



BIENS
SYMBOLIQUES
SYMBOLIC
GOODS

Appel à articles pour la revue *Biens symboliques / Symbolic Goods*,
Revue en ligne et en accès ouvert de sciences sociales sur les arts, la culture et les idées
biens-symboliques.net / symbolic-goods.net

Faire (de) la télévision.

L'audiovisuel vu par les sciences sociales

Dossier coordonné par Muriel Mille et Séverine Sofio

La télévision est un lieu de paradoxes : située au bas de la hiérarchie du prestige, en matière de pratiques culturelles, elle a cependant tant de résonance dans le monde social qu'elle contribue à polariser tous les autres espaces de production culturelle, en contraignant leurs membres à se situer par rapport à elle, « selon qu'[ils] acceptent ou refusent l'alliance avec ce médium dominant et qu'ils se résignent ou non à accepter les règles de son spectacle. » (Brigaud-Robert 2011, p. 6). Objet d'une attention particulière de la part de l'État qui continue à la réguler à différents niveaux, la télévision est également au cœur des logiques marchandes (Eveno 2006). Enfin, si elle est, pour certains, un lieu par excellence de visibilité et de célébrité plus ou moins éphémère, elle demeure un espace professionnel aux rouages mal connus. La fabrication de ses programmes impliquant quotidiennement plusieurs dizaines de métiers différents dans une longue chaîne de collaboration qui, depuis les technicien·ne·s des plateaux de tournage, jusqu'aux responsables des chaînes, en passant par les scénaristes, les personnels administratifs ou les sociétés de production, est souvent plongée dans l'ombre.

Depuis la fin des années 1990, la télévision a connu une succession de bouleversements précipités par le développement des chaînes par satellite, de la numérisation des contenus, des marchés internationaux pour l'audiovisuel, et du triomphe quasi-total du modèle économique et organisationnel des chaînes commerciales américaines contre celui des télévisions de service public, dominant en Europe jusqu'aux années 1980 (Chaniac & Jezequel 2007 ; Born 2011). La télévision est aussi un média dont l'audience s'érode peu à peu, concurrencé par de nouvelles formes de consommation des produits audiovisuels, avec la multiplication des écrans ou le développement des plateformes de type Netflix, de la VOD, de la *catch-up TV* : ainsi, c'est le visionnage de la télévision qui est en perte de vitesse, plutôt que ses programmes qui, comme les séries, continuent à rassembler des publics nombreux sur des supports divers.

En France, par exemple, face à ces évolutions, l'intérêt pour les conditions matérielles d'élaboration des programmes de télévision a, à quelques exceptions près, été peu développé (Le Grignou & Neveu 2017). Depuis vingt ans, la télévision a souvent été étudiée au prisme de *ceux qui la regardent* (analyses de la réception de certains programmes (Le Grignou 2003), de la construction de la notion d'« audimat » (Meadel 2010), etc.) ou de *ce qu'on y regarde* (narratologie et analyse de contenus). En revanche, les modalités de fabrique des programmes de télévision – au sens large : production, diffusion, distribution... – sont peu investies par les sciences sociales. En effet, outre le peu de légitimité de l'objet télévisuel *a priori* et la traditionnelle méfiance réciproque du monde académique et des industries médiatiques (Darras 2003), la principale raison du petit nombre de travaux sur la fabrique de la télévision est sans doute que les espaces de la production audiovisuelle (en amont ou en aval des tournages) restent particulièrement difficiles d'accès pour les chercheur·e·s. Ainsi



Vicki Mayer aux États-Unis (2008), Georgina Born en Angleterre (2011), Dominique Pasquier (2008) ou Jérôme Berthaut (2013) en France, face à ce problème sur leur terrain respectif (les castings de la télé-réalité, le fonctionnement interne de la BBC, les séries pour adolescents, les journaux télévisés), reviennent sur la nécessité de mener de longues enquêtes ethnographiques.

