

Université de Lausanne  
Faculté des sciences sociales et politiques  
Institut des sciences sociales

Session d'automne 2022

## « **Écoutez-voir** »

La mise en image de la radio  
via l'automation et la réalisation

Mémoire de maîtrise en sciences sociales  
Orientation Culture, Communication et Médias

Présenté par Sophie Vassutine

Directeur : Laurence Kaufmann  
Experte : Marine Kneubühler

## **Remerciements**

Je souhaite tout d'abord remercier ma directrice de mémoire Laurence Kaufmann pour son excellent suivi, sa bienveillance, sa disponibilité et tout l'intérêt porté à mes recherches et questionnements pour ce mémoire.

Je remercie également les équipes de rédaction et techniques radio de la RTS, ceux que je connaissais déjà et ceux que j'ai rencontrés pour m'avoir fait accueil chaleureux et qui ont pris de leur temps pour me faire découvrir les coulisses de la radio et les rouages de leurs métiers.

J'adresse évidemment mes remerciements à ma famille pour leur soutien indéfectible, dans la vie tout comme tout au long de mes études. « Enfin », chuchotez-vous.

Merci à mon conjoint pour sa présence à tout instant et à nos réflexions sur ce sujet des heures durant. A mes meilleurs amis et heureux compagnons de travail grâce à qui j'ai vaillamment pu arriver à destination.

Enfin, merci à mon grand ami qui m'a fait venir au micro pour la première fois lors de nos projets et qui m'ont donné mes premières impulsions d'idées sur l'image et le son à la radio. Et puis encore à tous ceux qui ont participé de près ou de loin à la réalisation de mon travail de master.

## Table des matières

<b>1. Introduction .....</b>	<b>4</b>
1.1. Au nom de la voix.....	7
1.2. Description de la méthodologie et du corpus.....	9
<b>2. Mise en image via l'automatisme .....</b>	<b>11</b>
2.1. La radio filmée : l'exemple de Couleur 3 .....	11
2.1.1. Mises en ondes, mise online. ....	11
2.2. Dispositifs de captation .....	13
2.2.1. Laisser-voir .....	16
2.2.2. Surveiller.....	20
<b>3. Mise en image via la réalisation .....</b>	<b>22</b>
3.1. La radio télévisée : étude de cas de « Forum » sur La Première .....	22
3.2. Déploiement des dispositifs.....	24
3.2.1. Conception & scénographie .....	27
3.2.2. Dispositifs de captation .....	29
3.3. Les codes de l'image radiotélévisée .....	31
3.3.1. Conserver la liberté radiophonique.....	31
3.3.2. Que montrer.....	34
3.3.3. Quand l'image fait <i>parler</i> autrement.....	36
3.3.4. Jeux de regards.....	40
3.4. Intégrer la voix de retour .....	45
<b>4. A la recherche d'autres voies.....</b>	<b>50</b>
4.1. Encodage : le projet webradio .....	50
4.2. La radio « immersive » chez Couleur 3 .....	54
<b>5. Conclusion.....</b>	<b>57</b>
<b>6. Bibliographie.....</b>	<b>61</b>
<b>7. Annexes .....</b>	<b>64</b>

## 1. Introduction

Vous êtes-vous déjà demandé quels visages se cachent derrière les fameuses voix de la radio ? Si tel est le cas, notre travail propose de montrer de quelles manières « ces anonymes » ont été dévoilés sur la sphère médiatique et plus particulièrement sur les deux chaînes radio Couleur 3 et La Première, du média de service public. Si la voix est l'instrument fondamental du médium radiophonique, les usages liés aux modes de consommation de la radio ont changé. C'est pour s'adapter à ces nouvelles logiques d'écoute et maintenant de *visionnage* de la radio que la Radio Télévision Suisse (la RTS) s'est donnée le défi de créer de « nouveaux langages » pour atteindre son public, pour *toucher* ses auditeurs autrement.

Ces « voix » auront désormais des visages et des corps ; des corps nommés et identifiables pour celles et ceux qui les regardent grâce à des caméras qui se cachent dans leur studio ou qui s'installent explicitement parmi eux. Tout à la fois dispositifs techniques et canaux communicationnels, les caméras les ont rejoint dans leur « monde » pour effectuer le passage vers une « vidéosphère » largement dominée par l'audiovisuel. La « médiologie » de Régis Debray étudie justement ces milieux qui sont à la fois « sociaux et techniques » en proposant de « [...] relier l'idée et l'outil, le symbolique et le technique » (Spoiden, 2007 : 22). Debray prend en compte les supports techniques, les modes d'accès, qui permettent la création des « régimes d'attention » nécessaires pour créer un lien avec le public. Pour lui, « L'image introduit le monde invisible dans le monde visible » (Vanier, 1994 :4). De notre point de vue, l'image a dans tous les cas créé une nouvelle dimension pour la radio qui, aujourd'hui, se vit non seulement avant, pendant et après mais qui se vit aussi avec et enfin, partout. N'en déplaise à certains, le média radiophonique effectue lentement sa transition vers un média de plus en plus « hybride » qui n'a de loin pas fini sa mutation. Cependant, malgré l'élargissement des canaux et supports de diffusion (smartphone, web, tablette etc.), la radio fait le choix de ne jamais oublier ses auditeurs et s'emploie à conserver ce qui fait sa spécificité : son flux continu et en direct, constitutif du genre radiophonique. Les réflexions quant à la manière de faire *entrer* l'image à la radio se veulent réfléchies et n'ont pas pour volonté de briser « la magie de la radio », comme on l'entend communément. Si le pouvoir des médias consiste en « [...] la capacité d'agir sur nous à distance, par des mots, par des images, des symboles » pour faire « exister le collectif » (Paul Beaud, cité par Kaufmann, 2008 : 84), c'est bien le cas de la radio, qu'elle soit filmée ou non. Mais les mots

et les images sont des *médiations* très différentes, comme le suggère Georges Simmel (1999) dans « L'excursus sur la sociologie des sens ». Ses écrits nous renseignent distinctement sur les moyens par lesquels nous pouvons accéder à nos « champs des perceptions ». Selon lui, les organes des sens comme la vue et l'ouïe ont une « fonction sociologique » (Simmel, 1999). Le degré d'« implication sensorielle » s'emploie à nous montrer les quantités d'informations que nous donnent la voix et le regard, chacune à leur façon. Pour lui, si l'oreille se distingue de l'œil par son « absence de réciprocité », l'impression auditive de la voix permet de communiquer d'une façon « uniforme et égale », comme à la radio (Simmel, 1999 : 629-636). Cette « entrée par les sens » nous permettra d'appuyer certaines démarches plus phénoménologiques de Dufrenne (1987), par exemple, qui questionne l'association des sens de la vue et de l'ouïe à l'intérieur d'un système sensoriel.

Dans ce travail, il s'agira non seulement de montrer « les ponts esthétiques et techniques » (Spoiden, 2007) que construit l'instauration de l'image à la radio mais aussi et surtout de questionner la manière dont les dispositifs de captation automatique et manuel organisent les modes d'accès dans le mythique studio de Couleur 3 et dans le nouveau studio de l'émission Forum sur La Première.

Parfois, comme pour Couleur 3, les caméras qui filment en flux continu grâce à des modes de captation préréglés et définis dans le temps laisseront libre cours à « l'événement », sans autre forme de contraintes. Une telle captation automatique présuppose que la présence des protagonistes suffit à investir le « théâtre d'actants » sur la scène (Goffman, 1981). En nous « laissant -voir », la chaîne nous donne le choix du mode d'accès qui sied le mieux à nos habitudes.

Ainsi, si Couleur 3 mise sur un dispositif de captation automatique pour sa « radio filmée », Forum quant à elle, a choisi une scénographie et une mise en scène plutôt télévisuelles. Comme nous le verrons dans notre travail, ses modes de captations organisent des manières de *faire* et *d'être* à l'antenne qui nous implique chacun de manière différente. Aux traditionnels « regards face caméras » viendront se greffer de nouveaux « jeux de regards » en studio, qui viendront parfois s'entrechoquer avec d'autres « écrans dans l'écran ». Que l'on côtoie ces dispositifs de près ou de loin, que l'on soit journaliste, producteur, animateur, présentateur ou invité dans ces studios, la présence de ces dispositifs a en tous les cas

modifié notre rapport à l'univers de la radio. Dans sa matérialité et sa « sensorialité » concernant « les recherches d'autres voies » possibles exemplifiées à la fin de notre travail. Si le pari de Forum a été de se demander comment inventer un dispositif de radio télévisée qui ne soit pas de la « *télévision bon marché* », comme le dit le rédacteur en chef adjoint de RTSinfo, il ne s'agit pas non plus de faire le « *mariage entre la télévision et la radio.* » La volonté des producteurs est de proposer une « nouvelle formule » vidéo qui ne soit pas un obstacle « à la liberté radiophonique » si chère « aux gens de radio ». Au contraire, nous verrons que ces dispositifs ont même permis de rendre les débats plus « *fluides et accessibles* » concernant « l'oralité radiophonique » (Fauré, 2013).

Dans tous les cas, ces réflexions sont le résultat de plusieurs négociations entre des spécialistes du « monde de la radio » et du « monde de la télévision » concernant les – nouvelles- « grammaires images » à adopter pour la diffusion de l'émission sur les réseaux numériques et Internet, mais aussi et surtout à la télévision à une heure de grande écoute sur RTS2. Comme nous le verrons, les équipes ajustent constamment « les codes tv » et « les codes radio » pour que les auditeurs et téléspectateurs puissent se « sentir public » et qu'ils puissent satisfaire leur « croyance spectatorielle » face à ce nouveau format (Dayan, 2000 ; Bourdon, 1997).

Dans notre partie « Intégrer la voix de retour », nous verrons aussi les enjeux qui ont trait à *l'interactivité* d'une émission de prime abord radiophonique sur les réseaux sociaux. Là encore, ces codes ne seront pas les mêmes et l'image ou plus précisément les séquences vidéo de l'émission, seront utilisées et employées différemment. A la fin de notre parcours, nous montrerons d'autres enjeux possibles liés aux déploiements des dispositifs : ceux soulevés par la création d'une émission de webradio qui a pour but de lier les deux sens que sont la vue et l'ouïe dans le milieu artistique et ceux imaginé par Couleur 3, par l'installation d'un « Dôme immersif » qui fait communiquer plusieurs sens en même temps.

## 1.1. Au nom de la voix

Si nous savons toute de suite à qui nous avons affaire en regardant l'autre, quand est-il lorsque nous entendons une voix ? (Simmel, 1999 :631) Est- ce que la voix, cet « inter-corps » qui « rassemble deux sujets dans l'ambiance du même sensible » aurait besoin d'un corps visible pour exister ou peut-elle se passer de celui-ci pour déployer ses effets sur son destinataire ? (Parret, 2002 : 143).

La voix humaine est l'extension de la parole, l'extension d'un langage « chargé de significations » et de « représentations » (Parret, 2002 : 26). A la radio, la voix est perçue comme un instrument esthétique et qualitatif qui peut déployer ses effets grâce aux supports techniques de captation audio. Elle est aussi « immédiate » du fait de sa fonction d'écoute située « ici et maintenant » (Gago, 2008 : 125)

La voix et la parole, ainsi que « l'intrication avec la musique et les bruitages », définissent la spécificité de « l'espace sonore de ce média » (Fauré, 2013 :4). Les micros servant à la prise de parole des animateurs, des présentateurs et des journalistes sont le moyen par lequel ceux-ci peuvent nous *atteindre* et accéder à nos champs des perceptions par nos « sens », et donc par l'ouïe (Simmel, 1999). Cela étant, la voix radiophonique, la prise de parole devant un micro nécessite une préparation écrite en amont. La voix est précédée par du « dur/écrire » radiophonique :

« Une grande part de la pratique journalistique qui consiste en effet à s'informer soi-même pour tenter à son tour d'éclairer le public passe en effet par la prise de connaissance des données de l'actualité. Si le canal oral est, là encore, sollicité (écoute des autres médias audio-visuels, interview de l'expert ou recherche d'information par échange conversationnel en direct ou non, par exemple...), l'écrit est à la fois impliqué par la grande masse de données à lire et par l'activité de restitution et les divers procédés de transformation des énoncés et de transmission des modes d'organisation internes à l'instance médiatique qui débouche sur l'émission. » (Fauré, 2013 : 3-4).

Selon Roland Barthes qui parlait du « grain de la voix » (cité par Parret, 2002 : 28) : « La signifiante de la voix précède et transcende le sens des mots proférés, la musicalité de la voix, sa tonalité, sa couleur et son timbre, dans le spasme rythmique ». La voix existe dans ces instants d'immédiateté (Parret, 2002 : 29). Selon Simmel, les organes de perceptions de sens comme la vue et l'ouïe sont les moyens par lesquels nous accédons à notre objet ; ces sens et

les impressions sensorielles qui en découlent « [...] nous conduisent vers l'intérieur jusqu'au sujet, à ses humeurs et à ses sentiments ». (Simmel, 1991 :629). En d'autres termes, ce que nous entendons, le son d'une voix et le ton employé, nous *atteignent* directement et ceci même sans prendre en compte la teneur des propos du sujet qui nous parle, sans être « bloqués par les structures closes du langage » (Marin, 1980, cité par Kaufmann, 2019 : 65). Tout le pouvoir de la voix se joue dans ces impressions, dans cette « relation sociologique et sensorielle » qui se crée grâce à cet organe expressif (Simmel, 1991 :630). La voix nous donne une quantité d'informations (Simmel, 1991 : 632) : elle est à la fois l'organe de l'intériorité et de l'extériorité (Kaufmann, 2019). Elle est à elle seule l'organe de l'expression de soi en *présence* d'autrui. Lorsque nous parlons à la radio dans un studio, c'est à un autrui généralisé que nous nous adressons : nous parlons seul mais nous nous adressons à un auditoire, tout à la fois réel et imaginé.

Si la voix n'offre rien de visible, elle est pourtant « l'écho de notre identité » et lorsqu'elle se fait entendre grâce à sa « fonction-sœur » (Dufrenne, 1987 : 52), l'ouïe, « elle offre au langage la chance d'accéder un temps, à la communication (Parret, 2008 : 29). L'oreille se distingue pourtant par son absence de réciprocité : elle est l'organe qui permet de recevoir sans rien donner en échange, c'est en cela que la voix se distingue des autres sens dans le champ des perceptions. Les sons, comme la parole ou la musique, permettent par contre de créer de fortes « impressions auditives » à un public, des impressions qui confèrent à la radio un grand pouvoir d'évocation (Simmel, 1991 : 636). Pour Simmel, il est peu probable qu'un très grand nombre de personnes puissent avoir la même impression visuelle, tandis qu'un grand nombre de personnes peuvent avoir la même « impression auditive ». Pour expliquer cet effet « d'unification sociologique », Simmel compare le public d'un musée à un public de concert ; le public de concert se distingue par sa cohésion, les gens vivent les mêmes humeurs, les mêmes impressions au même moment (Simmel, 1991 : 636). Effectuons maintenant la même comparaison avec notre poste radio et nous obtenons la même unicité : grâce à sa valeur expressive, la radio permet de s'adresser à un nombre illimité de participants, à un auditoire synchrone (Gago, 2008).

En ce sens, la voix médiée par le poste radio peut être considérée comme « l'instrument du lien » car elle convoque plusieurs voix dans un seul et même geste vocal (Kaufmann, 2019). Comme la voix convoque son auteur, son auteur nous convoque à son tour. Ce « geste », que maîtrise parfaitement l'animateur radio, permet à l'auditeur de se sentir impliqué et de trouver

sa place dans un public d'auditeurs (Dayan, 200, : 43). Depuis son studio de radio, l'animateur s'adresse à son public en « faisant parler » d'autres voix que la sienne : il convoque plusieurs entités, plusieurs « auteurs » ou « co-auteurs » radiophoniques grâce à son seul instrument (Kaufmann, 2019 :68). Il n'est donc guère étonnant que les auditeurs se reconnaissent dans une sorte de « communauté des cœurs », attendant avec impatience les « visites quotidiennes » de leurs émissions de radio favorites et le son familier des voix qui leur sont associées (Cardon, 1997 : 835).

## 1.2. Description de la méthodologie et du corpus

Si l'enjeu de ce travail n'a pas pour ambition de dresser le panorama exhaustif de toutes les radios qui utilisent l'image comme support ou comme vecteur de contenu en Suisse Romande, en France ou en même en Belgique par exemple, nous avons cependant pu nous immerger dans deux d'entre elles, qui utilisent chacune des procédés de captation différents et jusqu'alors inédits. Si notre « accès au terrain » concernant nos deux études de cas que sont le principal studio de radio filmée de Couleur 3 et le nouveau studio de Forum s'est vu facilité par le fait que nous sommes employée à la RTS, nous avons cependant dû nous vêtir d'une « double casquette » : celle de la collègue de travail et celle de la « sociologue ». Si « l'entrée dans les studios » à proprement parler ne demandait pas de justification particulière de la part des équipes de rédaction étant donné que nous étions « *de la maison* », il a bien fallu expliquer pourquoi nous « restions » plus longuement. Notre posture sociologique ayant été très bien reçu, nous avons ensuite pu démarrer notre observation participante. Il s'agissait à la fois de « garder les bonnes distances » pour ne pas influencer les modes de fonctionnement des studios et d'être « assez à l'aise » pour pouvoir poser quelques questions, « sans trop en dire », aussi. L'écosystème des studios étant très riche et fourmillant d'informations, la prise de connaissance des dispositifs de captation grâce au technicien en régie a demandé plus de temps et d'implication de notre part. Bien que les locaux de la RTS ainsi que certains studios radio nous soit familier, il s'agissait de trouver les bons moments pour échanger. Lors des directs, les personnes en régie sont constamment « en alerte » et toute intervention de notre part au mauvais moment aurait pu venir perturber l'émission en cours. C'est pourquoi, pour nous construire une place, il fallait maîtriser les « indicateurs explicites de passage à l'antenne » (Glaverec, 1996 :151). Néanmoins une fois cette « place » trouvée, nous avons pu investir pleinement cet « double posture » pour nos investigations.

Si les pratiques ethnographiques ont des traditions différentes selon qu’elles soient d’inspiration structuraliste, pragmatique, cognitiviste, interactionniste ou justement phénoménologique (Colon, 2013 : 8), tout l’enjeu était de parvenir à « ethnographier les sens » sachant que les perceptions sont elle-même « socialisées et donc différenciées » (Colon, 2013 :53). Il a donc fallu « questionner les sens » dans la *manière dont ceux-ci nous parviennent* – ceci via des dispositifs de captation dont le déploiement implique plusieurs « mode d’accès ». Concernant notre recherche, c’est la valorisation des relations interpersonnelles dans le milieu professionnel qui a permis notre immersion dans le but de réaliser une « expérience concrète du terrain » (Colon, 2013 : 13). Nos interrogations systématiques sur les sens ont d’ailleurs elles aussi été « accessibles à la vue et l’ouïe » et découlent d’une « forte expérience humaine, personnelle et sensorielle » (Colon, 2013 : 9).

