévision regroupe l'ensemble des composantes situationnelles mobilisées, emplacement dans la grille de programmes, espace topologique, décor, statut des participants, mises en scène visuelles, etc. ;
- L'espace communicationnel régit, quant à lui, les rôles communicationnels endossés par les participants, définit leurs modes de prise de parole et participe à l'édification d'*identités narratives* attribuables aux différents locuteurs au cours des interactions langagières ;
- Enfin, l'espace de thématization de la parole regroupe un champ de contenus cognitifs et d'attitudes en relation avec les univers de référence et certaines valeurs mobilisées dans l'échange.

Les composantes de ces trois ensembles interagissent pour co-construire un « cadre participatif »¹³ et fournir les éléments configurant la relation qui s'établit avec le destinataire du programme. Ce processus intersémiotique et syncrétique appliqué à certains univers de discours a pour résultat final le transfert de ressources interprétatives ayant trait à des objets ou sujets du monde en direction d'une audience déterminée. Mais, simultanément certains éléments de ces programmes peuvent nous aider à entrevoir des indices précis concernant les nouveaux modes de consommation et d'usage du média. Nous allons donc, dans un premier temps, nous attacher à la mise à plat de ces trois moments particuliers de la discursivité télévisuelle, en y observant, tour à tour, et de façon contrastive, ces trois niveaux.

Du débat au talk-show ou l'intrusion du destinataire dans le cadre

Au départ strictement encadrés dans le genre débat par un imaginaire de « discussion raisonnée »¹⁴, les modes de collecte et d'expression de la parole sociale à la télévision française connaissent un certain nombre de transformations avec la mise à l'antenne des

13 Livingstone (S.) & Lunt (P.), "Un public actif, un téléspectateur critique", *Hermès* 11-12, CNRS Éditions, 1993, p. 150.

14 Lochar, (G.) & Soulages, (J-C.), "Les imaginaires de la parole télévisuelle, Permanences, glissements et conflits ", article cité.

talk-shows de première génération. À l'exception toutefois d'une de leurs composantes majeure qui demeure pratiquement inchangée pour ces deux genres consécutifs. Il s'agit de l'espace de thématization de la parole. En effet, au vu des tableaux 1, 2 et 3, on perçoit bien que l'essentiel des thématiques convoquées par ces deux types de programme porte dans leur immense majorité sur la mise en discussion publique de questions liées à des enjeux sociaux ou civiques.

Tableau 1 : **Débat** *Les Dossiers de l'écran* 01/01/67 => 06/08/91 Antenne 2

<i>Les Dossiers de l'écran</i> représente l'archétype de l'émission de débat. Elle a pu représenter durant deux décennies un espace de discussion publique pour des thématiques d'intérêt général. Elle s'interrompt aux débuts des années 90 peu après le vaste mouvement de dérégulation qu'a connu le P.A.F.	
	Où en est le syndicalisme ?
	Les arnaques et les jeux
08/01/91	Faut-il avoir peur de vieillir ?
	Les voies mystérieuses de l'argent international
	L'avocat, la justice et la vérité
	Il y a 50 ans l'avortement menait à l'échafaud
	Etre juif
	Touristes le monde est à vous

Tableau 2 : **Talk-show 1** *Droit de réponse*
TF1 12/12/1981=> 19/09/1987

<i>Droit de réponse</i> représente la rupture décisive dans les mises en scène de la parole à la télévision. Animée par Michel Polak et mis à l'antenne par la chaîne publique TF1, elle va contribuer à casser les standards de la discussion publique, elle s'interrompra en 1987 du fait de la direction de la chaîne entre temps privatisée.	
	Faut-il raser les grands ensembles
	Les radios libres
	La télévision en procès
	L'argent
	L'empire Hersant
1983	Faut-il chasser les chasseurs
	La police
	Science et astrologie