Quatre axes thématiques sont envisageables pour les articles de ce dossier :

1) L'objet télévisuel à travers les pratiques de recherche

De la sociologie visuelle (Flocco & Vallée 2012) aux récits de vie (Banks 2014) en passant par l'observation participante (Grindstaff 2009), la recherche en archives (Tsikounas 2013) ou l'analyse de discours (Caldwell 2007), la fabrication de la télévision peut être approchée par de multiples méthodes. Il s'agirait donc de revenir sur la construction de la télévision comme objet d'enquête, et sur les avantages et les limites de l'usage de telle ou telle méthodologie en fonction des terrains abordés.

2) La télévision, production sous contrainte

La création audiovisuelle est soumise à une multiplicité de contraintes liées au manque de temps, aux restrictions budgétaires, au respect de l'économie des réputations, aux contraintes d'audience (Le Guern 2004 ; Buxton 2010 ; Le Champion & Danard 2014) voire aux pressions politiques. On peut ainsi s'interroger sur l'impact des conditions historiques, sociales et matérielles de production des programmes sur leur contenu, à l'instar des contraintes imposées par certains décors (Chalvon-Demersay 2012) ou certains formats (Altheide 1976). De même, on pourra s'intéresser à la manière dont les différents corps de métier impliqués dans la fabrication du journal télévisé (rédaction, tournage, montage, etc.), vivent l'urgence permanente (Siracusa 2001).

Une des contraintes principales encadrant la production de ces programmes est celle de l'audience dans le cadre marchand des industries culturelles (Hesmondhalgh 2002). Plusieurs enquêtes menées sur les professionnel-le-s de la télévision constatent qu'ils et elles ignorent comment leurs œuvres seront reçues (Gitlin 2000). Dans l'incertitude de ce qui peut plaire au public, ils et elles réalisent en conséquence un travail d'anticipation de ses attentes (Champagne 1971). Une des voies d'investigation peut alors être de comprendre comment s'incarne cette contrainte et d'analyser ses conséquences sur les contenus produits. L'évolution des programmes fictionnels eux-mêmes (des propositions scénaristiques aux budgets, en passant par les conditions de tournage) dépend effectivement souvent de l'évolution des rapports de force entre les scénaristes, les producteurs et l'audience, ainsi que l'a analysé Julie D'Acci (1994) sur la série *Cagney & Lacey* aux États-Unis, ou Muriel Mille sur le feuilleton *Plus Belle La Vie* en France (Mille 2013).

3) La télévision : travail, métiers, professions

Parce qu'elle suppose la collaboration permanente de plusieurs dizaines de métiers différents, la fabrication des programmes télévisuels constitue un exemple paradigmatique de création collective, comme cela a pu être analysé pour le cinéma (Rot & de Verdalle 2013). On pourra ainsi considérer la production de la télévision sous l'angle des différentes cultures professionnelles impliquées et des modalités de leur cohabitation (Pasquier 1995 ; Chalvon-Demersay 2007), ou des concurrences autour de l'autorité artistique sur l'œuvre (Mille 2016).



Il peut être ainsi intéressant d'analyser les carrières des professionnel-le-s de l'audiovisuel et leurs configurations, les enjeux de légitimité et de reconnaissance et comment ceux-ci sont structurés par des rapports sociaux de classe et de sexe. On pense ainsi aux discriminations en termes d'opportunités de carrière ou de disparités de salaires (Bielby & Bielby 1999 ; Rannou, Roharik, Cardon 2015).