Ces expériences ont mené à la constitution d’un corpus composé de plusieurs entretiens et discussions avec les tenants de la chaîne, les spécialistes de la mise en image de la radio, les producteurs, les techniciens du son et audiovisuels, en d’autres termes toute ces « petites mains – et voix » qui s’emploient chaque jour à rendre la production et la diffusion radiophonique et audiovisuel possible. Les entretiens ont été transcrits et ont permis de compléter nos observations ethnographiques par une « analyse énonciative », centrée sur les modes d’adressage ainsi que sur les modes d’accès et de mise en scène favorisés par les radio filmées.



Figure n°1 : la « bonne distance » de la posture du sociologue

## 2. Mise en image via l'automatisation

### 2.1. La radio filmée : l'exemple de Couleur 3

Sous l'impulsion du chef d'antenne de l'époque Nicholae Schiau, Couleur3, qui vise un public jeune et averti, a été une des premières chaînes du service public à permettre à ses auditeurs et auditrices de regarder en temps réel leur chaîne radio, plus précisément l'ancienne matinale de l'époque « Réveil à 3 ». Partant du constat que les chroniques filmées des chaînes de radio voisines en France comme en Belgique avaient de plus en plus d'impact sur le web et permettait d'agrandir leur public, la chaîne a proposé une forme de mise en image de ses émissions radio par un dispositif filmique spécifique.

#### 2.1.1. Mises en ondes, mise online.

Lors de notre entretien, Antoine Multone, chef d'antenne de Couleur 3, a expliqué les raisons de cette nouvelle ligne éditoriale en évoquant le passage obligé à ce « tout image » synonyme des nouvelles habitudes de consommation de la radio, des nouveaux usages que constituent ces déplacements des logiques d'écoute (Gago, 2008) :

« Nous sommes partis du constat qu'il était nécessaire d'avoir des capsules vidéo, des séquences exploitables que nous pouvons mettre sur les réseaux. Ce qui marche, ce sont les chroniques filmées humoristiques ou les interviews. »  
Antoine Multone

Pour toucher une nouvelle frange de public, Couleur 3 va nous dévoiler ses multiples visages et lever le voile sur son fameux studio (le salon). Si la chaîne a jusqu'alors été incarnée par les voix de ses figures mythiques, elle le sera aussi à présent par des corps, des corps qui prennent place et se montrent sur scène.

L'analogie de la « scène » que fait Goffman dans « Radio Talk » en 1981 concernant le monde radiophonique décrit cet écosystème comme « un théâtre d'actants qui se met en place dans le déroulement des performances – « animateur », « auteur » et mandant », personnages « naturels » ou « joués » passés ou fictifs, imités ou caricaturés, personnages « enchâssés dans des citations » (cité par Cefai, 2003 : 28). Pour chaque production correspondent des « rôles de réception » et en cela, le public de Couleur3, contrairement à un public plus politique, est un public où est assignée « [...] une place de destinataire dans un dispositif de représentation. Son

exposition à l'oeuvre, au spectacle ou à la partie vise à l'émouvoir, à le distraire ou à le séduire, rarement à le convaincre par l'usage de la raison » (Cefaï, 2003 :18).

La mise en images des ondes radio est permise grâce un flux continu disponible en visionnage sur deux supports : la page C3 du site internet de la RTS (rts.ch) et l'application pour smartphone « Couleur3 ». S'il est possible de « réécouter » les émissions radio grâce au portail de la RTS, consciente des bénéfices que permet l'aspect « délinéarisé » et « fragmenté » du point de vue du contrôle du moment et des possibilités d'écoute (Croizat, 2007 :5), les usagers de ces supports n'ont pas la possibilité d'aller revoir l'image de l'antenne au-delà d'une journée : « Les animateurs avaient peur que l'on reprenne leur image pour la décliner sous d'autres formes sur le web sans qu'ils puissent en maîtriser l'impact. Nous avons instauré la possibilité de revenir sur l'image depuis une année seulement ».

Ce type de réflexion accompagne la mutation de « la 3 » qui permet à la chaîne *d'exister* autrement, sur les réseaux et en ligne pour élargir sa communauté et de créer voire de garder du lien avec son public. C'est la raison pour laquelle les humoristes-chroniqueurs ont la possibilité de demander aux techniciens des extraits de leurs chroniques réalisées en studio pour pouvoir les poster sur les réseaux, ce qui leur permet à la fois d'avoir du contenu pour alimenter leur page Instagram mais aussi d'élargir le public de Couleur 3 en touchant d'autres communautés via le lieu, le « tags » et les « hashtags ».

L'essor de l'audiovisuel numérique au sein même de la chaîne a permis l'élargissement de nouvelles communautés d'utilisateurs qui sont les acteurs « d'arènes sociales » plus diversifiées (Allard, 2008 : 184) et qui ont d'autres habitudes de consommation des médias. En ce sens, la « mise en écran » des émissions radios crée donc de nouvelles pratiques culturelles dans la mesure où certains dispositifs appellent certaines postures (y compris corporelles) de réception » (Darras, 2003 : 242-243). En proposant le visionnage de ses émissions radios, Couleur 3 crée en effet un nouveau flux d'images, c'est à dire un nouveau canal nécessitant un nouveau support de diffusion et ce support change la *manière* dont l'auditeur organise sa pratique physique d'écoute (Darras, 2003 : 245). Si la radio filmée n'est pas considérée comme centrale dans la production des émissions radio de la chaîne, il n'empêche que les dispositifs techniques mis en place permettant de regarder la radio sont considérés comme une plus-value dans ces processus de diffusion.

## 2.2. Dispositifs de captation

Le « salon » de Couleur3, le plus grand studio principal de la chaîne, constitue un de nos objets d'étude concernant le déploiement de dispositifs de captation. Chez Couleur 3, les caméras qui filment le studio sont automatisées, c'est à dire qu'elles s'enclenchent au son de la voix. Le studio utilise huit caméras, cinq pour chacun des invités autour de la table, une sur l'animateur et deux pour des plans généraux. Ce mode de captation automatisé est réglé de manière qu'on filme précisément *celui qui parle*. Il existe six « preset » d'automation appelé « layer » qui sont réglés de façon différente selon qu'il s'agisse d'un showcase, de l'émission « Point Barre », de « Footaise » ou d'une autre émission comme les « Bras Cassés ».

L'automatisation des caméras est réglée de manière qu'il y a des plans larges ponctués d'incrustes, de « boucles » constituées d'une animation graphique mouvante lorsqu'on passe de la musique à l'antenne. Les noms et les titres de musique qui sont en train d'être diffusés sont notés sur ces incrustes. En bas à droite de l'image s'insère le plan large du studio, mais en miniature.



Figure n°2 : capture d'écran du studio via le play RTS

Dans le « salon » de Couleur 3, les caméras diffusent l'image en fonction de réglages prédéfinis, des plans généraux qui fonctionnent selon des modes aléatoires qui changent toutes les 10-20 secondes. Ce laps de temps correspond aux tours de paroles moyens qu'utilisent en général les locuteurs en studio. Stephan Mahrer, responsable de la mise en image de la production radio à la RTS affirme que : « Cela fonctionne bien en général, mais cela arrive que tel ou tel n'ait pas fini de parler et que l'image ne suive pas le son. S'il le constate, le technicien peut modifier le plan ».

D'usage, la caméra filme donc l'interlocuteur qui détient le tour de parole, à moins que le technicien son en régie juge nécessaire de « reprendre la main » et de passer en mode « manuel ». Le passage en mode « manuel » signifie que le technicien a la possibilité de changer les plans (préréglés) pendant la diffusion de l'émission en direct. Cette reprise en « manuel » intervient lorsque les limites de la technologie se font sentir : étant donné que les caméras fonctionnent en automation grâce au son qui est capté par les micros, il peut arriver que les mauvais micros s'enclenchent autour de la table. Le son se diffuse plus largement et la posture que nous adoptons lorsque nous rions éloigne notre bouche du micro, ce que fait que la caméra finit par filmer une place vide autour de la table. Grâce à la vigilance du technicien son, le mode manuel permet de corriger ces contraintes d'ordre technique pour obtenir une image qui soit visuellement cohérente. Ce dispositif pose parfois problème, notamment pour des émissions comme « Les Bras Cassés », car la caméra filme là où elle capte le son ce qui fait que parfois, lorsque les chroniqueurs et chroniqueur rigolent, la caméra s'enclenche sur la caméra d'un côté. Stephan Mahrer, nous confie avoir tenté de régler ce problème en privilégiant des plans larges en hauteur au lieu de plan serrés.

Les deux émissions de la chaîne qui font exception au mode de captation automatique et qui demande un travail de réalisation depuis la régie sont « Point Barre » et « Footaise ». La première passe au crible toute l'actualité liées aux jeux vidéo et aux nouvelles technologiques et propose une version YouTube. L'émission est ponctuée de beaucoup d'incrustes et de vidéos qui viennent expliquer et enrichir le contenu audio. Notamment par des « combos » images avec trois personnes qui commentent les images qu'ils voient. Sur un autre ton, « Footaise » accueille un public de supporters au sein même des studios de la 3 car « Couleur 3 met l'ambiance » grâce à ses animateurs et humoristes déchainés devant les matchs de football à haute teneur émotionnelle. Ces rendez-vous événements sont filmés et diffusés en direct sur le site de la RTS, sur la page de Couleur 3 et sur Facebook (qui permet le visionnage de la vidéo). Selon le chef d'antenne, « Footaise » bénéficie de la plus grande part d'audience de Couleur 3 concernant la radio filmée. Le travail de réalisation effectué en régie met en avant la dimension « spectacle » de l'événement, l'image faisant le pont entre le corps et la parole : les plans serrés sur les animateurs et humoristes montrent pleinement les expressions du visage et les corps « parlants » donnent voix aux émotions et aux réactions émanant du public autour d'eux. Dans ces cas précis, le travail de réalisation permet de restituer et de valoriser ce qu'il

se passe en studio, de montrer ces « corps éloquents » qui expriment des émotions (Cardon, 1995).



Figure n°3 : capture d'écran Facebook de Footaise

Le mode de production de l'émission crée un autre régime d'attention, les dispositifs et les plans des images permettent de capter l'attention différemment. La médiation qui constitue l'attention du public met en avant le support par lequel « l'auditeur » peut suivre l'émission (Boullier, 2014 : 94-105). C'est ce que nous explique Antoine Multone :

« Dans Footaise, il y a double sens. Soit tu as envie de voir les animateurs et animatrices et leurs expressions, c'est le côté vraiment fan et un peu spectacle de l'émission, soit tu regardes les images du match avec les commentaires sur l'application Couleur 3 ou sur les réseaux sociaux, avec le compte Instagram Footaise. Cela génère de la visibilité car certains abonnés ne suivent pas le compte de Couleur 3 et vice-versa. »

Ainsi, si le regard à la caméra, premier indicateur du direct, reste absent de la part des interlocuteurs en studio, les possibilités techniques permettent de montrer le comportement des « acteurs » et intervenants en studio, ce qui influe directement sur « le sentiment du direct » nécessaire au degré de « croyance spectatorielle » du public (Bourdon, 1997 : 67).

Avant de voir les modes d'accès que privilégient les dispositifs techniques qui ont été mis en place au sein de la chaîne, précisons toutefois que la chronique à succès « Les Orties » de l'humoriste Yann Marguet sur Couleur3 est une « fiction de radio filmée ». Comme l'explique

Antoine Multone, les chroniques sont filmées à l'aide d'une « vraie » caméra, mais en studio. L'enregistrement est conçu dans le but d'être visionné dans un format vidéo sur le site de la RTS et déployé sur des plateformes d'hébergement vidéo comme YouTube puis fragmenté pour en faire usage sur les réseaux sociaux. Il y a, de ce fait, et contrairement à la radio filmée telle qu'on l'entend sur Couleur 3, un travail de réalisation en amont, un travail de « mise en scène ».

### 2.2.1. Laisser-voir

Les dispositifs de captation choisis par Couleur 3 nous donnent accès au studio principal de la chaîne, nous laissent *entrevoir* ce qu'il se passe en temps réel sur la scène médiatique, sur la scène de Couleur 3. La chaîne de radio ne prend pas le pari de capter votre attention par des événements antennes qui nécessiteraient de changer votre support de diffusion. Elle s'adresse en premier lieu à ses auditeurs et auditrices. Hormis les deux émissions citées plus haut nécessitant un travail de réalisation qui portent à *aller voir* l'émission sur un autre support ou certains moments forts radio, la chaîne n'a pas pour vocation à « briser » son flux temporel pour maintenir notre attention. Comme le dit le chef d'antenne : « Il faut accepter qu'en radio, il ne se passe pas forcément grand-chose du point de vue de l'image. Nous laissons plutôt la possibilité au public d'aller-voir s'il en a envie, s'il se sent *concerné*. »

Selon cette conception de la manière de filmer la radio, l'image n'est pas considérée comme un point d'ancrage ayant pour but d'enrichir les propos qui sont dits à l'antenne, ni comme un point de ralliement pour son public. Le mode de production de l'émission tend à conserver la puissance d'évocation de l'audio propre au dispositif radiophonique en considérant que « L'absence de visuel augmente par compensation l'aspect sensoriel de la transmission de l'information tout en acceptant la poursuite parallèle d'autres activités de la vie quotidienne (transports, préparation cuisine, etc.) » (Crozat, 2007 : 2).

Selon cette logique, la présence d'un visuel captivant servant à enrichir les propos des animateurs viendrait briser la « légèreté d'assimilation » et le sentiment que procure toute bonne musique, surtout pour une chaîne à prédominance musicale. L'image filmée en direct dans un flux continu n'aurait donc pas pour vocation à « capter notre attention » en rompant une forme de temporalité lors de l'écoute mais plutôt en offrant la possibilité « d'en savoir plus » sur un interlocuteur radiophonique au sens de Crozat (2007). Selon cette conception de la radio filmée ce sont donc à la fois les auditeurs. trices *et* les animateurs-rices qui conservent leur liberté de

mouvement. En effet, et comme nous l'a confirmé Antoine Multone lors de notre entretien, l'animateur n'a pas à s'astreindre à des contraintes liées au visuel, ce que confirme Gilles Wenger, animateur, lors de notre entretien : « Pour être honnête, j'oublie complètement les caméras, j'oublie que je suis filmé et je ne joue pas avec les caméras ou mon image en radio. D'ailleurs, j'avais même oublié que j'avais le retour image en face de moi dans le petit écran, tu fais bien de me le rappeler » concède Gilles Wenger, animateur. <sup>1</sup>



Figure n° 4: l'animateur en régie et ses retours image

L'animateur ne modifie pas sa façon d'être à l'antenne en fonction de la présence des caméras, ni dans son discours en renvoyant ses auditeurs à un interface visuel, ni en cherchant à interpeller l'auditeur via les caméras. Ses modalités de présence à l'antenne restent pour ainsi dire inchangée (Bourdon, 2003 : 44). Lors de nos observations, nous avons en effet constaté qu'aucun animateur du studio de Couleur 3 ne regarde la caméra, il n'y pas « d'adresse à la caméra » où le regard introduit le « je-et-vous ensemble » (Bourdon, 1997 : 66). La parole, cadrée par le jeu des micros et la conduite de la parole, occupe toujours la place prépondérante dans l'articulation et la production du sens du discours destiné au public qui *écoute* la radio. Les voix faussement familières suffisent à établir le lien avec l'auditeur (Bourdon, 2003 :41).

---

<sup>1</sup> Gilles Wenger a animé une semaine de la matinale « Todo Baigne » l'été 2022. Lors de nos visites en studio, nous avons relevé la présence des dispositifs techniques présents dans le studio. Au centre de la table, il y a un petit écran au centre de deux écrans utilisés pour lire son texte.

Dans le studio de Couleur 3, tous les jeux de regard s'articulent non seulement autour de l'animateur et de ses interlocuteurs mais surtout entre lui et le technicien du son, séparé par une vitre qui délimite l'espace du studio et de la régie. Leur travail se fait en équipe : le technicien lance les jingles, les chroniques, les titres de chansons etc. lorsque l'animateur lui donne le feu vert, soit par un signe de la main, soit par un regard accompagné d'un hochement de tête. Ces moyens de communiquer sont essentiels au bon déroulement de l'émission, ceux « en » et « hors » régie doivent se comprendre rapidement et de façon synchronisée : ces duos ont appris à fonctionner *ensemble*.



Figure n° 5 : l'animateur et sa vue sur le technicien du son

Comme nous l'avons observé, les animateurs n'ont pas de consigne précise quant à leur façon d'être à l'antenne et, s'ils le souhaitent, se libèrent des prérogatives liées à l'image qu'ils renvoient en ligne.

Certains ne sont toutefois pas à l'aise dans le fait « d'être vu » pendant les moments hors-antenne, notamment lors des titres des chansons. Pour ceux-ci, il n'est pas nécessaire qu'on les voie utiliser leur téléphone voire pire ; concernant l'image à proprement parler, qu'il y ait cette

impression de vide autour de la table et qu'on perçoit l'animateur comme « seul au monde » dans le studio.



Figure n°6 : l'écologie du studio via les caméras de type « radio surveillance »

Le besoin d'images, *muettes* en l'occurrence, est notamment expliqué par la nécessité de garder la ligne temporelle de l'émission mais aussi d'attiser ou de combler la curiosité de l'auditeur :

« Cela dérangeait certains de nos animateurs-trices que nous les voyons faire autre chose pendant que les chansons passent à l'antenne. Nous avons fait le compromis de laisser le plan large en miniature en bas à droite de l'image de sorte qu'on ne distingue presque pas ce que fait l'animateur mais que l'auditeur, lui, puisse se dire qu'il verra tout de même *qui* parle à l'antenne en restant sur l'application Je ne vois pas **l'intérêt** de regarder une simple pochette de disque ou une boucle qui défile avec le titre de la chanson et le nom de l'artiste. Il faut que cela ait quand même du sens »

Le plan dont parle Stephan Mahrer ci-dessus est ce qu'il appelle la « Beauty shoot », <sup>2</sup> « La grande totale », qui permet d'éviter les erreurs de cadrage de l'automatisation de la captation. Elle renonce aux plans plus serrés où l'on verrait les gens plus distinctement parler en studio ainsi que les postures d'écoute des interlocuteurs lorsque le technicien son a le temps de faire un peu de réalisation en régie. <sup>3</sup> Cette *beauty* palie donc à un manque de temps voire de moyens mis à

---

<sup>2</sup> Stephan Mahrer nous explique que la « Beauty Shoot » est un plan de situation que nous mettons lorsque nous n'avons pas besoin d'attendre qu'il se passe quelque chose, C'est comme le fameux plan du Palais Fédéral ou celui du rassemblement d'athlétisme : il y a toujours une totale qui montre tout le stade.

<sup>3</sup> Certains techniciens audio avec qui nous avons échangé considère le travail de réalisation comme une tâche supplémentaire qui vient s'ajouter à leur charge de travail et demande un surcroît de vigilance face aux multitudes de tâches auxquels ils doivent *déjà* faire attention. Pour rappel, les techniciens son sont seuls en régie à Couleur 3.

disposition pour bénéficier d'une image plus vivante ou dynamique. Elle est pourtant le résultat d'une grammaire image propre au dispositif de la chaîne et assumée dans l'identité de Couleur 3, qui rappelle néanmoins un dispositif bien spécifique, celui des caméras de surveillance.

