



Jeudi 22 avril 2010, UNIL, Extranef, salle 110 (09:30-17:45)

| le savoir vivant |

Vendredi 23 avril 2010, Extranef, salle 110 (09:15-17:00)

Centre des Sciences historiques de la culture

IV^e colloque du Centre SHC

enjeux culturels et esthétique
des "formes" télévisuelles: la
télévision crée-t-elle de
nouveaux genres ?

*Enjeux culturels et esthétique des « formes » télévisuelles
la télévision crée-t-elle de nouveaux genres ?*

**iv^e colloque du centre des sciences historiques de la culture
22 et 23 avril 2010**

centre des sciences historiques de la culture (shc),
faculté des lettres, université de lausanne
profs. maria tortajada, nelly valsangiacomo et françois valotton

université de lausanne, salle 110 (bâtiment extranef)

enjeux culturels et esthétique des « formes » télévisuelles : la télévision crée-t-elle de nouveaux genres ?

S'inscrivant dans la vocation pluridisciplinaire du Centre des Sciences historiques de la culture, ce colloque souhaite développer un double niveau de réflexion autour de la notion et des caractéristiques des genres télévisuels.

Quels sont les genres dominants qui jalonnent la programmation à un moment donné ? Dans quelles circonstances une émission est-elle rattachée à un genre dans son intégration à une grille de programmation ? Quels effets ce processus implique-t-il tant du côté des contenus, des producteurs et réalisateurs que du public ? A un autre niveau, on s'interrogera sur les relations spécifiques que ces «formats» télévisuels entretiennent avec d'autres secteurs du champ médiatique et plus précisément ceux de la presse, de la radio, du théâtre ou du cinéma. De nombreux auteurs ont souligné la capacité de la télévision à mobiliser des œuvres ou des genres depuis longtemps éprouvés: la lanterne magique était déjà utilisée à des fins pédagogiques alors que les frères Lumières ont créé le documentaire en même temps que le cinématographe. Toutefois, ce processus de réélaboration ne se fait pas selon un rapport d'abord mimétique: il repose sur des modes de production et de financement, des dispositifs, des modes de réception, un contexte social, politique et médiatique différenciés qui vont influencer sur l'esthétique et les contenus.

Le colloque sera l'occasion de valoriser les travaux réalisés dans ce domaine au sein de deux sections de la Faculté des Lettres, soit la section d'histoire et esthétique du cinéma et la section d'histoire. Des ouvertures comparatives seront développées avec plusieurs collègues internationaux afin de s'interroger également sur la circulation et les processus de redéfinition de certains genres dans des espaces nationaux distincts.



Jeudi 22 matin (salle 110, Extranef)

- 09h30 Ouverture du colloque par la modératrice, **Maria Tortajada**, Université de Lausanne, professeure en Histoire et esthétique du cinéma
- 09h45 **John Ellis**, Royal Holloway University of London, professor of Media Arts

television and the performance of self

Erving Goffman's studies of the presentation of self in everyday life coincide with the development of TV as a mass medium. This paper begins by studying some early examples of the difficulties involved in putting 'real people' onto TV. It will develop the argument that television has provided a crucial arena for the construction of new forms of self-presentation which are having a profound impact on both everyday life and political processes.

10h30 Pause

11h00 **Isabelle Veyrat-Masson**, Paris IV et Sciences Po Paris, Directrice de recherche CNRS, directrice du Laboratoire Communication et Politique

**entre fiction et documentaire, la télévision historique
et Le mélange des genres**

Un genre télévisuel, est né récemment, le docufiction, nouvelle forme télévisuelle - dont les origines remontent au tout début du cinéma - et qui se situe entre le documentaire et la fiction, aux intersections de ces catégories apparemment distinctes (ne dit on pas en anglais « fiction/ non fiction » pour désigner les films de création et les émissions documentaires ?), l'invention, l'imagination d'un côté, la réalité de l'autre, le faux versus la vérité.

