



HAL
open science

Création transgressive, transgression créative. Les paradoxes du discours des chaînes de télévision en matière de documentaire

Marie-Eva Lesaunier

► **To cite this version:**

Marie-Eva Lesaunier. Création transgressive, transgression créative. Les paradoxes du discours des chaînes de télévision en matière de documentaire. XXIème Congrès de la SFSIC, Création, créativité et médiations, Françoise Paquienséguy; Dominique Carré, Jun 2018, Paris, France. pp.256-271. hal-03986103

HAL Id: hal-03986103

<https://univ-panthéon-assas.hal.science/hal-03986103v1>

Submitted on 13 Feb 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Création transgressive, transgression créative. Les paradoxes du discours des chaînes de télévision en matière de documentaire

Transgressive creation, creative transgression. The paradoxes of the broadcast companies' speech regarding documentary movies.

Marie-Eva Lesaunier, Doctorante
Centre d'Analyse et de Recherche Interdisciplinaire sur les Médias (CARISM)
Université Paris 2 Panthéon-Assas
marieevalesaunier@gmail.com

Mots-clés : documentaire ; production ; audiovisuel ; déviance.

Key words : documentary movies ; audiovisual production ; deviance.

Résumé : Le discours des chaînes de télévision en matière de création documentaire révèle un paradoxe entre d'une part la valorisation de la transgression des normes télévisuelles et l'affirmation de la place centrale de la création au sein des programmes et d'autre part la mise en conformité de ladite création avec les logiques audimatiques et commerciales des chaînes. L'investissement des chaînes de télévision dans la création documentaire apparaît alors relatif et révèle une prise de risque limitée conduisant à la marginalisation du genre, engendrant diverses stratégies et positionnements de la part des professionnels concernés.

Summary : The speech of broadcast companies regarding documentary creation reveals a paradox between 1/ the valorization of the transgression of televisual rules and the assertion of the key position of creation within the programs, and 2/ the necessity for creation to be in compliance with the commercial logics of the channels. Therefore, the investment of broadcast companies in the documentary creation appears questionable and reveals a limitation of the risk leading to a marginalization of the genre. At the other side of the interaction, several strategies and positions emerge from this paradox.

Création transgressive, transgression créative. Les paradoxes du discours des chaînes de télévision en matière de documentaire

Marie-Eva Lesaunier

Nous partons du constat selon lequel les professionnels du documentaire de création estiment que les chaînes de télévision nationales se sont désengagées de leurs missions de service public en limitant la prise de risque et en imposant des formats, contraignant le potentiel créatif des documentaires financés et diffusés. Rappelons ici que l'apport financier d'une chaîne sur un film conditionne l'obtention d'une aide publique du CNC. Il s'agit donc d'un acteur-clé dans l'économie du documentaire. Néanmoins, de nombreux projets ne trouvent pas leur place au sein des chaînes nationales. Nous observons une forte critique de la part des professionnels du documentaire de création quant à la volonté et à la capacité des chaînes de télévision à soutenir, financer, diffuser et valoriser leurs œuvres.¹

Nous adoptons une perspective interactionniste fondée autour des concepts de *monde social* et de *déviance* respectivement développés par Anselm Strauss (1978) et Howard Becker (1985). Nous nous appuyons également sur les travaux relevant d'une socio-économie de l'audiovisuel, essentielle à la compréhension et à l'analyse des actions et des réactions des professionnels étudiés (Creton, 2002 ; Brigaud-Robert, 2011 ; Rot, De Verdalle, 2013 ; Benghozi, 2014). Enfin, les apports théoriques en management des industries culturelles et créatives sont particulièrement utiles pour interroger les logiques à l'œuvre au sein des chaînes de télévision et les négociations identitaires auxquelles elles donnent lieu (Paris, 2007 ; Evrard, Busson, 2015). Ce positionnement théorique nous permet d'insister sur la capacité des Sciences de l'Information et de la Communication à interroger la formation et la circulation des significations élaborées lors de processus de communication variés (entre des segments professionnels, mais aussi dans leurs dimensions personnelle et interpersonnelle) et leurs effets tangibles dans l'évolution des mondes sociaux professionnels.

Cette communication, fondée sur un objet restreint, permet de saisir empiriquement la problématique largement étudiée de la coexistence de l'art et de l'industrie au prisme des conventions et idéologies en tension que Bernard Miège invitait à renouveler dès 2004

¹ Constats dressés à partir d'entretiens semi-directifs avec les professionnels du secteur et de l'analyse de la mobilisation menée en 2015 par le collectif « Nous sommes le documentaire ».