### 2.2.2. Surveiller

Les dispositifs de captation automatiques du studio de Couleur 3, principalement ceux en plans larges, notamment ceux observés au cours de la matinale « Todo Baigne », dévoilent la réalité de *ce qui se passe* en studio *au moment* où nous décidons de visionner la séquence. En un clic, la seule voix n'est plus, c'est la voix qui prend corps, le corps est « nommé », identifiable et identifié. Le lieu de l'anonymat n'est plus, les animateurs n'existent plus seulement à travers ce qu'ils disent mais aussi à travers ce qu'ils *font*. Et si la diffusion de leur image, une image non-travaillée et « brute », les rendait en quelque sorte plus « humains » et donc plus accessibles ? Si nous suivons le raisonnement de Razac dans « L'écran et le Zoo » concernant les participants aux émissions de télé-réalité, le « spécimen social naturel », comme il l'appelle, « agit et parle avec naturel » ; il ne maîtrise pas les techniques de présentation de soi, ce qui permet de donner un sentiment d'authenticité au spectateur (Razac, 2002 : 20). Est-ce que c'est cette spontanéité que l'on retrouve chez les animateurs de la 3 – une spontanéité d'ailleurs propre au style de la chaîne, qui garantit l'authenticité du rapport de la chaîne avec son public ? Ce désir de capter directement le réel, l'écologie du studio en somme, et d'en saisir la vérité, nous fait penser à celui induit par les dispositifs de télé-réalité. Ceux-ci filment des gens inconnus et les transforment en acteurs d'un spectacle télévisuel que des boîtes de production peu scrupuleuses mettent en scène. Évidemment, bien que la captation de Couleur 3 découle d'une logique inversée, il est vrai que si « La maladresse est la première forme d'authenticité de l'anonyme » (Razac, 2002 : 20) alors l'image redonne un peu d'humanité aux « gens de la radio » qui ne peuvent bafouiller, parler mal, trop fort, trop doucement tout en devant garder une spontanéité et une expressivité propre au parler de Couleur 3.

S'il est vrai que la disposition des caméras du studio dans le studio de Couleur 3 peut faire penser à un dispositif de « surveillance » grâce auquel, nous, auditeurs, cherchons à épier les faits et geste des animateurs, précisons aussi que ce mode de consommation de l'information ou du divertissement s'inscrit dans cette logique de flux permanent emblématique de nos usages

médiatiques. Il n'y a pas, au sens du verbe « surveiller » qui, le rappelle Ganascia (2029 :124) : « [...] est forgé à partir du verbe « veiller » qui veut dire rester vigilant et du préfixe « sur », qui signifie suivre attentivement, contrôler un individu ou un processus » d'intrusion dans l'intimité individuelle de l'animateur. Il n'y a pas de motivation à contrôler ce qu'il se passe en studio, le mode de captation n'implique pas de stratification ou de dissymétrie dans le rapport de *ceux qui regardent* ou de *ceux qui sont regardés*. Au contraire, si l'on suit cette logique, nous nous situons plutôt dans une logique de « panoptique inversé » où ce n'est plus « [...] un « surveillant » qui épie plusieurs personnes, mais bien un groupuscule d'individus qui sont surveillés par des millions de spectateurs » (Décarie-Daigneault, 2007 : 99). Ceux qui se sont appropriés ces supports de diffusions et qui savent jouer des codes de l'images sur les réseaux considèrent plutôt cette formule comme un moyen d'affirmer leur identité, précise Antoine Multone : « Certains, surtout les humoristes, quand il savent qu'ils vont être filmés, vont utiliser plus d'accessoires, vont appuyer l'aspect scénique de leur intervention à l'antenne. Certains de nos animateurs vont aussi faire plus attention à la manière dont ils s'habillent, à l'image qu'ils renvoient. »

Enfin, si certains mécanismes de captation rappellent la manière dont les télérealités mettent en spectacle une forme de réalité créée pour l'occasion, le filmage des émissions de Couleur 3 n'exhibe pas les modes de vies de ces « actants » pour créer une mise en scène mais donne la possibilité à ses intervenants de « jouer le jeu » s'ils le souhaitent. Dans ce contexte, la marque d'intimité entre le sujet parlant et son public reste la voix. En studio, les casques et les micros conservent la dimension située et la symbolique propre au milieu radiophonique. La chaîne ne compte pas sur une mise en scène du réel de la part de ses animateurs mais compte sur leur mode de présence généré par un ton et un charisme dont eux seuls ont la responsabilité.

### 3. Mise en image via la réalisation

#### 3.1. La radio télévisée : étude de cas de « Forum » sur La Première

La création du nouveau studio de Forum dans les locaux de la RTS à Lausanne est le fruit de plusieurs réflexions concomitantes de la part des producteurs, des équipes de rédaction et des équipes techniques concernant les nouvelles habitudes d'écoute des auditeurs. Comme nous le verrons par la suite, ce nouveau studio représente non seulement un moyen, pour « les gens de radio », d'instaurer une présence vidéo en ligne, mais aussi et de manière inédite, à la télévision, et ceci à une heure de grande écoute. Sur RTS2, de 18h à 19h, la chaîne nous propose quotidiennement de « visionner » la nouvelle formule « télévisée » de sa mythique émission de débat radio de La Première :

*« 7 jours sur 7, Forum questionne en direct les acteurs de l'actualité, ouvre le débat sur les controverses qui animent la vie politique, culturelle et économique.*

*C'est un lieu d'écoute, d'échanges, de remise en question. Forum propose chaque soir un regard attentif et acéré sur l'actualité suisse et internationale. »<sup>4</sup>*

Le déroulement de l'émission se fait comme suit : le nouveau Forum commence par une séquence « *d'actualité chaude* », basée sur l'actualité du jour. Ensuite, Forum pose le cadre du « Grand débat » d'une durée de vingt à trente minutes sur un thème en particulier puis, dans la troisième partie appelée le « Forum des idées », l'émission apporte une forme de « journalisme de solution » en convoquant des experts de tous horizons pour répondre à des problèmes concrets du quotidien.

De manière plus générale, ces changements prennent place dans la « logique transmédia » de la télévision, de la radio et du digital promulguée par l'entreprise helvétique de service public. Cette dernière vise en effet à augmenter son offre en ligne et à déployer plus largement son réseau numérique pour satisfaire un public toujours plus exigeant et « multicanal ». Pour conserver un service de qualité et toucher un plus large public, le média a dû s'adapter aux nouveaux supports numériques. C'est cette adaptation, notamment en ce qui concerne la radiodiffusion, qui nous intéresse tout particulièrement. Face à un auditoire toujours plus fractionné, et à l'avènement de nouvelles plateformes qui proposent de plus en plus de mode

---

<sup>4</sup> <https://www.rts.ch/audio-podcast/2021/emission/forum-25000231.html>

d'écoute délinéarisée (Crozat, 2007), la chaîne de radio a fait le choix de conserver sa diffusion en direct sur les ondes tout en rajoutant, avec la radio filmée, un type de production et de consommation « hybride » – hybride du point de vue des innovations technologiques comme des pratiques sociales (Pécqueux, 2019). Certes, les producteurs restent sensibles à la dimension « située » du direct qu'implique la radio : la situation d'écoute « ici et maintenant » (*hic et nunc*) fait encore la spécificité de la radio (Glevarec, 2014 : 124). Mais les dispositifs de captation manuelle qui ont été mis en place créent néanmoins « un nouveau langage de la radio » : ils permettent de filmer le studio et d'effectuer tout un travail de réalisation en direct sans travail de montage en post-production. Pour créer son univers radiophonique, la rédaction s'est muée en une sorte de laboratoire technique qui mêle les codes de la télévision à ceux de la radio. Elle crée sa propre radio « augmentée » grâce au travail de réalisation des spécialistes techniques. Si ces changements ont été réalisés par le biais de nouveaux dispositifs, audio et vidéo, dans le but d'obtenir une réalisation qui soit la plus agréable et intuitive possible pour le téléspectateur, il n'empêche que dans son ADN, Forum reste une émission radiophonique et qu'en ce sens, le son sera toujours primordial. En d'autres termes, l'émission conserve son lien particulier avec le public, car le primat sera toujours donné aux auditeurs du point de vue de la qualité des contenus et des échanges en situation.

La nouvelle formule vidéo de Forum ne propose pas seulement d'écouter la radio *autrement* ; elle s'est donnée tous les moyens possibles et nécessaires pour créer un format multimédia qui « met en scène l'information radio » et la destine à la fois au visionnage en direct et au visionnage sur plusieurs supports en ligne, notamment le site internet de la RTS et la plateforme RTSPplay, ainsi que sur les supports numériques comme les applications de la RTS (« play RTS » et RTS info »), mais aussi et surtout en direct à la télévision sur RTS2. Le format est mis en ligne en simultané sous l'onglet « en direct » puis est « posté » en réécoute – visionnage dans un deuxième temps.

Les équipes de rédaction sont parties du constat que les débats politiques purement frontaux entre une personne de gauche et de droite étaient parfois « stériles ». Pour renouveler Forum, Laurent Caspary, le rédacteur en chef de RTSinfo propose dans une séquence vidéo publiée sur la page RTSinfo en mai 2019 « [...] de construire des ponts entre des avis de gauche et de droite, entre des experts ou de réunir un certain nombre de personnes pour tenter de faire le pas supplémentaire dans un débat ». Pour le rédacteur en chef de RTSinfo, le public « apprécie » et a *besoin* d'aller plus loin, et ce sera donc le rôle de l'image de pouvoir « présenter, représenter

une partie de ce qui est dit dans l'émission et sur les réseaux sociaux, mais également en télévision puisque c'est la grande nouveauté de cette nouvelle formule » (cf. transcription de la séquence, annexe 1). Selon l'énonciation du rédacteur en chef, Forum n'a pas pour vocation à enrichir les propos des débats *via* l'image, mais à utiliser l'image comme moyen permettant de se rapprocher au plus près de ce qu'il se passe réellement en studio à ce moment-là – de permettre de faire *voir*, de faire *sentir* -par l'image - toute la substance des échanges qui ont lieu autour de la table en convoquant un autre sens que l'ouïe, en l'occurrence la vue (Simmel, 1999).

Selon Ron Hochuli, rédacteur en chef adjoint de RTSinfo, les raisons qui ont motivé la décision de transformer le format radio de Forum en un format filmé sont le fait d'assurer la présence de l'émission sur le web et les réseaux sociaux, de rendre l'émission plus accessible grâce à une narration plus naturelle, et de renforcer la production propre du service public à la télévision pour toucher un public plus large. Avant de revenir plus précisément sur les raisons qui ont conduit la chaîne à mettre en image leur émission de débat d'actualité, notons que ces changements, selon le chef d'antenne, ont été l'objet de réflexions plus globales sur « comment est-ce qu'on *est* à l'antenne – comment on *se parle* à l'antenne et comment on *inclut* le public », mais aussi de concessions des « gens de la radio » et « des gens de la tv ». Ces questionnements organisent *le sens* que les équipes de rédaction aimeraient donner à l'émission concernant ce nouveau genre audiovisuel (Bourdon, 1988). Forum est la tentative d'un contrat visuel et auditif qui place la réunion des deux sens que sont la vue et l'audition au centre des effets « d'unification sociologique » dont parle Simmel (1999 :636) et sur lesquels nous reviendrons par la suite.

### 3.2. Déploiement des dispositifs

Avant de déployer les dispositifs techniques qui permettent la mise en image via la réalisation, notons l'importance des « métiers de l'ombre » qui composent l'équipe technique de Forum et qui contribuent en régie à la mise en scène visuelle de l'émission. Les « Sans voix de la radio », comme les appelle Caroline Stevan dans sa série radiophonique réalisée cette année à l'occasion des 100 ans de la radio<sup>5</sup>, sont tous ceux qui participent de près ou de loin à la réalisation,

---

<sup>5</sup> Les « sans voix de la radio » est une série de cinq épisodes diffusés dans la matinale sur La Première en juillet 2022, concernant les métiers de l'ombre de la radio. Les séries sont disponible en réécoute, notamment celle de

coordination et à la diffusion du produit final dans nos postes radio et sur les autres supports. L'écologie du studio est extrêmement riche, et derrière cet amoncellement de supports techniques se trouvent *les personnes* qui les font fonctionner, les « sans voix de la radio » sans qui pas grand-chose ne serait possible.

Matthieu Balmer, technicien du son, décrit bien ce en quoi consiste le travail du technicien du son :« *Gérer une émission en direct, c'est premièrement la gestion de tous les micros en studio, la diffusion des éléments préenregistrés, c'est tout ce qu'on a préparé à l'avance : une interview, un reportage, également l'habillage, les jingles, les virgules [...]. Les connexions avec le studio, pendant le direct, on fait des duplex avec des invités qui viennent d'autres studios, Genève, Berne, Paris, peu importe où. [...] on a parfois trois ou quatre personnes qui nous appellent en même temps, il y a le téléphone qui sonne, il y a le correspondant à Berne qui nous dit quelque chose sur la ligne, et puis on doit annoncer aux journalistes qu'il faut vite faire une info trafic... Il faut se concentrer sur la priorité de chaque chose* ». Les mots du technicien son montrent bien la richesse des tâches à réaliser pour qu'une émission en direct puisse se dérouler dans les meilleures conditions possibles. Relevons aussi que s'ajoutent à cela les éléments images auxquels ils doivent rester attentifs, que cela soit dans le studio de radio filmée de Couleur 3 ou dans le nouveau studio « télévisé » de Forum. D'ailleurs, les personnes qui font l'image en régie sont à la base des techniciens audio qui ont été formés dans un deuxième temps *pour* Forum, marquant ainsi l'évolution du métier de technicien son à celui de technicien audiovisuel.



Figure n° 7 : l'espace régie de Forum

---

Matthieu Balmer, technicien du son (2/5) : <https://www.rts.ch/audio-podcast/2022/audio/les-sans-voix-de-la-radio-2-5-mathieu-ballmer-technicien-du-son-25839204.html>

Plus précisément maintenant, relevons ce que nous avons observé lors d'une de nos visites dans la régie de Forum. Ce jour-là, cinq personnes étaient présentes (les techniciens font des tournus dans les différentes émissions radio). La personne « aux lignes » s'occupe d'établir la connexion avec les invités depuis les autres duplex ou depuis d'autres supports visiophoniques comme Skype. Elle communique avec les autres rédactions pour prendre les liaisons (Berne, Zürich, Washington, etc.) Près d'elle, la personne « aux jingles » se charge des aspects audios « on » et « off air », jingles, etc. Derrière eux, « aux cadres », une personne choisit et pivote les caméras grâce notamment à un joystick. La personne à sa droite guide la réalisation et choisit les plans à privilégier selon ce qu'il se passe en studio, par exemple en demandant de recadrer l'image de fond derrière la présentatrice, car « son épaule gauche cache l'image ». En deçà des aspects de captation audio et vidéo, l'enrichisseur d'images vient ajouter des images en arrière-fond, derrière les présentateurs – des images destinées à illustrer les sujets qui sont traités. Celles-ci proviennent des banques d'image classique comme Keystone et Reuters. Ces images doivent être simples et compréhensibles au premier regard. Elles ne doivent surtout pas distraire la personne qui regarde l'émission. Comme nous le verrons par la suite, c'est l'image qui doit accompagner le son, et non l'inverse, comme on le fait pour la télévision.



Figure n° 8 : vue du studio depuis la régie

En face des « acteurs » de l'émission, l'équipe a posé la feuille du « Trombi », feuille faite par l'attachée de production qui montre quels seront les invités du jour avec leur photographie et par quel canal les présentateurs vont les interviewer. Le « STAM » est le nom donné pour le studio de Forum. Les tâches de l'attachée de production sont multiples ; dans la série des « sans

voix de la radio » Josiane Perret, attaché de production au 12h30 à la radio, les décrit comme ceci : <sup>6</sup> « *On résume toujours cela en disant qu'on fait de l'organisation et de la coordination suivie d'une sorte de contrôle qualité ; c'est à dire que l'on contribue aux émissions avant, pendant et après* ». Comme pour Josiane Perret, l'attachée de production de Forum doit gérer les invités, gérer les studios et gérer les différents problèmes que la production peut rencontrer. C'est une forme d'assistantat auprès des techniciens et des animateurs. Durant nos observations de terrain, nous avons vu que l'attachée de production suivait le conducteur de l'émission, accueillait les invités, les plaçait dans le studio et leur donnait les oreillettes, tout en ayant un œil sur la qualité des images qu'on voyait depuis la régie. Comme le relève Ron Hochuli, l'attachée de production a un « rôle charnière », car il est le garant de la bonne conduite de l'émission « bien que chacun connaisse très bien son rôle ».

### 3.2.1. Conception & scénographie

La conception du studio filmé de Forum s'est jouée dans la constante négociation entre « l'environnement radio » et « l'environnement télé » auxquels ont contribué les spécialistes de ces deux milieux à la fois sociaux et techniques, notamment des réalisateurs et des scénographes décors (Spoiden, 2007). Comme le rappelle Ron Hochuli : « *Nous avons travaillé avec des spécialistes radio et des spécialistes de télévision dans le but de créer un nouveau langage, et non pas un dispositif qui soit le mariage de la radio et de la TV* ». Il ajoute aussi que : « *Pour des raisons de coût d'investissement, de coût de construction et de coût d'exploitation, il fallait impérativement que le studio puisse fonctionner à trois personnes. Actuellement, on se rend compte que s'il y a trois personnes en régie, deux au son et une à l'image, la réalisation va être vraiment minimale, en général ils sont quatre-cinq techniciens* ».

À l'origine, le studio est constitué de trois lieux de captation différents : la table au centre, principal lieu de débat, le salon sur la droite et l'écran didactique à gauche du présentateur. Étant donné que le salon n'est plus utilisé depuis le Covid-19 et que l'écran didactique sert aujourd'hui à diffuser l'image de l'interlocuteur en ligne et non pas à montrer des informations avec le journaliste debout devant l'écran, nous étayerons nos observations sur l'élément central

---

<sup>6</sup> Entendu dans « Les sans voix de la radio » (3/5) : Josiane Perret, attachée de production, disponible sur ce lien : <https://www.rts.ch/audio-podcast/2022/audio/les-sans-voix-de-la-radio-3-5-josiane-perret-attachee-de-production-25839474.html>

du décor – support, la table du débat<sup>7</sup>. Du point de vue visuel, la table du studio représente le point d’ancrage d’où se situe le débat médiatique. Selon Stephan Mahrer, responsable de la mise en image de la production radio, la forme de la table a été le fruit de nombreuses réflexions techniques et de compromis concernant les distances de captation liées aux positionnements des caméras autour d’elle. Les distances de la table ne devaient pas être trop grandes pour garder une forme de « proximité humaine » entre les personnes présentes et ne pas constituer un obstacle pour le cadrage des caméras en isolant tel ou tel interlocuteur. En plus du « geste scénographique », sa conception devait aussi prendre en compte des aspects plus « pratiques », comme le fait de pouvoir insérer au centre du dispositif les écrans des canevas et de la conduite (du texte des présentateurs), supports évidemment non négociables pour les « gens de radio ».

