Sylvie PÉRINEAU, dir., *Les formes brèves audiovisuelles.
Des interludes aux productions web*

Paris, CNRS Éd., coll. CNRS Alpha, 2013, 236 pages

Dana Mansour

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/9488>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.9488

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 31 décembre 2014

Pagination : 431-433

ISBN : 978-2-8143-0233-4

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Dana Mansour, « Sylvie PÉRINEAU, dir., *Les formes brèves audiovisuelles. Des interludes aux productions web* », *Questions de communication* [En ligne], 26 | 2014, mis en ligne le 31 décembre 2014, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/9488> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.9488>

anonymes partageux qu'une plus grande répression des contrevenants au *copyright* » (p. 133).

Pourtant, pour Ariel Kyrrou, les outils numériques donnent réellement la possibilité d'agir sur le monde et d'ouvrir des zones de liberté, une capacité qui permettant potentiellement d'avoir plus de maîtrise sur notre devenir. Ainsi « ce deuxième monde » se développe-t-il en rythme, comme l'écho inversé des lois de plus en plus liberticides de « l'ancien monde », lui-même résultant d'un mélange de plusieurs mondes. Un nouveau monde qui grandit sans cesse à l'échelle internationale, volontiers chaotique, contradictoire, conflictuel, ouvrant des brèches et des failles et précipitant le changement. Même s'il n'est plus totalement libre, il semble malgré tout plus libre que la moyenne et potentiellement le catalyseur d'autres libertés à venir (p. 136). En cela, ce livre très généreusement documenté permet de tracer les contours et contribue à comprendre les principaux enjeux des nouvelles formes de pouvoir et de contre-pouvoir portés par le numérique.

Gilles Boenisch

Crem, université de Lorraine, F-57000

gilles.boenisch@gmail.com

Sylvie PÉRINEAU, dir., *Les formes brèves audiovisuelles. Des interludes aux productions web*.

Paris, CNRS Éd., coll. CNRS Alpha, 2013, 236 pages

Dans cet ouvrage collectif, les auteurs proposent une lecture sémiotique d'objets médiatique de petite durée. Dominant le secteur audiovisuel, ces interludes minuscules incitent à définir une sorte d'intelligence des formats courts. En partant du principe que la forme conditionne le contenu, Sylvie Péryneau suggère que la forme brève audiovisuelle invite à la condensation sémantique et, en conséquence, à l'hybridation sémiotique, cette faculté des mini-objets à accueillir et à homogénéiser autant de signes divers est à voir en termes d'intelligence industrielle. En balayant la diversité des productions audiovisuelles actuelles, il est difficile de se passer des interludes télévisuels qui se transforment du jour en jour en objets web. Les formats courts deviennent alors un terrain d'expérimentation qui ne cesse de retravailler l'objet. C'est en termes d'intelligence que s'expliquent les appropriations sérielles dont les formats courts font l'objet. Pour justifier les mécanismes de partage de ces derniers et les logiques des acteurs, l'ouvrage mobilise un champ d'étude assez riche et diversifié qui fait dialoguer à la fois des objets cinématographiques, télévisuels et numériques. Ce choix hybride est à lire

comme une tentative de découvrir et de définir des objets à la fois multiformes et complexes. Interrogeant la notion de « forme brève audiovisuelle », l'ouvrage questionne deux possibilités : la première, dite d'une détermination formelle, fait de la brièveté un moteur de l'activité herméneutique ; la seconde considère que l'évolution formelle vers la brièveté traduit une autre finalité, celle de la communication médiatique.

