

VARIA

ANTENNE ET HORS-ANTENNE À FRANCE CULTURE

Introduction de l'auditeur
et formes d'engagement dans la parole

Hervé GLEVAREC

« Un producteur fait venir des gens de l'extérieur pour les faire parler à la radio et il les met dans une ambiance qui leur donne l'impression d'être chez eux (1). »

En radio, la présence à l'antenne se définit par la diffusion hertzienne de sons ou propos tenus derrière un micro. En studio à France Culture, l'antenne, comme diffusion publique d'une parole, est fréquemment privée de la coprésence visuelle ou verbale avec un auditoire. Sauf dans les quelques émissions publiques de la chaîne, la situation radiophonique est une situation publique sans public : celui-ci est physiquement et visuellement absent et n'intervient pas. Dans une situation d'interview avec un spécialiste qui rend la question de l'introduction du public-auditeur moins pressante que dans les émissions d'opinion (2), il faut cependant assurer le *passage* que ne programme ni un dispositif de sélection (les standardistes), ni l'intention du locu-

teur, qui n'est pas l'initiateur de sa prise de parole mais bien, comme le disent les producteurs, l'invité. Le fait d'être à l'antenne est seulement matérialisé par une lampe rouge, éventuellement par un retour-son dans le casque du producteur. Par conséquent, il faut installer la présence d'un public. La mise en place de l'antenne n'étant pas inhérente à la simple ouverture des micros, les producteurs doivent caractériser sa nature auprès des participants invités à parler. Installer l'antenne c'est introduire le public, mais c'est aussi mettre en place un certain type d'engagement des participants. Si la capacité à « monter en généralité » leurs énoncés ne semble pas être un problème épineux pour la majorité des intervenants de France Culture, *a contrario*, c'est la question de leur présence dans l'énonciation qui se pose.

Pour analyser la mise en place et la forme de ce qui pourrait s'appeler, par référence au régime d'action (3), un *régime de la connaissance* à France Culture, nous nous attacherons en premier lieu à saisir grâce à des observations in situ et à des analyses ethnométhodologiques (4) et socio-linguistiques, quelles sont les dispositifs utilisées pour passer du hors-antenne à l'antenne. A partir de là, nous formaliserons les types d'engagement entre participants et les figures de l'introduction du tiers, qui caractérisent le régime d'antenne. Nous verrons qu'une telle analyse contribue à montrer que, du point de vue conversationnel, la radio peut se définir comme un jeu sur ses conditions de production.

En cela, France Culture n'est pas une radio particulière, si ce n'est qu'elle offre de nombreux échanges avec des interlocuteurs qui, certes, sont souvent des collaborateurs réguliers et rompus au débat radiophonique, tels les participants du *Panorama*, mais restent en majorité des

(1) Pierre Sipriot, producteur, cité par MOLLARD, 1993.

(2) Voir CARDON, 1995.

(3) Le *Régime d'action* est, schématiquement, la forme que prend l'engagement (individuel ou collectif) et la grandeur qu'il mobilise selon la situation. « Les personnes que nous suivons dans leurs épreuves sont obligées de glisser d'un monde d'ajustement à un autre, d'une grandeur à une autre en fonction de la situation dans laquelle elles s'engagent », cité par N. Dodier dans son article synthétique « Agir dans plusieurs mondes », 1991. Voir BOLTANSKI, THEVENOT, 1991.

(4) Essentiellement à travers l'analyse de conversation. Voir SACKS, 1995.

professeurs du supérieur, chercheurs, artistes, responsables culturels, politiques, qui n'ont pas un rapport professionnel au micro, mais une pratique de la parole publique en situation institutionnelle (5), et qui sont invités à parler au micro sur un thème qui concerne leur pratique, leur savoir ou leur expérience.