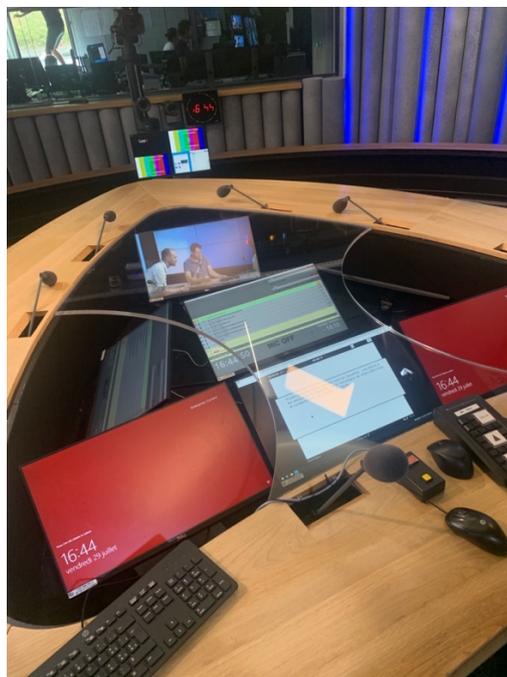


Figure n°9 : vue des présentateurs sur l’intérieur de la table du studio

Les supports pour l’éclairage ont aussi demandé beaucoup d’ajustement en raison de la hauteur du plafond ; ceux-ci viennent à la fois éclairer, mettre en relief ou adoucir les visages des interlocuteurs. Pour l’image filmée, ces réglages représentent à la fois des contraintes

---

<sup>7</sup> Lors de notre entretien avec Ron Hochuli rédacteur en chef adjoint, celui-ci nous a confié que cet espace ne correspondait plus vraiment à l’idée que l’équipe s’en faisait lors de la conception. Lors du Covid-19, seulement un présentateur pouvait être présent en studio et cela représentait une logistique trop importante de le faire changer d’espace, de lui rajouter un micro-cravate. L’équipe s’est aussi heurtée à d’autres « contraintes images » comme le fait de filmer les jambes des invités en jupe ou en short. Sur ces points, cf. la partie « Que montrer » concernant les codes de l’image radiotélévisée.

techniques et des « gestes scénographiques » qui influent directement sur la « croyance spectatorielle » des téléspectateurs (Bourdon, 1997).

### 3.2.2. Dispositifs de captation

Le travail de réalisation d'image permet de s'affranchir des contraintes techniques liées au mode de captation automatique. Les neuf caméras dont une en travelling sont la plus-value de ce monde de captation « manuel » : elles permettent non seulement d'obtenir une meilleure qualité d'image mais de fournir des plans qui servent de supports cohérents au débat de Forum. Contrairement à la captation via l'automatisation, la captation manuelle de l'émission permet un travail de réalisation qui ne consiste plus seulement à filmer « celui qui parle », mais aussi et surtout les réactions de son interlocuteur ainsi qu'à saisir l'atmosphère générale du studio. Pour le rédacteur en chef adjoint de l'émission : « *Tout l'enjeu réside dans le fait de parvenir à une forme de réalisation où la régie aurait véritablement les moyens de suivre ce qu'il se passe en plateau sans que le présentateur n'ait à se soucier de ce qu'il se passe en plateau* ».

Pour que l'auditeur ne soit pas « trop choqué » en zappant sur RTS2 et pour qu'il puisse « faire la différence entre la radio et la télévision », le rédacteur en chef adjoint nous explique que Forum a fait le choix de privilégier les codes télévisés pour déterminer les supports techniques visibles pour le spectateur. L'émission a en effet fait le choix d'opter pour des oreillettes avec des fils plus discrets à l'image que les traditionnels casques audio et aussi opté pour des micros sans bonnette qui paraissent plus petits bien que toujours fixés à la table.<sup>8</sup> Ces changements des dispositifs techniques modifient les indicateurs explicites du passage à l'antenne et ont constitué une forme d'adaptation des « gens de radio », car « *les réflexes des gens de la radio télévisée et des gens de radio ne sont pas les mêmes* », comme nous le confirme Stephan Mahrer. En studio radio, le moment où l'animateur met le casque et fait signe de la main représente la mise en alerte constitutive du moment de la prise d'antenne, comme pour l'allumage de la lampe rouge (Glaverec, 1960). A Forum, si ce sont les moments d'ouverture et de fermeture d'antenne qui sont le plus aisément identifiables pour les invités, ceux-ci ne les informent pas des moments où « ils seront vus à l'antenne », car la plupart rejoignent le studio en « cours de route » selon leur ordre de passage. L'invité sait à l'avance que l'émission est diffusée en direct et sans interruption musicale, ce qui rajoute une forme de tension au flux

---

<sup>8</sup> Forum n'utilise pas de micro-cravate.

visuel continu, car il n'y a pas d'alternance de « régime antenne » et « hors-antenne ». Contrairement à une situation radiophonique plus classique, le producteur ce dernier est visible ? ou le présentateur ? ou l'invité ? ne peut plus adopter certaines postures et gestuelle dont il avait l'habitude : la présence de la caméra ? vient modifier les habitudes du présentateur.

En modifiant ses rites de passage en antenne et hors-antenne, Forum a fait le choix de se détacher des éléments-objets qui constituent « la radio-type » et de privilégier l'esthétique visuelle d'un plateau télé, ce qui vient modifier la perception que nous nous faisons d'un studio d'émission radio. Nous avons tous en tête une image mentale assez précise des « signes » qui renvoient spécifiquement au « mode radio »: quelques exemples ici ?. Ces objets techniques *symbolisent* la radio dans l'imaginaire collectif.

En studio radio, le casque permet d'avoir « le retour audio » : la personne qui parle au micro s'entend parler comme l'auditeur l'entend sur les ondes, sans d'autres sons perturbateurs autour d'elle. Couplé avec des échanges de regards entre le studio et la régie, le casque est aussi l'objet du lien fondamental entre l'animateur et le technicien son, qui l'informe en continu des ajustements qui vont suivre. Ces échanges concernent par exemple la durée des titres de chansons en fonction de ce que doit dire ou rajouter l'animateur-journaliste ou des inforoutes à annoncer le plus vite possible<sup>9</sup>. Le technicien radio établit aussi la connexion avec la personne que l'animateur interviewe par téléphone ou par Skype, il lui indique quand elle pourra parler et « confirme ensuite la ligne » à son « binôme » en studio. Ce faisant, la personne en régie l'informe également de la qualité audio de l'appel. L'animateur peut lui répondre directement en appuyant sur un bouton spécifique pour qu'il l'entende en régie, ceci toujours dans les moments « hors-antenne » signifiés par le voyant rouge « on air » (Glaverec, 2014)<sup>10</sup>.

Lors de nos observations dans la régie de Forum, nous avons remarqué que les échanges entre les présentateurs et les techniciens audiovisuels étaient moins récurrents que dans les studios radio de La Première et de Couleur 3, observation confirmée par Ron Hochuli qui nous précise effectivement que : « *En télévision, c'est le présentateur qui suit les indications de la régie, or le propre de la radio, c'est que la régie suit ce que fait le présentateur* ». Ce mode de production est suivi par l'attaché de production, garant que l'émission se déroule dans de bonnes conditions

---

<sup>9</sup> Les inforoutes ont la priorité sur le contenu des émissions.

<sup>10</sup> J'ai pu observer ces points lors de mes passages à l'antenne pour faire les voix des auditeurs dans le « Deuxième service » pour *On en Parle* sur La Première.

et conformément à « la conduite » de l'émission<sup>11</sup>. Malgré ces quelques différences, nous avons observé que les échanges de regards entre les ingénieurs sons en régie et les présentateurs restent fondamentaux durant l'émission. Pour les journalistes et les présentateurs en studio, les techniciens sont des points de repère essentiels durant leur prise de parole au micro.

### 3.3. Les codes de l'image radiotélévisée

#### 3.3.1. Conserver la liberté radiophonique

Tout l'enjeu de la réalisation filmée de Forum consiste à éviter de plaquer les contraintes qui accompagnent la modélisation télévisuelle et la création d'une image « soignée pour l'écran » sur une émission qui reste de prime abord destinée à un public radio (Glaverec, 1960). En ce sens, Forum privilégiera toujours son *contenu* plutôt que sa *forme* et cela bien que certains éléments concernant l'image se situent encore dans une « zone grise ». Selon le rédacteur en chef adjoint, l'émission assume par exemple « [...] *qu'on voit des gens de la rédaction passer derrière les invités pendant le direct, qu'on aperçoit toute juste l'attaché de production installer son invité, etc. C'est moins clean qu'à la télévision mais c'est aussi plus humain* ».

Pour les présentateurs – producteurs – journalistes, l'ADN radio réside justement dans le fait de ne pas se soucier des « contraintes images » propres aux émissions de débats télévisuels, car une fois à l'antenne le présentateur doit « maintenir sa présence et assurer l'engagement de ses intervenants » (Glaverec, 1960 : 159). Les journalistes peuvent traiter des sujets « à chaud » et rapidement sans avoir « d'images filmées » pour illustrer les propos qu'ils tiennent en direct à l'antenne. Le but de Forum est de garder cette forme « d'amplitude de mouvements » si caractéristique du flux de l'information radio. A ce sujet, Mehmet Gultas, producteur et présentateur de Forum, nous confirment que la radio *en image* « *permet une certaine liberté. En télévision, le fait de ne pas avoir de supports en images représente une réelle contrainte. Il se peut même qu'on ne traite pas d'un sujet, car on n'a pas l'image. Dans un format comme Forum, nous ne sommes pas dépendant de ces images. On peut traiter de l'actualité à chaud et rapidement – on ne fait aucune concession sur l'info* ».

---

<sup>11</sup> En radio, la conduite de l'émission est le document où est noté le déroulement de l'émission selon les invités et les temps impartis pour chaque partie de l'émission. En télévision, c'est le script qui fonctionne plus comme un « chef d'orchestre » qui s'occupe de contrôler le script de l'émission défini minute par minute. Son rôle est plus central concernant le dispositif.

Si c'est bien la présence *en studio* qui est privilégiée pour les invités-experts de l'émission, ce n'est pas forcément pour obtenir une image plus « saillante », faite par des professionnels en régie ; c'est d'abord pour assurer l'oralité radiophonique des personnes qui se parlent en direct dans le studio (Fauré, 2013). Comme nous le verrons ci-après, c'est ensuite l'image, via les supports visiophoniques tels que Skype, qui sont privilégiés pour instaurer la présence des invités dans l'émission. Si l'invité ne peut être présent à l'image, cela ne constitue pas un obstacle pour intervenir dans l'émission puisqu'il pourra le faire via le canal audio. « L'enrichisseur » choisira ensuite sa « photo de profil » positionnée en dessus du « synthé » en plus d'un symbole de prise de parole pour signifier au spectateur que l'interlocuteur radio est en train de parler. Le terme « synthé », de l'anglais « character generator », est utilisé pour parler de l'affichage du nom, prénom et fonction d'un intervenant.

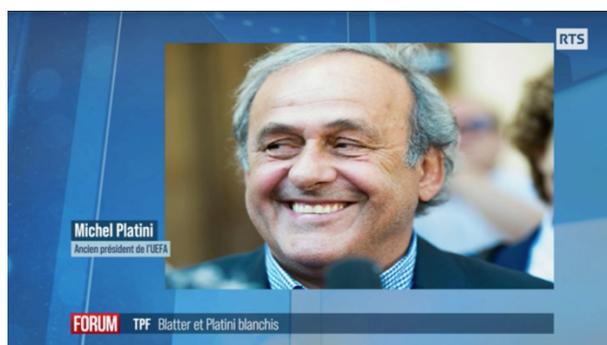


Figure n° 10 : vue à l'écran de la photographie de l'intervenant et du « synthé »

Le fait que l'image ne soit pas la condition de présence à l'antenne permet une très grande flexibilité aux « gens de radio ». Les journalistes peuvent décider rapidement quel sujet traiter dans la quotidienne selon l'actualité et ne pas être restreints par le nombre d'invités en studio, éléments qui demandent déjà une très grande coordination de la part des journalistes et des attachés de production<sup>12</sup>.

Pour ces raisons, le but de la rédaction n'est pas de « mettre en valeur » leurs interlocuteurs au sens esthétique du terme, mais tout d'abord de veiller à ce qu'ils soient dans les meilleures conditions possibles pour que leur passage à l'antenne se déroule convenablement. Les invités doivent par exemple être sûrs de ne pas être interrompus et se sentir le plus à l'aise possible depuis l'endroit où ils parlent, la qualité du son doit être la plus optimale – audible – possible.

<sup>12</sup> Lorsque j'ai fait mon stage de chercheur à *On en parle* sur La Première, une de mes tâches principales était de trouver de « bons intervenants » disponibles pour intervenir à l'antenne le jour de l'émission. Lors de ce stage, j'ai pu me rendre compte du travail de coordination sous-jacent que cela implique en amont d'une émission.

L'image doit également être bonne, mais selon des critères plus familiers qui la rapprochent plus de la qualité des appels visiophoniques en « zoom » que de celle des duplex que nous sommes habitués à voir durant les téléjournaux. Pour autant, l'équipe s'emploie toujours à rendre l'image la plus « propre » possible en recadrant l'image des autres studios de duplex de la RTS ou en demandant par exemple aux invités de régler la luminosité depuis l'endroit où ils se filment, etc.



Figure n°11 : le présentateur et l'image choisie par « l'enrichisseur »

Lors d'une de nos observations en régie, nous avons demandé à un des techniciens pourquoi il n'avertissait pas un des invités en visioconférence Skype depuis son bureau qu'elle était en train de se toucher les mains et que l'image n'était pas « très belle ». On m'a répondu qu'à ce moment-là, le fait d'interpeller l'invitée (par le biais du retour audio que permettent ses écouteurs) « la perturberait plus qu'autre chose » et risquerait d'avoir un impact plus négatif sur son interaction avec les journalistes (exemple du primat de l'audio).

L'émission est en effet « co-responsable » de l'image que renvoient ses invités. L'équipe de réalisation ainsi que l'attaché de production veillent à ce que celle-ci corresponde le plus possible à la *grammaire image* qu'a construit Forum. Contrairement au téléjournal, Forum ne dispose pas d'équipe de maquillage ou de costumière ni pour ses présentateurs, ni pour ses invités, ceci non seulement pour des raisons de moyens évidents, mais aussi pour garder la réactivité des équipes de rédaction si caractéristique de l'émission<sup>13</sup>.

<sup>13</sup> Un maquillage télé en bon et due forme prend 45 minutes à réaliser.

### 3.3.2. Que montrer

Lorsque les invités sont « bookés » en studio, une des tâches de l'attaché de production consiste à accueillir les invités dans l'espace prévu à cet effet. De là, ceux-ci attendent que l'attaché de production vienne les chercher suivant leur ordre de passage pour les installer dans le studio. Un des rôles de l'attaché de production consiste aussi à rassurer les intervenants en leur expliquant comme se déroulera leur passage à l'antenne. A leur arrivée au « STAM », ? celui-ci ?attaché de production était au masculin avant tente d'être le plus clair possible afin de diminuer le facteur stress des invités. Selon Goffman (cité par Glaverec, 1960 : 149) « [...] les studios de médias ont la particularité de rendre très fragile et *incertain* le passage entre la coulisse et la scène qui n'est plus défini spatialement, mais en termes de *champ* pour la caméra et d'ouverture de micro pour la radio. ». L'attaché de production leur explique qu'il y a deux entrées dans le studio, leur indique la place qui leur est attribuée autour de la table du studio et leur indique la sortie qu'ils doivent suivre à la fin de leur intervention. idem masculin ou féminin ? leur fait prendre connaissance des kits oreillettes qui leur permet d'avoir le retour du son et précise, pour leur confort, qu'« une seule oreillette suffit ». Elle leur indique ensuite où se trouve le volume des oreillettes et leur dit qu'ils peuvent prendre leur verre d'eau avec eux. Elle les rend attentifs au fait de ne pas coller leurs fiches sur le micro. Comme nous l'explique l'attaché de production, il arrive parfois que certains invités nous demandent s'ils peuvent prendre leur feuille de notes avec eux : « Je leur réponds qu'il n'y a pas de problème, tant qu'ils ne les collent pas au micro, ce qui viendrait gêner la prise de son. »

Si le fait de passer à la radio peut générer un certain stress pour les invités qui n'ont pas l'habitude d'intervenir dans les médias, le « facteur caméra » peut, selon les personnes, accentuer leur appréhension du passage à l'antenne. Tout le monde ne maîtrise pas les « codes de l'image » comme on l'entend souvent dans les théories de la communication. Dans une moindre mesure, le fait de savoir qu'on est filmé implique de facto qu'on ait conscience de l'image que l'on va renvoyer au public – qu'on se demande ce que le spectateur va *voir* quand il regardera l'émission. Outre ces éléments personnels et subjectifs, certains « codes de l'image télé » viennent influencer les tenues vestimentaires selon des prérogatives sociales des invités sur la scène médiatique : il y a des éléments « qu'on ne montre pas ». À part certains logos de vêtement trop voyant, les invités n'ont pas de « consigne vestimentaire » pour venir en studio, ils peuvent être habillés comme ils le souhaitent.

Par contre, il est arrivé que des personnes viennent en studio en portant une chemise sans réaliser qu'on verra la partie basse de leur corps. Dans ces cas-là, la rédaction demande explicitement à la régie de ne pas faire de plan sur ces jambes, ce sont des « codes images » qui ont toujours existé, nous confirme Ron Hochuli. Il rajoute ensuite : « *On peut voir les jambes de quelqu'un, ce n'est évidemment pas dramatique, mais il faut que la personne en ait conscience d'emblée. C'est pour ça que nous demandons aux journalistes qui book leur invité de bien leur expliquer dans quelles conditions ils viennent.* »

Un des problèmes qui se pose parfois est que le public s'*attend* à consommer un type de format selon le support qu'il utilise (télévision). En l'occurrence, la diffusion de Forum à 18h sur la chaîne RTS2 est un accès « prime time » inédit qui permet de diffuser un format radio à une heure de grande écoute. Les auditeurs – téléspectateurs qui sont amenés à « regarder la radio » ne comprennent pas toujours quel format leur est proposé dans leur écran de télévision, comme l'explique Ron Hochuli :

« En allumant le poste de télévision, les gens cherchent à consommer un produit télé. En regardant Forum, ils peuvent avoir l'impression que c'est un format inabouti, un peu bizarre. Ils se demandent pourquoi il y a des interviews Skype, pourquoi les présentateurs lisent trop leurs feuilles, etc. » La problématique soulevée par le rédacteur en chef adjoint nous évoque l'idée de Darras selon laquelle, encore aujourd'hui : « Chaque téléspectateur réinvestit tel ou tel programme en lui conférant un sens nouveau, en le rapportant à son expérience personnelle et à son capital culturel » (Darras, 2003 : 233). Comme nous l'avons vu, Forum utilise plusieurs codes différents empruntés au monde de la télévision et de la radio pour satisfaire un public plus hétérogène. Ceux qui écoutaient Forum depuis leur poste radio peuvent maintenant le faire via la télévision : ceux qui n'écoutaient pas Forum ont par exemple commencé à le faire via leur poste de télévision. Dans les deux cas, ces questionnements mettent en avant le besoin du public de saisir le format auquel il a à faire pour se l'approprier, pour se « sentir public » (Dayan, 2000 : 43).