Il s'agira de proposer un panorama des principaux moments de la rencontre dans un même programme entre trois éléments qui ne devraient pas - pour des raisons que nous allons examiner - se rencontrer, la fiction, le documentaire et l'histoire. Différents genres télévisuels aux intitulés divers, docudramas, fictions du réel, docufictions, montrent la richesse et la diversité de ces hybrides et posent la question de la confusion des genres.

Jeudi 22 après-midi (salle 110, Extranef)

Modérateur : **Kurt Deggeler**, directeur de Memoriav

14h15 **Luca Barra**, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milan, doctorant en « Communication Cultures », chercheur au Ce.R.T.A. et éditeur junior du journal « Link. Idee per la televisione » et **Cecilia Penati**, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milan, doctorante en « Communication Cultures » et chercheuse au Ce.R.T.A

« ENLARGED » FAMILIES. developments of a television genre : italian fiction

Family comedy represents one of the most important sub-genres of Italian TV fiction. Since the early stage of the medium, it has been a typical production of the public service broadcaster (Rai) and then of commercial TV networks (Fininvest/Mediaset), imposing itself as crucial for a wide and “generalistic” audience. As a result of the development of new TV platforms and multiple access points to television programming, the genre had to deeply re-define itself in order to maintain its relevance.

Aim of the presentation is to investigate how, in the mutable scenery of contemporary TV, successful series such as *I Cesaroni* (The Family Cesaroni) and *Tutti pazzi per amore* (Crazy about Love) tend to hybridize themselves with other cultural elements of media environment (pop music, teen literature, talk shows,...). The speech will point out how, in these productions, traditional and strictly genre-specific devices are used in a new, different way, maintaining however a strong continuity with the conventional patterns of the genre.

14h45 **Eleonora Benecchi**, Université de la Suisse italienne, assistante en communication et **Cinzia Colapinto**, Université de la Suisse italienne, docteure et assistante en économie des médias

Les séries télévisées au-delà des écrans (tv series beyond the screens)

Résumé en anglais: Cultural globalization, digitalization and convergence are changing media system. The incumbents are facing the arrival of the new media world, often characterized by user-generated content and open distribution platforms in opposition to their business model based on contents produced by professionals and distributed through proprietary platforms (Berman *et al.*, 2007).

In this new scenario, Prime time is mainly dominated by TV series, movies, fiction, reality shows characterized by the vote-in format and entertainment. Indeed, new feedback opportunities provided by technologies represent both new chances for audience's engagement, and new challenges for the TV industry, and for TV production, as well. Today, the relationship between TV series and its audience is more intense, interactive, global and quick.

This paper will focus on TV series, since this classic TV genre appears to be one of the most affected by this new scenario with respect to its format, its contents, and its ways of consumption.

Internet appears to play a crucial role in reshaping this classic TV genre: TV companies use internet as a pre-air tool for new TV series (Ellis, 2007), the role of word of mouth seems strategic to underpin the launch, or even the re-launch, of a TV series (Calvo, 2001; Harmetz, 2000) and viral marketing techniques, which as Godin shows are based on the concept of a great idea that spreads in a target group till a self-amplifying cycle occurs (2000), are constantly used to promote this TV genre.

This paper will address first the question of how the TV series genre has been reshaped by the new strategies adopted by the television industry which try to integrate offline, social and mobile activities and have transformed this classic and "closed" format in an open and hybrid one.

In order to do that this work will previously focus on some success cases produced in America, since the American television industry appears to be the most inclined to use the Internet in order to create an engaging experience for customers and to foster the interaction with viewers by building on existing communities (facebook, Twitter, dedicated forums,...).

We will then focus on the way in which this new participatory model has been repurposed in Europe with special regard to Italian television, where TV series genre covers 18% of the daily schedule and foreign TV series reach a percentage of 66% (RTI, 2008). The hybrid format of the TV show and the marketing strategy (viral marketing, flash mob events,...) adopted by Fox Italia for the launch of Glee, an American musical comedy-drama, will be taken into consideration as an emblematic case study.