(Miège, 2004 : 73-74). Howard Becker avait déjà mis en évidence toute la complexité et la variété des positionnements des professionnels à travers son terrain : les musiciens de jazz. Par une approche inductive, nous plaçons la focale en amont de ces positionnements et tentons de saisir de quelles logiques – organisationnelles, communicationnelles, identitaires – ils sont la conséquence.

Nos résultats sont construits à partir d'une méthodologie fondée sur trois axes : analyse de dix-huit entretiens semi-directifs menés avec des professionnels du documentaire de création (auteurs et/ou producteurs) et des chargés de programmes de chaînes de télévision nationales publiques ; analyse de discours appliquée aux documents de communication fournis par France Télévisions à l'occasion du marché international du documentaire Sunny Side of the Doc entre 2011 et 2018 ainsi que du « Manifeste pour le documentaire » signé par les responsables des unités documentaires de France Télévisions en 2012 ; approche quantitative autour de l'étude de la trajectoire des films ayant bénéficié de cinq bourses, prix et aides attribués par des organismes publics (Centre National du Cinéma et de l'image animée) et professionnels (Société civile des auteurs multimédia - Scam).

De l'analyse du rapport entretenu entre les chaînes de télévision publiques et le documentaire résulte un paradoxe entre une conception de la création comme transgressive (non conforme à la norme audiovisuelle) et la valorisation de la transgression, inhérente à la création (Busson, Evrard, 2015 : 199).

Transgression créative : La création documentaire, centrale dans les discours des diffuseurs publics nationaux.

L'analyse croisée des entretiens menés avec des chargés de programmes d'unités documentaire et des documents de communication de France Télévisions vient contrecarrer le constat dressé par les professionnels du documentaire (producteurs et réalisateurs). En effet, la dimension créative du documentaire apparaît centrale pour les diffuseurs et leurs choix éditoriaux. Ce constat se décline selon trois dimensions majeures : la justification par le chiffre, constituant le socle d'un ethos spécifique, prolongé par l'affirmation de la recherche d'une esthétique singulière et enfin la valorisation de la prise de risque et de la déviance comme inhérentes à la création documentaire.

Un acteur essentiel de la production documentaire

En 2016, 28 628 heures de documentaire ont été diffusées sur les chaînes nationales gratuites (public et privées) ce qui représente 16% de l'offre totale de programmes. France Télévisions est le principal investisseur dans le documentaire. Le groupe représente 53 % des dépenses faites pour le genre par les services de télévision (privé et publique confondus) (CNC, 2017) avec un investissement chiffré à 94,5 millions d'euros. En 2016, France Télévisions a diffusé 8144 heures de documentaires, soit près d'un tiers de la diffusion totale sur les chaînes nationales gratuites. (CSA, 2017). Cet important investissement dans le documentaire est fortement revendiqué par le groupe.

Les dossiers de presse de France Télévisions édités à l'occasion du festival Sunny Side of the Docs se composent d'un éditorial signé par le PDG du groupe, de chiffres concernant la production et la diffusion du documentaire sur les antennes, puis de présentations éditoriales des unités documentaire de chaque chaîne. Les deux premières sections de ces documents (éditoriaux et données chiffrées) mettent en évidence la valorisation de l'investissement du groupe dans la création documentaire par le chiffre. Est ainsi systématiquement rappelé le « rôle économique essentiel »² joué par France Télévisions. L'éditorial signé par Rémy Pflimlin en juin 2012 débute par : « Le documentaire de création est le programme emblématique du service public de la télévision. Il n'y a pas de télévision publique sans documentaire de création, et il n'y a pas de documentaire de création sans télévision publique. Cette coexistence, à la fois historique et actuelle, explique la force et le niveau de l'engagement de France Télévisions dans ce domaine : entre 2010 et 2011, l'investissement de l'entreprise est passé de 85M€ à 88M€, et de 1282 à 1443 documentaires produits. » Cette assertion du rôle financier joué par France Télévisions participe ainsi de la construction d'un ethos entrant en contradiction avec le - ou répondant au - point de vue énoncé par les professionnels. Cet ethos est également fondé autour de la diffusion à proprement parlé des films : nombre de cases dédiées au genre, et surtout, horaires de diffusions multiples. « Le documentaire est le seul genre de création présent sur toutes les antennes de France Télévisions et à tous les horaires de diffusion du matin au soir (et jamais après 23h30 pour les programmes inédits [...] »³

² Site Internet de France Télévisions, « création documentaire », consulté le 28/11/2017

³ « Manifeste pour le documentaire » publié par France Télévision à l'occasion du FIPA 2012