Les observations à France Culture ont porté sur des émissions produites en direct ou enregistrées depuis les studios (6) de la Maison de la radio à Paris. Les situations observées mettent en présence un producteur et un ou plusieurs intervenants. Tandis qu'à R.T.L. par exemple, la politique est de ne surtout pas exclure l'auditeur de l'échange (7), ou qu'ailleurs, dans les « formats » interactifs, elle peut aller jusqu'à une relation d'inattention et d'irrespect volontaires vis-à-vis de l'appelant, à France Culture, l'auditeur est tenu à moyenne distance. La chaîne ne fonctionne pas tant autour de la relation à l'auditeur qu'autour de la relation à l'interviewé. Le principe de base d'une émission à France Culture, comme d'ailleurs sur les autres radios, est la relation triangulaire : un invité répond aux questions d'un producteur pour un auditeur. Cette triangulation de la relation n'a pas toujours existé. Elle apparaît avec les reportages dans les années 1935 (Tour de France, par ex.) et prend alors la place d'une relation binaire où un speaker s'adresse à des auditeurs (8). La notion de *publicité* radiophonique servira à désigner une situation publique, sur une base triangulaire, sans coprésence, où les locuteurs visent « un auditeur multiplié par x », comme le dit un chargé de réalisation. Nous privilégierons toutefois la notion d'auditeur(s), qu'utilisent les professionnels de radio, ou celle de tiers-auditeur, à celle de public.

(5) Les invités n'ayant en aucune manière fréquenté la radio ou une forme de parole publique sont en fait assez rares dans les studios mêmes de Radio France.

(6) Nous retiendrons donc les émissions en direct ou en faux-direct (enregistrées dans les conditions du direct mais diffusées en différé). Toute émission en faux-direct est susceptible d'être montée et donc de voir rétablis certains éléments lors du montage. Nous avons mené nos observations en studio et en cabine, la plupart du temps à l'aide de la seule prise de note. Dans ce cas nous utilisons une notation littéraire avec tirets et guillemets. Quand il y a eu enregistrement, nous adoptons la notation de l'Analyse de conversation. Ces observations et cet article font partie d'une thèse sur les professionnels de France Culture et leur travail radiophonique menée à l'EHESS sous la direction de Pierre-Michel Menger.

(7) Cf. HENNION, MEADEL, 1985.

(8) Cf. MEADEL, 1998, p. 215 et DUVAL, 1980.

Antenne et hors-antenne

J'assiste à l'enregistrement d'un *Archipel Sciences*, émission à thème scientifique, en direct le mardi soir. Nous sommes deux minutes avant l'émission. Le programme diffusé en ce moment est retransmis faiblement dans le studio. Le producteur relit ses notes d'introduction. Le silence règne entre les participants. Puis il s'adresse à ses invités :

P : « Je vous dis un petit bonsoir pour commencer. »

On entend la musique de générique de l'émission, le niveau sonore a augmenté. Moins d'une minute après, la lampe rouge qui est au centre de la table, sous la forme d'un tube vertical, s'allume. Une ou deux secondes s'écoulent et le producteur s'adresse à nouveau aux participants :

P : « Bonjour Françoise Y, Bertrand X. »

Ceux-ci lui renvoient la salutation. Il pose ensuite une question à la participante qui lui répond...

Premier constat : le rappel de la « présence » du public ne semble pas inévitable et l'introduction de l'auditeur semble en grande partie *implicite* avant et au moment de l'entrée à l'antenne. Une musique a été diffusée, le producteur a énoncé qu'il dirait « bonjour », une lumière s'est allumée. En tout cas, il n'a pas été dit antérieurement quelque chose qui serait, par exemple, « attention, nous allons passer à l'antenne, nous allons faire comme ceci, voilà quelles sont les règles ». Une émission de radio semble ainsi échapper à l'explicitation des modalités de sa production. Bien que cette dimension implicite puisse être assimilable au cela-va-de-soi, il convient de noter

qu'elle joue sans doute un rôle dans la mise en place d'une forme d'engagement des participants recherchée par les producteurs. Cette non-explicitation laisse l'invité dans une incertitude sur les modalités de l'antenne, mais elle évite par là même l'éventualité de le paralyser.

Il reste que le hors-antenne est un moment de préparation, de « projection » dans l'antenne. Dans certains cas, nous le verrons plus loin, il peut mettre en œuvre une qualification de l'auditeur.

Hors-antenne

Cette fois-ci, j'assiste un vendredi matin à l'enregistrement d'un *Lundi de l'Histoire*. Cette émission met en présence un historien, producteur, et des intervenants, autour d'un livre et, la plupart du temps, en présence de son auteur. Le producteur est en compagnie de quatre invités que je nommerai A, B, C et D.