Tableau 3 : **Talk-show 1** *Ciel mon mardi* TF1 10/05/1988 => 30/06/92

<i>Ciel mon mardi</i> ! mise à l'antenne par la chaîne commerciale TF1 repose sur la personnalité de son animateur Christophe Dechavanne. Émission composite qui expose sous une forme le plus souvent dissensuelle, des problématiques qui agitent l'opinion publique.	
07/06/1988	La tauromachie
14/06/1988	Agences matrimoniales
17/01/ 1989	Le nucléaire
24/01/89	Le RMI
31/01/1989	La peine de mort
14/03/89	L'euthanasie
26/05/92	Les végétariens
26/05/92	Le versement des pensions alimentaires
16/06/92	La prévention du Sida
23/06/92	Le permis à points

Pour simplifier, débats et talk-shows de première génération traitent d'interrogations citoyennes en les exposant au débat public. Si l'espace de thématisation de la parole circonscrit par le talk-show de première génération s'élargit malgré tout en proposant des thèmes parfois inédits (principalement ceux en relation avec l'institution politique à partir de 1981 avec *Droit de réponse*, entre autres), cet espace s'approvisionne pour l'essentiel en opérant un recyclage de thématiques déjà largement traitées par les débats classiques.

Par contre, ces deux genres diffèrent quant à la nature de leur dispositif tout comme pour ce qui concerne la configuration de leur espace communicationnel. Du côté du dispositif, le genre débat s'enferme le plus souvent dans un espace exclusivement télévisuel (le plateau nu des *Dossiers de l'écran*) à caractère fonctionnel (fermé) qui tient tout autant du salon que du studio. En son centre, experts et acteurs obéissent docilement aux sollicitations ritualisées d'un animateur-moderateur. Cet échange de paroles filmées demeure asservi à l'opération distributive de l'énonciation visuelle, segmentant la retransmission en s'alignant mécaniquement sur les tours de paroles. La « synchronie communicationnelle ¹⁵ » y est constamment privilégiée reléguant le destinataire visuel dans un rôle d'observateur asservi à l'écoute des locuteurs. Sa présence se voit simplement ratifiée par une interpellation polie en début et en fin d'émission, interpellation éclipsée promptement au profit de la retransmission du fil de l'interlocution et de la discussion. Le téléspectateur, "séquestré" par ce type de dispositif, se trouve du même coup en position d'asymétrie par rapport aux participants et relégué rapidement dans un rôle de protagoniste

15 La synchronie communicationnelle correspond à un type monstratif attestant d'un alignement quasi systématique du visuel sur le verbal. Pour le développement de ces notions voir : Lochard, Guy & Soulages, Jean-Claude, "Talk-Show, la part de l'image", in *Psychologie Française* T38-2, Dunod, 1993, réédité dans Charaudeau, (P.) & Ghiglione, (R.), (Ss la direction.) *Paroles en images, images de paroles, trois talk-shows européens*, Didier Érudition, Paris, 1999.

secondarisé, au risque parfois de se transformer en un comparse accessoire. De plus, l'absence de spontanéité des échanges, leur caractère tout à fait prévisible, tout comme la gestion convenue des espaces de thématisation et des types de savoirs, rendent exigeante l'attention spectatorielle et la maintiennent dans une asymétrie et une inégalité proche de l'exposé pédagogique académique.

A contrario, la prise de parole dans les talk-shows se fait au cœur d'un simulacre d'agora amalgamant des décors de théâtre à ceux de lieux publics. Habité par un public actif, proche souvent de la salle de spectacles, leur espace résolument ornemental demeure délibérément ouvert. Ouvert, non seulement à la présence vivante d'un public, mais, en son cœur même, la scène télévisée s'est ouverte à de nouveaux venus, acteurs profanes ou témoins anonymes dont les témoignages deviennent des paroles de révélation. Paroles de tous et de chacun qui ne se confondent plus avec les assertions objectivantes de la discussion raisonnée, mais paroles spontanées endossant des postures subjectives derrière lesquelles les effets d'authenticité estompent ouvertement les effets de rationalité et de vérité. À ces bouleversements vont correspondre des *identités narratives* inédites. En reprenant les catégories d'Erving Goffman¹⁶, ces locuteurs-citoyens s'affichent comme les « responsables » effectifs de leurs engagements verbaux et ne se confondent plus, comme le font les porte-paroles de l'expertise, avec de simples « animateurs » gestionnaires de propositions et d'arguments.