Le livre est composé de trois parties. La première (pp. 29-88) propose des éléments réflexifs pour dégager une théorie générale de la brièveté audiovisuelle. Dans le premier chapitre (pp. 29-46), Isabella Pezzini, l'auteure de *Trailer, spot, clip, siti, banner* (2002, Rome, Meltemi Éd.), pose les piliers fondateurs pour sémiotiser les objets audiovisuels courts. Pour elle, la forme audiovisuelle courte s'impose comme un support matériel pour des raisons pragmatiques qui poussent vers une standardisation et une recherche de créativité. Cette base théorique est également une ouverture à la deuxième contribution (pp. 47-62) dans laquelle Florence Rio associe la brièveté formelle à la nécessité de créer des objets transmédiatiques. Elle attire l'attention sur les spots télévisés sponsorisés et estime qu'ils jouent une double fonction : d'une part, ils représentent une manne financière importante, notamment pour les chaînes de télévision public, et, d'autre part, ils servent d'interludes et remplissent l'espace télévisuel entre deux programmes. Cette première partie de l'ouvrage se clôt sur une enquête épistémologique de Sylvie Péryneau (pp. 63-88) où elle s'engage à réfléchir sur les apports des formes brèves. En définissant la brièveté comme premier critère d'identification, elle se sert d'un corpus composé d'émissions télévisuelles courtes diffusées entre 1997 et 2010 et traitant la thématique de l'environnement pour trouver des occurrences qui permettent de justifier les choix d'un tel format. Cette enquête épistémologique sur les contraintes ou les possibles communicationnels conduit l'auteure à situer les formes brèves au croisement de deux grandeurs, entre le genre de discours et la pratique audiovisuelle.

La deuxième partie interroge la nature des formes brèves à la télévision. Une fois quantitativement pour définir le profil des chaînes consommatrices de ces minuscules télévisuelles et une fois qualitativement pour comprendre les choix éditoriaux qui motivent les rhétoriques de l'hybridation médiatique. Les chercheurs se partagent entre deux camps : le premier est représenté par Frédéric Pugnière-Saavedra (pp. 101-117) et voit dans ces petits objets des accessoires censés remplir uniquement l'espace vide entre les programmes. Le second est représenté

par Amandine Kervella (pp. 120-140), François Jost (pp. 119-140) et Jean-Bernard Cheymol (pp. 141-153) et trouve dans ces objets une revendication identitaire chargée de dynamiques créationnelles et de marques référentielles. Dans le premier chapitre et à partir d'un corpus d'interludes réalisés en 1968 par le Service de la recherche de l'Office de radiodiffusion-télévision française (ORTF), François Jost (pp. 91-100) tente de suivre l'évolution des interludes dans le temps et d'en créer une typologie qui permette de les distinguer d'autres formes brèves. Frédéric Pugnière-Saavedra (pp. 101-117) définit ensuite ce qu'il appelle des non-programmes télévisuels de format court pour s'arrêter sur leurs raisons d'être. Ainsi l'auteur estime-t-il que le succès de ces objets minuscules revient d'abord au fait qu'ils sont toujours diffusés aux heures de grande écoute ce qui leur permet d'attirer les annonceurs. Leur succès peut s'expliquer si l'on considère qu'ils se prolongent sur l'internet et subissent ainsi une évolution dans la forme et dans le temps. Dans la troisième contribution, Amandine Kervella (pp. 120-140) étudie un corpus composé de programmes sportifs courts et constate qu'ils sont conçus pour deux finalités : l'autopromotion éditoriale ou le parrainage. L'auteure cherche à identifier la relation qui se dessine étroitement entre l'annonceur et la chaîne afin de voir quelle image reflète la marque et dans quelles mesures les programmes courts participent à la construction d'une identité commune. Dans le dernier chapitre (pp. 141-153), Jean-Bernard Cheymol propose d'étudier *D'Art d'art*, une courte émission d'une minute trente sur France 2. Avec une approche dimensionnelle, il démontre que la brièveté est une spécificité télévisuelle où s'imposent les stratégies d'adaptation dont la densification du message.

Ce débat que sollicite la brièveté audiovisuelle s'ensuit par des études de cas sur une collection d'objets fragmentaires dont l'un appelle systématiquement l'autre. Cette métaphore de la généralité débute par une étude du court-métrage par Sébastien Fevry (pp. 157-168). Dans ce chapitre, l'auteur interroge la possibilité de parler d'une esthétique propre au court-métrage cinématographique. Afin de comprendre les dynamiques narratives et visuelles qui surgissent de la compression du format, il définit le court-métrage comme un objet autonome et non pas dépendant du long-métrage. Ce genre audiovisuel bien institutionnalisé permet d'en introduire d'autres moins reconnus scientifiquement comme les vidéoclips. Ces derniers constituent l'objet du deuxième chapitre préparé par Antoine Gaudin (pp. 169-185) pour qui le vidéoclip est l'une des formes brèves les plus partagées dans les espaces publics et qui constitue