Pour que les images de cette radio filmée « augmentée » se rapprochent d'un format « diffusable » à la télévision, les équipes de Forum mettent en avant une réalisation qui soit le plus possible « dynamique et vivante ». <sup>14</sup> Contrairement à la radio filmée pure qui filme presque

---

<sup>14</sup> Les termes « dynamique » et « vivant » ont été employé par le rédacteur en chef adjoint lors d'un débriefing après une émission.

uniquement les personnes qui parlent grâce au mode de captation automatique, la « radio télévisée » se doit de réaliser des plans qui reflètent « l'ambiance générale de la discussion ». C'est à ça que sert par exemple le « travelling », nous dit Ron Hochuli :

*« Une réalisation vivante c'est précisément le fait d'aller chercher des plans qui nous montrent le body langage de la personne qui écoute son interlocuteur. Elle doit aussi être dynamique, car les téléspectateurs sont habitués à ce que l'image aille vite, le but étant de filmer les réactions des invités quand ils sont dans leurs « rôles ».*

Les explications du rédacteur en chef adjoint nous montrent quel est *le sens de l'image* que les équipes de rédaction aimeraient donner à leur émission. Le travail de réalisation d'image prend toute son importance dans les effets de narrations visuels qu'elle peut apporter. Par exemple, lors de séquences un peu plus longues et un peu plu « riches » du point de vue du débat, ils ont aussi le temps de se coordonner avec l'enrichisseur d'image et la personne aux cadres (qui recadre les plans des caméras à l'image). Lors de nos observations de terrain, nous avons remarqué le souci de l'équipe à bien communiquer en son sein : chacun s'ajuste avec son collègue, ils se parlent et se comprennent sans même se regarder- à la manière d'une chorégraphie bien rodée. L'attaché de production fait le lien entre ces deux espaces séparés par une vitre ; il est le garant que l'émission avance conformément à la conduite du jour, ceci entre plusieurs allers-retours pour aller chercher les invités et les placer en studio devant les micros qui leur ont été préalablement attribués.

### 3.3.3. Quand l'image fait *parler* autrement

L'un des constats faits par l'équipe de rédaction de Forum est que l'instauration des caméras dans le studio est venue modifier le rapport à l'oralité des « gens de radio », comme nous l'explique le rédacteur en chef adjoint : « A l'époque, notre radio était peuplée de journalistes provenant de la presse écrite qui venaient *lire* leurs papiers à l'antenne. Paradoxalement, nous nous sommes dit que le fait d'avoir des caméras pouvait nous *rapprocher* du média ». Lors de nos entretiens avec plusieurs des intervenants de la RTS, nous leur souvent demandé si, selon eux, le fait d'être conscient d'être filmé venait changer leur manière de parler à l'antenne. A cet égard, notons que l'émission Forum ne situe pas dans le registre de « l'intime » ; elle n'est pas une émission du type du témoignage, ou du registre confessionnel (Cardon, 1997). Elle n'est pas non plus une émission du type des grands entretiens qui vont « chercher dans les tréfonds

d'une personne » pour obtenir des phrases cultes ou des dérapages comme une certaine émission qui « parle aux yeux » pour marquer les esprits. Forum est en effet le lieu du débat médiatique qui place le présentateur ou les journalistes et les invités au centre du dispositif médiatique. Au sens de Sandré, le débat présente deux rôles interactifs tenus par ceux-ci ; celui de l'animateur (le présentateur) et celui des débattants (les invités – experts) (Sandré, 2013 : 119). Si le présentateur organise les séquences d'ouvertures et de fermeture, gère la distribution des tours de paroles et pose les « bonnes questions » selon la ligne éditoriale de l'émission, ce sont les invités qui détiennent l'essentiel de la parole et sont incités à développer leur point de vue sur le sujet (Sandré, 2013 : 125).

Force est de constater que pourtant, pour Forum, le fait d'avoir instauré des caméras dans le studio n'a pas été la conséquence d'un changement dans les dynamiques langagières, mais plutôt le *moyen* de venir les modifier, et « ceci pour le mieux » rajoute Ron Hochuli : « *Assez naturellement, quand on parle plus qu'on ne lit, on réduit aussi un tout peu le débit de parole. On a une narration qui est plus fluide et qui permet de mieux intégrer l'auditeur* ». Nous avons là un l'exemple de communication verbale qui s'est adapté au dispositif technique (Fornel, 1994). Les caméras ont fait « lever la tête » des journalistes en studio, les caméras les ont contraints à porter leur regard sur leur interlocuteur et à échanger de manière moins « artificielle ». Selon Glaverec (1960), la « convergence des regards » est nécessaire dans l'interaction radiophonique. En détachant leur regard de leur texte pour être présent à la caméra, le présentateur montre « des marques d'attention et d'intérêt » à son interlocuteur (Glaverec, 1960 :159). Ce qui se faisait loin du micro comme le fait d'avoir le regard plongé dans ses notes se fait moins, voire plus du tout. En ce sens, les présentateurs et les journalistes font concrètement plus attention à la personne qu'ils ont en face d'eux et lorsqu'on les regarde, nous éprouvons le même sentiment. Lors de notre entretien, le rédacteur en chef adjoint nous a précisé qu'il n'était pas pour autant question de baisser l'exigence éditoriale de l'émission en vulgarisant le langage et en enlevant du contenu, mais de rendre l'émission plus accessible en travaillant sur une narration qui soit compréhensible au plus grand nombre<sup>15</sup>.

Si la formule filmée de Forum a permis de fluidifier la narration des journalistes-présentateurs, il n'empêche que l'instauration des caméras a parfois rajouté des biais qui « transgressent » le

---

<sup>15</sup> Ron Hochuli ajoute qu'il y a quatre ou cinq ans, la RTS avait réalisé des panels quantitatifs pour l'émission de Forum, qui montraient que le public souhaitait que l'émission soit un tout petit peu plus « accessible » et « compréhensible ».

langage de la radio. Dans la partie « Forum des idées » à la toute fin de l'émission, il arrive que les invités viennent en studio avec des objets en format miniature ou des maquettes pour illustrer leur projet ou leur invention. Le défi est d'autant plus grand pour le présentateur qu'il doit parvenir à décrire ce qu'il voit de manière précise afin de « rendre présente la chose absente » (Kaufmann, 2008 :1001) dans l'esprit de l'auditeur – cela sans jamais oublier que malgré la présence du dispositif filmique, le primat est donné à l'auditeur qui doit d'abord parvenir à « comprendre sans voir ». En d'autres termes, la séquence doit d'abord être compréhensible « radiophoniquement ».

A cet égard, l'une de nos observations de terrain a fait ressortir la prévalence de la description radiophonique de l'animateur radio ou du « présentateur », notamment lorsqu'il s'agit de Forum.<sup>16</sup> Ce jour-là, Renaud Malik interviewe Tobias Langscheid, consultant pour la société 3D Wind AG, dans une séquence d'environ six minutes intitulée « Des éoliennes qui s'inspirent du mouvement des oiseaux » dans sa partie « Forum des idées » en fin d'émission<sup>17</sup>. L'invité est en duplex des studios de la RTS à Berne. Alors que l'interaction a déjà commencé, le technicien en régie remarque quelque chose de « non-identifiable » à l'image. En changeant le cadrage depuis son poste, nous voyons que l'intervenant a pris avec lui une version miniature de son invention pour expliquer son projet à l'antenne. Celui-ci a même collé un post-it sur l'une des ailes de sa maquette pour montrer dans quel sens tournaient les ailes de son éolienne. Pour s'aider, il a également pris des feuilles de notes avec lui, qui sont posées sur la table où est fixé son micro.

---

<sup>16</sup> Lors de notre travail, nous avons relevé que les termes « d'animateur » et « studio » concernaient spécifiquement « l'environnement radio » alors que pour Forum, c'est le terme de « présentateur » qui est toujours employé. Il est intéressant de relever que pour Forum, le lieu d'enregistrement conserve la dénomination de « studio » et non pas de « plateau » comme on le fait pour les studios de télévision.

<sup>17</sup> Émission du 30.06.2022 disponible en « replay » sur : <https://www.rts.ch/play/tv/forum/video/forum-des-idees-des-eoliennes-qui-sinspirent-du-mouvement-des-oiseaux?urn=urn:rts:video:13212521>

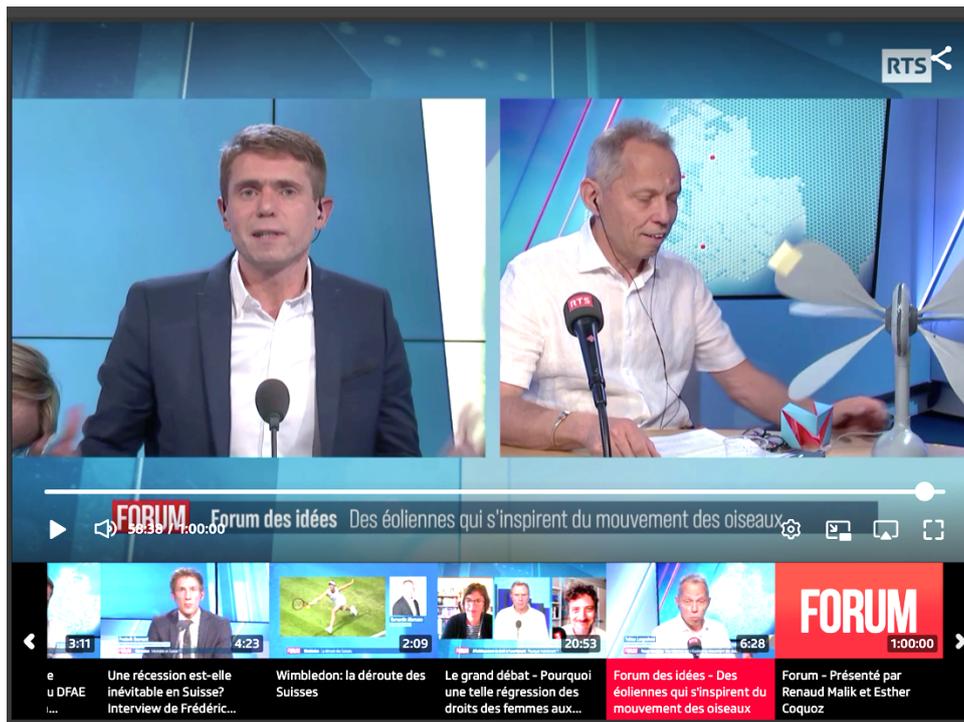


Figure n°12 : l'échange entre le présentateur et son invité. Émission du 30.06 2022

A ce moment précis, même si le présentateur peut *voir* le plan fixe sur son invité, comme les téléspectateurs d'ailleurs, celui-ci doit toujours avoir conscience qu'il parle tout d'abord à un public constitué principalement et en premier lieu d'*auditeurs*. Cela signifie qu'il doit *décrire* l'objet de manière la plus précise et distincte possible, comme devrait le faire un journaliste en studio de radio, ce qui, pour ce genre de sujets « plus techniques », n'est pas forcément chose facile car il doit parfois vulgariser des termes scientifiques. Comme nous l'explique Ron Hochuli après lui avoir raconté cet épisode : « *Le présentateur est alors face à un défi encore plus grand. Il doit trouver les bons mots pour décrire ce qu'il voit tout en ayant conscience que ses auditeurs ne verront pas ce qu'il décrit comme peuvent le faire les téléspectateurs* ».

Le présentateur doit en effet conserver la ligne éditoriale de Forum qui consiste donc à « toujours privilégier l'auditeur », ceci en dialoguant avec un interlocuteur qui n'a pas forcément conscience du primat qui est donné à l'audio et qui s'appuie, peut-être trop, sur le fait qu'il est filmé pour expliquer son propos. Par exemple, lorsque Renaud Malik dit : « *Je vois que vous avez apporté avec vous votre nouveau type d'éolienne* », il signifie en même temps à son interlocuteur qu'il le voit à l'image et que le dialogue peut continuer mais aussi aux auditeurs que l'interaction de radio est filmée. Lorsque nous avons demandé pourquoi le présentateur ne pouvait s'aider du fait que l'émission était diffusée sur des supports de visionnage, on nous a expliqué que « *même si la réalisation image de l'émission est destinée à*

*d'autres supports de diffusion, l'auditeur ne doit jamais sentir qu'il a besoin du visuel pour comprendre ce qui est dit à l'antenne. Le primat est toujours donné à l'auditeur. »*

#### 3.3.4. Jeux de regards

Lorsqu'un invité ne peut être présent physiquement en studio, les moyens techniques mis à disposition en régie permettent d'instaurer un autre *mode de présence antenne* à l'aide d'un grand écran installé à la gauche du présentateur – à notre droite lorsque nous les regardons. L'image des invités qui se filment eux-mêmes depuis chez eux ou de leur bureau -idéalement - est diffusée à l'antenne dans cet « écran dans l'écran ». Depuis son poste, l'invité voit ce que nous voyons à la manière des supports de type vidéoconférence (Zoom, Teams, etc.) Il n'empêche que pour répondre à son interlocuteur, le présentateur « nous regarde » alors qu'il *lui* répond. Le présentateur a en effet le retour en image de son interlocuteur sous l'œil de sa caméra en plus petit, par ordre de passage des répondants. Pour celui qui regarde l'émission, cela correspond plus concrètement à un plan de deux personnes côte à côte qui se parlent dans un même lieu, dont une « dans » un écran, sans se regarder. Ron Hochuli nous confirme en effet que ce mode de filmage est typique de la grammaire image à la TV : « Quand on a quelqu'un en duplex, la seule manière de donner au spectateur l'impression qu'il y a un regard, c'est de regarder la caméra. Si le présentateur se tournait pour regarder l'écran à sa gauche, cela ferait vraiment bizarre. » Ce genre de plan long est cependant assez rare, l'usage voulant que le réalisateur en régie mette ces deux plans ensemble en « combo » double ou triple selon le nombre d'interlocuteurs – ce procédé évite que le spectateur se sente « exclu » de la discussion.

Si le présentateur ne se tourne pas du côté de l'écran qui fait « entrer son interlocuteur » dans le studio, c'est bien pour préserver « le régime du réel » qu'il a instauré avec nous. C'est ce que nous explique Véron dans son texte « Il est là, je le vois, il me parle » (1986). Dans son approche du dispositif d'énonciation que constitue le journal télévisé, il souligne l'importance du contact visuel dans la transmission de l'information et la confiance mutuelle. Dans Forum, le présentateur effectue la même « opération fondamentale » lorsqu'il nous regarde dans sa caméra. Le regard caméra représente en effet la condition fondamentale de l'ordre du contact – et donc du lien - pour la « production de sens » à travers différents supports. Bien que le présentateur s'adresse à plusieurs milliers d'auditeurs au même moment, ce regard caméra, cet « axe X-Y » soutenu par le présentateur nous donne l'impression qu'il s'adresse directement à nous en tant qu'individu (Véron, 1986). Bien que cet échange de regards ne soit pas

véritablement réciproque, tout comme l'oreille ne fait que « recevoir le son » lors de l'écoute radiophonique, le téléspectateur a besoin de ce « connecteur » pour « croire à l'événement médiatique ». Ces regards peuvent se moduler différemment, et c'est le cas dans Forum, selon que le présentateur s'adresse à son public directement (ouverture, changement de sujets, fermeture) ou à ses invités lors de l'échange conversationnel. Si, dans une production télévisuelle, la lecture de son papier fait plutôt figure d'exceptionnalité, notamment par la présence de prompteurs en plateau, ces regards peuvent néanmoins être modulés différemment dans une émission de radio télévisée. Ces regards sont en effet plus ou moins soutenus selon les moments de l'émission car rappelons-le, Forum a fait le choix de conserver sa liberté radiophonique en conservant parfois certains réflexes « purement radio » lors de moments plus « lus à l'antenne ». Les sujets sont traités à chaud et même jusqu'à la dernière minute et avec plusieurs intervenants, ceci avec des moyens plus restreints que les productions télévisuelles. Le fait que le présentateur ou que le journaliste lise son texte à l'antenne est donc « *totale*ment assumé » par les équipes de production et de rédaction de l'émission.

Lors de notre entretien, le rédacteur en chef adjoint rajoute par contre que « *L'invité ne doit jamais regarder la caméra. Le spectateur est habitué à un genre de captation assez traditionnel* ». Pour faire passer son message, l'invité répond directement à son interlocuteur en le regardant dans les yeux. Cet échange de regards représente « la ligne droite entre les yeux » dont parle Simmel dans son « Excursus sur la sociologie des sens » (1999). Selon lui, le moindre écart à cette ligne « détruit entièrement l'unicité de cette relation et c'est aussi suivant cette logique que les caméras ont été disposées dans le studio (Simmel, 1999 : 630). Pour Simmel qui considère la perception des sens comme le moyen de « connaître l'autre », la vue, et plus particulièrement le regard « les yeux dans les yeux » est l'instant où se fonde l'unicité de cette relation réciproque si particulière avec l'autre. Ces regards dans les yeux de l'autre nous permettent à la fois de nous distinguer les uns les autres mais aussi et surtout à nous *connaître* puis à nous « reconnaître ». Cette relation, se fonde dans « le regard face à face » qui, selon lui, est l'action qui permet d'appréhender l'autre et de créer un lien avec lui (Simmel, 1999 : 630). La fonction de l'œil, « reine des sens » (Parret, 2002 : 85), permet ensuite d'envisager l'autre grâce à son *visage* et la quantité d'informations qu'il contient. En ce sens, le regard est « l'action la plus pure qui puisse exister » et le fait de « présentifier » ces échanges par le biais des dispositifs techniques de captation – considérés comme des instruments techniques - permet à l'équipe de Forum d'accroître la capacité « d'illusion référentielle » dont le spectateur a besoin (Kaufmann , 2008 : 100) . Ce sont précisément ces perceptions et la restitution de ces liens que

l'émission met en image par le biais de son mode de scénarisation : le principe de l'émission est ainsi régi par une relation triangulaire, l'invité répondant aux questions du présentateur *pour* l'auditeur.

Si cette relation triangulaire tient lorsque les invités répondent directement aux personnes présentes en studio, que ce soit des présentateurs, des journalistes ou des autres invités en face d'eux<sup>18</sup>, qu'en est-il lorsque leurs interlocuteurs ne sont pas présents physiquement dans le studio ? Ces derniers sont parfois présents *via* un grand écran, un écran qui peut être disposé soit assez loin dans le studio et face à l'invité pour le côté gauche de la table depuis la régie, soit derrière eux s'ils sont placés du côté droit de la table.

Lors de la conception du studio, Stephan Mahrer, responsable de la mise en image de la production radio, nous a expliqué qu'ils avaient installé un retour image destiné spécifiquement aux invités présents autour de la table dans le studio pour qu'ils puissent voir les interlocuteurs auxquels ils s'adressent. Ce retour image est projeté par de petits projecteurs sur une feuille transparente (comme un papier calque) en dessous de l'œil de la caméra qui les filme, en face d'eux, légèrement sur les côtés. De petite taille, il a été disposé spécifiquement à cet endroit pour ne pas trop attirer l'attention des spectateurs sur celui-ci mais pour qu'il soit visible par les invités d'un côté ou de l'autre de la table.