En rupture avec l'espace communicationnel du débat, l'animateur porte, désormais, plusieurs masques, modérateur, partisan, complice, débateur, etc. De façon récurrente, il recourt à l'adresse directe au téléspectateur, décrochage énonciatif qui confère à ce dernier, non seulement un rôle de témoin mais aussi, de fait, un statut de participant ratifié. De son côté, en fragmentant le cadre visuel des échanges de paroles, l'opération de filmage va s'attacher, à reconstruire et narrativiser continûment la scène de l'interaction. Rituellement, le cadre du petit écran se métamorphose en un cadre-fenêtre¹⁷ à partir de laquelle c'est le téléspectateur qui se trouve à son tour regardé. Cette visée délibérée de contact avec le destinataire visuel, tout comme la dynamique scopique qui habite la mise en images, proposent au sujet interprétant un nouveau palier d'accès à l'événement télévisé : son intégration télévisuelle au cercle des protagonistes. Il s'agit de ne plus tenir à distance le téléspectateur mais d'assurer son immersion à l'intérieur de la scène de l'échange, immersion confortée par ces miroirs projectifs constitués tant par le public présent sur le plateau que par les identités narratives des participants. Mélangeant narcissisme et voyeurisme, le dispositif communicationnel du talk-show va ainsi tirer un profit maximum des logiques scopiques et phatiques du petit écran¹⁸.

Talk-show versus reality show

16 Goffman, (E.), *Les cadres de l'expérience*, Les éditions de minuit, 1991, Paris, p. 510.

17 Soulages Jean-Claude, *Les rhétoriques télévisuelles ou le formatage du regard*. Media Recherches, Paris, Bruxelles, INA - De Boeck Université, 2007,

18 Voir à ce sujet. Soulages (J-C.), « Le formatage du regard », in *Télévision : questions de formes*, Ss la dir. Gardies (R.) & Taranger (M-C.), L'harmattan, Paris, 2001.

Au terme de cette première reconfiguration des émissions de paroles, cet individu anonyme convié à pénétrer sur la scène du talk-show de première génération ne va plus la quitter. Car ce personnage qui vient délibérément s'exposer sous le feu des projecteurs va se trouver sommé d'y raconter une part de sa vie. Et c'est sa parole privée qui va fournir le matériau constitutif et le ciment de nouveaux programmes. Le reality show, en dépouillant la scène agoniste des talk-shows de leur décor de strass, va du même coup reléguer les débatteurs de la *res publica* dans la pénombre des coulisses et opérer un déplacement tangible de la parole citoyenne vers la parole privée. Simultanément, le dispositif, en se recentrant sur la scène de l'intime ou de l'aveu, va réduire de façon spectaculaire le cercle des protagonistes au profit de la construction d'identités narratives fortes ; animateur thérapeute, héros, victimes ou coupables se font désormais face. D'évidence, ces émissions sont en rupture totale avec les précédentes, tant sur le plan des thématiques, du dispositif que de la construction de l'espace communicationnel.