Résumé en français : La globalisation culturelle, la numérisation et la convergence sont en train de changer le système des médias. Les propriétaires des chaînes doivent désormais faire face au nouveau monde des médias, souvent caractérisé par des contenus produits par les consommateurs mêmes et par des plateformes de distribution ouvertes à tous. Ceci s'oppose à leur modèle économique, qui est basé sur un contenu produit par des professionnels et distribué par des plates-formes de propriété industrielle (Berman *et al.*, 2007).

Dans ce nouveau scénario, les heures de grande écoute sont principalement dominées par les séries télévisées, les films et les télé-réalités caractérisées par le format du vote en direct et le divertissement.

En effet, les nouvelles technologies offrent des opportunités de feedback qui représentent à la fois de nouvelles chances de faire participer le public, et de nouveaux défis pour l'industrie et la production télévisées.

Aujourd'hui, le rapport entre les séries télévisées et le public est plus intense, interactif, global et rapide.

Ce document se concentrera sur les séries télévisées, puisqu'il semble être l'un des genres les plus influencés par ce nouveau scénario en ce qui concerne son format, ses contenus et ses manières de consommation.

Internet semble jouer un rôle crucial dans la transformation de ce genre de programme: les chaînes de télévision utilisent Internet pour promouvoir leurs nouvelles séries (Ellis, 2007), et le rôle du "bouche-à-oreille" semble être un élément essentiel du lancement de la série, ou même du relancement (Calvo, 2001; Harmetz, 2000). En outre, comme le montre Godin, les techniques virales de vente sont fondées sur le concept d'une grande idée qui s'étendrait dans un groupe ciblé, jusqu'à ce qu'un cycle d'auto-amplification se produise (2000); cette technique est constamment utilisée pour encourager ce genre.

Ce document abordera d'abord la question de la façon dont le genre de la série télévisée a été remodelé par les nouvelles stratégies adoptées par l'industrie de la télévision, premièrement en essayant d'intégrer les activités à la fois déconnectées, sociales et mobiles, et deuxièmement en transformant ce format "fermé" en un genre ouvert et hybride.

Afin de démontrer cela, ce travail se concentrera d'abord sur quelques cas réussis en Amérique, puisque l'industrie de télévision américaine semble être la plus disposée à employer Internet pour créer une expérience captivante pour son public et stimuler l'interaction par la création de groupes sur les communautés existantes (Facebook, Twitter, forums consacrés, ...).

Nous nous concentrerons ensuite sur la manière dont ce modèle est appliqué en Europe, surtout dans la télévision italienne, où le genre des séries télévisées représente le 18% des programmes quotidiens, et où les séries étrangères atteignent un pourcentage de 66% (RTI, 2008).

Le format hybride du programme télé et la stratégie marketing (vente virale, les événements instantanés de foule, ...) adoptées par *Fox Italie* pour le lancement de *Glee*, une comédie musicale américaine, seront pris en compte en tant qu'étude de cas emblématique.

15h45 Pause

16h15 **Marthe Porret**, Université de Lausanne, doctorante et assistante en Histoire et esthétique du cinéma

La politique de production et de programmation de la fiction au sein du service dramatique de la TSR entre 1962 et 1982 : petit historique et études de cas

Entre 1962 et 1982, le Service dramatique de la Télévision Suisse Romande - alors dirigé par Maurice Huelin - va produire en vingt ans plus de 200 « dramatiques ». Parmi les premiers réalisateurs à travailler pour Huelin, Claude Goretta, Michel Soutter et Jean-Jacques Lagrange vont ainsi adapter et mettre en scène pour le petit écran de nombreuses œuvres du répertoire théâtral. Il s'agit en effet d'alimenter le programme du vendredi soir appelé « spectacle d'un soir ». Mais dès le début, les réalisateurs de la TSR ont aussi la possibilité de signer et de mettre en scène leurs propres textes. Il leur est également possible de quitter le studio et ses volumineuses caméras vidéo, pour aller tourner en « décors naturels » et en 16 mm. Le terme de « dramatique » recouvre alors un autre type de production, plus proche de ce que l'on appellera plus tard un « téléfilm » mais que l'on