Le producteur : « La première partie concernera Gauthier. La seconde la secte des impuissants. La mutilation chrétienne paraîtra étrange aux auditeurs. » Puis il continue de parler de « stérilité et d'annonce d'une menace apocalyptique ».

A et D commencent à discuter et A s'interrompt immédiatement :

– « On ne va pas faire le débat. »

Le producteur semble noter quelque chose se rapportant à ce qui vient d'être rapidement dit. Puis il déclare :

– « Je lirai la bible, ça vous fera réagir. Le dernier point de l'émission, ça serait : qu'est-ce que ça a apporté ? Le rapport au langage et la prophétie sectaire. » Il croise les bras et ajoute :

– « Chacun intervient à sa guise. »

D : Dans quel ordre on intervient ?

P : Il y a un rôle central. Un des points difficiles de l'émission, c'est que c'est un livre double. Le but de l'émission c'est que les gens achètent le livre. C'est un but normal. Et un but didactique, pédagogique. »

C demande quel temps d'intervention il a.

Le producteur ne répond pas.

B : « Je ferai des interventions courtes. »

A se soucie de faire des rappels pour l'auditeur. Le producteur est d'accord.

A : « On ne s'adresse pas à des connaisseurs. »

Le hors-antenne est le moment de la mise en place ou de la confirmation verbales, mais aussi comportementales et spatiales, de l'*asymétrie* des positions respectives de l'antenne à venir. Avant tout, c'est le moment où le producteur peut rappeler que l'échange à l'antenne consiste à lui laisser la direction de l'échange, son début, sa fin, son contenu et ses relances (9). C'est lui l'ordonnateur du déroulement de l'émission. Ainsi, la mention en cours d'émission du nom des participants, quand ils prennent la parole, répond à deux exigences : permettre l'identification des personnes et maintenir la présence du producteur comme chef d'orchestre. Quand l'asymétrie n'est pas rappelée verbalement, elle est indiquée par la place « centrale » du producteur au sein du dispositif spatial et par le casque qu'il porte éventuellement. Tournant quasiment le dos à la cabine, l'invité ne peut interagir qu'avec le producteur qui dispose en face de lui de la cabine et d'une horloge. L'asymétrie des positions et des prérogatives, en introduisant une distance hiérarchique entre intervieweur et interviewé, est, parmi l'ensemble des dispositifs de publicité, celui qui structure le plus fortement l'interaction. Il est déjà un dispositif de publicité parce qu'il fait endosser par l'intervieweur deux rôles, celui d'interactant et celui de représentant d'un tiers.

Si l'on en croit Goffman (10), 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

(9) En analyse de conversation, on dira que le producteur a l'initiative des premières parties de séquences.

(10) Voir GOFFMAN, 1973, p. 116.

micro pour la radio. Un micro ou une caméra qu'un opérateur manipule rend plus incertains pour les protagonistes, et hors de leur prise, le moment du passage et sa localisation que la porte que l'on ferme entre une cuisine et un salon par exemple. L'objet de la séparation est hors de portée des locuteurs, et le studio de radio déplace du lieu physique au corps propre le travail de distinction. Le caractère double du studio, tantôt « région antérieure », tantôt « région postérieure », est d'une certaine manière renforcé par le fait que l'invité en rentrant directement dans le studio ne fait pas l'expérience de la coulisse qu'est la cabine, ou du moins la cabine se rappelle moins à lui (11).

Le moment radiophonique peut se rapprocher de certains dispositifs attachés aux *rituels* et aux passages. Le transport à l'antenne, le passage du hors-micro au micro procurent une tension. L'espace du studio est, au moment de l'antenne, un espace strictement délimité, on ne peut en sortir, on ne peut y entrer. En interdisant principalement toute sortie pour une durée fixe, il contraint les mouvements du corps. D'autre part la clôture physique du studio détermine une expérience en partie privative des manifestations périphériques ou latérales de l'attention, des mouvements et des conversations : inattention, détachement. Son isolation sonore enfin marque une discrimination élevée entre bruits et sons audibles, sons tolérés et sons mal tolérés. Toutes ces délimitations prennent en charge une expérience ordinaire, celle de converser, en la transformant en performance dont les contraintes essentielles sont de tenir l'antenne, d'être dans les temps et d'assurer la qualité sonore.