Rompant avec la salle de spectacles, l'espace télévisé se mue en un lieu cérémoniel d'accueil du verbe intime. Le jeu de l'échange de paroles s'y est considérablement rétréci pour se limiter à de simples interactions dialogiques, régentées par un animateur cantonné au rôle d'intervieweur-accoucheur. Sur un plan strictement cognitif, on peut relever un clivage d'une autre nature qui distingue ces nouvelles productions et identifier dès lors deux types de contenus cognitifs qui recouvrent l'opposition établie entre « savoirs de connaissance » et « savoirs de croyance »¹⁹. Les premiers ont trait à la chose publique et sont le fait de savoirs formels, techniques, objectivés en amont par les spécialistes de l'information que sont les journalistes. Les seconds relèvent des attitudes privées et correspondent à des savoirs informels qui ne passent plus par le stade de l'objectivation mais plutôt par un processus cathartique d'incarnation d'attitudes et de croyances relevant strictement de l'adhésion personnelle. Tout au long du programme, ces contenus sont pris en charge par le savoir-faire relationnel de médiateurs axant la gestion de la parole essentiellement sur la relation interpersonnelle.

Ces émissions ont tenté, semble-t-il, d'activer ce deuxième type de contenus cognitifs. Elles y ont en partie échoué. Deux explications peuvent être avancées. En se confrontant frontalement à ces espaces de thématisation axés sur la sphère privée, en individualisant l'exemplification de celle-ci, (le dispositif des émissions est verrouillé *ad hominem*) le reality show a tenté de formaliser des savoirs et des pratiques qui relevaient de ce savoir informel évoqué plus haut et qui par définition ne pouvaient l'être. En poussant à bout ces logiques, ces émissions se sont alors révélées incapables — et se l'interdisaient sans doute — de s'installer dans un rôle de prescripteur d'attitudes ou de pratiques individuelles. Car, délivrer un début de grammaire comportementale et morale aurait alors confronté le média au risque déontique de se métamorphoser en un ersatz de "télévision évangéliste". Le poids de cet imaginaire démocratique de libre-arbitre, caractéristique de nos sociétés, qui s'impose malgré tout aux médiateurs, les en a empêchés. Et, il faut bien faire le constat que cette expression télévisuelle du modèle compassionnel (individualisant) ne peut se pérenniser sans s'épuiser et se vider de son sens en l'absence de réel passage à l'acte

19 Charaudeau, (P.), « Une problématisation discursive de l'émotion, à propose des effets de pathémisation à la télévision » in *Les émotions dans les interactions* (Ss la dir. Plantin, Christian, Doury, Marianne, Traverso, Véronique), Presses Universitaires de Lyon, 2000.

comme peuvent l'accomplir d'autres types de programmes en misant sur une forme de catharsis collective (le *Téléthon*, le *Sidaction*, etc.).

De plus, sur un autre plan, ce fait est révélateur, selon nous, d'une impossibilité structurelle pour le média télévisuel à exhiber, de cette façon crue, la confession cathodique. Elle condamne ces programmes habités par une visée explicite de reconstruction frontale du destinataire / téléspectateur en objet postulé de son propre regard. Ce que la radio, par contre, accomplit avec succès depuis longtemps déjà (les programmes radiophoniques de Ménie Grégoire, Françoise Dolto, Macha Béranger, etc). En effet, cette dernière se prête plus volontiers à cette forme de "confession privée publique"²⁰ pour laquelle toute mise en images s'avère trop coûteuse quant à ses effets. Coder les problèmes individuels en termes psychologiques ou idiosyncrasiques, sous l'égide d'un modèle strictement individualisant semble, donc, échouer à la télévision. Le terminal télévisuel imposerait son dispositif réflexif, cette « communauté d'appartenance » ou ce « voir avec » qu'évoque Daniel Dayan²¹. Les composantes intimes et subjectives de l'expérience humaine doivent y être réactivées et médiatisées par un passage par le collectif et un nous fusionnel. Les talk-shows de deuxième génération vont mener à terme ses mises en scène de soi, en les insérant, cette fois-ci, dans un espace commun de médiation par le recours à la discussion et à la confrontation.

