HAL
open science

Double construction de soi et du public dans les discours d'ouverture d'émissions télévisuelles françaises

Annabelle Seoane

To cite this version:

Annabelle Seoane. Double construction de soi et du public dans les discours d'ouverture d'émissions télévisuelles françaises. Convergences francophones, 2014, Débuts, départs et commencements 1 (1), pp.70 - 87. hal-01407023

HAL Id: hal-01407023

https://hal.univ-lorraine.fr/hal-01407023v1

Submitted on 1 Dec 2016

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.

Convergences francophones 1 (2014) : 70-87
http://mrujs.mtroyal.ca/index.php/cf/index

Double construction de soi et du public dans les discours d'ouverture d'émissions télévisuelles françaises

Annabelle Seoane
CREM, Université de Lorraine (Metz)

Introduction

C'est dans une approche empirique et dans la continuité de l'Ecole Française d'Analyse du Discours que nous aborderons les discours d'ouverture des émissions télévisuelles françaises. Bien que peu étudiés jusqu'alors, ces discours s'avèrent intéressants car chacun d'eux constitue un condensé de l'orientation discursive de toute l'émission.

Les émissions sont des dispositifs énonciatifs extrêmement riches par la dimension interlocutive qui les sous-tendent ; elles ont peu été étudiées jusque-là, et surtout dans une perspective communicationnelle et non discursive En cela, la manière dont elles débutent, les toutes premières secondes, s'avèrent décisives car elles doivent à la fois capter l'attention du téléspectateur et en même temps refléter prospectivement la teneur du reste du programme : contenu, positionnement du locuteur, ciblage du public.

Travailler sur cette économie énonciative nous permettra d'analyser la double construction de soi et du public dans ces discours. En effet, définie par Benveniste comme « cette mise en fonctionnement de la langue par un acte individuel d'utilisation » (80), l'énonciation est la charnière entre la langue et le monde. Enracinée dans un moment et un lieu particuliers, elle est l'acte de production linguistique d'un énoncé supposant un locuteur et son destinataire, l'allocutaire. Ainsi, nous montrerons que chaque émission cherche à construire une connivence en adéquation avec le public qu'elle cible. Cette connivence fonctionne avec la construction d'une représentation de soi spécifique, construite au fil du discours.

Pour établir un socle commun d'analyse et procéder à une réflexion contractive, nous avons constitué un corpus composé d'une cinquantaine d'ouvertures d'émissions françaises régulières, essentiellement quotidiennes, diffusées pendant un mois, en janvier 2014. Nous avons privilégié les émissions en plateau (nous avons donc écarté les programmes du type téléréalité qui nous semblent se construire plutôt sur un mode narratif) avec présentateur-animateur/journaliste, enregistrées ou en direct, en public ou non: jeux, émissions de divertissement, journaux télévisés, magazines.

Nous avons considéré que l'ouverture de l'émission s'entendait, selon la catégorie générique du programme, jusqu'à la présentation du sommaire, au jingle de la première partie de l'émission ou la première manche du jeu. En cela, nous avons tâché de véritablement distinguer ce qui pouvait relever du *début* de ce qui apparaît comme l'*ouverture* de l'émission, d'une durée très brève dans la plupart des cas.

Après un rapide cadrage théorique où nous présenterons les principaux outils de notre réflexion, nous réaliserons donc une analyse plus empirique de ces discours d'ouverture. Sans vouloir établir une typologie trop rigide, nous

Cet article est disponible sous la Licence d'attribution Creative Commons

tâcherons de montrer que des tendances surgissent et qu'elles ne sont pas toujours à relier aux genres auxquels appartiennent ces programmes télévisuels. Nous verrons que certains construisent une identité marquée par un effacement énonciatif, et d'autres construisent une identité marquée sur le fondement d'une connivence, parfois tellement forte qu'elle aboutit à la création de communautés discursives, induisant ainsi une intrication entre pratique discursive et pratique sociale.

1. Une mise en discours de soi : institution d'une scène de parole

Nous aborderons les modalités de ces mises en discours en considérant d'abord comment la scène de parole est instituée, puis quel *ethos* distinctif, à savoir quelle image de soi se construit dans et par le discours, s'élabore dès le début du programme, en passant en revue les éléments qui participent à la texture énonciative de ces discours.
Dans la continuité de Dominique Maingueneau, nous examinerons notre corpus comme le lieu qui porte « la trace d'un discours où la parole est mise en scène » (*Ethos* 68, *Scène* 516) est constamment habité par la présence du sujet discourant en même temps qu'il procède à une « triple interpellation » (id.) du lecteur dans et par la scène d'énonciation.

Le mot « scène » n'est pas anodin. Il véhicule avec lui tout un univers socioculturel. Terme métaphorique issu du théâtre, la « scène » est à la fois représentation et espace (construit) de cette représentation, elle suppose des acteurs (appelés ici « actants »), qui endossent des rôles pour transmettre un message ou une émotion au public. C'est un espace institué mû par certaines normes, des conventions. Dès les années 1970, le sociologue Erving Goffman utilisait la métaphore théâtrale de la scène, de la représentation, de la scénographie, des coulisses et de rituel pour analyser les stratégies sociales des interactions du quotidien. Or, l'énonciation « advient [justement] dans un espace institué, défini par discours, mais aussi sur la dimension constructive de ce discours, qui instaure son propre espace d'énonciation » (Maingueneau *Ethos* 68). La scène d'énonciation constitue donc « la représentation qu'un discours fait de sa propre situation d'énonciation », et se décompose en trois scènes en perpétuelle interaction : la « scène englobante », la « scène générique », la « scénographie » (Maingueneau *Ethos* 70, *Scène* 516). Ces trois scènes interagissent continuellement dans le discours et concourent à mettre en place un dispositif énonciatif qui s'inscrit dans une recherche d'efficacité dictée par des enjeux extra-discursifs.

1.1 La scène englobante: le contrat pragmatique

La scène englobante est la scène qui indique à quel titre est interpellé le lecteur, en fonction de quelle finalité est organisé le texte, elle situe le cadre spatio-temporel, elle « assigne un statut pragmatique au type de discours dont relève un texte » (Maingueneau *Ethos* 68). Il s'agit ici du discours télévisuel d'un programme diffusé très régulièrement, à certaines plages horaires.

Cet article est disponible sous la Licence d'attribution Creative Commons

En premier lieu, ces discours d'ouverture apparaissent mus par des mêmes objectifs pragmatiques: capter l'attention du téléspectateur puis le faire suffisamment adhérer pour qu'il continue à regarder de l'émission. A ces fins, le locuteur doit au préalable dresser le profil type du public ciblé et ses attentes, en fonction notamment du créneau horaire et de la chaîne. S'établit ainsi un "contrat" pragmatique entre le locuteur (dont le discours est porté par le présentateur) et le destinataire, le téléspectateur devant son écran. A l'intérieur de ce "contrat" entre les objectifs du locuteur et les attentes du téléspectateur, chaque début d'émission fixe les propres objectifs de chaque émission, avec ses propres variables. Il s'articule autour de deux finalités, en constante interaction: et selon des finalités bien précises: informer/instruire ou divertir.