considère alors comme un « vrai film »... de télévision ! Par ailleurs, en 1968, Goretta, Soutter et Lagrange, en association avec Alain Tanner et Jean-Louis Roy, obtiennent de la TSR qu'elle coproduise leurs films. On le sait, cette formule, totalement inédite à la Télévision et plus connue sous le nom de Groupe 5, va permettre l'éclosion d'un « nouveau cinéma suisse » reconnu internationalement. Quelle place la grille des programmes et le Service dramatique font-ils alors à ces « films de cinéma » ? Ces derniers partagent-ils avec la fiction télévisée un langage spécifique ? Nous tenterons de répondre à ces questions à partir d'études de cas particuliers.

16h45 **Pierre Barde**, TSR, ancien producteur et réalisateur de la Télévision suisse romande

La fiction à la télévision, de la dramatique en direct au film

Mon exposé sera pour l'essentiel composé de la représentation de séquences montrant, tout d'abord, l'évolution des émissions dites « dramatiques » telles qu'on les réalisait en direct et en multi-caméras sur ce qu'était alors le « grand plateau » de la Télévision Suisse Romande.

D'abord, pour l'essentiel fondées sur de grands textes du répertoire théâtral, ces émissions ont évolué en convainquant des écrivains talentueux de devenir de véritables auteurs pour le petit écran. Le réalisateur Jean-Jacques Lagrange et le producteur Jo Excoffier témoignent de ce virage décisif. Virage également amorcé par Michel Soutter dans son célèbre « Ce Schubert qui décoiffe », qu'il écrivit et réalisa lui-même avec un « car de reportage » opération totalement inédite à l'époque.

Puis vint le temps de la réalisation des grands films de télévision, dont Claude Goretta fut l'un des maîtres. En premier lieu à partir d'adaptations de grands textes de la littérature (Tchékhov, Ramuz, Maupassant), puis fondés sur des scénarios originaux, comme « Vivre ici » ou « Un dimanche de mai », ce dernier ayant été rédigé par Michel Soutter qui fut également assistant réalisateur du film. Ce fut là le départ d'un mouvement irrésistible qui ouvrit grande la voie au nouveau cinéma suisse (notamment le « Groupe des Cinq ») et détermina un développement considérable des formes que prit la fiction, dans tous ses états, sur les écrans de la télévision.

17h15 Discussion

Env. 17h45
- 19h00 **Apéritif** servi dans le couloir de l'Extranef



Vendredi 23 matin (salle 110, Extranef)

Modératrice : **Ruth Hungerbuhler**, Université de la Suisse italienne, docteure et enseignante à l'Istituto Media e Giornalismo (IMeG) à Lugano

09h15 **Gilles Delavaud**, Université Paris VIII, professeur en sciences de l'information et de la communication

**télévision et attention : « Alfred Hitchcock presents »
ou Le rêve d'un public captif**

Dans les débuts de la télévision, les premiers metteurs en scène de fiction s'attachent à explorer les potentialités artistiques du nouveau média. Mais qu'ils viennent du cinéma ou du théâtre, ils doivent composer avec un impératif incontournable en télévision : retenir l'attention d'un spectateur non captif. Or c'est souvent en cherchant des solutions propres à retenir l'attention du téléspectateur et à favoriser son implication dans la fiction que les auteurs, producteurs ou réalisateurs de télévision vont répondre du même coup, et le plus sûrement, à l'exigence de découvrir les ressources expressives dont ils disposent, et qu'ils vont inventer des formes inédites. Dans ce contexte, l'examen de la série « Alfred Hitchcock Presents » (1955) offre un intérêt particulier dans la mesure où le cinéaste, qui s'enorgueillit de faire au cinéma de la « direction de spectateurs », doit parallèlement, à la télévision, susciter l'intérêt d'un public qu'il ne tient plus à sa merci.