Toutefois, les reality shows du point de vue de la discursivité télévisuelle ne représentent sans doute qu'un échec relatif. En effet, si certains observateurs ont pu insister sur leur dimension pédagogique, cet activisme didactique qui semblait les caractériser ne visait pas tant le citoyen-lambda (qui, somme toute, connaît lui aussi des émois ou des drames intimes) mais plutôt l'individu-téléspectateur ; ce citoyen cathodique, rejeton de la programmation télévisée. Indirectement, ces programmes ont permis à ce dernier d'acquérir un nouveau capital de ressources interprétatives et lui ont surtout appris que désormais le média télévisuel est devenu majeur et qu'il peut tout dire et peut-être tout montrer.

Le talk-show, une forme culturelle télévisuelle

Avec le reality-show, le dispositif de la confession cathodique, tout comme l'espace communicationnel de la thérapie ou de l'aveu public vont disparaître. Comme si l'univers des affects et l'exposition singulière de témoignages privés étaient trop impliquant et que le processus de désintermédiation mis en œuvre par ce type de programmes s'avérait insupportable et ingérable. Toutefois, les espaces de thématisation de la parole qu'ils avaient contribué à défricher vont leur survivre.

20 Il faut bien souligner qu'il s'agit sans doute là d'un des principaux atouts médiagéniques du média radiophonique ; j'écoute seul ses voix alors que, pour la télévision, je regarde avec d'autres cette scène exposée aux regards de tous. La radio en un sens peut être considérée comme la mère putative du talk-show, mais cette dernière n'a pu le conduire à son plein épanouissement, sa médiativité spécifique (l'absence sans doute du paraverbal, c'est-à-dire de la strate visuelle avec son cortège expressif d'indices phatiques élargissant considérablement le spectre communicationnel) lui interdit les échanges collectifs (brouillés parce qu'aveugles) en la limitant à l'interaction dialogique parfois démultipliée et délocalisée (les émissions à base d'appels téléphoniques).

21 Dayan, (D.), "Télévision : le presque public", *Réseaux* n° 100, Paris, CNET-Hermès, 2000, p.427-456.

Formatées différemment, documentées et distanciées par des tranches de vies narrativisées à l'intérieur de reportages, puis, passées au crible du débat public, ces thématiques vont resurgir dans les talk-shows de deuxième génération. À l'intérieur de ces nouvelles productions, le passage par la parole collective, offre désormais une alternative concrète à l'exhibition de la sphère intime en l'immergeant dans une forme d'interaction collective proche de la dynamique de groupe.

Tableau 4. **Talk-show 2** *Ça se discute* 12/09/ 1994 => 2009 France 2

L'émission de Jean-Luc Delarue au titre tout à fait évocateur est une émission composite proposant des reportages sur des tranches de vie dont les protagonistes sont invités à discuter dans la deuxième partie de l'émission. On peut noter l'évolution des thématiques vers la fin des années 90, glissant insensiblement de questions citoyennes vers des problématiques d'ordre privé si ce n'est intime.	
1994	Autodidactes ou diplômés
1998	Élever seule un enfant
1998	Quelle vie de famille pour les couples homos ?
1998	Qu'est ce qui gêne chez les gros ?
1999	L'homosexualité féminine ?
1999	Devenir mère à 16 ans
1999	Peut-on se remettre d'un viol ?
2000	Comment vivre quand on ne s'aime pas ?
2000	Que reste-t-il des hommes ?

Ce détournement à des fins privées du petit écran que Dominique Mehl entrevoyait au cœur de la télévérité s'interrompt brutalement. Faisant fi des postures compassionnelles, les exclus de la culture, de l'amour, de la vie, de personnages uniques ou de victimes dans le dispositif du reality show deviennent des locuteurs fréquentables dans les nouveaux talk-shows. À travers le dispositif de débat public et collectif qu'ils vont déployer, une identification horizontale et transversale devient possible. La fonction collective du média l'emporte et la mise sur la place publique de l'affect individuel concerne alors la *res publica*. Désormais pour paraphraser l'une de ces productions, « *Ça se discute !* » et, à partir de cette mise en commun de l'expérience personnelle peut renaître l'échange rationnel. L'individu singulier y occupe toujours le devant de la scène mais, plus sous les traits d'une victime ou d'un héros, mais tel un individu noyé parmi les autres, égal à tous les autres, réclamant son dû, c'est-à-dire une égalité de traitement. L'espace pluriphonique du talk-show ouvre ainsi à ces paroles spontanées, les portes de son auberge espagnole, aptes à accueillir l'intime et le quotidien. Car, désormais sa machinerie égalitariste permet que chacun et tous parlent et peut-être que tout se dise.