1.2 La scène générique: un même cahier des charges...

Si, comme l'a souligné Jean-Marie Schaeffer, la question du genre a donné lieu à des réponses très diverses : le genre serait une norme, une matrice de compétence, une classification auquel ne correspondrait aucune productivité textuelle propre, pour les analystes de discours, tout discours est tributaire de ce dispositif de communication à la fois textuel et socio-historique que représente le genre, et des contraintes qu'il impose. La scène générique se définit ainsi « par les genres de discours particuliers. Chaque genre de discours implique en effet une scène spécifique: des rôles pour ses partenaires, des circonstances (en particulier un mode d'inscription dans l'espace et dans le temps), un support matériel, un mode de circulation, une finalité, etc. » (Maingueneau *Ethos* 68, *Scène* 516).
Le locuteur se confronte alors à ce double cadre énonciatif et générique tant d'un point de vue contextuel que situationnel puisqu'il doit sans arrêt jouer avec cette double interaction: genre-discours, locuteur (émission)/allocutaire. Même si Camille Brachet nous met en garde contre la notion de genres télévisuels, dont les désignations s'avèrent instables[1], nous parlerons ici de « genres » pour les catégories de journaux télévisés, magazines, émissions de divertissement, jeux, etc. Le genre s'avère une catégorie regroupant des discours avec des caractères communs, des habitudes sociolinguistiques, institutionnalisées propres.

Du point de vue de la production, cette compétence générique serait plutôt à considérer comme un système de contraintes car elle prescrit comment faire pour satisfaire aux attentes normatives en vigueur dans la situation et la société concernées. Ainsi, des règles du genre préexistent, tout en étant en permanence réactualisées dans le jeu de l'échange communicatif inhérent au discours.

Du point de vue de la réception, si l'ensemble de ces normes devenues récurrentes réduit la marge de manœuvre des participants, elle se révèle en même temps un important facteur d'économie cognitive, puisqu'elle s'appuie

[1] Brachet a mis en évidence que ces désignations sont différentes selon les supports désignateurs: TV Magazine, Télérama, le supplément télévision du Nouvel Observateur, du Monde, et celui des Inrockuptibles.

Cet article est disponible sous la Licence d'attribution Creative Commons

sur des schèmes qu'elle a elle-même créés. Elle correspond à un cahier des charges plus ou moins préétabli par habitude et commodité. Le téléspectateur identifie d'emblée dans quel cadre discursif s'inscrit l'émission qu'il s'apprête à regarder, il sait immédiatement s'il s'agit d'un magazine d'information ou d'un jeu et se fonde alors également sur une intertextualité constitutionnelle de ces discours:

> Les émissions se positionnent par rapport à des émissions antérieures, et le fait qu'une émission ait un qualificatif générique existant ["magazine", "jeu" etc.], l'inscrit dans un cadre qui répond aux attentes que peuvent avoir les téléspectateurs de ce cadre préexistant. [...] Le spectateur [a] une "précompréhension" de ce qu'il s'apprête à regarder, construite à partir entre autres, des éléments génériques qui ont pu lui parvenir. (Brachet 112)

Voici les principales constantes qui se dessinent dans ces discours d'ouverture:
1- Une dimension phatique de salutation ritualisée, neutre ou plus originale
2- Un fort ancrage dans la situation d'énonciation
3- Une référence directe à régularité du programme
4- Une présentation du sommaire à dimension prospective.

Nous allons brièvement passer en revue chacune de ces constantes en montrant comment chacune contribue à construire une relation particulière au téléspectateur-allocutaire.

1. Une dimension phatique de salutation ritualisée, neutre ou plus originale :

- « Bonjour », « Bonjour », « Bonsoir à tous ! »
- « Madame, Monsieur, Bonsoir », « Mesdames et messieurs, Bonjour » (dans les journaux télévisés)
- « Jo-li vendre-di ! Bienvenue aux douze coups de… [public : « Midi ! »] » (*Les 12 coups de midi*, TF1)[2]
- Booooonjour, (puis très vite :) bonjour, bonjour, bonjour, bonjour, bonjour… (*Tout le monde veut prendre sa place*, France 2)
- « Bonsoir à tous et bienvenue dans Touche pas à Mon… (public:) Pooooste » (*Touche pas à mon poste*, D8)
- « Ah ah ah ! Bonsoir les amis ! » (*Questions pour un champion*, France 3, 15/01/2014)
- « Ravi de vous retrouver ! J'espère que vous allez bien Madame, Monsieur…mesdemoiselles, les enfants…tous ceux qui sont devant leur petit écran, vous êtes les bienvenus. » (*Motus*, 14/01/2014)

Selon le genre télévisuel, le phatique s'enrichit d'éléments qui mettent en place immédiatement une connivence avec l'allocutaire : ces éléments, prosodiques (« Jo-li vendre-di ! », « Pooooooste ») ou lexicaux (les désignations de l'allocutaire par exemple : « les amis » vs « Mesdames et messieurs »), renvoient à la relation à l'autre et fonctionnent comme des indices d'une subjectivité qui doit se révéler dès le début du discours. Il s'agit

[2] Nous omettons la date de diffusion de l'émission, lorsque le procédé discursif mis en évidence est un procédé récurrent pour ce programme.

Cet article est disponible sous la Licence d'attribution Creative Commons

d'accueillir l'autre (« vous êtes les bienvenus ») dans un dispositif énonciatif bien spécifique qui lui permettra d'être à l'aise et donc de ne pas zapper.

2. Un fort ancrage dans la situation d'énonciation (l'embrayage):
   - « Bonsoir à tous ! Sept à Huit avec vous jusqu'à 19h45 » (*Sept à Huit*, TF1).
   - « Il est 20h. bonsoir à tous ! voici les titres de l'actualité ce dimanche » Journal télévisé de 20h, France 2).
   - « Madame, monsieur, bonsoir. Dans l'actualité de ce dimanche, des intempéries meurtrières dans le sud-est de la France » (Journal télévisé de 13h, TF1).
   - « Salut à tous, nous sommes le vendredi 17 janvier 2014 et un scandale agite la France en ce moment…un scandaaaallllle. Un autre secoue l'Angleterre. On parle des deux dans le Petit Journal qui commence…maintenant » (*Le Petit Journal*, Canal Plus, 17/01/2014).

Ici, le rappel du nom de l'émission et de la chaîne de diffusion fonctionne comme embrayage spatial, le rappel de la date et de l'heure ancre le discours dans le moment de l'énonciation (« voici », « aujourd'hui », « nous sommes le vendredi 17 janvier 2014 », l'utilisation du présent déictique quasi systématique), et enfin, l'embrayage personnel joue également un rôle prégnant puisque un NOUS/JE, s'adresse à VOUS tablant ainsi explicitement sur un axe interlocutif, ou bien encore on trouve l'utilisation d'un NOUS ou d'un ON inclusifs, qui confortent également cette recherche de connivence avec le téléspectateur.