10h00 Pause

10h30 **Charlotte Bouchez**, Université de Lausanne, doctorante FNS Prodoc

**La télé réalité entre standardisation et ancrage local :
Le cas de la suisse romande**

La réussite du modèle de développement de la télé réalité repose sur deux processus : une standardisation qui permet d'établir le « canevas », le format, des programmes ; une inscription dans l'espace de diffusion qui garantisse le succès du programme dans cet espace et qui, pour cela, réalise une version particulière du format.

La diffusion des premiers programmes de télé réalité de la télévision suisse romande (TSR) exemplifie cette double visée : répondre à la pression concurrentielle que représentent les programmes de télé réalité francophones diffusés en Suisse romande en programmant à son tour des émissions appartenant à cette catégorie générique ; maintenir cette offre dans le cadre institutionnel prescrit par son statut de service public et par la tradition de programmation qui fonde son identité et sa relation avec « le public romand ».

Partant de l'hypothèse selon laquelle autant les discours des représentants des chaînes de télévision qui paraissent dans la presse que les discours des journalistes eux-mêmes participent à la création de la catégorie générique d'une émission en configurant sa réception par le spectateur, il s'agit d'analyser les programmes de la TSR estampillés

« télé-réalité » en prenant en compte les contenus audiovisuels mais aussi l'ensemble des discours parus dans l'espace public à leur sujet par le biais de la presse généraliste.

On verra ainsi les multiples niveaux auxquels intervient la notion d'identité régionale dans l'ancrage local du concept de télé-réalité. L'analyse diachronique des programmes produits par la chaîne romande dans la période 2001-2008 permettra de proposer l'hypothèse d'une évolution dans le positionnement de la TSR. En effet, alors que les premiers programmes de télé-réalité étaient présentés par les instances de production en comparaison avec les standards de la télé-réalité à l'échelle mondiale, la réception des programmes parus depuis 2003 (date de diffusion de *Mayen 1903*) suggère l'émergence d'une « tradition » de télé-réalité propre à la chaîne romande.

11h00 **Katharina Niemeyer**, Université de Genève, docteure en sciences de la communication et des médias

La mise en scène visuelle du journal télévisé français, allemand et suisse entre 1989 et 2000

« Both, Murdoch and Turner might be understood for overestimating the power of their news empires, but there can be no question that the electronic media clearly can enter the international political arena as players as well as spectators. One needs look no further than the dynamic of the 1989 revolutions in Eastern and Central Europe [...]. As a result of the 1989 revolutions the world has changed utterly, but no sooner had these dramatic and historic events faded from our television screens than they were succeeded by another big story, the reporting of which was to tell us about the rapid evolution of television news »¹

B. Mac Gregor lie en effet les événements de 1989 à l'information télévisée. Cette dernière ne nous met non seulement au courant de ce qui se passe après 1989. Elle nous raconte véritablement une autre *big story* : 'l'incorporation' du changement du monde de la communication sous sa forme visuelle. Afin de démontrer cet aspect, nous nous référons surtout aux génériques et aux aspects visuels (strate plastique, incrustations etc.) des journaux télévisés français (*France 2*), allemand (*ARD*) et suisse (*TSR*) entre 1989 et 2000 (avec une ouverture dans les années 2000-2010). La mise en scène visuelle des trois chaînes vit une modification dans les années 90, une décennie qui se caractérise par l'accélération de l'information, par l'arrivée d'Internet et par le changement du marché télévisuel. Les chaînes s'adaptent ainsi à cette évolution, notamment d'un point de vue du design. L'analyse des génériques et d'autres éléments graphiques nous permettra de jeter un autre regard sur la mondialisation de la communication : cette dernière concerne ici moins la question du contenu de l'information, mais la présentation de cette dernière. Nous parlerons ainsi d'une 'incorporation' accrue des 'esthétiques' des nouvelles technologies au sein du dispositif même du journal télévisé. Elle s'impose comme une forme de méta-discours sur l'avancement de la société de communication sur le plan synchronique, mais également sur le plan diachronique. Autrement dit, et c'est ce que nous souhaitons discuter, il s'agit également d'une autre façon de 'raconter' l'histoire : le journal télévisé nous propose une *histoire du temps présent* de son dispositif qui, en rétrospective, témoigne du changement de l'histoire de la communication et des médias.