Tableau 5. **Talk-show 2** *C'est mon choix* 23/11/1999 => 2004 France 3²²

Cette émission propose un dispositif de forum dans lequel plusieurs protagonistes, assumant souvent des choix singuliers, se prêtent à un débat avec le public de l'émission.	
26/01/2000	Vous me préférez en drag queen ou en homme ?
02/03/2000	Je suis macho
03/03/2000	J'ai quitté ma femme pour un homme
07/03/2000	J'aime les grosses
11/04/2000	Je ne peux pas révéler mon homosexualité
20/04/2000	Je suis bisexuel
29/05/2000	J'aime deux hommes à la fois
25/05/2000	Je ne veu plus voir mes enfants
09:06/ 2000	Je fais tout pour me faire remarquer

Si le premier type de talk-show a pu constituer une forme de gestion d'espaces de thématization axée sur les grands récits et la chose publique qui offrait enfin un horizon de discussion ouverte à l'individu moderne le talk-show de deuxième génération s'affiche avant tout comme une forme post-moderne marquée par la fragmentation et le « souci de soi » dépassant et échappant à l'inertie du surmoi social (voir tableau 4 et 5). Le média ne s'adresse plus au « peuple enfant », mais travaille plutôt à mettre en réseau des individualités. Dans ce mouvement dialectique, le reality-show a pu constituer un moment nécessaire correspondant à une forme d'apprivoisement de ces nouveaux espaces de thématization de l'individualité privée, même s'il a été vécu comme la rencontre « pornographique » entre la subjectivation de l'expérience et sa révélation publique.

La conversation naturelle ou la socialité quotidienne

Dernier modèle qui surgit récemment : le modèle de la conversation informelle, de la causerie impromptue, autour d'une table, dans un bar, modèle de réactivation d'une socialité quasi naturelle. On parle de tout et de rien et c'est surtout l'éthos intime subjectif des invités qui est mobilisé, comme si derrière la machinerie spectaculaire de l'institution télévisuelle il s'agissait de retisser du lien social et intersubjectif, instaurer ce qui pourrait apparaître comme une palabre cathodique. Marqué par un projet d'informalisation de l'échange, ce nouveau type de dispositif se caractérise par un déplacement dans l'espace télévisuel des modes d'interaction propres à la conversation ouverte et non régulée et il se traduit par des changements sensibles au plan des rôles et des comportements discursifs mais également du cadre situationnel et de la scénographie.

C'est dans le domaine de l'information sportive qu'il s'est manifesté en premier avec *On refait le match*, qui présente l'originalité d'être un programme « transmédia » puisque initialement diffusé par la radio RTL et LCI puis par la même radio et Itélé, une autre chaîne d'information en continu du système télévisuel français. Ce talk-show sportif est

²² Il est intéressant de relever que ce programme est produit par la société de production *Réservoir Prod* de Jean-Luc Delarue animateur et producteur de *Ça se discute*.