3. Une référence directe à régularité du programme, avec à la clef, bien souvent, des remerciements pour la fidélité du téléspectateur :

   - « Mesdames et messieurs, Bonjour, Merci de nous retrouver dans *C dans l'air* sur France 5 en direct comme chaque soir. Aujourd'hui, nous allons parler de… » (*C dans l'air*, France 5)
   - « Bonjour ! Merci de nous être fidèles à ce nouveau numéro d'*Enquêtes Impossibles* sur NT1. Pour commencer, je vous proposerai deux enquêtes impossibles » (*Enquêtes Impossibles*, NT1, 09/01/2014).
   - « Bonne fin d'après-midi sur France 2 ! Welcome ! Bienvenue parmi nous, merci beaucoup d'être là ! Le public est là ! Le public est là ! » (*Mot de passe*, France 2, 15/01/2014).
   - « Il est 8h55, vous êtes sur France 5, au cœur de l'hiver, l'équipe des *Maternelles* est là, fidèle au poste, comme tous les jours, comme tous les matins de la semaine, pour vous aider, pour vous parler et surtout vous écouter. Alors aujourd'hui, nous consacrons notre émission au comportement parfois violent de nos enfants » (*Les Maternelles*, France 5, 15/01/2014).
   - « Ah ah ah ! Bonsoir les amis ! C'est moi qui vous applaudis ! 2-3000 personnes dans la salle (rires) ! Nous sommes le 15 janvier ! Mercredi 15 janvier et on est contents de vous ! On est contents d'arriver chez vous, tout simplement, pour passer une bonne demi-heure, en votre compagnie, ensemble. Avec quelqu'un qui remet son titre en jeu. Alors bon, elle a une première victoire » (*Questions pour un champion*, France 3, 15/01/2014).

Cet article est disponible sous la Licence d'attribution Creative Commons

Souligner la fidélité du téléspectateur induit non seulement un ethos de gratitude pour le téléspectateur effectivement fidèle, il est mis en terrain connu et reconnu dans son assiduité (« Bonsoir les amis ! C'est moi qui vous applaudis ! », mais, avec le téléspectateur plus occasionnel, cela permet également d'évoquer une relation idéale, de partage de valeurs, d'informations voire de plaisir partagé (« cet accueil chaleureux », « je suis très très heureux », « Ah ça nous fait plaisir quand vous êtes nombreuses, nombreux à nous suivre »…), que le téléspectateur non fidèle est amené à entrevoir et dans laquelle il est invité à s'intégrer. Et plus la subjectivité du locuteur apparaît, plus ce ressort énonciatif semble fonctionner comme une exhortation à intégrer la communauté des fidèles téléspectateurs. Il y a là une forme de visée performative : dire la fidélité des téléspectateurs (la mettre en avant, la remercier…) vise à créer cette fidélité.

4. Une présentation du sommaire du contenu de l'émission, des invités et des chroniqueurs éventuels, des candidats, autrement dit, l'introduction d'une dimension prospective.

- « Bonsoir à tous ! Sept à Huit avec vous jusqu'à 19h45 avec au sommaire un petit territoire qui voit les choses en grand, Dubaï, son luxe délirant aux portes du désert attire un million de Français chaque année, document Sept à Huit. [Extrait du début du reportage, 30 secondes]. Un assassin doublé d'un manipulateur : Pendant des mois, Didier Barbot aurait joué les maris éplorés avant d'avouer avoir tué sa femme. Le nouvel empire de la mode : gros plan sur les premiers visages d'un stylisme made in China qui a gagné ses galons haute couture. [Extrait du début du reportage30 secondes]. Et puis un comédien entre deux sexes dont le talent explose aux yeux du grand public : Guillaume Gallienne, rôles au féminin ou au masculin, ce sera le portrait de la semaine » (*Sept à Huit*, TF1, 12/01/2014)
- « Merci d'être avec nous sur D8, on est en direct aujourd'hui encore on va revenir sur toute l'actualité télé, on verra les larmes de Franck Dubosc dans un instant puisque ce sera dans le « hier à la télé » c'était dans la « Parenthèse inattendue », on aura bien sûr le « Je zappe, Je mate » et aujourd'hui le « Je zappe, Je mate » portera sur l'événement télé hein de ce mois de janvier c'est « The Voice » qui arrive dès samedi avec Nikos, « les Louups »… et ils vont faire l'unanimité, et « The Voice » (*Touche pas à mon poste*, D8, 08/01/2014).

Ces constantes rassurent le destinataire, il les (re)connaît, les attend (d'où le recours à des tournures qui érigent en évidence cette régularité : « on aura bien-sûr… », « comme chaque semaine », « on est en direct aujourd'hui encore »). Une fois le cadre commun posé, il appartient ensuite au locuteur de prendre ses libertés en marquant sa singularité. Au-delà de ce cadre commun, on le voit déjà dans ces courts extraits, il est possible donc pour chaque locuteur de se démarquer. Les procédés mis en œuvre, parfois écrits, parfois oraux (parfois même l'écrit est énoncé de façon très oralisée), la prosodie, le débit et l'expressivité du présentateur concourent à accentuer cette individualisation.

1.3 … mais des formatages divergents : la scénographie

Cet article est disponible sous la Licence d'attribution Creative Commons

Toutes ces émissions disposent par conséquent d'un socle commun dans lequel viennent s'insérer les particularités propres à chacun, modelées selon les différentes chaînes, le créneau horaire et selon le public visé. Chacune acquiert un profil typé et un formatage qui ne semble pas attribuable uniquement au genre. La « scénographie » est instituée par le discours même :

> le discours, en se déployant à partir de sa scénographie, prétend convaincre en instituant la scène d'énonciation qui le légitime. Le discours impose sa scénographie en quelque sorte d'entrée de jeu ; mais d'un autre côté c'est à travers son énonciation même qu'il pourra légitimer cette scénographie qu'il impose ainsi. Pour cela il lui faut faire accepter par ses lecteurs la place qu'il prétend leur assigner dans cette scénographie et plus largement dans l'univers de sens dont elle participe. (Maingueneau *Ethos* 80).

Le choix d'une ou plusieurs scénographies au sein du même discours va permettre à l'énonciateur de "faire entrer" son destinataire dans la position et le rôle qu'il lui a attribués au préalable et que la scénographie mise ainsi en œuvre active au fil des minutes qui s'égrènent.
Partant du postulat qu'il n'existe pas de modèle scénographique préétabli dans les émissions de télévision, nous analyserons ces mises en scène de la parole à la lumière de ces trois pôles. Passerelle entre le générique et le discursif, entre le texte et le contexte, la scénographie est donc l'outil privilégié par le locuteur pour marquer sa spécificité et sa différence, se démarquer des autres textes. Elle s'avère le point ralliement des différents théâtres de légitimation qui ont une influence sur la modalité de prise en charge énonciative et les matrices identitaires, à rapprocher de la notion d'ethos, qui se dégagent au fil du discours. Pour les étudier, il faut donc observer le rapport entre le dispositif énonciatif, qui lui, est plus ou moins contraint, et la construction d'un positionnement identitaire, relativement libre qui reflète des choix éditoriaux et communicationnels.