Figure n°13 : le retour image de l'invité projeté sur la feuille de calque

---

<sup>18</sup> L'usage veut que l'on place les répondants des interlocuteurs en face d'eux concernant les mêmes sujets pour éviter que le débat ait lieu entre deux personnes côte à côte qui devrait se tourner pour se parler ; cela exclurait les présentateurs de la conversation et poserait en même temps des problèmes de captation de l'image car on ne verrait pas les visages des deux interlocuteurs.

Sur ce retour image projeté en plus petit, les invités voient en simultanément *ce que l'auditeur voit* en direct dans son écran d'ordinateur, de smartphone, de tablette et évidemment, de télévision. Depuis sa place, il voit donc l'image telle qu'elle est diffusée à l'antenne grâce au travail des équipes de réalisation effectué en régie derrière la vitre qui les sépare du studio. Selon Stephan Mahrer, le problème est qu'au lieu de regarder les retours images conçus spécifiquement à cet effet, les invités ont « *soit tendance à regarder directement l'image du grand écran, destinée aux personnes qui visionnent l'émission, soit même sur les petits écrans disposés au cœur de la table qui, eux, sont destinés aux gens de radio qui mènent l'émission* ». Pour le téléspectateur, cela donne lieu à des discussions entre trois voire quatre personnes qui se répondent, et donc qui se *regardent* évidemment « en vrai » mais qui regardent *aussi* en direction de cet « écran dans l'écran ».



Figure n°14 : vue du studio depuis la régie de « l'écran dans l'écran »

Dans ces moments, le présentateur qui *nous* regarde ne porte pas son regard dans la même direction que ses invités, ce qui peut avoir comme effet de l'exclure visuellement de la conversation. Il porte en effet son regard vers la caméra en plan fixe devant lui ; depuis laquelle un écran projette le retour image de ses interlocuteurs par ordre de passage juste en dessous de l'œil de la caméra. Malgré le travail de réalisation de la régie, la disposition de ces supports de captation vidéo et visiophoniques qui permettent la présence en simultanément de plusieurs intervenants dans le débat donne parfois lieu à des « erreurs de grammaire image ». Comme l'explique Stephan Mahrer :

« C'est ce qu'on appelle la règle des 180°. C'est une règle immuable selon les codes tv, mais comme toute règle, elle est faite pour être transgressée... Quand nous filmons deux personnes en interaction, nous devons toujours rester du même côté que les 180°. Si l'on tire un trait entre ces deux personnes, les caméras doivent toutes être disposées du même côté. A Forum, on est en 360° étant donné qu'il y a des personnes à gauche, au milieu (les présentateurs) et à droite de la table. Quand nous filmons l'interview avec les présentateurs et les invités présents en studio, nous pouvons rester dans ces 180°. Or le grand écran qui permet de faire entrer l'invité dans le débat via l'image – de l'un de nos studios en duplex ou de chez eux en Skype – se situe tout juste sur cette ligne des 180°, c'est compliqué. »



Figure n°15 : vue du studio depuis la régie des « jeux de regards »

L'explication du responsable nous montre de quelle manière les dispositifs techniques et plus spécifiquement ici leur disposition spatiale influent sur la mise en scène télévisuelle de « l'émission radio ». Celle-ci est le fruit de constantes négociations concernant la réalisation d'une grammaire image cohérente et « lisible » pour le téléspectateur, de contraintes techniques mais aussi physiques du studio : « *Il est difficile de placer cet écran au bon endroit, il devrait être un peu plus proche de la table mais je suis gêné par le grand pilier du bâtiment.* » concède Stephan Mahrer. <sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Le studio de Forum a été en lieu et place des anciens espaces de travail du bâtiment de la RTS de Lausanne à la Sallaz. Cette partie du bâtiment a été annexée pour agrandir les locaux de la radio. Les grands piliers ainsi que les cylindres qui ont été légèrement traités acoustiquement ont été éclairés en bleu pour ajouter de la cohérence au décor du studio Forum et constituent des « gestes scénographiques ».

C'est donc grâce à la captation manuelle, permise par les dispositifs techniques, que les réalisateurs peuvent nous diffuser l'image de manière à ce qu'elle soit compréhensible, fluide et lisible. Forum a en effet pour objectif d'intégrer le destinataire, donc ses « téléspectateurs », dans son dispositif médiatique. C'est ce que Kaufmann (2008 :88) explique au sujet de la « communication triadique référentielle » : celle-ci repose sur la rencontre des attentions et de l'orientation commune vis à vis d'un tiers, orientation commune qui permet de se sentir appartenir à un collectif ou, comme le dit Dayan (2000) de se « sentir public ». Le but des dispositifs techniques est de permettre au spectateur de donner *du sens* à ce qu'il voit grâce à *ses sens*, justement. C'est précisément la création de cet « ordre symbolique » qui est au coeur de la forme de communication triadique, de la « tiercéité » propre au format radiotélévisé de Forum. Ce dernier instaure la mise à distance nécessaire à la réalisation d'un « dispositif d'attention conjointe », ici dans un format hybride. Sous l'angle de la communication de type symbolique dont nous parle Kaufmann (2008), le format radiotélévisé de Forum apparaît comme un objet médiatique à part entière. C'est peut-être en ce sens que le rédacteur en chef adjoint dit considérer Forum comme « *un véritable laboratoire* » et qu'il souhaite parvenir à « *estomper la vision binaire du public* » qui s'attendrait soit à consommer un produit de radio, soit un produit de télévision.

#### 3.4. Intégrer la voix de retour

L'importance d'avoir une présence sur le web et les réseaux sociaux a été la raison principale de l'instauration des dispositifs de captation dans les studios radio à la RTS, que cela soit pour le studio de radio filmée de Couleur 3 ou pour le studio de radio « télévisé » de La Première qui sont nos deux études de cas. Alors que le dispositif de captation automatique privilégie un flux vidéo continu, sur le site internet de la RTS comme sur l'application de Couleur3<sup>20</sup>, Forum met en avant son travail de réalisation et souligne les moments charnières de l'émission sur plusieurs supports. Sur le web, l'émission « fragmente » en effet son contenu en « découpant » et nommant les parties selon l'ordre de passage des intervenants et les différentes thématiques. Cette forme d'écoute délinéarisée et segmentée est le propre de la radio dite « enrichie » qui propose sa propre temporalité (Guglielmone, 2012). Certaines de ces séquences sont ensuite

---

<sup>20</sup> Le flux vidéo de Couleur 3 peut être visionné sur l'application « Couleur 3 ».

isolées et publiées par « le web » sur le site d'RTS Info selon les choix éditoriaux des journalistes de la chaîne (actualité, dossiers, thématiques).

Pour mettre en avant ses séquences filmées, Forum a investi les réseaux sociaux grâce à l'aide d'une « community manager » qui a pour but de « promouvoir l'identité de Forum et de la RTS » en créant du lien avec ses « communautés ». Léa Sélini, journaliste et community manager pour Forum, fait du recoupage d'émission en choisissant elle-même les extraits d'émissions qu'elle va mettre en valeur sous différentes formes selon le réseau. Forum est présent sur le Facebook d'RTS info, Twitter, LinkedIn et prochainement sur Instagram non seulement via le compte « rtsinfo » mais aussi prochainement grâce à des formats « reels » spécifiquement créé pour le réseau social. Concernant Instagram plus précisément, nous nous étions demandé pourquoi l'émission n'avait pas de compte Forum spécialement conçu et alimenté à cet effet. La community manager et le rédacteur en chef adjoint nous ont tous deux répondu qu'Instagram n'était pas compatible en termes de format car le travail de montage qui devrait être réalisé à cet effet « dénaturerait » les propos tenus en studio par les intervenants. « *Ça ne marcherait pas* », nous dit Léa Sélini, « *les extraits du format de radiotélévisée sont trop longs pour être déployés de manière cohérente sur ce réseau* ». Il s'agira donc de recréer du contenu en fonction du produit final que requiert Instagram. Le rédacteur en chef adjoint rajoute que « *Cela correspondait aussi à la ligne de la RTS de manière plus globale de ne pas trop fractionner les communautés mais au contraire de les rassembler car il est vrai qu'à un moment donné chaque émission faisait son propre compte Instagram et déclinait son contenu à sa façon* ». Comme le montrent Spina & Viallon (2016), la transformation des médias de l'information en média sociaux a eu pour conséquence « l'augmentation de la fragmentation de l'audience ». En délinéarisant son contenu (Glaverec, 2016), Forum est devenu « un auditoire multiplateforme fractionné » (Spina & Viallon 2016) et à travers les réseaux sociaux, on demande au public d'adopter un rôle participatif. Concernant l'audience justement, notre interlocutrice regrette qu'on ne considère pas encore le nombre de vues sur les réseaux comme une « *audience noble* » dans les calculs de l'audience comme pour les canaux traditionnels<sup>21</sup>. Elle rajoute : « *Après tout, l'émission, qu'elle soit regardée à la radio, écoutée sans sa voiture*

---

<sup>21</sup> Lors de notre entretien avec Ron Hochuli, nous avons appris que Forum avait environ 45'000 auditeurs par soir. Il nous a ensuite expliqué la manière d'interpréter ce chiffre : « Alors c'est plus que 45'000 personnes : un auditeur c'est l'équivalent d'une personne qui écoute 60 min la radio, or on sait que la durée moyenne est de 20 minutes. Donc, si on part du principe que l'écoute moyenne est de 20 minutes et qu'on a 45'000 personnes, il faut multiplier ce nombre par trois. On passe alors de 45'000 auditeurs à 55'000, par moment 60'000. En télévision, on est à peu près à 15'000, tendance montante.

*ou regardée sur son téléphone via une séquence vidéo n'a pas vraiment d'importance, tant qu'elle a été vue, consommée d'une manière ou d'une autre* ». Pour la community manager, il faut atteindre le « public là où il se trouve » car aujourd'hui, le public choisit « le contenu, le moment et le moyen de visionnement » de consommer son média tout en ayant pris l'habitude de faire plusieurs activités en même temps (Spina & Viallon, 2016 :105).

Comme nous venons de le voir, le défi de Léa Sélini est « *d'adapter le contenu au langage propre à chaque réseau* » en mettant en valeur les extraits d'émission – la partie modération de contenu – et en créant du contenu à partir des images radiotélévisées. Pour créer une « valeur ajoutée » à ses contenus, la community manager fait des choix qui sont non seulement dictés par « l'actualité chaude » mais aussi et surtout par des séquences propres à Forum où sont interviewés des experts et des invités politiques. L'émission poste aussi des séquences appelées « Sur le vif » qui sont des moments où les invités répondent aux présentateurs ou des « dialogues » où les journalistes font des points sur des questions plus particulières. Pour les sujets « *un peu plus techniques* », ce sont les séquences du présentateur parlant avec un journaliste qui sont privilégiées, « le décryptage ». En plus de bien connaître « sa communauté », Léa Sélini nous explique qu'elle doit aussi prendre en compte « l'impact de ses publications » via des indicateurs mesurant la portée et l'engagement (le nombre de cliques et de partages de la vidéo) qu'elles suscitent tout en ayant conscience que les modes de consommation de l'information ne sont pas les mêmes sur ces réseaux que sur le web :<sup>22</sup>

« Sur les réseaux, il faut que ça aille vite. On dit en général qu'il ne faut pas dépasser une séquence d'une durée de maximum deux minutes. Parfois, le sujet est tellement dense que je recoupe les moments les plus forts du débat tout en devant garder une forme de parité entre les intervenants. J'ai deux buts : que les gens regardent ma vidéo, un minimum à moitié, au mieux en entier, et qu'ils la partagent ensuite. »

Si le primat est d'abord donné à la saillance du sujet avant les caractéristiques techniques de l'image concernant les choix de publication, force est de constater que celles-ci sont indispensables pour décliner l'émission sur les différents réseaux susmentionnés. « *Les séquence du « Forum des idées » « fonctionnent bien sur le réseau LinkedIn par exemple. Elles*

---

<sup>22</sup> Pour les réseaux sociaux et concernant ces indicateurs, Léa Sélini utilise le terme de « KPI » issu de l'acronyme anglais « Key Performance Indicator ».

*permettent de mettre en lien des personnes avec les mêmes centres d'intérêt personnels et professionnels. « Sur Twitter, ce sont plutôt des séquences plus politiques ou purement journalistiques dans les réseaux qui touchent de près ou de loin à la sphère médiatique. »* précise ensuite Léa Sélini. Pour Facebook, celle-ci rajoute que se sont plus les sujets de société qui marchent bien ou les « *FaceCam* ». Les « faces caméra » ne sont pas des extraits d'émission mais des séquences spécialement réalisées pour la publication de ce réseau social. La journaliste et community manager crée une séquence avec les présentateurs ou les producteurs pour dire quelques mots sur un sujet de société ou d'actualité concernant des émissions spéciales ou des émissions d'été.

Lors de notre entretien, la community manager s'est employée à nous expliquer de quelle manière son travail consistait à restituer *le sens* de ce qui est dit pendant l'émission en faisant des « assemblages images » réalisés à partir « *de la matière finie de l'émission* » – du format créé par les équipes de réalisation en direct en régie. Contrairement aux « gens de radio » qui privilégient l'oralité radiophonique pour atteindre ses auditeurs, Léa Sélini, en « bout de course », utilise les images de Forum pour affirmer sa présence et générer sa visibilité sur les réseaux. Pour ce faire, il lui *faut une image* « qui bouge » :

« Les plans vidéos des intervenants qui parlent montrés par leur photo ne marchent pas. Pour que l'on est envie de regarder la vidéo, il faut que l'œil soit capté dans les trois premières secondes. J'ai idéalement besoin d'une image filmée de l'intervenant en studio qui met en même temps en avant notre studio et qui est plus propre qu'une vidéo Skype. Si la qualité de l'appel vidéo n'est pas trop mauvaise, je peux aussi l'utiliser. »

Notre interlocutrice nous précise aussi qu'elle n'a pas non plus forcément besoin de l'image des deux intervenants qui se répondent pour publier une séquence vidéo. Lorsqu'elle poste des extraits courts de trente secondes, l'espace texte prévu à cet effet lors de la publication permet de le contextualiser car les deux sont « *complémentaires* ».

En plus de l'image, Léa Sélini nous explique que la présence des sous-titres est absolument primordiale pour qu'une vidéo ait de l'impact sur les réseaux. Ce point, lié aux usages de consommation sur les réseaux a particulièrement retenu notre attention car la community manager nous apprend que « *le son est beaucoup moins important que la présence des sous-titres à l'image car ceux-ci permettent de consommer la séquence à n'importe quel endroit et*

*moment de la journée, sans avoir d'écouteur* ». Autrement dit, le spectateur coupe le son de sa vidéo pour pouvoir la consommer à son bon vouloir et rend de ce fait son image « muette » chose assez paradoxale si l'on se suit ce résonnement pour une émission de prime abord radiophonique (Bourdon, 1997 :71). Pour que la séquence soit compréhensible et que nous continuions à la visionner, nous avons donc nécessairement besoin de sous-titres qui soutiennent l'image que nous sommes en train de regarder. L'image est alors littéralement *lisible* ; selon notre logique, nous sommes en fait en train de *regarder* et de *lire* une émission de radiotélévisée - de la *regarder* pour qu'elle nous parvienne via le support que nous utilisons à ce moment-là et de la *lire* pour comprendre ce qu'elle veut nous « raconter ». Dans les deux cas, une image muette n'a que peu de sens pour son destinataire – même que celle-ci soit investie par des « corps communicants » (Fauré, 2013 : 5). Si l'on peut le dire ainsi, l'image a besoin « d'une forme d'oralité » pour nous communiquer son langage comme le fait Bourdon quand il énonce que : « S'il est des images, il faut parler. Les images muettes sont rarissimes, le regard muet plus encore ; ce dernier est littéralement insupportable en télévision. Qu'est-ce, après tout, qu'un regard dirigé vers vous, et muet ? » (Bourdon, 1997 :71). Ce langage peut donc s'exprimer soit directement par la voix et par l'ouïe, sa fonction-sœur (Dufrenne, 1987 : 55) soit par le regard et donc par l'œil, lorsqu'on nous *lisons* ce que les gens *disent* dans l'émission. Ces déploiements nous montrent qu'il est possible de réinvestir le mode d'accès initialement prévu par les dispositifs de captation pour parvenir différemment à nos « champs de perceptions » (Simmel, 1999).

Lorsque Ron Hochuli, rédacteur en chef adjoint de l'actu radio nous expliquait la volonté de Forum « à ne pas choquer » les téléspectateurs tout en assumant de diffuser des images de radiotélévisée avec des codes différents. Il nous expliquait aussi que de l'autre côté, « *le public web et des réseaux sociaux n'aimait pas forcément les codes tv car ceux-ci instauraient une forme de distance entre eux et le public* ». Dans cette idée, les grammaires images de « ces médiasphères » (Vannier, 1994) doivent correspondre le plus possible au format et « au mode de publication » des séquences finales « en bout de course ». Pour faire correspondre les contenus au langage propre de chaque réseau, Léa Sélini dit faire un léger travail de retouches images en « post production » en ajoutant « une touche de lumière » sur les séquences : « *Cela correspond plus à la grammaire image de ces réseaux sociaux où les images sont très lumineuses et plus contrastées* ». L'imbrication d'un travail de réalisation « sur » un travail de réalisation déjà effectué grâce à différents types de captation manuelle permet d'instaurer une grande proximité avec les différents publics et communautés qui écoutent et/ou regardent de Forum.

## 4. A la recherche d'autres voies

### 4.1. Encodage : le projet webradio

Comme le rappelle Crozat, la radio « augmentée » a pour objectif de « transposer un média, la radio, sur un autre média, internet » pour reposer la question des usages du média audio (Crozat, 2007). Tel était le défi d'*Encodage*, un projet de création d'une émission de webradio qui a vu le jour en 2020 sous l'impulsion d'Adrian Anton, avec lequel nous avons co-produit l'émission. L'ambition était de créer « un nouveau langage » qui permettrait d'appréhender l'art autrement, en mobilisant, grâce à l'image et au son, les deux sens que sont la vue et l'ouïe.

Pour donner vie à ce projet, nous avons fait appel à des photographes (Aline Fournier, Pedro Ribeiro et Julia Wimmerlin) pour réaliser des interviews sous forme de longs entretiens pour mettre en valeur leur travail. Selon le principe d'*Encodage*, chaque photographe a dû choisir dix photographies provenant de leur corpus ainsi que dix musiques à associer à chacune d'elles selon les critères de leur choix. Cinq de ses combinaisons image-son étaient ensuite présentées dans l'émission ; les cinq autres disponibles ensuite sur le site internet de la « Web-radeeo »<sup>23</sup>. Nous précisions à l'avance à nos intervenants qu'il n'y avait pas de « bonnes ou de mauvaises » combinaisons. Toute l'idée résidait dans le fait d'amener nos invités à expliquer les raisons de leur choix selon ce que la photographie qu'ils avaient choisi évoquait pour eux : est-ce que la musique pouvait nous faire percevoir la photographie différemment ? Est-ce qu'ils partaient d'abord de la musique ou de la photographie pour créer leurs associations ? Est-ce que la musique nous faisait parvenir « l'image mentale » de la photographie à sa réécoute (Méadel, 1991) ?