La relation au producteur prend la forme d'une relation de dépendance, et le hors-antenne est un moment de *réduction de l'incertitude*, voire de l'angoisse, de l'invité sur les intentions du producteur. L'interaction à l'antenne est une conversation où le choix des interlocuteurs et la sélection

des thèmes sont déterminés, en partie, à l'avance. En studio, le producteur énonce le déroulement de l'émission : thèmes abordés, ordre des premières prises de paroles, lecture de l'introduction. Il peut poser des questions à ses invités, qui rappellent éventuellement, hors-antenne, les limites du cadre prévu de l'échange. Le travail du producteur consiste à pouvoir suivre la succession des thèmes qu'il s'est fixés et à introduire les séquences qu'il a programmées (une lecture, une « virgule » musicale, un bobino). Le bon producteur est alors celui qui sait préparer le terrain, c'est-à-dire mettre à l'aise dans un climat de confiance. Le hors-antenne, avant ou pendant l'émission, entame alors un travail d'implication des participants. Il s'agit aussi bien d'activer la participation des intervenants (« Vous avez le droit de réagir », dit une productrice hors-antenne pendant qu'est diffusé un bobino), que d'autoriser un certain comportement : permettre aux participants de fumer en studio, de blaguer, afin d'influer sur la relation en espérant des voix moins blanches, des échanges moins secs, qui soient « vivants ».

Aussi la *qualification de l'auditeur* intervient-elle quand il s'agit d'éviter, selon le producteur, deux écueils : le discours tourné vers soi de l'invité, qui se manifeste par un regard vide, et le discours tourné vers la communauté des pairs, qui se traduit chez les universitaires par un discours trop précautionneux ou trop technique. « On ne s'adresse pas à des connaisseurs », dit le producteur qui veut aborder un sujet de telle manière que l'intervenant ne soit pas trop pointu, ou qui désire faire des mises au point et donner des définitions.

Tandis que les professionnels de radio modifient leur engagement en un laps de temps infime, c'est même le lieu d'une certaine virtuosité que manifestent les blagues de dernières secondes avant l'antenne, en règle générale le passage à l'an-

(11) Nous ne retenons pas les notions de « coulisses » et de « scène » plus avant pour éviter d'amener avec elles celles de vrai et de faux, et nous leur préférons celle de régime d'engagement où la notion de « grandeur » (« civique », « domestique »), qui lui est associée chez Boltanski et Thevenot n'est pas en soi connotée positivement ou négativement. BOLTANSKI, THEVENOT, *op. cit.*

tenne est assumé en amont et de manière plus progressive par deux dispositifs : le dispositif radiophonique proprement dit et le dispositif conversationnel. C'est que l'introduction du tiers peut consister en une référence explicite à un destinataire ou résider dans un dispositif d'implication.

Introduire le tiers-auditeur/ Construire une place

Il y a d'abord les indices qui actualisent le lien avec la cabine technique. L'allumage de la *lampe rouge*, que déclenche le technicien et qui ouvre les micros, est dans nombre de cas l'indicateur explicite du passage à l'antenne. Dans les vrais directs notamment, le programme en cours au moment de la prise d'antenne est retransmis quelques minutes avant le début de l'émission. Il indique alors par sa mise en place, puis son arrêt, que le moment de l'antenne arrive. Dans certains cas, le réalisateur en cabine use d'un klaxon quelques secondes avant le rouge. En direct, il peut faire un geste d'envoi vers le producteur ou dire « attention ». En différé, le producteur demande confirmation pour commencer, à moins que les personnes en cabine ne lui fassent savoir par le micro d'ordre qu'il peut y aller quand il veut. Cette dimension technique vaut d'être notée par rapport à la situation de conférence. Cette dernière ne met pas en place, généralement, de dispositif technique d'ouverture et de fermeture. Celles-ci sont à la charge du conférencier ou d'un modérateur, à moins qu'il n'y ait un éclairage ou une personne chargée de l'ouverture de séance par exemple. En fait, le dispositif technique de mise en alerte et d'ouverture radiophoniques peut être pensé comme une médiatisation d'un auditoire particulier, celui des profession-

nels en cabine. La lampe rouge allumée signifie alors en premier lieu « être entendu en cabine ».