1.4 Construction d'un ethos adapté

Notre présupposé étant que chaque locuteur adapte son discours et la mise en scène de celui-ci en fonction de son public-cible, l'image qu'il donne à percevoir de son émission doit se positionner en adéquation avec le téléspectateur visé. Selon la rhétorique classique, l'ethos est une des trois sections argumentatives (avec le logos et le pathos), dont le but est de convaincre et qui pose la personne qui parle comme ayant les connaissances, la posture morale, la personnalité, l'expérience etc. en ce qui nous concerne, nous adopterons la perspective des analystes de discours qui, comme le souligne Maingueneau s'en tient :

> à une conception de l'*èthos* qui établit une distinction entre *èthos discursif* lié à l'énonciation même, et *èthos* extérieur à l'énonciation. C'était d'ailleurs la position défendue par Aristote dans sa *Rhétorique*. […] L'*èthos* discursif ne se réduit pas à des traits verbaux puisque interviennent aussi des phénomènes sémiotiques extérieurs à la parole proprement dite : mimiques, gestes, vêtements… Dans une situation d'interaction orale il y a toujours des éléments

> contingents, pour lesquels il est difficile de dire s'ils font partie ou non du discours, mais qui influent sur la construction de l'*èthos* par le destinataire. (*L'éthos* §9)

Nous tâcherons de relever en quoi la notion d'ethos discursif aristotélicien est avant tout une construction adaptée. En effet, l'instance énonciative projette une image à son lecteur mais celui-ci saisit une image qui peut être la même ou une autre. Pour faire alors coïncider la production et la réception de cette image, le locuteur met en œuvre un ethos qui lui est propre. Nous entendons ici « image » au sens très large et sans dimension statique, c'est-à-dire comme à la fois représentation énonciative et représentation identitaire quasi psychologique du locuteur dans la mesure où la personnalité de l'énonciateur s'y révèle à travers l'énonciation. L'ethos est donc à la fois *image* et *comportement*. Il entre dans un rapport persuasif à l'autre, dans la dynamique d'un échange entre participants pris dans une situation de communication donnée. Tant par son dit que par son dire, le locuteur entre en interaction avec son allocutaire, le premier tendant alors à se forger une représentation énonciative pour (et par) le deuxième. Cette représentation va conditionner le contenu de son discours aussi bien qu'elle va être conditionnée par celui-ci.

Ainsi, en fonction du ciblage plus ou moins segmenté du public et la prise en charge énonciative d'un JE et/ou d'un NOUS s'adressant à un VOUS, le locuteur-animateur contribue à construire une identité de l'émission à la fois comme support discursif mais aussi comme source locutive. Ces émissions se fondent sur un ethos identifiable immédiatement et fédèrent ainsi par là-même une communauté discursive autour du public de téléspectateurs. Il s'agira enfin de démontrer que plus cette identité est marquée, plus s'opère cette construction par le lexique, la modalisation par des phénomènes de prise en charge énonciative latente, subjectivants, expressifs (Kerbrat-Oreccioni 1980) et les procédés dialogiques.

Pour analyser ces dispositifs, nous aurons recours à une typologie des ethè mis en place au sein de l'appareil formel de l'énonciation. En effet, l'énonciation s'insère dans un appareillage formel, complexe où il incombe au locuteur de construire sa place face au destinataire, mais aussi face à son discours. Assure-t-il sa prise en charge ou au contraire préfère-t-il s'effacer? Il se produit une "poly-interactivité" dialogique dans la mesure où l'énonciateur n'est pas seul actant énonciatif, il n'est souvent pas un mais multiple. Ainsi peut-il rapporter des discours antérieurs ou d'autres énonciateurs, ou bien il peut se les approprier moins explicitement, il peut en être l'héritier. Il peut aussi envisager, anticiper les réactions qu'il pourrait susciter. Bref, à chaque fois qu'il entre dans cette dimension interdiscursive, d'autres énonciateurs plus ou moins explicites viennent interagir. C'est la notion de polyphonie d'Oswald Ducrot ou de dialogisme bakhtinien, repris par Brès et Nowakowska

> Il semble que, à la lecture des textes de Bakhtine, on puisse définir le dialogique comme l'orientation de tout énoncé […], constitutive et au principe de sa production, vers des discours réalisés antérieurement sur le même objet de discours (interdiscursif), vers le discours-réponse qu'il sollicite

Cet article est disponible sous la Licence d'attribution Creative Commons

> (interlocutif), vers lui-même en tant que discours. Cette triple orientation se réalise comme interaction, elle-même triple – le locuteur, dans sa saisie d'un objet, rencontre les discours précédemment tenus par d'autres sur ce même objet, discours avec lesquels il ne peut manquer d'entrer en interaction. (141)

Il s'opère alors une combinatoire de ces différents plans de prise en charge (référentielle ou modale) et d'interaction (dialogique), et c'est cette combinatoire qui va fonder la construction d'un ethos.

2. Les émissions qui tablent sur un effacement énonciatif

Les journaux télévisés (JT) tablent essentiellement sur un effacement énonciatif à visée objectivante. Le propos est sérieux, leur énonciation l'est tout autant. La scénographie subit peu de variations, la mise en scène y est sobre : le présentateur parle face à la caméra, avec peu de gestuelle, ou bien, lorsqu'il s'agit d'une interview d'un invité, les deux interlocuteurs se font face. Les faits sont énoncés avec peu de marqueurs d'interaction dialogiques, peu de marqueurs de modalité : le ton se veut neutre, les éléments phatiques se réduisent à un minimum un peu formel. On observe également, on l'a dit plus haut, un embrayage omniprésent (essentiellement temporel, comme le montrent nos italiques), engendré par les contraintes génériques mêmes de ces programmes, qui par définition, sont profondément ancrés dans l'actualité.