L'intériorisation de ce rôle majeur en termes de financement et de diffusion est également visible parmi les chargés de programmes. L'un d'entre eux déclare : « Parce que si nous on arrête de faire du documentaire et du magazine, là ça va être... Je crois qu'il y en a 140 par an, donc si on s'arrête, il va y avoir 140 boîtes qui ne bossent plus. »

La recherche d'une esthétique

En plus d'un aspect quantitatif, l'investissement dans le documentaire est également caractérisé en termes qualitatifs valorisant plus spécifiquement la dimension créative du genre. Ceci passe d'abord par l'accent mis sur l'importance de l'écriture, de l'originalité, de l'esthétique des projets soutenus, notamment à travers la définition du documentaire dans les documents de communication, mais aussi dans le discours des diffuseurs interrogés. « Le documentaire est le lieu où l'exigence d'un contenu fort rencontre une forme voulue par un auteur, l'un ne va pas sans l'autre. Le contenu d'un film documentaire ne peut être un cours magistral, il n'est pas un objet neutre totalement objectif, il est sublimé par une forme singulière. Le documentaire n'est pas un sujet, mais une œuvre qui marie une connaissance ou une expérience à une vision. »⁴ Notons ici que la réduction d'un documentaire au « sujet » est une critique forte faite aux diffuseurs de la part des auteurs et producteurs. Si celle-ci est ici niée, les entretiens pointent en fait une ambivalence sur laquelle nous reviendrons plus bas.

« Le sentiment que j'ai c'est qu'en fait, pour nous, première ou même deuxième partie de soirée, on est dans l'idée que le sujet est une condition nécessaire et pas suffisante, mais le sujet est vraiment une question clé dans la prise de décision, et la première, et après on trouve une forme qui est adaptée au sujet. »

Ce verbatim amorce en fait un décalage que nous pouvons observer entre la posture communicationnelle construite par France Télévisions et la réalité de la pratique quotidienne incarnées dans les choix éditoriaux et les routines professionnelles. Néanmoins, la singularité de l'écriture apparaît souvent comme un critère important dans la sélection des projets.

« Mon troisième critère, pour les documentaires, c'est l'écriture. [...] Je voulais [...] qu'il y ait vraiment quelque chose, et qu'on ne soit pas dans quelque chose de formel et de basique. Il ne s'agit pas de faire un truc hyper arty, parce qu'il faut que ce soit accessible, on n'est pas dans

⁴ Ibidem

du Arte très troisième partie de soirée, mais quand même, je voulais qu'il y ait une écriture, une dynamique, des codes, et qu'on ne se cantonne pas à des choses trop faciles. »

« Œuvre », « singulier », « regard », « expérience du réel », « diversité », « originalité », « prise de risque créative », sont autant de termes qui renvoient à la défense d'une vision du documentaire fondée sur la création et que l'on trouve à la fois dans la communication de France Télévisions et dans le discours des chargés de programmes qui y travaillent.

Valorisation de la prise de risque

Le risque provient de l'incertitude inhérente aux produits audiovisuels (Busson, Evrard, 2015). Les diffuseurs mettent en œuvre des stratégies destinées à gérer et réduire au maximum cette incertitude. Cela passe par l'éditorialisation des chaînes et des cases, la collaboration avec des auteurs et producteurs fiables et identifiés sur le marché, la construction de formats dits « télévisuels », *etc.* Le risque est essentiellement d'ordre économique et commercial et peut avoir des implications à la fois organisationnelles et individuelles. La prise de risque est donc à la fois intrinsèque à l'activité des éditeurs de programmes audiovisuels et en même temps évitée ou limitée par eux. Cette dimension risquée du documentaire dit de création, allant de pair avec une certaine liberté formelle, est vivement défendue par les auteurs et producteurs interrogés. Elle l'est aussi par les diffuseurs nationaux.

« En termes de format, de manières d'enquêter, il y a quand même une liberté, voilà, on ne les norme pas. On essaye d'avoir une assez grande vision de ce que peut être un film, pas normé. »

« En même temps on fait tout un travail de, voilà, on essaye d'aller chercher de nouveaux auteurs, de faire un peu un travail de relève aussi, de découvrir des nouveaux réalisateurs, des regards particuliers, et une forme [...] »

L'accompagnement de la création documentaire, et par là, du risque que cela implique apparaît dans la communication de France Télévisions, comme pour les « professionnels-créeurs », comme une mission de service public. Le discours des auteurs, producteurs et diffuseurs semble en fait homogène et allant dans la même direction : affirmation de

l'importance du genre documentaire, de sa forte dimension créative et de la nécessité de la prise de risque. Ici, la transgression – des formats télévisuels attendus – est donc définie comme un vecteur de création et encouragée.