Nous n'avions pas pour objectif de répondre directement à ces questions ; notre but était d'abord de transmettre des émotions à travers cette recherche sur « les sens ». Nous nous intéressions néanmoins aux raisons qui avaient conduit l'artiste à choisir telle ou telle photographie: souvenirs, émotions, thème, rythme, etc. Notre recherche consistait à créer un format qui puisse mobiliser plusieurs sens simultanément, à la fois pour les photographes en amont durant la préparation de l'émission et ensuite pour les spectateurs qui découvraient leur « encodage » à l'écran. L'émission, d'une durée d'environ une heure, est destinée au visionnage sur le site de la webradio. Les jours précédant sa publication, nous utilisons les réseaux sociaux,

---

<sup>23</sup> <https://www.web-radeeo.net/encodage>

notamment Facebook, Instagram et Internet via la page de l'émission ainsi que nos comptes personnels respectifs pour promouvoir sa sortie et générer de la visibilité.



Figure n°16 : publication Instagram pour « générer de la visibilité »

Notre travail en amont consistait à trouver nos intervenants et à ajuster la scénographie au lieu de captation. Pour permettre une meilleure immersion dans « l'univers de l'artiste », nous avons décidé de filmer l'émission depuis chez eux, ce qui représentait un travail de coordination et de réglage des dispositifs techniques quelques heures avant le début de l'enregistrement de l'émission. Mon collègue Adrian Anton, lui-même photographe et vidéographe, se chargeait de l'aspect « mise en image » : conception, filmage et montage de l'émission. En plus de la production, Adrian Anton gérait aussi l'aspect « interactivité » en générant du contenu sur les réseaux. Le but était de créer des publications qui renvoyaient le public au site de la webradio.

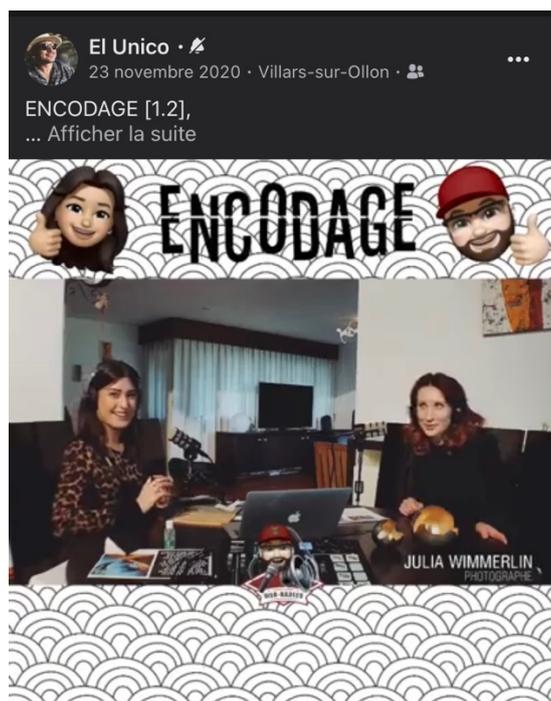


Figure n° 17 : Capture d'écran du teasing vidéo d'Encodage avec Julia Wimmerlin, 20 juillet 2020

Provenant du milieu de la photographie, son expérience et ses conseils venaient guider notre travail de journaliste et d'animateur de l'émission. Quelques jours avant l'enregistrement de nos émissions, les photographes nous envoyaient les combinaisons image-son qu'ils avaient réalisés. Après en avoir pris connaissance, notre tâche consistait ensuite à lire les biographies des artistes et à préparer les interviews. Ce travail consistait à la fois à devoir décrire les photographies pour les replacer dans leur contexte de production et aussi à écouter les musiques correspondantes à celles-ci pour les introduire correctement dans la conversation. Nous avons également enregistré une « voix-off » qui explique le concept de l'émission et son déroulement (cf. annexe 2).

Les choix liés à la conception et à la production d'une première émission de webradio nous concernant ont été le fruit de nombreux questionnements, notamment concernant les dispositifs techniques que nous allions utiliser pour permettre au spectateur d'accéder à ces nouveaux champs des perceptions qui voulait lier le monde de l'art et de la musique (Simmel, 1999). En termes de moyens destinés au filmage de l'émission, nous avons fait le choix d'utiliser deux smartphones fixés sur des supports pour les plans fixes de chaque côté et un autre pour les plans en mouvement. Tout en devant gérer le rythme de la captation « automatique » des plans qui filmaient en continu, mon collègue s'employait à effectuer des « travellings manuels » pendant l'interview et à régler l'éclairage qui changeait en fonction du moment de la journée.

Concernant la scénographie, nous avons décidé de garder « les casques » et les « micros » caractéristique de l'univers radio ainsi que d'effectuer la prise de son et d'image autour d'une table avec notre invité.



Figure n°18 : enregistrement de l'émission avec Pedro Ribeiro, août 2020

Le travail de réalisation se poursuivait après l'enregistrement de l'émission lors du montage des séquences de chaque combinaison. Nos réflexions portaient sur les choix des plans que nous décidions de mettre à l'image. Nous devions à la fois montrer les échanges avec nos invités, tout en mettant en avant leur travail photographique qui s'accompagnait d'une musique, à la manière d'une bande originale pour chaque cliché. Pour ce faire, nous avons fait le choix de montrer les plans des échanges conversationnels, puis « d'incruster » la photographie à l'image avec la musique qu'ils avaient choisi en fond sonore. Avant que la photographie ne soit montrée à l'écran, nous nous employions à décrire l'image le plus précisément possible pour attiser la curiosité du spectateur. Une fois que celle-ci était portée à la connaissance du spectateur et pour que l'image soit plus « vivante » et « dynamique », nous la laissions en petit format en incruste sur la vidéo en même temps que nous dialoguions avec notre interlocuteur.

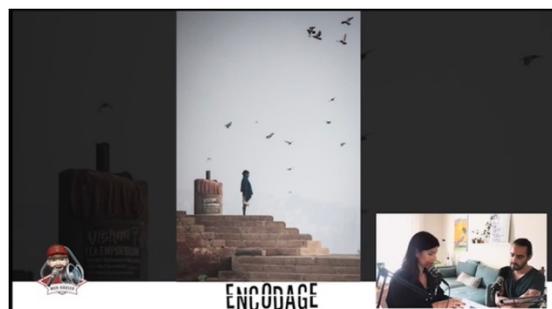


Figure n° 19 : image à l'écran de l'émission avec la photographie et l'incruste avec l'interview

Si notre but était que l'émission puisse à la fois être regardé en mode « tv » et en mode « radio », nos principales réflexions se portaient sur les temps impartis pour chaque partie de l'échange conversationnel, de la description de la photographie et du temps d'écoute de la chanson choisie par notre invité (cf. annexe 3). A cet égard, nous nous sommes aussi intéressés aux usages de consommation de ce type « d'émission culturelle » par le public qui nécessitent de nombreux ajustements quant au mode de captation, au mode de production et au mode de diffusion de ce genre de format « hybride ». La création de cette émission a été le début de nos réflexions concernant la place de l'image à la radio et inversement, ainsi que sur les moyens qui permettent à un public de *saisir* le pouvoir de l'œil et de l'oreille qui sont, selon Dufrenne (1987), les « instruments de la présence au monde ».

#### 4.2. La radio « immersive » chez Couleur 3

*« Synesthésie, ce pourrait être tout simplement association, synthèse de sensations suscitées par un même objet offert aux divers sens : cet objet se voit et s'entend et se palpe et se flaire ; il est identifié au terme de cette multiple approche, par la sommation de diverses sensations » (Dufrenne, 1987 :117)*

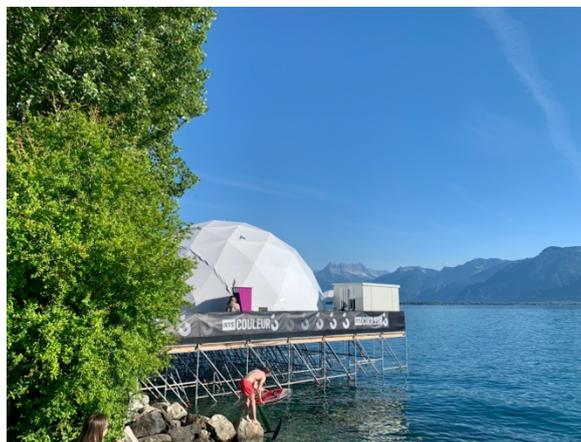


Figure n° 40 : photographie du Dôme de Couleur 3 au Montreux Jazz Festival, été 2022

Pour les 40 ans de Couleur 3, la chaîne s'est muée en un Igloo géant installé dans divers festivals de musique de la région comme L'immersive Sound Festival ou le Montreux jazz Festival par exemple. Déterminé à explorer les nouveaux canaux de diffusion, « la 3 » a imaginé un Dôme immersif d'attractions sonores au centre d'installation interactives à la manière d'un parc d'attraction itinérant pour aller à la rencontre du public.



Figure n°21 : l'intérieur du Dôme

Grâce à la technique de la « spatialisation sonore », ce « laboratoire » expérimente les différentes manières de nous plonger dans ses programmes pour « entrer dans la voix de la radio », nous dit le chef d'antenne, Antoine Multone. En son sein, une trentaine de caméras et de haut-parleurs sont répartis dans l'espace dans des endroits stratégiques pour nous faire « vivre » la radio autrement, pour nous faire vivre un « voyage sensoriel au centre de la 3 » :

*« Du son multi directionnel, du son interactif, du son chuchoté ou décapant... la diversité traverse les quatre stations – dont deux tunnels sensoriels – qui constituent l'installation. Grâce aux nouvelles technologies et au savoir-faire de la chaîne, ses meilleures émissions s'écoutent et se regardent dans des versions totalement nouvelles. Quelque 32 haut-parleurs permettent d'affiner et d'affoler les perceptions avec Les Orties, Les Métissages, Nuit Blanche ou encore Zéro Infini : « Le son évolue et nous aussi. Couleur 3 a une longue histoire d'expérimentations sonores et à 40 ans, c'est l'âge de se réinventer ! », relève Antoine Multone, chef d'antenne de Couleur 3.*

*Perdre ses repères dans un palais des glaces sonores. Se glisser dans les neurones de Yann Marguet. Capter des podcasts qui s'envolent dans l'espace. Créer des sons avec les yeux. Enregistrer un jingle dans une cabine téléphonique..., les expériences sont nombreuses, éclectiques. »<sup>24</sup>*

« Le voyage » dont il est ici question attire aussi toute notre attention concernant la multitude de registres sensoriels qu'un dispositif technique et scénographique peut déployer pour atteindre un public. Cette installation nous montre de quelle manière il est par exemple possible de convoquer plusieurs registres sensoriels, plusieurs modes d'accès grâce à un support technique spécialement créé dans ce but. Ce dôme est l'association de plusieurs registres

<sup>24</sup> <https://www.rts.ch/entreprise/espace-pro/communiqués-de-presse/12975572-couleur-3-lance-coucouleur-3-un-projet-sonore-novateur-et-nomade.html>

sensoriels qui permettent d'obtenir une forme d'unité de perception chez l'intéressé : divers sens sont suscités par un même objet (Dufrenne, 1987 : 117). Dans le Dôme de Couleur 3, les voix et les rires nous touchent, littéralement : « le sonore est le tactile deviennent visibles » (Dufrenne, 1987 : 117-118). Comme nous, ils sont convaincus que les sens peuvent communiquer entre eux.



Figure n°22 : entrée dans le tunnel de frites par lesquels les voix de la radio « nous touchent »

## 5. Conclusion

Pour questionner la place de l'image dans le monde radiophonique, il faut prendre en compte les moyens de productions et les dispositifs techniques. C'est le constat qui est à la source de nos réflexions. Ces questionnements ne sont pas seulement ceux du sociologue. Ils sont aussi ceux des producteurs, des journalistes et des présentateurs, ainsi que des spécialistes du son et de l'audiovisuel qui composent les équipes techniques de la RTS. Ces questionnements sont en partie contraints : ils sont la conséquence de la logique « transmédia » qui a pris place au centre des microcosmes « du monde médiatique ». Confrontée à des auditoires multiplateformes de plus en plus fractionnés (Spina et Viallon, 2016), la radio a dû effectuer sa « radiomorphose » et opérer sa « mise en ondes », « sa mise en image » et sa « mise online ».

En nous focalisant sur les instants qui mobilisent une série de ressources technologiques spécifiques, nous avons aussi constaté *l'impact* de ces dispositifs de captation en régie ou en studio – des dispositifs que chaque équipe doit maîtriser pour « maintenir l'illusion » et capter l'attention de son public (Charaudeau, 1997). Mais les dispositifs ne font pas tout. Que ce soit derrière ou devant la caméra, les liens entre les êtres humains, même s'ils sont séparés par une vitre, l'humain conservent une place essentielle dans le processus médiatique.

La compréhension du fonctionnement des dispositifs nous a permis de comprendre comment la parole et l'image radiophoniques sont fabriquées dans un processus situé et en temps réel. « Ceux qui font la radio » organisent leurs pratiques de manière à construire un programme ajusté à la ligne éditoriale. Si « l'œil s'instrumentalise plus facilement que les autres sens » (Parret, 2002 :87), nous avons pu voir verrons comment ces dispositifs s'emploient à restituer « l'évènement » et les « jeux de regards » de la scène médiatique.

Grâce à nos observations de terrain, nos analyses énonciatives et ethnométhodologiques, nous avons constaté que les besoins en images ne sont pas les mêmes selon les codes radio, les codes tv, ou les codes web qui régissent les contenus radiophoniques audiovisuels. En nous penchant sur les modes d'accès liés aux différents types de captation, nous avons pu voir qu'il existait plusieurs façons de faire *entrer l'image* dans la radio selon qu'on déploie ces dispositifs « en mode radio » ou « en mode tv », selon qu'on filme « en mode automatique » ou en « mode

manuel ». La première consistant en la mise en image via l'automatisation, la deuxième en la mise en image via la réalisation.

La « médiologie » que propose Régis Debray (Spoiden, 2007) , en considérant les supports techniques comme étant indissociables du contenu ?, nous a permis de faire ces passages de « monde en monde » (Vanier,1994) et de réfléchir aux formats de radio « enrichie » que propose la mise en image via la réalisation (Baumgartner, 2016). Les dispositifs de captation ne peuvent être dissociés du processus de production médiatique, quel qu'il soit.

Avec Simmel, l'entrée par les sens a montré l'unification sociologique que permet le regard. Le visage étant « l'objet essentiel de la vision entre les individus », il est considéré comme « l'organe expressif » qui fait *parler* l'individu. Le travail de réalisation permet justement d'en restituer toutes les facettes, surtout qu'il est accompagné par la force des « impressions auditives » propres à la voix et à sa fonction-sœur, l'ouïe. Les réflexions de Dufrenne sur « la pluralité des sens » nous ont également permis de souligner la dimension qualitative de la sonorité et de la perception de la voix (Dufrenne, 1987 et Parret, 2002).

Notre étude de cas sur Couleur 3 nous a démontré qu'il était possible de « mettre en scène » la radio. La radio filmée par automatisation soulève le paradoxe d'une mise en scène sans scénarisation, avec des images brutes et non travaillées qui rendent les voix « plus humaines » et les désacralisent. L'image facilite les processus d'identification aux acteurs de la scène radiophonique et permet peut-être aux auditeurs de se sentir plus proche d'eux . En laissant à ses auditeurs la possibilité « d'aller les regarder », Couleur 3 leur a permis d'utiliser leurs images comme outils de promotion dans d'autres lieux d'énonciation – moyen intelligent de reconduire le lien avec cette mythique chaîne de radio, qui fêtait ses 40 ans cette année.

Nos investigations à Forum nous ont permis de rentrer dans le « laboratoire » d'une radio qui a fait le choix de créer une formule vidéo qui a pour but de « *présentifier la substance des débats* » par l'image. Tout en faisant entrer des personnes en studio par des « écrans dans l'écran », Forum a montré que même si parfois les journalistes, animateurs ou invités « baissent » les yeux, ils parlent plus facilement et humainement qu'à la télévision ?, préservant ainsi l'oralité qui rend l'émission « plus accessible » et plus dynamique (Becqueret, 2007). En modifiant les regards caméra de l'axe X-Y si cher à Véron (1986), en assumant sa *grammaire image*, Forum a montré qu'elle pouvait soutenir un nouveau régime d'attention (Boullier,

2014). Même si le public s'attend toujours au type de registre discursif lié à tel ou tel support de diffusion, il peut apprendre à appréhender la radio autrement et se « sentir public » (Simmel, 1999, Dayan 200). Dans Forum, l'image intervient comme un support destiné aux réseaux sociaux, permettant ainsi à une production radiophonique scénarisée à la télévision d'être présente sur le web. Ce qui importe, plus que « le mode d'accès », est que le consommateur parvienne à saisir le *sens* et donc la *substance* de l'émission grâce au format qui lui est proposé. Le but des dispositifs techniques est bien de permettre au spectateur de donner du sens à ce qu'il regarde.

La délinéarisation des programmes a remis en question une partie du dispositif radiophonique et de son « système de places », qui incluait le destinataire – l'auditeur ou le téléspectateur. « Internet a joué pour la radio le rôle qu'on lui reconnaît pour la télévision : la télévision de rattrapage sur Internet » qui, comme pour la radio, n'indique pas la « fin de la télévision » mais concentre son audience de manière plus dispersée et synchronique (Glaverec, 2014).

Aussi nous avons vu que « l'écoute située » est toujours privilégiée à la radio mais en intégrant, via les réseaux numériques, des « voix de retour » qui donnent du sens au déplacement des logiques d'écoute (Gago, 2008). Le fait de réécouter ou de revoir la radio (Cefaï, 2003) a même fait entrer la radio dans des lieux jusqu'alors non visités, sans le son certes, mais avec le texte, grâce à l'incrustation de sous-titres qui rendent peut-être ses lettres de noblesse à l'écriture radiophonique. Les logiques liées aux supports numériques nous font aussi naviguer de monde en monde, de réseaux en réseaux, de communauté en communauté d'attention. L'image, pour nous *parler*, a besoin d'une forme de langage qui peut soit être signifiée par l'oralité, soit par le sens de la vue (bourdon, 1997)

Dans les deux cas, malgré le passage « tout image » des différents médiums, la voix conserve son statut privilégié : l'image n'a pas pour fonction de la remplacer aux profits d'autres *sens* puisque de toute façon, ils sont interconnectés. La voix reste l'instrument privilégié du lien et de la présence propres à la radio (Cardon, 1997). Le pouvoir de la voix provient d'abord du corps, avant d'être audible ou visible (Parret, 2002).

Dans notre travail, nous avons vu qu'il n'existait pas une seule modalité d'usage de l'image et qu'il était aussi possible de créer l'image en une seule et même composition vidéo grâce à la radio augmentée (Crozat, 2007). Dans *Encodage*, accompagné par la voix et le son, l'image est

à la fois l'objet à réfléchir et le mode d'accès à une production artistique : elle crée du visible grâce à l'imagination (Parret, 2002)

Nous avons aussi constaté que l'image pouvait être prise dans un ensemble au même titre que le son pour créer un environnement immersif qui fait communiquer tous les sens. Cette installation immersive pouvait même revêtir une dimension synesthésique en convoquant tout l'éventail de nos champs de perception (Dufrenne, 1987). Contrairement à la radio qui voulait s'astreindre au visuel pour augmenter sa présence, que ce soit en intensité et en circulation (Crozat, 2007), une démarche plus phénoménologique pouvait nous faire apprécier les voix de la radio de manière encore plus symbolique.