Plus globalement, la télévision reste un important bassin d'emploi et un marché du travail dynamique soumis aux évolutions globales de l'économie contemporaine (Mayer 2011), aux injonctions contradictoires du *new public management* (Born & Prosser 2001), aux conséquences de la concentration capitaliste dans les médias (Bouquillion *et al* 2006), aux effets des réformes fiscales (Coles 2010) ou des mouvements sociaux (Henderson 2010). On pourra aussi se pencher sur la manière dont des évolutions propres au monde de l'audiovisuel contribuent à bouleverser radicalement les structures professionnelles, les rythmes de travail ou les hiérarchies internes, à l'instar de la vogue des séries télévisées dans les années 2000 qui a entraîné la création d'une nouvelle fonction – le *showrunner* (Ashton 2015) –, et un basculement des rapports de force avec le cinéma (Caldwell 2005). Comment les métiers de l'audiovisuel évoluent-ils lorsqu'ils sont confrontés à des mutations morphologiques (Lebel & Lavallée 1996), technologiques (Le Guern 2010) ou politiques (Hesmondhalg & Baker 2008) ? Aborder la question de la formation aux métiers de l'audiovisuel (Laborde 2015) ou du rôle des intermédiaires de ces marchés du travail, tels que les agences de talent ou les directeurs et directrices de castings (Lizé, Naudier, Roueff 2011 ; Roussel 2017) peut aussi être un moyen de saisir ces mutations à l'œuvre.

4) *Les productions télévisuelles, un objet transnational*

Objets d'échanges internationaux, les programmes télévisuels (que ce soit sous la forme de *shows* de divertissement, de documentaires, de fictions – unitaires ou séries – ou de simples « concepts ») circulent et dessinent ainsi un espace à la fois culturel et économique véritablement transnational. Dans cette perspective, on pourra ainsi s'intéresser aux marchés mondiaux de l'audiovisuel, aux modes de fonctionnement de ces espaces d'échanges et de négociation (Bielby & Harrington 2008 ; Kuipers 2012 ; Lecler 2017), ou aux raisons du succès ou de l'échec international de telle ou telle production (Havens 2000). En Europe, par exemple, quels effets ont, sur les conditions de travail des personnels, sur la distribution des profits ou sur les contenus eux-mêmes, les actuelles incitations à la coproduction internationale (Chalaby 2002 ; Bondebjerg *et al.* 2008) ? On pourra ainsi interroger la notion de mondialisation culturelle, à l'aune des productions audiovisuelles, et se demander s'il est possible de faire une « histoire transnationale de la télévision » (Bourdon 2008).

La revue *Biens symboliques/Symbolic Goods* accepte, pour ce dossier, des articles **en français ou en anglais** de 40 000 signes (bibliographies comprises). Les consignes aux auteur-e-s sont disponibles en ligne : <http://revue.biens-symboliques.net/200>

Les articles devront parvenir à la revue **avant le 1e septembre 2018** à l'adresse de la revue : contact@biens-symboliques.net



RÉFÉRENCES :