- « *Il est 20h*. Bonsoir à tous. *Voici* les titres de l'actualité *ce mardi 21/01/2014*. » (JT, France 2 - 21/01/2014)
- « Madame, monsieur, bonsoir. *Dans l'actualité de ce dimanche*, des intempéries meurtrières dans le sud-est de la France » (JT – TF1 - 19/01/2014)

Cependant, le JT de 13h de TF1 présenté par Jean-Pierre Pernault se détache quelque peu de ce modèle en mettant en avant une forte proximité avec le téléspectateur. Présenté par le même journaliste depuis 1988, ce journal s'est forgé au fil des années une identité bien spécifique notamment pour ses reportages axés sur le terroir et des problématiques très locales. Ce positionnement discursif transparaît dès l'ouverture, comme en témoigne cet extrait du 15/01/2014 :

> Mesdames et messieurs, **bonjour !** *Tout de suite* comme d'habitude *notre* coup d'œil aux prévisions météo d'Evelyne Dhélia qui nous annonce **un beau soleil** *cet après-midi* au sud de la Garonne, des averses, des orages et du vent en Charentes, ailleurs de la pluie surtout dans le sud-est d'ailleurs avec beaucoup de neige dans les Alpes, on l'attendait dans les stations. Les températures restent très douces : 10° cet après-midi à Brest, Toulouse et Besançon, 13°C à Nîmes et Bordeaux, jusqu'à 15 à Biarritz et Ajaccio. Mais d'abord, **faisons un petit tour** en Indre et Loire, à Loches, plus exactement, une ville dont parlent souvent les Grosses Têtes, *là-bas* ***on se demande aujourd'hui qui a pu gagner 65 millions d'euro en jouant à l'Euromillion il y a quelques semaines***, il a voulu rester anonyme, il est le 7e plus gros gagnant à ce jeu et est la 487e Fortune mondiale **!**

Si on retrouve les constantes que nous avons définies plus haut, elles semblent ici accentuées : le rappel de la régularité du programme et de la fidélité du

téléspectateur (« comme d'habitude ») l'embrayage temporel y est renforcé (en italiques dans la citation : « tout de suite », « cet après-midi », « aujourd'hui », « il y a quelques semaines », alternance présent/passé composé...), l'embrayage personnel également (« notre », « nous », « faisons », un « on » inclusif de connivence comme « on l'attendait dans les stations », « on se demande aujourd'hui »). La tonalité est davantage modalisante (en gras ici). A ces éléments s'ajoute une référence intertextuelle dialogique (en souligné dans la citation), car elle renvoie à une émission de radio connotée très populaire et destinée à un public plutôt âgé : « une ville dont parlent souvent les *Grosses Têtes* ». Par ce jeu dialogique (interdiscursif et interlocutif, le téléspectateur ciblé est donc considéré comme le même que celui de cette émission radiophonique et il est invité à opérer ce transfert de connotations d'un programme à l'autre. Pour finir, nous avons retranscrit par des points d'exclamation une tonalité ascendante clairement audible à l'issue fin des deux énoncés stratégiques de salutation et de fin de discours (avant le reportage). Cette tonalité, paraphrasable par « vous vous rendez compte ! » en fin d'extrait, semble revêtir une force illocutoire de recherche de complicité.

Mais, dans l'ensemble, les émissions d'information, en particulier politiques et/ou sociétales, mettent en place une orientation discursive proche de celles des JT. Prenons deux cas prototypiques, l'un sur France 5 (le service public) et l'autre sur TF1 (une chaîne privée) et comparons leur positionnement énonciatif.

> Bonsoir à tous et à toutes. Nous consacrerons la dernière partie de cette émission à vos questions et à vos SMS, Internet et réseaux sociaux. La population augmente mais la natalité recule. L'Insee vient donc de publier son bilan démographique. Depuis le dernier pic de 2000, le nombre de nouveau-nés baisse chaque année, il s'agit de la plus faible progression depuis l'année 2000. L'occasion de réfléchir à l'avenir de notre pays, en Europe et bien-entendu dans le monde. Nous avons donc intitulé cette émission « Dénatalité, quelle France demain ? » et voici les invités qui ont accepté de participer à ce *C dans l'air*, en direct, comme chaque soir. *(C dans l'air*, France 5, 19h, 16/01/2014)

> Bonsoir à tous. *Sept à Huit* avec vous jusqu'à 19h45 avec au sommaire un petit territoire qui voit les choses en grand, Dubaï, son luxe délirant aux portes du désert attire un million de Français chaque année, un document *Sept à Huit*. [*Extrait du début du reportage 30 second*es]. Un assassin doublé d'un manipulateur : pendant des mois, Didier Barbot aurait joué les maris éplorés avant d'avouer avoir tué sa femme. Le nouvel empire de la mode : gros plan sur les premiers visages d'un stylisme *made in China* qui a gagné ses galons haute couture. [*Extrait du début du reportage30 secondes*]. Et puis un comédien entre deux sexes dont le talent explose aux yeux du grand public : Guillaume Gallienne, rôles au féminin ou au masculin, ce sera le portrait de la semaine. Mais avant cela, des embouteillages d'acheteurs un peu excités, un feu d'artifice pour donner le coup d'envoi des soldes, à 8h du matin, nous vous emmenons dans un temple de la consommation à prix cassés, l'une des trois zones de déstockage de la ville de Troyes. Là-bas, les vêtements de marque sont vendus de 70% à 80% moins cher qu'en temps normal. Vous verrez Karine et Denis faire preuve d'un

sacré sens de l'organisation pour habiller leurs trois garçons de la tête aux pieds. (*Sept à Huit*, TF1, 19h, 12/05/2014)

Ces deux discours d'ouverture illustrent des orientations discursives différentes malgré l'annonce d'un discours journalistique d'objectivation.
On remarque que, d'une part, Yves Calvi dans *C dans l'air* ancre son discours sur un plan embrayé, présent et prospectif ; d'autre part, il fait montre d'un dialogisme interlocutif en tout début, en mentionnant les « questions et SMS des téléspectateurs sur les réseaux sociaux », mais il relaie rapidement cette interactivité à la fin de l'émission comme le souligne la tonalité descendante après « réseaux sociaux » qui remonte à l'énoncé suivant ; enfin, il a recours à un dialogisme interdiscursif pour citer implicitement le bilan du très sérieux institut démographique Insee, bilan qui constitue la problématique de l'émission du jour. Le discours se scinde donc en deux plans bien distincts qui transparaissent à travers les référence hétérogène du « nous ». D'abord, un plan métadiscursif : le discours de et sur l'émission, porté par l'interlocution marquée par l'alternance initiale « nous »/ « vos », et l'énoncé « nous avons donc intitulé », « nous » réfère ici à l'équipe éditoriale de journalistes. Puis, un plan intradiscursif, qui porte sur le contenu même de l'émission et dans lequel « nous » inclut le locuteur, l'équipe de l'émission, et le public : « l'occasion de réfléchir à l'avenir de notre pays, en Europe et bien-entendu dans le monde ». Le téléspectateur oscille ainsi entre les deux niveaux, dont la continuité est assurée par l'embrayage et la prise en charge énonciative objectivante, contrairement au discours de Harry Roselmack dans *Sept à Huit*.
En effet, dans *Sept à Huit*, les deux niveaux, métadiscursif et intradiscursif, se mêlent, même si « vous » réfère au téléspectateur et donc à l'émission comme objet télévisuel : « *Sept à Huit* avec vous jusqu'à 19h45 », « Vous verrez Karine et Denis ». Ici, malgré l'absence d'un « nous », la prise en charge s'avère modalisante, avec des épithètes et des tournures axiologiques supportées par des adjectifs subjectifs (« son luxe délirant », « faire preuve d'un sacré sens de l'organisation »), et des choix lexicaux (« dont le talent explose », « un assassin doublé d'un manipulateur », « qui a gagné ses galons haute couture. »), selon Kerbrat-Orecchioni (83-100).