un véritable laboratoire pour des productions et créations musico-visuelles. L'analyse de l'émission *Cut up* par Guillaume Soulez (pp. 187-204) vient ensuite mettre en valeur une rhétorique de la forme et établir une séparation entre le fictionnel et le factuel. Dans ce troisième chapitre, l'auteur cherche à définir la brièveté documentaire afin de s'arrêter sur les caractéristiques de la brièveté audiovisuelle. Ainsi propose-t-il de redéfinir le documentaire par rapport à ces différentes formes de lectures possibles et non pas en fonction du temps de sa lecture ou de sa durée. Enfin, la profusion des genres requiert un arrêt réflexif sur les processus du recyclage rendus possibles grâce aux évolutions technologiques. C'est donc avec Marta Boni (pp. 205-222) et son investigation sur l'expérience transmédiatique que la quête d'une théorie des formes brèves s'achève sans que ces objets minuscules finissent de voyager et de se métamorphoser.

Après cette courte présentation de l'ouvrage, une question revient toujours : à quelles finalités les formes brèves répondent-elles ? Trois hypothèses sont retenues. Penser les formes brèves requiert l'inscription de la brièveté dans un projet esthétique car la concision est un effet de style qui évolue tout le temps. Que ce soit avec les interludes de François Jost, avec les courts-métrages de Sébastien Fevry ou les vidéoclips d'Antoine Gaudin, la brièveté reflète le choix d'un auteur sur une manière de s'exprimer. Jean-Bernard Cheymol explique que le bref n'est pas forcément un synonyme de court, c'est un choix ontologique qui exprime avant tout une prise de position par l'auteur face à son spectateur. À l'instar de Jean-Bernard Cheymol, Amandine Kervella appelle à dépasser les idées préconçues et ne voit pas forcément dans « la rapidité, l'urgence, le présent, la nouveauté » (p. 122) des traits définitoires des formes brèves. Cette position contestataire est partagée par Guillaume Soulez et Isabella Pezzini qui refusent d'associer la rapidité ou la simplicité communicationnelle aux formes brèves. Le bref n'est pas forcément une réduction du sens, il est le produit d'un effet d'intensité qui s'articule entre l'espace, le temps et le texte. Pour sa part, Guillaume Soulez explique que le bref traduit parfois un malaise, une difficulté à interpréter la complexité du monde. Pour Isabella Pezzini, le format court est un cri de désespoir face à une réalité que nous ne saisissons pas avec autant d'acuité. Jean-Bernard Cheymol va encore plus loin en voyant dans l'aspect lacunaire du bref un moteur de créativité créationnelle. Avec une approche non dimensionnelle, l'auteur montre que la brièveté ne se réduit pas à sa dimension quantitative, elle désigne l'éphémère qui ne dure pas.

La deuxième quête de l'ouvrage cherche à définir une ou des spécificités de la brièveté audiovisuelle : l'analyse de François Jost sur les interludes et celle d'Amandine Kervella sur la marque d'une chaîne font des formes brèves le résultat d'une recherche créative destinée à renforcer l'image de la chaîne chez ses spectateurs à travers la création d'un pont transversal qui relie mutuellement ses différents programmes et rappelle toujours la marque de la chaîne. Ainsi, comme le démontre Antoine Gaudin, la forme brève adoptée doit-elle toujours porter la force de l'*intentio* énonciative de la marque. Sur un plan historique et esthétique, Antoine Gaudin interroge les niveaux de brièveté et d'autonomie des clips et en déduit que ces derniers constituent une forme audiovisuelle émancipée du modèle cinématographique. Cette approche conduit à définir une sémiotique des pratiques dans le domaine audiovisuel et à signaler, comme le montre Marta Boni, que la brièveté n'est pas un simple accessoire de divertissement mais qu'elle préconditionne les usages et les pratiques.