Mais le « rouge » n'assure pas à lui seul la mise en place de l'antenne. En différé, fréquemment, il n'est pas le déclencheur objectif d'un changement. Le producteur doit installer l'antenne, verbalement ou corporellement, auprès des participants. Le dispositif qui prend en charge la mise en place de l'antenne est alors conversationnel et relationnel. Nous avons déjà vu qu'une certaine « planification » de l'échange pouvait assurer ce rôle. Il y a un autre dispositif essentiel qui est l'entrée en silence du producteur. Le *silence* qui précède sa prise de parole se doit d'impliquer le silence des autres. Il est des cas où celui-ci ne suffit pas, et pour faire taire les participants le producteur tape du pied, voire demande le silence. L'attitude et les gestes du producteur sont une première manière d'instaurer l'antenne, éventuellement en mobilisant là aussi cet auditoire spécifique que sont les personnes de la cabine par un geste ou un regard d'attention dans leur direction. Installer l'antenne c'est alors l'annoncer, c'est-à-dire signifier qu'il va y avoir un changement.

La mise en place de l'antenne se fixe aussi dans les formules d'entrée. Les plus courantes sont l'échange de *salutations* et la *présentation* des personnes invitées : « Alors monsieur Bernard vous êtes historien au laboratoire X de l'École Pratique des Hautes Études. » Comme Goffman l'a montré, la *mise en présence* est caractérisée par la reconnaissance sociale (la place reconnue à autrui à travers l'échange de salutations) et l'identification des personnes (par leur qualification (noms et/ou fonctions)) (12). Tandis que dans une situation

(12) Voir GOFFMAN, T 2, 1973, p. 82 et sq. Il y a une distinction à maintenir entre la Reconnaissance sociale (dont l'absence est vécue comme mépris sur la personne) et la Reconnaissance comme confirmation d'une Identification réussie. Schegloff traite, lui, dans les prises de contact au téléphone, de la Reconnaissance (recognition) au sens second. Cf. Emmanuel Schegloff, « Identification and Recognition in Telephone Conversation Openings », in PSATHAS, 1979, pp. 23-78.

A notre avis, Relieu et Brock, dans leur description du type de tour de parole dans l'interview, n'ont pas réussi à traiter de l'introduction du tiers, sinon dans leur notation de l'absence de « continueurs » (« oui », « hum ») de la part de l'intervieweur, qui indique ainsi qu'il n'est pas l'exclusif destinataire des propos de son interlocuteur. Ce n'est pas tant la pré-définition des types de paroles comme Question/Réponse qui permet l'installation d'un public, en amenant par nécessité l'interviewé à énoncer une réponse « en direction de tiers physiquement absent », comme ils le disent, que, par exemple, la Présentation nominale de l'interlocuteur et la production de celle-ci comme compte-rendu. En quelque sorte, ils prennent pour acquis ce qui est précisément mis en place de différentes façons : le tiers. Cf RELIEU, BROCK, 1995, pp. 103-104.

de « rencontre » réelle (corporelle, visuelle ou vocale) la mise en présence précède et provoque les salutations, c'est ici le renversement de l'ordre qui permet justement de mettre en présence (ou qui produit un *effet de présence*, ce qui autorise à ne pas identifier mise en présence corporelle et mise en présence à distance). Tandis que la présentation autorise l'identification, la salutation permet d'introduire un tiers, même absent par son corps ou par sa voix, en ouvrant par un « cérémonial » une autre conversation, à « trois ». Aussi, il faut distinguer la mise en présence de l'auditeur et la « publicisation » de la relation entre les participants. Deux coproducteurs peuvent se dire « bonjour », non pas tant pour introduire un tiers dont ils ont plus que conscience, mais pour lui construire une place dans la conversation, c'est-à-dire le mettre en présence. C'est dire s'il faut différencier dans le travail radiophonique entre la publicité de la conversation entre les locuteurs et la place construite à l'auditeur. L'une a une visée interne, l'autre une visée externe. Nous réserverons la notion d'introduction du tiers à la « publicisation » de la relation. Considérons dans un premier temps ce qui se passe du point de vue des personnes en studio.