- Altheide David L. 1976. *Creating Reality: How TV News Distorts Events*, Beverly Hills, Sage.
- Ashton Daniel 2015. « Making Media Workers: Contesting Film and Television Industry Career Pathways », *Television & New Media*, 16 (3), p. 275–294.
- Banks Miranda J. 2014. « Oral History and Media Industries », *Cultural Studies*, 28-4, p. 545-560.
- Berthaut Jérôme 2013. *La banlieue du « 20 heures »*. *Ethnographie de la production d'un lieu commun journalistique*, Marseille, Agone, 2013.
- Bielby Denise D. & Bielby William T. 1999. « Organizational Mediation of Project-Based Labor Markets: Talent Agencies and the Careers of Screenwriters », *American Sociological Review*, 64-1, p. 64-85.
- Bielby Denise D. & C. Lee Harrington 2008, *Global TV. Exporting television and culture in the world market*, New York, London, NYU Press.
- Bondebjerg Ib, et al. 2008. « American Television: Point of Reference or European Nightmare? », in J. Bignell et A. Fickers (eds.) *A European Television History*, London, Wiley-Blackwell, p. 154-183.
- Born Georgina 2011. *Uncertain Vision: Birt, Dyke and the Reinvention of the BBC*, London, Random House.
- Born Georgina & Tony Prosser 2001. « Culture and Consumerism: Citizenship, Public Service Broadcasting and the BBC's Fair-Trading Obligations », *The Modern Law Review*, 64-5, p. 657-687.
- Bouquillion Philippe, Bernard Miège, Claire Morizet 2006. « À propos des mouvements récents (2004-2005) de concentration capitaliste dans les industries culturelles et médiatiques », *Le Temps des médias*, n° 6, p. 151-164.
- Bourdon Jérôme 2008. « Comment écrire une histoire transnationale des médias ? L'exemple de la télévision en Europe », *Le Temps des médias*, n° 11, p. 164-181.
- Brigaud-Robert Nicolas 2011, *Les producteurs de télévision. Socio-économie d'une profession*, Saint-Denis, Presses universitaires de Vincennes
- Buxton David 2010. *Les séries télévisées. Forme, idéologie et mode de production*, Paris, L'Harmattan.
- Caldwell John T. 2005. « Welcome to the Viral Future of Cinema (Television) », *Cinema Journal*, 45-1, p. 90-97.
- Caldwell John T. 2007. *Production Culture. Industrial Reflexivity and Critical Practice in Film and Television*, Durham, London, Duke University Press.
- Chalaby Jean K. 2002. « Transnational Television in Europe The Role of Pan-European Channels », *European Journal of Communication*, 17 (2), p. 183–203.
- Chalvon-Demersay Sabine 2007. « Les scrupules de Robinson : pour une ethnographie des consensus moraux », *Médiamorphoses*, Hors-série, Armand Colin/INA, p. 30-34.
- Chalvon-Demersay Sabine 2012. « La saison des châteaux. Une ethnographie des tournages en 'décors réels' pour la télévision », *Réseaux* 2012/2 (n° 172), p. 175-213
- Champagne Patrick. 1971. « La télévision et son langage : l'influence des conditions sociales de réception sur le message ». *Revue française de sociologie*, 12 (3), p. 406-430.
- Chaniac Régine & Jean-Pierre Jezequel 2007. « Les Buttes Chaumont : l'âge d'or de la production ? », *Quaderni*, n°65, p. 65-79.
- Coles Amanda 2010. « Unintended consequences: examining the impact of tax credit programmes on work in the Canadian independent film and television production sector », *Cultural Trends*, 19:1-2, p. 109-124.
- D'Acci Julie 1994. *Defining Women: The Case of Cagney and Lacey*, Chapel Hill, North Carolina U. Press.
- Darras Éric 2003. « Comment on écrit l'histoire et/ou la sociologie de la télévision ? » *Les Cahiers du comité d'histoire de la télévision* (1). p. 35-48
- Eveno Patrick 2006. « La télévision entre politique et marché », *Le Temps des médias*, n° 6, p. 101-117.
- Flocco Gaëtan & Réjane Vallée 2012. « Une sociologie visuelle du travail : filmer les machinistes du cinéma et de l'audiovisuel », *ethnographiques.org*, n°25, [en ligne](#).
- Gitlin Todd 2000, *Inside prime time*, Berkeley, University of California press.
- Grindstaff Laura 2009, « Self-Serve Celebrity: The Production of Ordinariness and the Ordinariness of Production in Reality Television », in V. Mayer, M. J. Banks, and J. T. Caldwell (eds.), *Production Studies: Cultural Studies of Media Industries*, New York, Routledge, p. 71-86.



