**Université
de Limoges**

CeReS

Centre de Recherches
Sémiotiques

Journée d'étude Les formes brèves audiovisuelles (cinéma, télévision, Internet, téléphone portable)

Lieu : Université de Limoges – CeReS (Centre de Recherches Sémiotiques)

Date : 22 juin 2010

Comité organisateur

- Amandine Kervella (post-doc) - Université de Limoges (CeReS)
- Sylvie Périneau (MCF) - Université de Limoges (CeReS)
- Florence Rio (MCF) - Université de Lille 3 (GERIICO)

Comité scientifique

- Marie-France Chambat-Houillon (MCF) - Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3 (CEISME)
- Amandine Kervella (post-doc) - Université de Limoges (CeReS)
- Guy Lochard (Professeur) – Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3 (CIM)
- Sylvie Périneau (MCF) - Université de Limoges (CeReS)
- Florence Rio (MCF) - Université de Lille 3 (GERIICO)

En partenariat avec l'INA

Texte de cadrage

Orientation globale

Dans la pratique culturelle audiovisuelle, les formes brèves, en croissante augmentation, nous incitent à nous questionner quant aux stratégies et postures discursives qui les sous-tendent, quant à leur réception (visée et promise ou réelle) ou encore quant à leurs dispositifs et principes de construction. Pour cette journée d'étude, l'ancrage épistémologie souhaité est celui des analyses communicationnelles en vigueur pour les discours médiatiques (notamment l'approche sémiotique, l'analyse de discours, etc.)

Un premier champ d'investigation porte sur l'identification de l'objet : que sont au juste les formes brèves ? Selon les médias (au cinéma, à la télévision, sur Internet ou sur téléphone portable), selon les orientations discursives (fiction, documentaire, communication institutionnelle, etc.), voire selon les durées elles-mêmes, parlons-nous de la *même* forme brève ?

Un second axe interroge les stratégies discursives et les logiques d'acteurs : comment les formes brèves sont-elles investies par ceux qui s'en emparent ? Quelles stratégies communicationnelles et situationnelles voyons-nous apparaître dans les discours des acteurs institutionnels et bien identifiés (dont les créateurs, les chaînes, les marques, les diffuseurs) aussi bien que dans ceux d'acteurs plus « sauvages » ou moins institutionnalisables (les internautes, les créateurs amateurs) ? Nous pouvons escompter alors que ni la scénographie énonciative ni les modes de légitimation ne seront comparables. Quelles sont les particularités de ces formes brèves par rapport aux autres programmes télévisuels mais également du point de vue des genres audiovisuels et de leurs promesses ?

Par ailleurs, le troisième axe porte sur la possibilité d'identifier des procédés constitutifs et rhétoriques identiques, transversalement aux différentes productions. Leur degré de spécificité devra être déterminé en comparant les diverses formes brèves les unes avec les autres ou avec des formes longues.

Enfin, notre questionnement envisage la réception des formes brèves. La brièveté a parfois pour corollaire un soupçon d'imperfection comme si toute production courte était la réduction d'un format plus long, existant ou virtuel. Comment les formes brèves s'apprécient-elles ? Comme des productions autonomes ? Comme des intermèdes, faute de mieux ?

Détail des pistes souhaitées

Que ce soit sur Internet, à destination des écrans des téléphones portables ou à la télévision, l'essor en France comme ailleurs de productions aux formats courts impose que nous nous saisissions de la question.

Se généralisant sur les antennes depuis maintenant plus de dix ans, les programmes courts n'ont cessé de fleurir à la télévision et de se diversifier, tant dans leurs formes que dans les thématiques abordées. Ainsi, des programmes de prévention comme *Gestes d'intérieur* (France 3), *Y'a pas de mal* (M6) qui utilise l'animation ou encore, dans un registre interactif, *100 dangers, sans danger* (TF1) côtoient la fiction avec des séries telles que *Un gars, une fille*, *Caméra café* ou *Kaamelot*. Aujourd'hui, pour alimenter leurs grilles de ces fictions courtes, les chaînes se tournent de plus en plus

souvent vers le web où pullulent les mini séries déjà plébiscitées par les internautes.