Création transgressive : les chaînes nationales publiques n'investissent que faiblement la part « la plus risquée » de la création documentaire.

La transgression créative, défendue en discours par les diffuseurs, revêt néanmoins certaines ambivalences.

Un étiquetage discursif : « trop de création »

Les diffuseurs nationaux du service public ont pour enjeu de s'adresser à un public le plus large possible. Les documentaires doivent donc être compréhensibles par tous, autant du point de vue de la forme que du fond. Ces exigences se traduisent par un formatage télévisuel, des attentes spécifiques quant aux documentaires financés et diffusés. Ainsi, en dépit d'une défense affichée de la création se laisse voir une certaine forme d'étiquetage des documentaires de création.

« La difficulté, c'est de ne pas être trop dans des trucs trop arty, trop artistico-avant-gardistes, et d'être un peu incompréhensible, voilà. »

« On est sûr de l'enquête rigoureuse, on est sûr une façon de filmer très rigoureuse, très belle, très bien faite, voilà, mais on n'est pas sûr des choses oniriques qui partiraient comme ça, qui feraient... Trop de création. »

Les entretiens avec les chargés de programmes fournissent des traces discursives d'un étiquetage des professionnels du documentaire de création comme déviants par rapport à la norme télévisuelle au sein de laquelle ils évoluent (cette norme s'incarne dans les programmes par la durée, la structure du récit, le rythme, le montage, le recours à une voix-off, *etc.*). La création documentaire est donc limitée, ou du moins encadrée par une norme à laquelle les professionnels doivent se plier, ce qu'expliquait déjà Howard Becker à propos des mondes de l'art : « Si les œuvres d'art finissent par se conformer aux possibilités du système de distribution, c'est qu'en règle générale, celle qui ne s'y conforment pas ne sont pas diffusées, à supposer qu'elles soient seulement réalisées. Et comme la plupart des artistes

veulent faire diffuser leurs œuvres, ils s'abstiennent de faire un travail incompatible avec le système. » (Becker, 1984 : 113).

Des ambivalences : de quoi parle-t-on ?

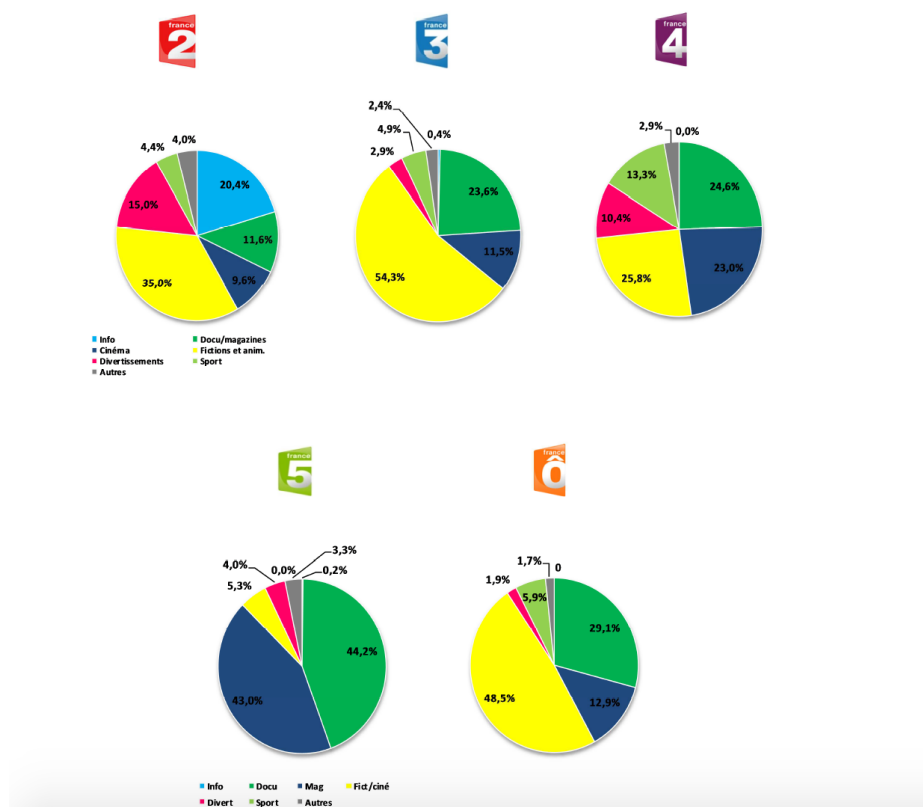
En plus de cet étiquetage discursif de la création documentaire, il existe un amalgame entre documentaire et magazine, comme signifié par ce chargé de programmes :