Ainsi, on assiste à une différentiation d'émissions pourtant mues par une même ambition journalistique objectivante, dont l'une met en œuvre une scénographie de table-ronde d'experts et s'adresse quotidiennement à un public d'habitués sur une chaine publique là où l'autre, à travers des reportages s'adresse à un public hebdomadaire sur une chaîne privée. Cette différentiation germe dès le discours d'ouverture puisque s'y engage d'emblée le double processus de construction pragmatique à la fois du positionnement identitaire de l'émission et de son public.

3. Emissions qui tablent sur le fondement d'une connivence

D'autres émissions fondent leur identité et la relation au téléspectateur sur une connivence, que la longévité tend particulièrement à renforcer, donnant ainsi naissance à des communautés discursives. Nous allons considérer ici les principales formes de cette connivence.

Cet article est disponible sous la Licence d'attribution Creative Commons

a) Les émissions qui reposent sur l'image de la bande de copines qui s'adresse à un public féminin, partageant les mêmes intérêts, les mêmes préoccupations et le même langage :

> La présentatrice [s'adressant aux téléspectateurs] : Bonjour à tous ! j'suis ravie de vous retrouver ! [aux chroniqueurs] Est-ce que vous allez bien ?
> Chroniqueurs, en chœur : Oui !
> Présentatrice : Oui ? Oui, j'suis en petit Bambi [elle montre le motif de son tee-shirt], ah oui, c'est joli ! J'aime bien, moi ! J'adore ce dessin animé, mais qu'est-ce que c'est triste quand j'y pense ! Enfin voilà, qu'est-ce que j'ai pu pleurer ! Enfin voilà… » [elle marque une pause puis enchaîne sur la présentation des invités : un pédopsychiatre, deux mères de famille]
> (*Les maternelles*, France 5, 8h55, 15/01/2014).

> Présentatrice : « Bonjour à tous ! Nicolas est en train de craquer grave sur un chien !
> Chroniqueur : Oui-oui, je fais une crise de chien ! J'suis en manque de chiens, mais ils sont mignons !
> Présentatrice : Mais si vous attendez d'avoir le temps de vous en occupez, vous en aurez jamais !
> Chroniqueur : Oui, mais j'ai peur de pas avoir du temps pour lui ! Mais qu'ils sont mignons !
> Présentatrice : Alors, est-ce que vous, votre chien ronfle ? c'est notre problématique d'aujourd'hui : certains propriétaires de chiens se plaignent qu'il ronfle… »
> (*C'est au programme*, France 2, 9h50, 15/01/2014).

La scénographie ici de la table-ronde de chroniqueuses (avec souvent un chroniqueur, sorte de caution masculine) qui discutent librement, plaisantent et se donnent des conseils. Dès les premières secondes de l'émission, le téléspectateur est dans l'instantanéité, la spontanéité dialogale d'une table-ronde : les tournures du langage parlé (« j'suis », « J'aime bien, moi ! J'adore ce dessin animé, mais qu'est-ce que c'est triste quand j'y pense ! Enfin voilà, qu'est-ce que j'ai pu pleurer ! Enfin voilà….) et les marqueurs expressif tels que les exclamations (tonalités ascendantes..) les, rires et sourires…, laissent apparaître l'expression de la voix du locuteur. En effet, l'énonciation, assumée un JE exacerbé, y est fortement modalisante : « j'suis ravie… », « J'aime bien, moi ! J'adore ce dessin animé », « Oui-oui, je fais une crise de chien ! J'suis en manque de chiens, mais ils sont mignons ! ». Cette mise en exergue de la subjectivité du locuteur s'accompagne d'un embrayage personnel (JE/VOUS) et temporel prégnant (présent déictique, « Nicolas est en train de craquer grave sur un chien ! ») qui permet une dimension interlocutive, à la fois entre les différents locuteurs ([aux chroniqueurs] « Est-ce que vous allez bien ? / [chroniqueurs, en chœur :] Oui !, [présentatrice :] Oui ? »), et entre le locuteur-animateur et les téléspectateurs (« Alors, est-ce que vous, votre chien ronfle ? c'est notre problématique d'aujourd'hui : certains propriétaires de chiens se plaignent qu'il ronfle… »).
Le téléspectateur se retrouve d'emblée face à une conversation entre amis qui se retrouvent et dont la discussion a commencé avant le générique (« Oui,

j'suis en petit Bambi », « Bonjour à tous ! Nicolas est en train de craquer grave sur un chien ! »). Cette dimension pré-discursive infère sur le discursif donnant l'impression d'une immersion directe. Ce n'est qu'en fin d'émission que les téléspectateurs sont invités à « prolonger la discussion » (sic) sur les forums et réseaux sociaux de l'émission.

b) Les émissions qui tablent sur une interlocution avec le téléspectateur, mais, leur public étant plus âgé. Cette connivence ne se départit pas d'une certaine retenue, dans la mise en scène, le ton et le langage adoptés. Ainsi, nous commenterons brièvement les deux extraits suivants, appartenant à des genres distincts : le premier une émission de jeu et le deuxième un talk-show.

> Ravi de vous retrouver ! J'espère que vous allez bien Madame, Monsieur…mesdemoiselles, les enfants… tous ceux qui sont devant leur petit écran, vous êtes les bienvenus. Nous allons jouer avec Ornella et Lise qui sont là pour la 22e fois, le public est venu nombreux, et nous ferons connaissance avec Nicole et sa fille Myriam dans un petit instant….Ornella comment allez-vous ? Ravi de vous retrouver, on est là ! » [S'ensuit une séquence dialogale avec la candidate] (*Motus*, France 2, 11h, 15/01/2014).

> Bonjour à tous : Merci de nous accueillir et merci à nos invités d'être présents sur ce plateau. Les hommes et les femmes que je reçois aujourd'hui ne vous sont pas inconnus ou du moins l'une de leurs chansons vous a certainement marqués. Ces tubes des années 80 ou 90 sont encore dans routes les mémoires et sur toutes les lèvres, leurs interprètes, eux ont parfois tourné la page… après ce tube, que reste-t-il de leur succès eh bien c'est ce que nous allons découvrir aujourd'hui, dans *Toute une histoire* et puis, restez bien avec nous jusqu'à la fin de l'émission pour L'histoire continue, nous retrouverons Didier et son fil Enzo que vous avez découvert lors d'une précédente émission. Ils reviendront nous donner des nouvelles. Mais d'abord, ouvrons la première partie de notre émission : « Des tubes indémodables » (*Toute une histoire*, France 2, 14h, 15/01/2014).