Au cinéma également, le développement et la visibilité des programmes courts ne cessent de s'accroître. En témoignent, par exemple, le nombre et le succès grandissant des festivals généralistes ou thématiques consacrés à ce format spécifique. Si le festival international du court-métrage de Clermont-Ferrand se distingue depuis 32 ans par le nombre de ses entrées et la qualité de sa programmation, d'autres villes parmi lesquelles Nice, Brest, Nîmes ou Roanne proposent ce type de festivals. Et c'est maintenant aux films de poche, réalisés grâce et à destination des téléphones portables et des écrans mobiles que se consacrent de nouvelles manifestations comme le *Festival Pocket Films* du Forum des Images ou le *Mobile Films Festival*. De même, la compétition « Mobile » s'est invitée au *Festival Européen des 4 écrans*, programmé fin 2009, à l'INA. L'accessibilité de nouvelles générations de téléphones portables incluant des caméras vidéo, la simplicité des possibilités de partage de ces vidéos offertes par des plateformes de diffusion ont en effet permis une véritable explosion de ces films de poche.

Pourtant, aucune recherche conséquente en France ne porte sur l'ensemble des formes brèves de la production audiovisuelle, analysées du point de vue des incidences et enjeux de la brièveté. Cette journée d'étude s'appuie sur un programme de recherche initié au CeReS (Centre de Recherches Sémiotiques) sur les formes brèves à la télévision. Elle a pour objectif de poser un premier état de la recherche en vue d'aboutir à une typologie des formes brèves et de leurs matrices rhétoriques. **Nous aimerions réunir des contributions qui soient aussi bien des cas d'étude particuliers que des réflexions théoriques plus générales.**

En matière de formes brèves, dans les domaines du cinéma, de la télévision et à destination d'Internet ou des écrans mobiles, seront les bienvenues les propositions abordant entre autres les axes suivants :

1) Notion même de forme brève

Qu'entend-on par « forme brève » ? La multiplicité des désignations existantes (mini programmes, programmes au format court, shorts, interlude, mini séries ou encore courts métrages) n'est acceptable scientifiquement que si la variété des noms accompagne des modifications de genre ou de discours et non de simples variations de surface.

En outre, les termes de mini série ou de mini programme font peser sur ces formes un soupçon de dégradation par rapport à des formes plus longues, qui seraient, elles, authentiques. Nous attendons donc des propositions questionnant la notion même de brièveté ou cherchant à établir une taxinomie, un panorama des formes brèves suivant les différents médias ou supports et suivant les genres (fiction, documentaire, etc.).

2) Stratégies discursives et logiques d'acteurs

Comment l'articulation entre les différentes instances des formes brèves se réalise-t-elle ? Pour la télévision, au moins deux instances, la chaîne et l'instance de réalisation se partagent l'énonciation du programme court et la polyphonie énonciative est encore susceptible de s'approfondir. Mais lorsqu'une marque contracte un parrainage par l'entremise d'un programme court, il semble bien que se réalise une hybridation entre information et communication, entre publicité et programme. Les formes brèves constituent-elles alors un genre à l'intérieur du seul discours promotionnel ?

Il est plusieurs façons de se positionner par rapport aux formes brèves : s'en emparer réellement dans les contenus comme dans les valeurs, s'en servir pour développer des stratégies éditoriales opportunistes ou encore les considérer comme succédanés de programmes. En effet, les formes brèves peuvent apparaître comme des cases imposées, qu'il faut remplir indépendamment du contenu lui-même. Ou comme déclinaisons d'un format long. Elles peuvent également se révéler être des transpositions médiatiques de discours socialement identifiés. Ainsi, *D'art d'art*, diffusé sur France 2, condense en une minute trente la critique d'art et le discours muséal. Mais du fait même de leur brièveté, d'autres programmes courts n'ont-ils pas plus de marge pour une liberté d'énonciation et pour une création de contenus ? Au niveau des séquences, l'hybridation discursive et le mélange des modes ou des tons, entre le sérieux et la fantaisie ne sont-ils que des artifices rhétoriques ou démontrent-ils que le court est un programme au sens plein ? Ou encore, en vertu d'une adaptation entre production audiovisuelle et usages constatés, les formes brèves ne sont-elles qu'une parade au zapping ?