« Il y a une grosse unité magazine/doc dirigée par X, qui a des cases très précises. On a beaucoup de doc, on est deuxième derrière France 5. Donc ça fait de nous le deuxième diffuseur de documentaire de France. Doc et magazine. »

L'ambiguïté entre documentaire et magazine a fait l'objet d'une mission au CNC permettant de la résoudre du côté des modalités de financement. En revanche, il semble qu'elle persiste du côté de la diffusion et de la présentation des programmes. Le rapport du CSA sur l'exécution du cahier des charges de France Télévisions en 2016 contient la trace de ces ambiguïtés. Les diagrammes ci-dessous extraits de ce rapport présentent la composition de l'offre de programmes sur les antennes du groupe en première partie de soirée (on trouve dans le rapport la même analyse pour les deuxième et troisième parties de soirée). Pour France 2, France 3 et France 4, « documentaire » et « magazine » font l'objet d'une seule et même légende, différenciée ensuite pour France 5 et France Ô.

Fig. 1 – L'offre de programmes de France Télévisions en première partie de soirée, CSA 2017

L'offre en première partie de soirée (20h30-22h30)



Il semble donc difficile d'isoler le documentaire et sa place au sein de la programmation, ceux qui est source d'amalgame dans les représentations des professionnels.

Ces premières analyses mènent à des constats paradoxaux : le groupe France Télévisions est le premier diffuseur et financeur de documentaire en France et défend publiquement la singularité du genre et la nécessité de préserver sa dimension créative contre une uniformité de format. Dans le même temps, pourtant, cette dimension semble limitée, acceptée dans le périmètre défini de l'éditorialisation des chaînes.

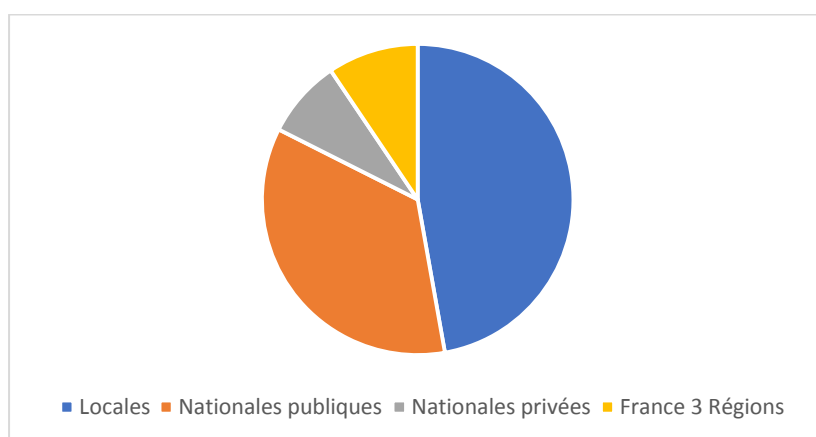
Objectiver l'investissement des chaînes de service public dans la création

Comme précédemment explicité, une approche quantitative fondée sur l'analyse d'aides financières à la part la plus « risquée » du documentaire permet d'objectiver les constats que nous venons de dresser.

Au total, 617 films ont été réalisés en ayant obtenu la bourse Brouillon d'un rêve (Scam) ou une des trois aides du Fond d'aide à l'innovation (CNC). 287 ont bénéficié de la participation d'une chaîne de télévision, soit près de la moitié des projets.⁵

Sur ces 287 films, 126 ont été produits avec des chaînes de télévisions nationales (publiques ou privées), et 145 avec des chaînes de télévisions locales. Les chaînes nationales publiques sont présentes dans 37,7% des films, les chaînes nationales privées dans 8,7%, et les chaînes locales dans 50,5 % des films. La majorité de l'investissement télévisuel dans la création documentaire relève donc des chaînes de télévisions locales et régionales.

Fig.2 - Présence des chaînes de télévision dans le financement des films 2008-2017



Par ailleurs, la chaîne Arte se distingue nettement des autres diffuseurs nationaux, avec 57 films financés soit 9,86% du total. Sans cette chaîne, l'investissement des diffuseurs nationaux dans les films documentaires ne représenterait plus que 24% du total.