Beaucoup de ces émissions, diffusées sur le service public (*Motus, Question pour un champion, Slam, Toute une histoire*…) mettent en place un ethos de convivialité, mais d'une convivialité polie, sur la retenue : « Ravi de vous retrouver ! J'espère que vous allez bien Madame, Monsieur…mesdemoiselles, les enfants… tous ceux qui sont devant leur petit écran, vous êtes les bienvenus », «Bonjour à tous : Merci de nous accueillir et merci à nos invités d'être présents sur ce plateau. ». La connivence s'y joue sur une oralité marquée par une expressivité plus neutre que dans les émissions précédentes, des choix lexicaux souvent moins modalisants mais un embrayage (temporel, spatial et personnel) et un dialogisme omniprésents (« Ornella comment allez-vous ? Ravi de vous retrouver, on est là ! » , « après ce tube, que reste-t-il de leur succès eh bien c'est ce que nous allons découvrir aujourd'hui, dans *Toute une histoire* et puis, restez bien avec nous jusqu'à la fin de l'émission). Le ton est plus posé, le discours plus organisé (introduction de la problématique de l'émission : « Les hommes et les femmes que je reçois aujourd'hui » et présence d'organisateurs du discours « après ce tube », « et puis », « mais d'abord). On observe également une moindre prise en charge par un JE

exacerbé mais plutôt un NOUS qui apparaît dans le cadre d'un un balancement avec un VOUS référant au téléspectateur et qui débouche sur un NOUS inclusif, englobant les deux premiers. Dans le deuxième extrait, ce jeu sur les valeurs des pronoms personnels apparaît même à deux reprises en un laps de temps très bref (le NOUS référent au locuteur/à l'émission en souligné, le VOUS référant aux téléspectateurs en gras):

> « Merci de nous accueillir », « Les hommes et les femmes que je reçois aujourd'hui ne **vous** sont pas inconnus », «c'est ce que **nous** allons découvrir aujourd'hui »,
> « Rest**ez** bien avec nous jusqu'à la fin de l'émission pour L'histoire continue, **nous** retrouverons Didier et son fil Enzo. »

Pour le locuteur qui construit un ethos d'amabilité, il s'agit donc bien d'établir une relation discursive de connivence avec le téléspectateur, mais sans que cette relation ne soit empreinte de trop d'expressivité. Ces émissions prolongent d'ailleurs leur caractère interlocutif par des jeux (en ligne ou des boîtes de jeux distribuées aux candidats), des appels à témoins, des forums extrêmement actifs.

c) Les émissions, enfin, où la connivence se fonde sur une interaction avec le public présent sur le plateau, comme une mise en abyme de la connivence recherchée avec le public derrière son écran.

> (1) [Le présentateur est dos au public, face caméra, gros plan…] Booooonjour ! bonjour, bonjour, bonjour, bonjour, bonjour ! Tout le monde veut prendre….[public achève l'énoncé] : SA PLACE !! [Le présentateur montre fauteuil sur lequel vient s'asseoir « le champion », la caméra suit le mouvement de monstration du doigt par le présentateur) La place de notre championne, Stéphanie, 2 victoires [Séquence dialogale avec la championne] Comme ça va, Stéphanie ? Stéphanie notre championne aux deux victoires, 1200€, héhéééééé ! Stéphanie, vous n'avez pas encore les 4000€ que vous avez refusés, car nous n'êtes pas là pour engranger de l'argent pour vous, vous êtes, rappelons-le, bénévole, pour l'association des Restaurants du Cœur…en tout cas, c'est ce qu'on dit toujours à la télévision….on gagne jamais l'argent pour soi mais pour les autres…feignasse que vous êtes [La candidate « championne » opine du chef, rit et dit « oui-oui ! », le public rit à son tour] Stéphanie, face à vous, il y aura cinq candidats [il donne les prénoms des candidats qui entrent sur le plateau sous les applaudissements du public, jingle et séquence dialogale avec chaque candidat] (*Qui veut prendre sa place ?*, France 2, 12h, 15/01/2014)
>
> (2) Bonne fin d'après-midi sur France 2 ! Welcome ! Bienvenue parmi nous, merci beaucoup d'être là ! Le public est là ! Le public est là ! [balayant le public qui ne cesse d'applaudir] Le public est là-bas ! Et nos candidats sont évidemment installés confortablement ! Voici Bianca et Stéphane ! [public applaudit toujours : « Wouaiiiiii !!!! »] . Il y a eu comme chacun sait, évidemment, c'est un grand classique, Bernard et Bianca (candidate souffle « oui »), là c'est Stéphane et Bianca ! Alors, nous avons Bianca qui fait collection de paires de lunettes. Paraît-il que vous avez autant de paires de lunettes que de vêtements parce que comme ça, vous ajustez, et

Cet article est disponible sous la Licence d'attribution Creative Commons

c'est ça l'élégance, le raffinement, vos lunettes à vos vêtements. Comment se fait-il que vos lunettes ne soient pas multicolores, là ? [S'ensuit une séquence dialogale avec les candidats] (*Mot de passe*, France 2, 18h45, 15/01/2013)

(3) « Merci de cet accueil chaleureux ! Merci à toutes, merci à tous… ! Jo-li vendre-di ! Bienvenue aux douze coups de… [public : « Midi ! »]. Et puis je suis très très heureux parce que je vous présente quelqu'un qui a réalisé son premier « coup de maître » à 10000 euros. Il fait le tour des questions comme il va faire le tour du monde, en partie également grâce à nous. Voici Maxime de Montaure dans la Normandie, la Haute-Normandie. C'est dans l'Eure. Il est l'heure, Maxime. [Le candidat salue de la tête en souriant.] 10000 euros ! [Le public tape des mains]. Je suis très content. Maxime, 18 ans, le sourire, la joie de maman dans le public. Laurent, votre meilleur ami, est là aussi… Euh, 10000 euros, quand même ! »
Maxime : « Eh oui. » […] Le rêve devient réalité pour Maxime, notre « maître de midi » ! [Le candidat prend l'étoile qui sert de trophée et descend de son estrade.] Globe-trotter dans l'âme, épris de voyage ! Cagnotte en forme de cadeaux de 6500 euros ! Allez, Le coup d'envoi ! Les chronomètres sont partis, est-ce que vous êtes prêts, public ? [Le public : « oui ! »] A quoi jouons-nous, ma Zette ? » (*Les 12 coups de midi*, TF1, 12h, 10/01/2014).

L'interlocution et l'interaction avec le public sont de mise et le présentateur développe dès le tout début un ethos d'humour qui lui est spécifique (naïf, distingué, décontracté, un peu graveleux…).
Il table d'abord sur une interaction directe avec public, amené à achever sa phrase. L'expressivité exacerbée du présentateur, les applaudissements fournis et les réponses collégiales du public présent sur le plateau ainsi que les plans-caméra sur ce public souriant voire hilare mettent en place une scénographie de grande complicité entre locuteur et allocutaire :

(1) « Boooooonjour ! bonjour, bonjour, bonjour, bonjour, bonjour ! Tout le monde veut prendre….[public achève l'énoncé] : SA PLACE !! »,
(2) « Bonne fin d'après-midi sur France 2 ! Welcome ! Bienvenue parmi nous, merci beaucoup d'être là ! Le public est là ! Le public est là ! [balayant le public qui ne cesse d'applaudir] Le public est là-bas ! »,
(3) « Merci de cet accueil chaleureux ! Merci à toutes, merci à tous… ! Jo-li vendre-di ! Bienvenue aux douze coups de… [public : « Midi ! »].