Me voilà de nouveau assistant à un enregistrement d'un *Lundi de l'Histoire*. Cette fois-ci ce n'est plus un producteur mais une productrice-historienne. La première partie de l'enregistrement de l'émission doit durer environ 3/4 h, avec cet invité, un historien, docteur en histoire, dont la thèse vient d'être publiée. Suivra un second 3/4 h avec une enseignante-chercheuse. A chaque fois nous serons donc trois.

Le studio est un studio dit de dramatique, disons un grand studio avec un piano, des portes pour le bruitage, du sable, un escalier. Aussi y-a-t-on restitué les « conditions » d'un studio pour la parole en installant des panneaux en demi-cercle derrière la productrice, qui forment une sorte de paravent. Il est 9 h 23 à l'horloge du studio. La lumière rouge est allumée depuis longtemps

déjà, mais l'émission n'est pas lancée. Ce rouge ne signifie alors ni plus ni moins que ce que l'on dit en studio est entendu en cabine. Voilà les premières phrases que je note :

L'invité : « On aura une trentaine de minutes ? »

La productrice : Tu ne t'occupes de rien. Tu t'inquiètes pas, je garde une ou deux minutes (pour la fin et le montage éventuel). »

Dans les enceintes on entend le chef-opérateur du son qui demande de faire des essais de micro : « Vous vous mettez bien dans l'axe du micro », demande-t-il à l'invité.

Puis la productrice dit à son interlocuteur de ne pas bouger les feuilles. « Moi aussi je bouge les feuilles. Mais tu ne fais pas » et elle met sa main sur ses feuilles de notes et les remue vigoureusement.

P : « J'ai pas lu la préface de ton livre. Il est bien ton livre. Je ne lis plus les préfaces. J'ai été embêtée une fois. Le livre est résumé dans la préface. » La productrice se plaint d'être enroutée, elle avait fumé. Elle s'intéresse à l'enfant de son invité : « J'imagine que ton gamin il va bien. » L'invité répond. Elle lui dit qu'elle va rappeler son nom et le titre de son livre. Elle lui demande s'il est prêt :

I : « Ça va pour moi.

P : Tu me dis "vous".

I : Oui bien sûr. »

Silence. (La réalisatrice fait-elle un signe ? Je ne l'ai pas regardée à ce moment.) La productrice commence à lire son texte de notes, sa présentation de l'auteur et du livre. Il est 9 h 26 à l'horloge. Sa main et son avant-bras droits sont posés à plat sur la table tandis que son bras gauche est replié près du corps. Pendant sa lecture elle touche le livre de ses doigts. Face à elle l'auteur a les mains jointes sur les lèvres. Son attitude, silencieuse, d'écoute, ne l'empêche pas de tourner ses feuilles et de noter quelque chose. Il sourit par instants. Il écoute attentivement, ce qui semble inévitable pour assurer une réponse, mais il acquiesce, s'étonne, bref il s'implique.

Cette fois-là, on a adapté les locaux, non seulement à des fins acoustiques, mais aussi pour recréer des conditions d'intimité du lieu de parole. Cet extrait montre à nouveau l'asymétrie et formule la consigne de passage du tutoiement au vouvoiement chez le producteur et l'invité. Ce basculement est ici d'autant plus manifeste que les participants se connaissent et entretiennent des relations hors de la situation radiophonique. Le vouvoiement introduit une distanciation entre producteur et interviewé. S'il n'est pas le garant certain d'une « publicité », le vouvoiement évite *a contrario* un possible rejet du tiers hors d'une relation à deux. Le vouvoiement est un dispositif mixte : il est fort parce qu'il symétrise l'auditeur et les interactants (l'auditeur est avec le producteur dans un même rapport d'équivalence avec l'invité), il reste faible parce qu'il n'est pas en lui-même garant d'une place pour le tiers, comme ce serait le cas avec un « il » (« il [l'invité] va nous dire »). Le mouvement même d'adoption du vouvoiement est alors plus essentiel au rappel de la présence d'un tiers que sa réalité.