Tableau 1 – Nombre de films financés bénéficiaires du Fond d'aide à l'innovation ou de la bourse Brouillon d'un rêve, par chaîne, entre 2008 et 2017

Chaîne	Statut	Nombre de films financés
Arte	Nationale publique	57
Vosges TV	Locale mixte	38
France 3 Régions	Régionale publique	29
Lyon Capitale TV	société par actions simplifiée à associé unique / privée	19

⁵ Parmi le reste, certains sont sortis en salle, d'autres en festivals exclusivement, d'autres encore en projections non commerciales.

BIP TV	Locale publique	17
TV Tours Val de Loire	Locale privée	15
France 3	Nationale publique	13
Cinaps	Locale associative	13
Ciné+	Nationale privée	12
TVM Est Parisien	Locale privée	10
Public Sénat	Nationale publique	9
France Ô	Nationale publique	9
France 5	Nationale publique	7
France 2	Nationale publique	7
KTO TV	Nationale privée	7
Télébocal	Locale associative	7
Tébéo	Locale privée	6
Télé Nantes	Locale privée	6
Normandie TV	Locale privée	6
TV Rennes 35	Locale privée	6
TV Toulouse	Locale privée	4
Histoire	Nationale privée	4
TV5 Monde	Internationale publique	4
Tébésud	Locale privée	5 (3+ 2 de Ty Télé)
TV8	Locale privée	3
Télésonne	Locale publique	3
Le Mans TV	Locale par action simplifiées / privée	3
Alsace 20	Locale privée	3
TV7 Bordeaux	Locale privée	3
LCP	Nationale publique	2
Maritima TV	Locale société anonyme /	2

	privée	
Ty Télé (ancien Tébésud)	Locale privée	2
TL7	Locale privée	2
TV Sud	Locale privée	1
Wéo	Locale mixte	1
Mosaik TV	Locale associative	1
TLP	Locale privée	1
TV Grenoble	Locale privée	1
Télim	Locale privée	1
TV Angers	Locale privée	1
TV Fil 78	Locale mixte	1
Planète	Nationale privée	1
Trace TV	Nationale privée	1
Melody TV	Nationale privée	1

On le voit, parmi les cinq chaînes de télévision ayant le plus investi dans le documentaire entre 2008 et 2017, les locales sont majoritaires. France 5, qui communique sur le fait d'être le premier diffuseur de documentaire, ne finance que sept des films présents dans le panel représentant la part la plus créative du genre. France Télévisions dans son ensemble a participé au financement de 65 films, et seulement de 36 si on déduit la présence de France 3 Régions (en exclusif). Ainsi, le groupe, au national, est présent dans 12,5% des films produits.

Enfin, si les financements sont souvent mixtes, c'est-à-dire faisant entrer en jeu plusieurs chaînes de télévisions aux statuts souvent différents, il apparaît éclairant d'isoler les films dont le financement de diffuseurs provient exclusivement de chaînes nationales publiques, ou exclusivement de chaînes locales. 82 films ont été réalisés avec le financement d'une ou plusieurs chaînes nationales publiques, et 75 (91%) avec la participation d'une seule chaîne nationale publique. De la même façon, 126 films ont été réalisés avec le financement d'une ou plusieurs chaînes locales, et 97 (77%) avec la participation d'une seule chaîne locale.

L'investissement dans la création est donc majoritairement soutenu par les chaînes de télévision locales. Ces dernières jouent un rôle central dans la production du documentaire dit

de création en prenant majoritairement en charge la prise de risque que représentent ces investissements.

Gérer la prise de risque au sein de l'écosystème télévisuel.

Ces résultats paradoxaux s'expliquent principalement par l'incertitude et le risque inhérent à la création, caractéristique majeure des industries culturelles et créatives (Caves, 2000 ; Busson, Evrard, 2015).

Un écosystème qui limite la création

Il s'agit, pour les chaînes de télévision de réduire le risque induit par la création documentaire. Ce dernier s'incarne dans une double dimension : individuelle et organisationnelle.

Les chargés de programmes sont en effet amenés à effectuer un travail de conviction auprès de leurs supérieurs hiérarchiques. Une part du risque commercial est donc endossée individuellement et a des répercussions sur les projets financés et diffusés.

« Oui, ça peut me retomber dessus, parce que si vous accordez votre confiance à quelqu'un qui vous plante, il y a un danger, je sais que ça arrive, dans les mags là-haut, enfin les docs, où parfois ils n'ont pas ce qui a été promis, ou il y a une sorte de mésentente, d'incompréhension, un quiproquo, qui fait qu'à un moment donné, il n'y a pas la chose attendue. Vous n'avez pas le résultat à l'écran, tout simplement. »

Nous observons en fait une logique de compromis entre la recherche de créativité et sa rationalisation (Gadéa, Cheronnet, 2009 ; Busson, Evrard, 2015). Les conseillers de programmes sont à la jonction entre ces logiques artistiques-créatives (accompagnement du projet) et industrielles-commerciales.