La mise en scène repose donc sur la figure extravertie de l'animateur et la relation qu'il est parvenue à créer au fil des émissions et qui repose ainsi sur l'assiduité du (télé)spectateur. L'ouverture de ces émissions fortement ritualisée est de fait très subjectivante.

La présentation des candidats prolonge ensuite cette entrée en matière puisque l'énonciation apparaît fermement embrayée et modalisante. Le présentateur rappelle le nom et le statut du candidat dans le jeu en soulignant le nombre de victoires et donc la fidélité du téléspectateur :

(1) « La place de notre championne, Stéphanie, 2 victoires »,
(3) « 10000 euros ! […] Euh, 10000 euros, quand même ! »,

Cet article est disponible sous la Licence d'attribution Creative Commons

et, lorsque c'est possible, en esquissant un jeu de mots, un jeu de références populaires qui témoigne du soubassement culturel populaire de ces émissions, et du point de vue linguistique, d'un dialogisme interlocutif (« comme chacun sait, évidemment… »):

> (2) « Voici Bianca et Stéphane ! Il y a eu comme chacun sait, évidemment, c'est un grand classique, Bernard et Bianca, là c'est Stéphane et Bianca ! »,
> (3) « Voici Maxime de Montaure dans la Normandie, la Haute-Normandie. C'est dans l'Eure. Il est l'heure, Maxime. »

Souvent, apparaît même, une sorte de lexique de spécialité, un vocabulaire particulier partagé par tous comme « la championne », « le fauteuil », « les challengers » (*Tout le monde veut prendre sa place*), « le « Champion », « le maître de midi », « Zette » (*Les 12 coups de midi*), « la boule noire » (*Motus*) qui montrent le partage d'un univers discursif commun. Tous ces éléments confèrent à l'émission, dès la première minute, une solide dimension de connivence.
Cette scénographie de connivence apparaît également dans les séquences dialogales avec lesdits candidats, où l'ethos de l'animateur bon copain, hyper-expressif pourrions-nous même dire, trouve son point d'orgue dans tant dans le non verbal (gestuelle, haussements de voix, clins d'œil, mimiques…) que dans le verbal à travers des onomatopées (« héhéééééé ! », « euh »), des choix lexicaux qui témoignent d'une relation affective au candidat : (« en tout cas, c'est ce qu'on dit toujours à la télévision….on gagne jamais l'argent pour soi mais pour les autres… Feignasse que vous êtes !», « la joie de maman dans le public »).

Conclusion

Bien que différentes en fonction du public visé, les ouvertures d'émissions ont des stratégies qui fondent toutes, à des degrés différents, leur identité sur cette connivence. Elles tablent sur une oralité et expressivité intrinsèques, une forte interlocution qui crée d'emblée une complicité avec un téléspectateur supposé fidèle. Pour pérenniser encore cette relation, le téléspectateur est mis en confiance par une scénographie qu'il (re)connaît et qui lui correspond, un ethos du locuteur qui s'est adapté à lui, et une tonalité modalisante et des choix lexicaux qui le confortent dans cette relation locutive. Il est de plus en plus invité à prolonger cette interlocution en une interactivité sur les réseaux sociaux notamment.

Entre un cadrage générique qui a fait ses preuves et la recherche de démarcation et de renouvellement, les discours d'ouverture des émissions télévisuelles françaises se fondent sur un ethos identifiable immédiatement et fédèrent ainsi par là-même une communauté discursive autour du public de téléspectateurs. Pour fonctionner, la dimension pragmatique revêt une importance primordiale car il semble que plus cette identité est marquée, plus s'opère cette construction par le lexique, la modalisation, les procédés dialogiques. Facilitées par le succès, la longévité et l'interlocution poussée à

Cet article est disponible sous la Licence d'attribution Creative Commons

l'interactivité, elles donnent naissance à des communautés discursives qui peuvent ensuite trouver un prolongement dans la réalité extradiscursive (clubs de jeux en province, Facebook et Twitter…), et même, plus récemment, ces communautés extradiscursives influent sur le discours même de ces émissions pour finir par jouer un rôle infradiscursif via les réseaux sociaux. En s'appuyant sur un public plutôt jeune, la construction d'une identité discursive empreinte d'une forte connivence tend de plus à plus à brouiller la limite entre univers intradiscursif et univers extradiscursif dans les émissions tournées en direct. Ces discours d'ouverture illustrent donc également une tendance actuelle, celle d'ouvrir des pratiques discursives à des pratiques sociétales exogènes, avec pour objectif avoué de fédérer et faire adhérer le téléspectateur en le rendant pleinement actif du discours qu'il co-construit.

Cet article est disponible sous la Licence d'attribution Creative Commons

Bibliographie

Amossy, Ruth. « Ethos. » *Dictionnaire d'analyse du discours*. Dir. Patrick Charaudeau et Dominique Maingueneau. Paris : Seuil, 2002. 238-41.

---. *Images de soi dans le discours, La construction de l'ethos*. Paris : Delachaux et Niestlé, 1999.

Benveniste, Emile. *Problèmes de linguistique générale* 2. Paris, Gallimard, 1974.

Brachet, Camille. « L'émission de télévision éclatée. Vers la déconstruction d'une évidence. » *Communication et langages* 145 (2005) : 107-15. Web. <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan_0336-1500_2005_num_145_1_3363>.

Brès, Jacques et Aleksandra Nowakowska. « Dis-moi avec qui tu "dialogues", je te dirai qui tu es… De la pertinence de la notion de dialogisme pour l'analyse du discours. » *Marges Linguistiques* 9 (mai 2005) : 137-53. Web. <http://www.revue-texto.net/Parutions/Marges/00_ml092005.pdf>.

Goffman, Erving. *La présentation de soi, La mise en scène de la vie quotidienne*- Tome 1. Coll. « Le Sens Commun ». Paris : Éditions de Minuit, 1973.

Kerbrat-Orecchioni, Catherine. *L'énonciation de la subjectivité dans le langage.* Paris : Armand Colin, 1980.

Lochard, Guy et Jean-Claude Soulages. *La communication télévisuelle*. Paris : Armand Colin, 1999.

Maingueneau, Dominique. « L'èthos : un articulateur. » *COnTEXTES* 13 (2013) : n/pag. Web. <http://contextes.revues.org/5772>.

---. « Scène d'énonciation. » *Dictionnaire d'analyse du discours*. Dir. Patrick Charaudeau et Dominique Maingueneau. Paris : Seuil, 2002. 515-18.

---. « Ethos, scénographie, incorporation. » *Images de soi dans le discours, La construction de l'ethos*. Dir. Patrick Charaudeau et Dominique Maingueneau. Paris : Delachaux et Niestlé, 1999. 75-100.

Schaeffer, Jean-Marie. *Théorie des genres*. Paris : Point Seuil. 1986.

Soulages, Jean-Claude. *Les mises en scène de l'information*. Paris : INA-Nathan, 1999.

Cet article est disponible sous la Licence d'attribution Creative Commons