La caractéristique majeure de l'introduction du tiers est la défamiliarisation des interactants et de l'interaction dont l'échange de salutations et le vouvoiement à l'antenne constituent des formes récurrentes. Il en est de même de la suppression des prénoms :

En observation dans la cabine technique, lors d'un enregistrement d'un *Chemin de la Connaissance* (magazine scientifique, culturel, historique), j'assiste aux essais successifs de présentation de l'émission. Dans cette série de cinq émissions quotidiennes, le producteur-coordonnateur (13), responsable de l'émission, intervient dans la première en posant une ou deux questions de présentation au producteur, auteur de la série.

Le technicien pousse les manettes, le rouge s'allume. Le coordonnateur regarde la productrice : « Claudine Epron, bonjour.

– Bonjour Étienne.
 – Non. Ne dites pas “Bonjour Étienne”. Dites “Bonjour”. Je recommence. “Claudine Epron, bonjour”, répète-t-il sans pouvoir contenir un sourire aux lèvres.
 – Bonjour. »

Le producteur use d'autres techniques pour sortir du régime hors-antenne, soit pour signifier un changement, soit pour manifester la présence d'un tiers : l'attitude de sérieux précédant l'antenne, la concentration, une neutralité de ton, son « retrait » dans la lecture des notes d'introduction ou du conducteur de l'émission.

Énoncer et décrire

L'énonciation des conditions de la situation radiophonique doit permettre une défamiliarisation en instaurant une distance. Ainsi des énonciations suivantes : « Nous sommes dans des conditions difficiles » ; « Il est tôt et nous sommes fatigués » ; « Nous prenons notre petit déjeuner dans un agréable tintillement de verres » ; « Monsieur Bruno, vous n'êtes pas un habitué des studios de radio et vous n'êtes pas très à l'aise avec le micro ». Au premier abord, cela revient à indexer le discours à ses conditions de production et donc à réduire la place du tiers. En fait, cette indexicalisation n'est qu'une explicitation d'une indexicalisation réelle, implicite, jugée trop forte par le producteur. En rendant compte verbalement d'une situation, ce dernier évite, dans certains cas seulement, que l'indexicalisation de l'action n'exclut justement l'auditeur. Cette énonciation vaut notamment pour les situations extérieures et les incidents à l'antenne. En ce cas, indexer est une manière de rompre une relation ou une situation devenues opaques à l'intelligibilité extérieure. Il s'agit de (*re*)donner une place à l'auditeur (exclu). En fait, l'expli-

(13) Le coordonnateur a la responsabilité d'une ou plusieurs émissions (tranches horaires) au sein desquelles travaillent des producteurs.

citation des conditions de mise en place du dispositif apparaît rarement. L'antenne installe en règle générale un type de monde décirconstancié, où sont tuées les conditions de la mise en place de la relation, où l'on ne fait pas, ou très rarement, référence aux préalables du dispositif. C'est dans le travail de montage des émissions que l'on saisit le mieux cet aspect. Le *montage* consiste à supprimer toutes les individualisations du producteur, son interpellation, la référence circonstanciée à une relation ou une personne. Ainsi, le réalisateur retire, par exemple, toutes les implications circonstanciées du producteur par l'invité : « je vous ai préparé une liste de films » ; « j'ai pensé que ça pouvait être utile à l'émission ». Le montage radiophonique est non seulement un travail de sélection de séquences dans une bande enregistrée et un travail de mise en forme, mais il consiste aussi en une activité de désindexicalisation des propos enregistrés.

La *description radiophonique*, particulièrement présente à France Culture, dans les émissions et enregistrements extérieurs, crée une rupture avec l'expérience courante (14). « Nous sommes sur le parvis de Vincennes » ; « Vous faites tourner la roue » ; « Le moulin fonctionne très rapidement » ; « Nous sommes en plein tumulte d'eau et de bois ». Si elle semble se confondre avec l'énonciation des conditions, elle en diffère radicalement quant au rôle qu'elle joue au sein de l'échange. Elle correspond au passage d'une implication à la deuxième personne (« vous faites ») à une implication à la troisième personne (« il fait »). Ce faisant, elle contribue à l'instauration d'un tiers, la réflexivité étant à elle-même productrice de publicité dans la mesure où elle désindexicalise cette fois-ci une situation, une expression ou une action en la rendant rapportable à une tierce personne étrangère à la situation. Il s'agit là de publiciser la relation entre les locuteurs, d'*introduire un auditeur* (oublié). La description radiophonique est à entendre ici au sens de compte-rendu

(account) de l'activité, mais en tant que forme de radio développée à France Culture elle ne s'y limite pas.