- Havens Timothy 2000. « The biggest show in the world': race and the global popularity of The Cosby Show », *Media Culture Society* 22, p. 371-391.
- Henderson Felicia D. 2010. « It's Your Own Fault: How Post-Strike Hollywood Continues to Punish Writers for Striking », *Popular Communication: The International Journal of Media and Culture*, 8 : 3, p. 232-239.
- Hesmondhalgh David 2002, *The cultural industries*, London, New York, Sage publications
- Hesmondhalgh David & Sarah Baker 2008. « Creative Work and Emotional Labour in the Television Industry », *Theory, Culture and Society*, 25, p. 97-118.
- Kuipers Geraldine 2012. « The cosmopolitan tribe of television buyers : Professional ethos, personal taste and cosmopolitan capital in transnational cultural mediation », *European Journal of Cultural Studies*, 15 (5), p. 581-603.
- Laborde Barbara 2015. « Enseigner le cinéma et l'audiovisuel : les leçons de l'enseignement technique », *Cahiers de l'association française des enseignants et chercheurs en cinéma et audiovisuel*, n°7, [en ligne](#).
- Lebel Estelle & Marguerite Lavallée 1996. « Création, maîtrise technique et gestion : les réalisatrices de télévision au Québec », *Recherches féministes*, vol. 9, n°1, p. 57-80.
- Le Champion Rémy & Benoît Danard 2014, *Les programmes audiovisuels*, Paris, La Découverte, Repères.
- Lecler Romain 2017. « La grille et la palme. Deux régimes d'exportation des biens audiovisuels », *Revue Française de Socio-Économie*, n° 19, p. 153-175.
- Le Grignou Brigitte 2003. *Du côté du public : usages et réceptions de la télévision*, Paris, Economica.
- Le Grignou Brigitte & Erik Neveu 2017. *Sociologie de la télévision*, Paris, La Découverte, Repères.
- Le Guern Philippe 2004. « Les professionnels de la profession : une enquête sur le tournage de la série Julie Lescaut », in P. Beylot & G. Sellier (dir.), *Les séries policières*, Paris, L'Harmattan, p. 37-56.
- Le Guern Philippe 2010. « Les monteurs passent au numérique. Résister ou s'adapter. La mise en tension d'un régime identitaire professionnel », working paper, [en ligne](#).
- Lizé Wenceslas, Delphine Naudier, Olivier Roueff 2011. *Intermédiaires du travail artistique : à la frontière de l'art et du commerce*, Paris, DEPS/La documentation française.
- Macé Éric 2000. « Qu'est-ce qu'une sociologie de la télévision ? Esquisse d'une théorie des rapports sociaux médiatisés. 1. La configuration médiatique de la réalité », *Réseaux*, 18, 104, p. 245-288.
- Mayer Vicki 2008. « Studying Up and F**cking Up: Ethnographic Interviewing in Production Studies », *Cinema Journal*, 47-2, p. 141-148.
- Mayer Vicki 2011. *Below the line. Producers and Production Studies in the New Television Economy*, Durham, London, Duke University Press.
- Meadel Cécile, 2010, *Quantifier le public. Histoire des mesures d'audience de la radio et de la télévision*, Paris, Economica
- Mille Muriel 2013. *Produire de la fiction à la chaîne : sociologie du travail de fabrication d'un feuilleton télévisé*, Thèse de doctorat, EHESS.
- Mille Muriel 2016. « Le processus collectif de création d'un feuilleton télévisé », *Sociétés contemporaines*, n° 101, p. 91-114.
- Pasquier Dominique 1995. *Les scénaristes et la télévision. Approche sociologique*, Paris, Nathan.
- Pasquier Dominique 2008. « Conflits professionnels et luttes pour la visibilité à la télévision française », *Ethnologie française*, 1 (Vol. 38), p. 23-30
- Rannou Janine, Ionela Roharik, Vincent Cardon 2015. *Les inégalités hommes/femmes dans l'audiovisuel au travers des dynamiques de parcours*. Étude du CESPRA, [rapport final en ligne](#).
- Rot Gwenaële, de Verdalle Laure (dir.) 2013. *Le Cinéma : Travail et organisation*, Paris, La Dispute.
- Roussel Violaine 2017. *Representing Talent. Hollywood Agents and the Making of Movies*, Chicago, University of Chicago Press.
- Siracusa Jacques 2001. *Le JT, machine à décrire. Sociologie du travail des reporters à la télévision*, Bruxelles, De Boeck.
- Tsikounas Myriam 2013. « Comment travailler sur les archives de la télévision en France ? », *Sociétés & Représentations*, n° 35, p. 131-155.