animé par un journaliste « historique » du journalisme footballistique (Eugène Saccomano) accompagné d'une pléiade de journalistes venus pour la plupart de la presse sportive (généraliste et spécialisée), auxquels viennent parfois s'adjoindre des personnalités reconnues du milieu (entraîneurs, anciens joueurs) convertis au rôle de commentateurs. Le discours attendu y est donc *apriori* celui de la distance journalistique et de l'expertise professionnelle mais cela ne se vérifie nullement. Surjouant une image médiatique de méridional enflammé et porté à l'excès, l'animateur ne s'y comporte pas en modérateur et en régulateur. Laissant souvent les protagonistes intervenir librement, prenant lui-même des positions tranchées sur les thèmes en discussion (les performances attestées et potentielles des joueurs et des équipes), il est l'agent activant d'échanges souvent très polémiques. Revendiquant pour la plupart une position objectivante, les participants ne se cantonnent pas dans ce comportement discursif. En raison de ce mode de gestion des échanges particulièrement libéral, ils assertent plus qu'ils n'argumentent en interrompant souvent les tours de parole de leurs confrères. Multipliant implicites et présupposés, ils n'hésitent pas de plus à mettre en cause abruptement la pertinence et l'impartialité de leurs confrères accusés d'être supporters de tel ou tel club, fan de tel ou tel joueur... On est donc en présence non pas d'un débat éclairé et distancié entre experts d'un domaine ni même d'un échange animé. On est en présence d'une conversation décousue, assimilable à celles réunissant « autour d'un verre » des groupes plus ou moins informels d'amateurs de football à la sortie d'un match. Ce que suggère d'ailleurs le titre de ce programme au succès durable et dont peut repérer des équivalents dans d'autres sous-domaines de l'information sportive, le rugby en premier lieu.

Cette informalisation de la parole télévisuelle s'est accompagnée d'une tendance à sa privatisation marquée par des changements sensibles du cadre situationnel et une corrélation avec l'art « bien français » de la gastronomie. Un signe annonciateur en est la programmation sur une chaîne câblée (*Paris Première*, 2003-07) d'un programme titré *93, Faubourg Saint Honoré* adapté ensuite au Québec²³. Produite et animée par Thierry Ardisson, connu en France pour avoir introduit avec ses talk-shows nocturnes un ton provocateur et décontracté dans l'univers télévisuel, il prenait la forme d'un échange mondain entre convives filmés en train de deviser et de manger à la table du domicile personnel de cette personnalité devenu centrale de la télévision française. Séquentialisée autour de différents moments propres au repas en ville (l'arrivée étalée des invités suivis dans la rue et l'ascenseur par une caméra, l'apéritif et l'attente dans la cuisine des premiers arrivés, le passage à table ordonné par leur hôte), il réunissait des panels très divers de convives dont le dénominateur commun était la notoriété médiatique et la présence dans l'actualité.

L'observation de la composition des tablées durant les quatre saisons de l'émission atteste au plan des identités sociales des protagonistes une prépondérance de personnalités du monde du spectacle et des médias, même si ont pu être invités à cette table des responsables politiques et des intellectuels dotés d'une aura médiatique. Notable est par ailleurs le fait que l'émission a évolué dans le sens du mono-thématique et d'une plus grande cohérence des statuts dans la composition des différentes tablées, afin probablement

²³ Où elle porte le titre *3950* en référence également à l'adresse civile de son animateur, Luck Mervil.