¹ Mac Gregor, Brent, *Live, direct and biased? Making television news in the Satellite Age*, Arnold, London, 1997, p. 7-8.

11h30 Discussion

Vendredi 23 après-midi (Salle 110, Extranef)

14h00 **Olivier Pradervand**, Université de Lausanne, doctorant et assistant en Histoire, et **François Vallotton**, Université de Lausanne, professeur en Histoire et directeur du centre SHC

**La programmation à la télévision suisse romande :
La démarche d'un séminaire en cours**

Cette communication rendra compte d'un séminaire en cours à l'UNIL consacré à la programmation de la Télévision suisse romande et de la Télévision suisse italienne de 1958 à 1983, sous la direction des Professeurs Nelly Valsangiacomo et François Vallotton. Mobilisant aussi bien des sources audiovisuelles et institutionnelles (archives papier, informations provenant des bases de données internes), l'approche retenue porte sur les rapports entre télévisions de service public et société dans une perspective comparatiste entre les deux régions linguistiques. On reviendra notamment, en lien avec la thématique globale de ce colloque, sur la constitution des corpus proposés aux étudiants qui couvrent certains des aspects les plus importants de la programmation (divertissement, sport, émissions féminines, débat politique, documentaire et fiction, reportage, magazines, etc.). Une présentation qui sera aussi l'occasion de définir et proposer quelques pistes de réflexion à la table ronde qui la suit.

14h30 Table ronde sur «L'intégration des sources télévisuelles dans l'enseignement académique», dirigée par **Nelly Valsangiacomo**, Université de Lausanne, professeure à la section d'Histoire, avec :

Claude Zurcher (TSR)

Ruth Hungerbuhler (Université de la Suisse italienne)

Alain Boillat (Université de Lausanne, maître-assistant à la section d'Histoire et esthétique du cinéma)

Katharina Niemeyer (Université de Genève, docteure en sciences de la communication et des médias)

Isabelle Veyrat-Masson (Directrice de recherche CNRS, directrice du Laboratoire Communication et Politique, enseigne à Paris IV et à Sciences Po Paris)

Theo Mäusli (RSI)

organisation et renseignements


organisation :

Centre des Sciences historiques de la culture (SHC), Faculté des lettres, UNIL

responsables :

<p>Prof. Maria Tortajada Université de Lausanne Faculté des lettres Section d'Histoire et d'esthétique du cinéma Maison Rose CH-1015 Lausanne Tél. : ++41 21 692 30 19 / 30 18 E-mail : Maria.Tortajada@unil.ch</p>	<p>Prof. Nelly Valsangiacomo Université de Lausanne Faculté des lettres Section d'Histoire Anthropole CH-1015 Lausanne Tél. : ++41 21 692 29 40 E-mail : Nelly.Valsangiacomo@unil.ch</p>
<p>Prof. François Vallotton Université de Lausanne Faculté des lettres Section d'Histoire Anthropole CH-1015 Lausanne Tél. : ++41 21 692 29 42 E-mail : Francois.Vallotton@unil.ch</p>	

renseignements :

<p>Université de Lausanne Faculté des lettres Secrétariat SHC-FDi-CLE Patricia Saugeon Schmid Bâtiment Internef, bureau 276.5 CH-1015 Lausanne Tél. : ++41 21 692 38 34 Fax : ++41 21 692 38 35 E-mail : Patricia.Saugeon-Schmid@unil.ch Site web : www.unil.ch/shc</p>	
---	--