La troisième hypothèse cherche à faire cohabiter les deux premières, la brièveté n'a pas toujours une finalité discursive (hypothèse 1) et elle n'est pas toujours représentative d'un champ de pratiques (hypothèse 2), car elle peut signifier et resignifier différemment selon le contexte qu'elle habite (hypothèse 3). Ainsi la brièveté dans les *Cut up* de Guillaume Soulez exprime-t-elle une reconstruction du sens qui peut au mieux illustrer la signification alors que les clips analysés par Antoine Gaudin traduisent les choix esthétiques adoptés par l'auteur. Dans cette optique, la troisième hypothèse qui conçoit la brièveté sous l'angle de la dimension rhétorique vise l'élargissement. Il s'agit de trouver dans la brièveté un carrefour de rencontres où se croisent des pratiques et des intentions et c'est là que se situe le niveau de difficulté de cette troisième hypothèse, comme l'explique Florence Rio.

En conclusion, le bref est une forme rhétorique, un effet de style qui mène à la circulation des formes brèves audiovisuelles. Ainsi, comme le montre Marta Boni, la brièveté est-elle un moteur de la transmédiatité car tout visiteur d'un site web tel *Youtube* peut devenir un producteur lui-même, un acteur actif qui participe à alimenter le contenu du site. Florence Rio la rejoint en signalant que « l'effet bref » est non seulement propice aux investissements médiatiques, mais est aussi un champ de manipulation riche pour le web. Puisque la brièveté s'inscrit dans la logique de la communication médiatique, il est possible de la considérer comme un dispositif télévisuel soumis à l'intentionnalité et aux contraintes communicatives. Quant à la brièveté

audiovisuelle chez Antoine Gaudin, elle est à la fois un cadre englobant et un facteur d'intensification qui vise à mettre en évidence l'expressivité des vidéoclips. Sébastien Fevry le rejoint dans cette optique en précisant que la concision dans les courts métrages donne carrière aux configurations textuelles et temporelles. Dans sa définition des relations de base qui motivent la création du documentaire, Guillaume Soulez met l'accent sur le rôle stabilisant de ce genre dans l'appréhension de la complexité discursive. Cela le ramène à considérer la brièveté comme facteur de médiation qui permet au documentaire de refonder ses principes épistémologiques. Cette brièveté documentaire s'inscrit tout de même dans la culture de la consommation du réseau.

Mais quelles sont les caractéristiques récurrentes à retenir pour analyser les formes brèves ? Isabella Pezzini relève l'une de ces caractéristiques principales, l'élasticité. Pour elle, l'élasticité d'un discours est responsable des procédés de retextualisation et de rediffusion des formes brèves. Quant à Frédéric Pugnière-Saavedra, il s'attache à rappeler à quel point le contenant conditionne le contenu. Que la brièveté soit vue sous l'angle de la créativité, ou de la reconnaissance identitaire, ou avec un rôle fonctionnel ou promotionnel, elle est le résultat d'un croisement entre contraintes économiques et choix esthétiques. Le ressort de ce format est une subjectivité énonciative et temporelle propice à l'expérience audiovisuelle comme le note Guillaume Soulez, Sylvie Périneau et Jean-Bernard Cheymol. Par ailleurs, si l'on retient les apports de la troisième hypothèse, cette subjectivation des formes brèves est adéquate à la circulation et à la consommation médiatique. Comme le constate Florence Rio, la brièveté s'inscrit dans la sphère de la communication participative et permet de prolonger la vie d'une série télévisée en la faisant vivre dans d'autres dispositifs. En même temps, elle participe au désir d'identification du téléspectateur. Chaque commentaire, chaque *like* impliquent de plus en plus le spectateur qui contribue au succès du programme. Cette migration du programme court d'un dispositif à l'autre modifie ouvertement les pratiques de consommation et change le rapport à l'objet. À partir de ce raisonnement, la brièveté est analysée comme un choix stratégique, un pouvoir assaillant qui participe à l'interactivité sur la toile et qui constitue un véritable apport financier pour les institutions médiatiques ou pour celui qui s'en empare.

Dana Mansour

Carism, université Paris 2 Panthéon-Assas, F-75000
dana_mansour@hotmail.fr