de garantir à défaut d'une connivence absolue, des savoirs supposés partagés entre les différents invités. Ainsi, le 25 septembre 2006 se voient réunis pour un dîner « Plateau télé », un ensemble de chroniqueurs et animateurs de télévision²⁴ conviés à échanger sur la « rentrée télévisuelle ». Ils y échangent sur les « nouveautés », les réussites et les échecs en matière de programmation et le sort heureux et malheureux qui est le leur dans le « jeu de chaises musicales » présidant à ce moment décisif de la saison télévisuelle. Tout au long de la soirée, c'est un climat de convivialité bien comprise qui préside aux interactions entre des convives se reconnaissant comme pairs (tutoiement ou a minima usage du prénom). Bien au fait des manières de table et de l'art de la conversation mondaine, l'animateur officie en Amphitryon commandant et commentant les différents plats, orientant et relançant la discussion mais sans la directivité et l'agressivité retenue dont il peut faire preuve sur un authentique plateau. A l'image du déroulement d'un repas convivial, on peut donc voir s'installer progressivement une connivence de bon aloi entre initiés autorisant des apartés, des interruptions de tours de paroles, générant un climat interactionnel informel et point trop guindé permettant à chacun de briller à tour de rôle. Propice aux mots d'esprit et aux saillies, l'échange libéré par la consommation de vins raffinés se déplace au plan thématique sur des confrères absents et les différentes institutions télévisuelles dont relèvent les invités qui se positionnent dans une position d'extra-territorialité autorisant une suspension du devoir de réserve et de neutralité dont ils feraient preuve dans un lieu plus conventionnel. La mise en scène visuelle est à l'unisson. Pour authentifier la tenue de ce « dîner en ville » agrégeant un parterre de *happy few*, elle fait régulièrement intervenir des plans extérieurs des fenêtres éclairées, dans la nuit parisienne du 93, Rue du Faubourg Saint-Honoré. Elle s'introduit par ailleurs dans la cuisine attenante pour laisser découvrir la préparation des mets qu'elle emphatise par des plans serrés lors de leur présentation aux convives.

Cette association de la parole télévisuelle avec l'art culinaire comme inducteur de lien social et de convivialité, on la retrouve dans *Rive droite* (2007- 2009) un programme totalement mimétique animé par Guillaume Durand et toujours diffusé par *Paris Première*. Elle préside également au dispositif de *C'est à vous* un programme d'une chaîne du service public France 5 (2009- 2011). Il se déroule dans un authentique loft divisé en deux espaces distincts mais contigus. Un espace cuisine où s'affaire tout au long de cette émission en direct un chef cuisinier. Un espace salon-salle à manger où sont localisés l'animatrice, différents chroniqueurs et les invités reçus tour à tour en fonction des séquences successives. Il ne s'agit pas d'espaces autonomes. Bien au contraire. L'animatrice (Alexandra Sublet) établit en permanence des liens entre les deux lieux. Elle va s'enquérir plusieurs fois de l'avancement de la préparation du plat instaurant le cuisinier non plus en comparse de second plan mais en acteur à part entière du dispositif, puisqu'il vient finalement prendre place à table avec l'invité principal et les chroniqueurs au moment de la consommation du plat en préparation. La place prise dans le dispositif de *C'est à vous* par la cuisine (moins sophistiquée que dans 93, Faubourg Saint-Honoré et plus axée sur l'équilibre nutritif) ainsi que par discours de commentaire se voit confirmée par la communication de la recette aux téléspectateurs. Elle définit en conséquence ce programme

24 Benjamin Castaldi, Éric Zemmour, Pierre Lescure, Laurent Baffie, Beatles Story, Laurence Ferrari, Charlotte Le Grix de la Salle et Élisabeth Lévy.

comme un hybride au croisement du talk-show généraliste et de ces émissions gastronomiques qui se sont multipliées à la télévision française depuis une dizaine d'années. Car on ne peut dissocier en effet de tels programmes de la montée en force de ces « émissions de service » consacrées non seulement à la nutrition mais aussi à l'habillement, le logement, la décoration et le jardinage.

Déplaçant à la fois cadre situationnel et univers de thématisation, le référent culinaire intervient donc là aussi pour désamorcer toute tentative d'esprit de sérieux dans le traitement des différents sujets allant du culturel au politique suivant la formule de ces « émissions-omnibus » de fin de journée dont la parangon est en France *Le Grand Journal* sur Canal+. Portée par une animatrice dont l'image de marque est avant tout celle d'une personne enjouée, il travaille simultanément à une désolennisation et trivialisation de la parole publique. Et il vient donc accentuer la fonction de miroir social de la télévision en l'inscrivant résolument dans cette quotidienneté hédoniste contemporaine marquée par un souci de réconciliation du lien social et de la réalisation de soi.