Par ailleurs, les spécificités de la production dans des formats courts, notamment sur Internet et sur les écrans mobiles, ne viennent-elles pas reformuler les logiques d'acteurs institutionnalisés dans les différents domaines de l'audiovisuel ? A travers les expériences des chaînes elles-mêmes (France 5 et ses web-docs « Portraits d'un nouveau monde »), celle de David Lynch avec sa série documentaire *Interviewproject*, il apparaît que les courts peuvent aider à renouveler, sinon des genres, du moins leurs pratiques de diffusion. Enfin, avec les productions amateurs qui s'observent sur Dailymotion, Youtube ou d'autres sites dédiés, c'est tout un pan d'une pratique qui s'ouvre à des usages moins prévus, avec une stratégie discursive plus ou moins improvisée et un positionnement énonciatif pas toujours explicite. Suffit-il de dire que ces productions oscillent entre le discours de fan et son double critique, le discours parodique ?

3) Constitution de la forme et procédés rhétoriques

S'il faut dire, raconter ou convaincre en peu de temps, l'on peut s'attendre à ce que les moyens s'adaptent à travers une logique de la condensation. Comment les formes brèves gèrent-elles les divers procédés qui permettent une efficacité discursive, une accélération narrative ou des condensés sémantiques ? Pour autant, existe-t-il une rhétorique et, partant de là, des effets spécifiquement liés à la brièveté ? Les formes brèves recourent-elles ainsi à une élaboration rythmique et esthétique propre ? Pour pondérer la tentation d'un déterminisme ou d'une téléologie de la forme, il faut envisager non seulement que l'efficacité et l'originalité du court soient en définitive la réduction de procédés éprouvés ailleurs mais aussi que les stratégies argumentatives ou narratives empruntent d'autres voies que celles attendues a priori.

Peut-on repérer des modes de structuration récurrents ou certaines stabilisations de procédés à l'ouverture et à la fermeture ? A la télévision, à l'instar de la séquence d'information, existe-t-il une séquence canonique dans le format court ? Identifie-t-on des genres de prédilection (le portrait, l'interview, le reportage, etc.) dans les séquences utilisées par les formes brèves ?

Trouve-t-on dans les formes brèves des cas de réflexivité ? Si certains courts métrages engagent même un questionnement esthétique de la brièveté, choisissant ainsi de la nier, de l'affirmer ou de la dépasser, les autres productions témoignent-elles d'un rapport à la forme qui les constitue ? La diffusion sur Internet comme la réalité des

pratiques culturelles nomades via les écrans portables affectent-elles rétroactivement l'exercice de la brièveté proprement dit ?

En s'appuyant notamment sur des récurrences syntaxiques, sur un principe d'économie discursive et sur des saillances figuratives, ne pourrions-nous pas élaborer ce que nous qualifierons de « médiagénie » du court, une configuration de propriétés typiques et congruentes ?

4) Réception des formes brèves

Enfin, nous souhaitons collecter des contributions questionnant les formes brèves du point de vue de leur réception, qu'elle soit modèle ou empirique.

Peut-on attester de figures de spectateurs et de pratiques de réception spécifiques aux formes brèves ? Ainsi, à la télévision, malgré les succès d'audience affichés de certains programmes courts, nous pouvons nous interroger sur la posture effectivement adoptée par les téléspectateurs face à eux. A quel titre entrent-ils dans la pratique culturelle audiovisuelle ? Est-ce au titre d'agréments ou de coupures dans de longs tunnels publicitaires, s'adressant ainsi de fait à des spectateurs circonstanciels et distraits ? Quels programmes ont-ils réussi à devenir de vrais rendez-vous ?

Quant aux spectateurs modèles des diverses productions brèves, le régime de croyance mobilisé par ces formes est-il identique à celui qui, à genre équivalent, apparaît dans les formats longs ? Comment les programmes courts formulent-ils les promesses de genre à destination de leurs spectateurs institutionnels ?

Calendrier

- Jusqu'au 10 mai, réception, lecture par le comité scientifique et sélection des propositions
- Le 20 mai, notification de l'avis du comité scientifique

Publication

Les informations concernant la publication des Actes de cette journée vous seront communiquées ultérieurement.

Texte de la proposition

Le texte de la proposition ne devra pas excéder **3 000 signes** (espaces compris). Lors de l'envoi, merci de préciser votre nom et votre rattachement institutionnel (Université et Labo).

Langue

La langue de communication est le français.

Contacts

Merci d'envoyer votre proposition à ces trois adresses

amkervella@yahoo.fr

sylvie.perineau@unilim.fr

florence.rio@univ-lille3.fr