La dimension individuelle du risque est directement liée à sa dimension organisationnelle : les unités documentaires des chaînes de télévisions appartiennent à un écosystème complexe. Ainsi, si l'écosystème audiovisuel limite la création documentaire dans une recherche de sécurité économique, cela n'entre pas nécessairement en contradiction avec le discours des professionnels œuvrant au sein des chaînes de télévision et défendant cette dernière. Il semble que la « transgression créative » relève non seulement d'un positionnement communicationnel, mais aussi d'une dimension identitaire présente en discours chez les chargés de programmes (Dubar, 2007 : 33). Par conséquent, à l'échelle

individuelle, le paradoxe précédemment explicité s'explique par une logique professionnelle de compromis, voire de négociation identitaire.

« Naturalisation » de la dimension précaire de la création

L'encadrement de la prise de risque inhérente à la création a pour conséquence une naturalisation de la dimension précaire du documentaire à la télévision.

Les cases dédiées au documentaire dit de création s'apparentent à des niches. Ces œuvres font le plus souvent l'objet d'une diffusion en troisième, voire deuxième partie de soirée, ou sous forme occasionnelle. L'heure D sur France 3, est une case estivale diffusant dix-huit films entre juin et août à partir de minuit. De fait, nous observons un phénomène de frontière au sein des chaînes de télévision, marginalisant les œuvres documentaires en termes de diffusion et de moyens financiers. D'une part, la diffusion tardive des documentaires de création à la télévision reflète l'évitement de la prise de risque pour les chaînes de télévision, d'autre part, elle procède d'un étiquetage de ces films comme potentiellement déviants vis-à-vis de ce qui est jugé acceptable en termes de programmation.

« Le documentaire d'auteur est plus compliqué. Documentaire musical, plus compliqué, donc du coup, on les met moins exposés, on les met à partir de 23h. »

De plus, il apparaît que les unités documentaires (ou les cases) aux moyens les plus faibles sont les plus à même de financer la création, le risque étant, dans ce cas, moindre.

« On a des gens qui viennent, ils savent qu'on n'a pas beaucoup d'argent, ils savent qu'on n'a pas beaucoup d'audience, ils savent qu'on est une petite chaîne, donc ils ont ce culot de venir nous voir parce qu'ils ne l'auraient pas pour aller chez Arte et France 2 qui ne les regarderaient pas. »

« Les films qu'ils font pour nous sont des sacrifices. Ils le font parce que... Parce que c'est aussi des choses qu'ils ne pourraient pas faire ailleurs. »

Ainsi, les œuvres les plus créatives sont plus susceptibles de trouver une place au sein de ces niches et se voient cantonnées dans des économies restreintes. Si la « transgression créative » existe donc bel et bien, elle subit la recherche de rationalisation du risque. Autrement dit, la nature transgressive de la création est mise en cohérence avec les attendus télévisuels et est ainsi marginalisée au sein de l'écosystème.

Une création sous contrôle éditorial

Bien qu'il n'y ait pas un processus d'étiquetage clairement à l'œuvre, celui-ci est latent et découle de logiques de gestion du risque – individuel et organisationnel - Le paradoxe autour de la création ne s'explique donc pas par une forme d'hypocrisie imputable à une posture de communication. Si posture il y a, celle-ci est complétée et complexifiée dans l'analyse par des logiques organisationnelles et l'intériorisation individuelle et collective de ces logiques. Cela a pour conséquence de cristalliser une forme d'identité déviante au sein du monde professionnel du documentaire de création. On observe alors une pluralité de réactions, allant de la rupture avec la télévision (salle, festivals, plateformes de niche) à l'acceptation de ses normes, en passant par la mise en œuvre de modèles économiques fondés sur le compromis. Dans ce dernier cas, la mise en conformité de certains projets vis-à-vis des normes audiovisuelles permet à une société de production de financer la part plus créative (plus risquée, et plus précaire) des projets sur lesquels elle s'engage. Chacun de ces positionnements redéfinit et retravaille sans cesse les frontières du monde professionnel.