Enfin, nous avons constaté que si l'instauration du filmage de la radio faisait toujours « parler », ce qui comptait pour chacun de nos intervenants était que l'auditeur ou le téléspectateur puisse *saisir le sens* qu'on voulait lui *dire* ou lui *montrer*. Si ces deux entrées par le sens pouvaient nous atteindre de manière sensible et cohérente, alors la production avait touché de plus près son objectif. A la radio, l'image ne vient pas remplacer l'original et n'a effectivement pas pour vocation à restituer *la* réalité mais propose « un régime de réel » sous une autre forme (Véron, 1986) Toutes les futures réflexions évoquées avec nos intervenants avaient comme premier but de faire de la radio de qualité tout en s'adaptant aux pratiques d'aujourd'hui et de demain, des pratiques nouvelles qui lui permettent de nous accompagner jour après jour tout en conservant son statut. Si les anonymes de la radio ne sont plus, la « magie de la radio » elle, continue à exister.



Figure n°23 : affiche dans les couloirs de la 3

## 6. Bibliographie

### Références bibliographique

Allard, L. (2003). Collectifs en ligne et nouvelles arènes publiques. Développer l'audiovisuel numérique libre dans le 'style bazar'. *Les sens du public*. Paris: PUF, 77-96.

Baumgartner, T. (2016). Radio totale. Notes sur la radio comme flux multiple. *Transposition. Musique et Sciences Sociales*, (6).

Becqueret, N. (2006). Un modèle d'analyse du discours des émissions interactives radiophoniques. *Recherches en communication*, 26, 203-223.

Boullier, D. (2014). Médiologie des régimes d'attention.

Bourdon, J. (2003). A corps perdu. Les voix de l'audiovisuel.

Bourdon, J. (1997). Le direct: une politique de la voix ou la télévision comme promesse inaccomplie. *Réseaux. Communication-Technologie-Société*, 15(81), 61-78.

Cardon, D. (1997). «Chère Menie...» Émotions et engagements de l'auditeur de Menie Grégoire. *Réseaux. Communication-Technologie-Société*, 1(1), 843-880.

Cardon, D. (1995). Comment se faire entendre? La prise de parole des auditeurs de RTL. *Politix. Revue des sciences sociales du politique*, 8(31), 145-186

Cefaï, D., & Pasquier, D. (2003). Les sens du public.

Décarie-Daigneault, A. (2007). Le journalisme dans le miroir de la télé-réalité, ou, La mise en forme spectaculaire du monde. Mémoire de master, Université du Québec à Montréal.

Colon, P. L. (2013). *Ethnographier les sens*. Ed. Petra.

Darras, É. (2003). Les limites de la distance. Remarques sur les modes d'appropriations des produits culturels.

Dayan, D. (2000). Télévision: le presque-public. *Réseaux. Communication-Technologie-Société*, 18(100), 427-456.

Dufrenne, M. (1987). *L'œil Et l'Oreille : essai*. Éditions de l'Hexagone.

Fauré, L. (2013). Analyser les pratiques discursives radiophoniques: nouveaux enjeux et perspectives. *Cahiers de praxématique*, (61).

- Fornel, M. D. (1994). Le cadre interactionnel de l'échange visiophonique. *Réseaux. Communication-Technologie-Société*, 12(64), 107-132.
- Gago, L. (2008). La radio du XXIe siècle: à la rencontre d'internet. *MédiaMorphoses (Bry-sur-Marne)*, 2008, 23" *La radio: paroles données, paroles à prendre*".
- Ganascia, J. G. (2019). De la surveillance à la «sousveillance». *Politiques sécuritaires et surveillance numérique*, 119 -137
- Glevarec, H. (2014). Le propre de la radio. Fonctions radiophoniques et nouveau statut de la radio dans l'environnement numérique. *Le Temps des médias*, (1), 123-133.
- Glevarec, H. (1996). Antenne et hors-antenne à France Culture. Introduction de l'auditeur et formes d'engagement dans la parole. *Réseaux. Communication-Technologie-Société*, 14(77), 145-169.
- Goffman, E. (1981). Radio Talk. A study of the ways of our errors. V: Erving Goffman: Forms of Talk, 197–327.
- Guglielmone, I. (2012). La radio «enrichie». Nouveau support, nouveau récit?. *Recherches en communication*, 37, 129-142.
- Kaufmann, L. (2008). La société de déférence. *Réseaux*, (2), 79-116.
- Kaufmann, L., & Oberhauser, P. N. (2019). Perdre sa voix. Félicités et infélicités de la polyphonie. *A contrario*, (1), 65-90.
- Méadel, C. (1990). Les images sonores. Naissance du théâtre radiophonique. *Techniques et culture*, 16(juillet-décembre), 135-160.
- Parret, H. (2002). *La voix et son temps*. De Boeck Université; Bruxelles.
- Pecqueux, A. (2009). L'écoute-en-action : L'écoute de la chanson comme activité sociale. Anthony Pecqueux, Olivier Roueff. *Ecologie sociale de l'oreille. Enquêtes sur l'expérience musicale*, Editions de l'EHESS, pp.149-186, 2009.
- Razac, O. (2002). L'écran et le zoo. *Paris, Danoël*.
- Sandré, M. (2013). Quelle place pour le citoyen-auditeur dans le discours radiophonique? Analyse de genres participatifs. *Cahiers de praxématique*, (61).
- Simmel, G. (1999). *Sociologie: étude sur les formes de la socialisation*. Excursus sur la sociologie des sens, 629-645, trad. fr. par L. Deroche-Gurcel et S. Muller, Paris, Puf.

Spoiden, S. (Ed.). (2007). *Régis Debray et la médiologie* (Vol. 47). Rodopi.

Spina, P., & Viallon, M. (2016). La pratique des réseaux sociaux par les diffuseurs télé: un nouvel espace de liberté pour le téléspectateur et de gestion des audiences pour l'émetteur. *ESSACHESS–Journal for Communication Studies*, 9(2 (18)), 101-112.

Vanier, P. (1995). Manifestes médiologiques. Régis Debray, Editions Gallimard, 1994. *Études de communication. langages, information, médiations*, (16), 195-199.

Veron, E. (1983). Il est là, je le vois, il me parle, *Communications* 38.

## 7. Annexes

### Annexe 1

(Insert) RENOUELR FORUM # 0 : 00 : 00 #

Forum est une émission mythique pour la radio. Mais ça fait deux décennies que la formule n'a pas forcément changé. Or, les habitudes d'écoute des auditeurs, des gens qui écoutent ce type d'émission, ces habitudes ont changé. Il nous faut nous adapter, il nous faut proposer de nouveaux formats.

(Insert) Laurent Caspary, Rédacteur en chef RTSinfo radio. # 0 : 00 : 18 #

Aujourd'hui on s'est rendu compte que notamment les débats purement frontaux (frontaux) entre une personne de gauche et de droite sont parfois stériles. Ça (cela ne) ne veut pas dire qu'il y en aura plus, il y en aura encore. Ça fait partie de la vie politique et de la politique suisse. Et ça, c'est normal. Mais on sait que si on arrive à aller plus loin, à tenter de construire des ponts parfois entre des avis de gauche de droites, entre des experts ou de réunir un certain nombre de personnes pour tenter de faire le pas supplémentaire dans un débat et bien, on sait que les téléspectateurs et les auditeurs, le public apprécie d'aller plus loin plutôt que d'entendre parfois des débats euh stériles. Et c'est l'ambition de cette nouvelle formule de Forum. Dans Forum la plupart des décideurs s'expriment. Il nous fallait donc de l'image pour pouvoir présenter, représenter une partie de ce qui est dit dans cette émission sur les réseaux sociaux, mais également en télévision, puisque c'est la grande nouveauté de cette nouvelle formule.

(Insert) À quoi va rassembler (ressembler) le nouveau Forum ? # 0 : 01 : 11 #

Le nouveau forum commence par une séquence qui, quelque part, et c'est paradoxal, va rester une séquence d'actualité qu'on connaît déjà aujourd'hui. C'est-à-dire que Forum va rester une émission d'actualité chaude. Nous allons réagir à l'actualité du jour dans la première séquence. Et puis, nous avons voulu, et c'est la grande innovation, poser le cadre d'un grand débat chaque jour, dans cette émission. Un débat qui durera entre 20 et 30 minutes sur un thème dont nous souhaitons essorer quelque part, la substantifique moelle. Nous souhaitons aller le plus loin possible. Et la troisième partie (de Forum), c'est (ça, c'est aussi) une des grosses nouveautés de cette nouvelle formule de forum. Et bien nous souhaitons apporter une forme (sorte) de journalisme de solution en allant chercher, des gens, des experts, des personnes de la société civile qui ont trouvé ou qui cherchent des moyens de (pour) résoudre un certain nombre de problèmes. Et bien ça (cela) pourrait être vous ! Vous êtes un expert ou au contraire vous avez trouvé dans votre commune, dans votre quartier une solution pour résoudre un problème concret de la vie euh de la vie des gens, et bien vous pourriez, vous-même, être invité de Forum dans cette séquence.

(Insert) Cette nouvelle formule, c'est de la radio ou de la TV ? # 0 : 02 : 16 #

Forum est une émission de radio depuis toujours et Forum restera une émission de radio pour toujours je l'espère. En tous les cas, c'est notre volonté. Les auditeurs qui ne regardent pas Forum que ce soit sur les réseaux sociaux ou à la télévision, ne doivent pas sentir qu'il y a euh qu'il y a d'autres choses (autre chose) que du son, il y a bien sûr de l'image, mais le son reste primordial dans une émission comme Forum.

(Insert) Que verront les téléspectateurs de RTSdeux ? # 0 : 02 : 38 #

Les spectateurs qui verront forum sur RTSdeux verront un débat. Il s'agira d'un débat en direct, c'est très important. Et puis, ils verront bien évidemment des interviews, des explications, des décryptages de la part des journalistes, tout ça dans une qualité d'image propre à la RTS.

(Insert) Le nouveau forum, ça se passe exclusivement à Lausanne ? # 0 : 03 : 00 #

Le studio de Forum est historiquement à Lausanne, mais depuis toujours, et déjà aujourd'hui en audio, nous demandons à nos invités, si possible, de soit se rendre dans notre studio ici à Lausanne, parce que, lorsqu'on débat, qu'on discute, lorsqu'on est interviewé et bien, il n'y a rien de plus agréable quelque part que de faire face à son interlocuteur. Et puis nous avons tous nos studios régionaux euh qui euh accueillent nos invités et ça ne va pas changer !

(Insert) Le défi de cette nouvelle formule ? # 0 : 03 : 22 #

Gros défi pour les gens d'audio que nous sommes bien sûr ! Forum est une émission historique, elle va passer en image. Alors vous imaginez bien que pour les journalistes de la radio (les gens de radio) et bien c'est un gros défi que d'appréhender l'image, les codes, une partie des codes de l'image. Tout en gardant et c'est très important, c'est même essentiel et c'est indispensable, en gardant les codes de l'audio. À nouveau les auditeurs ne devront pas euh avoir l'impression d'écouter une émission de télévision. C'est le grand défi ! C'est beaucoup de travail, on se réjouit que vous puissiez juger du résultat à partir du 3 juin !

(Insert) INFO/VERSO # 0 : 03 : 55 #

## **Annexe 2 : Voix-off en ouverture d'émission**

### **Introduction**

*Encodage* est l'émission arty de la web-radeo qui te propose de lier le monde de l'art et de la musique. Une fois par mois, nous partons à la rencontre d'un ou d'une artiste qui nous ouvre ses portes, les portes de son univers.

Avant notre arrivée, nous avons demandé au photographe de choisir 10 clichés de son travail et d'y associer à chaque fois une musique pour créer des combinaisons images-sons tout à fait personnelles et qui évoquent à chaque fois des sentiments différents.

En mobilisant les deux sens que sont la vue et l'ouï, nous verrons s'il est possible d'appréhender l'art autrement et de créer une nouvelle façon de se rappeler, regarder et écouter.

Si l'action d'encoder désigne le fait de saisir et traduire un code de manière simultanée, notre émission *Encodage* nous permet maintenant, un dimanche soir par mois, de produire un nouveau message selon un autre code et de faire naître une nouvelle histoire, votre histoire.

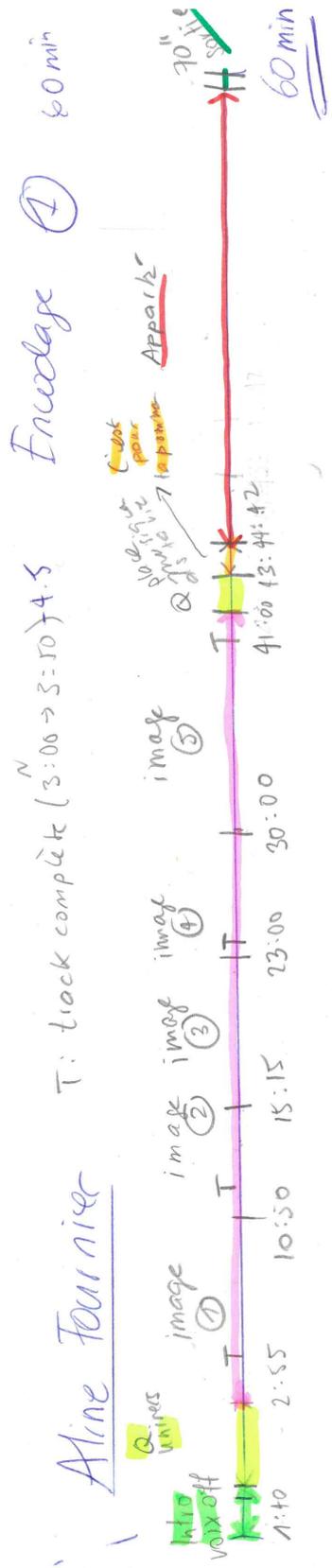
### **Déroulement**

En première partie, nous présenterons 5 des 10 combinaisons image-sons de notre photographe et cette fois-ci nous rajouterons un cliché, un encodage choisi par nos soins parmi toutes leurs réalisations. L'ensemble des 10 combinaisons étant bien sûr à découvrir ensuite sur la page web d'Encodage.

En milieu d'émission, « c'est pour ta pomme » raisonnera comme le coup du milieu de notre entrevue, c'est le moment où nous demandons à chaque artiste d'interpréter le même objet de manière singulière. Et vous le verrez, notre invité aura su nous surprendre plus que nous l'aurions imaginé.

Finalement, nous terminerons avec l'aparté qui est l'occasion de revenir plus amplement sur certains aspects du travail de l'artiste et de son histoire.

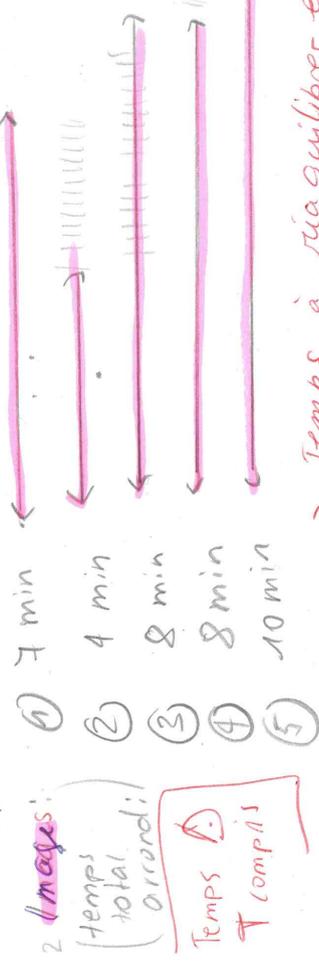
Annexe 3 : Construction et conception de l'émission Encodage



Remarques:

- mettre numéro de la photo tout le long
- mettre ID et long track
- rééquilibrer les temps

Intro (voix off) : 1:40, 1:00 ≈ 2 min



⇒ Temps à rééquilibrer par photo: 5 min ? Le temps T plus court chab: ?

Total: 2 min ⇒ un peu court ?

3 Court pour pomme 43:00 → 44:42

4 Apparé ~ 15 min

Total: 15 min

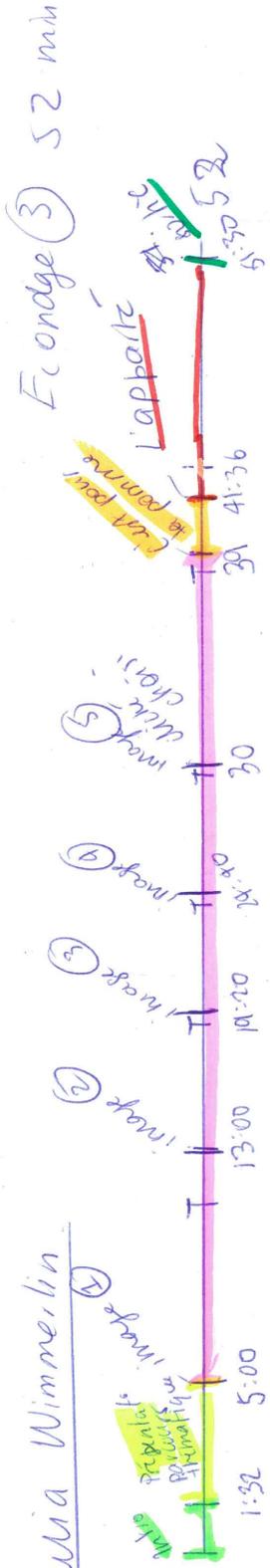
5 Autres: ~ 3 min

6 Fin: ~ 30 min

comment rentrer dans 40 | 30 min



# Julia Wimmerlin



1 Intro + explication: 1,5 min

- 2 Images
- ① 8 min
  - ② 8 min
  - ③ 5 min
  - ④ 5 min
  - ⑤ 9 min

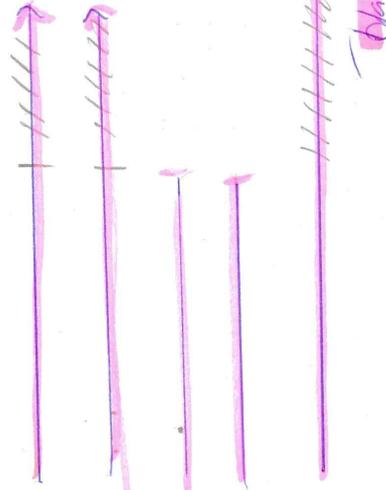
T'accrodi  
T tracks  
T compris

3 La pomme ~ 2,5 min

4 L'apparté ~ 10 min

5 Autres ~ 3-4 min

1,5 min



total: 32 min

## Remarques:

- " "
- culture musicale
- plan visage
- image 5 -> je choisis click
- C'est pour monter la pomme: photo + rajouter un son?
- mettre tapis dans la soche quand arrive au futur raparté image, apparté
- la route Web radio si on coupe trop musique? ...