Bibliographie

- AVERBECK-LIETZ S., BONNET F., BONNET J. (2014). Le discours épistémologique des Sciences de l'information et de la communication. *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 4, consulté le 26 avril 2018.
- BARREAU-BROUSTE S. (2011). *Arte et le documentaire. De nouveaux enjeux pour la création*, Lormont : Editions Le bord de l'eau.
- BECKER H. (1985). *Outsiders. Etudes de sociologie de la déviance*, Paris : Métailié.
- BECKER H. (1982) *Les mondes de l'art*, Paris : Flammarion ; Champ Arts.
- BENGHOZI P.-J. (2006). La gestion de projet dans le secteur culturel. *Hermès, La Revue* vol.1, n° 44, p.71-77.
- BENGHOZI P.-J. (1989). *Le cinéma, entre l'art et l'argent*, Paris : L'Harmattan.
- BIZERN C. (2002). *Cinéma documentaire. Manières de faire, formes de pensée, Addoc 1992-1996*, Yellow Now – Côté cinéma.
- BRIGAUD-ROBERT N. (2011). *Les Producteurs de télévision. Socio-économie d'une profession*, Paris : PUV.
- DUBAR C., TRIPIER P., BOUSSARD V. (2011). *Sociologie des Professions*, Paris : Armand Colin.
- DUBAR C. (2007). Les sociologues face au langage de l'individu. *Langage et Société*, vol. 3, n°121-122, p.29-43.
- BEAUD P., FLICHY P., SAUVAGE M. (1991). Géomètre contre saltimbanque : la prédominance de la programmation dans la TV française. *Réseaux*, Hors-série, 1991, p.187-204.
- BUCHER R., STRAUSS A. (1992). Profession in Process. Traduit dans STRAUSS A. (1992). *La trame de la négociation*, Paris : L'Harmattan, p.67-87.

- CAVES R. (2000), *Creative Industries. Contracts Between Art and Commerce*, Harvard University Press.
- CHAPOULIE J.-M. (1973). Sur l'analyse sociologique des groupes professionnels. *Revue française de sociologie*, XIV, p.86-114.
- CHERONNET H., GADEA C. (2009). Les cadres du travail social et de la santé face à la rationalisation managériale des services publics. DEMAZIERE D., GADEA C. *Sociologie des groupes professionnels : acquis récents et nouveaux défis*, Paris: La Découverte, p.73-83.
- CRETON L. (2002). *Le cinéma à l'épreuve du système audiovisuel*, Paris: CNRS Editions.
- DAGNAUD M. (2008). Les producteurs audiovisuels, un bastion professionnel. GREFFE X., SONNAC N. *Culture Web, Création, Contenus, Economie numérique*, Paris : Dalloz.
- DEMAZIERE D. (2009). Postface. Professionnalisations problématiques et problématiques de la professionnalisation. *Formation Emploi*, n°108, p.83-90.
- DEPOILLY S. (2013). Co-construction et processus d'étiquetage de la déviance en milieu scolaire. Filles et garçons face au traitement de la transgression scolaire. *Déviance et Société*, Vol. 37, p.207-227.
- EVARD Y., BUSSON A. (2015). *Management des industries culturelles et créatives*, Vuibert.
- HAMMOU K. (2005). Comment le monde social du rap aménage-t-il son territoire ? L'exemple de la polémique autour du groupe Manau. *Sociétés contemporaines*, n°59-60, p.179-197.
- KRIEG-PLANQUE A. (2012). *Analyser les discours institutionnels*, Paris : Armand Colin.
- MAURO D. (2003). *Du cinéma documentaire. Etude sociologique d'un art entre rébellions et aliénation*, Villeneuve d'Ascq : Atelier de national de reproduction des thèses.
- MIEGE B. (2004). *L'information-communication, objet de connaissance*. Louvain-la-Neuve, Belgique, De Boeck Supérieur.
- PARIS T. (2007). Organisation, processus et structures de la création. *Culture prospective*, vol. 5, no. 5, p.1-15.
- ROT G., DE VERDALLE L. (2013). *Le cinéma. Travail et organisation*, Paris : La Dispute.
- ROD. (2011). *L'Etat du documentaire 2000-2010. La place de la production dans la création documentaire*, Réseau des organisations du documentaire (ROD).
- SAUGUET E. (2007). La diffusion des films documentaires. La construction des frontières d'une activité artistique (enquête). *Terrains & travaux*, vol. 13, no. 2, p.31-50.
- SHIBUTANI T. (1955). Reference Groups as Perspectives. *American Journal of Sociology*, n° 60, p.562-569.
- STRAUSS A (1978). Une perspective en termes de monde social. Traduit dans STRAUSS A. (1992). *La trame de la négociation*, Paris : L'Harmattan, p.269-282.
- STRAUSS A. (1992). *La trame de la négociation*, Paris : L'Harmattan.