Si désindexicaliser verbalement une situation revient toujours à l'indexicaliser, leur utilisation différenciée pour *décrire* ou *énoncer* recoupe la distinction entre construire une place à l'auditeur et publiciser la relation entre les participants. A travers l'énonciation des conditions et la description, on voit que les gens de radio traitent, et de la place donnée à l'auditeur, et de sa présence dans l'échange.

UN RÉGIME MODALISÉ

Revenons sur le premier extrait d'observation. Il montre que le producteur réitère les salutations bien que les protagonistes en studio se soient déjà dit « bonjour » lors de leur rencontre. Dans la vie « ordinaire » les formes de salutations réitérées adviennent lorsque les gens rentrent en présence physique, ou bien parce que ces salutations ouvrent une conversation : il en est parfois ainsi entre des personnes qui se rencontrent immédiatement après un échange au téléphone ou qui entrent en contact physique après s'être vues (lors d'une séance publique par exemple). Encore ces formes s'approchent-elles davantage de la double salutation que l'on trouve aussi dans le couple salutation gestuelle/salutation verbale, les deux pouvant être associées ou dissociées, que d'une *réitération de salutations*. A la différence de celles-là, cette dernière présente le caractère double d'être une ouverture de conversation (en présence d'un nouveau venu, l'auditeur) et la reproduction d'une salutation ordinaire.

Panorama (émission de critique littéraire en direct) du 06/01/1992, 12 h, enregistrement depuis le studio :

Musique de générique. Klaxon. Le rouge s'allume. Le générique restera en fond sonore.

(14) Cf. le chap. II, « Studies of the routine grounds of everyday activities », in GARFINKEL, 1984, pp. 35-75.

P : bonjour à tous ce panorama est réalisé aujourd'hui par Mireille K avec à la prise de son Olivier B et Antoine M à douze heures quarante-cinq nous parlerons de l'antiquité grecque et scythe : sans les parthes à douze heures trente le journal et tout de suite l'actualité littéraire à propos de trois ouvrages François David *Le pied de la lettre* Jean-Marie Le Sidaner *Leçon d'apocalypse* et Frédéric Boyer *La consolation* : en compagnie de Gilbert Lascaux Caroline Maraux Isabelle Rabineau et Nadine Vasseur

Musique (6s)

P : tu le lances vite [à I.]

I : j'explique un peu quand même (parce) que : c'est moins évident que #

Klaxon. Rouge.

P : et nous commençons par le roman oui c'est un roman un petit// roman un court roman

I : ouais

enfin c'est un roman quand même c'est le premier roman de Frédéric Boyer...

Le « bonjour à tous » diffère d'un « bonjour » adressé aux seuls interlocuteurs du studio dans la mesure où sa structure énonciative (le « tous ») ne distingue pas s'il inclut ou non auditeurs et locuteurs présents. Certes l'observation en studio montrait que le producteur ne s'adressait pas visuellement en priorité à ses interlocuteurs. Toutefois, l'ambiguïté sur le destinataire illustre le fait que le tiers peut être tantôt celui à qui l'on s'adresse, tantôt celui qui assiste. On peut alors penser les rapports illocutoires en termes proches du *contrat de lecture* de Veron, où « celui qui parle (l'énonciateur) se construit une "place" pour lui-même, "positionne" d'une certaine manière le destinataire, et établit ainsi une relation entre ces deux places » (15). Dans « nous parlerons », le « nous », dont la disponibilité à exprimer différentes modalités de liaison avec le « je » de

l'énonciateur a été notée (16), est inclusif du collectif en studio. L'adjonction, ensuite, au « nous » d'un « en compagnie de » le fait passer à un « nous » exclusif, « reliant » le producteur-énonciateur à l'auditoire. Ce changement permet de confirmer que le « bonjour à tous » reste équivoque quant à la place qu'il construit à l'auditeur.

Il y a donc deux manières de faire apparaître un tiers : soit explicitement, par une place au sein de l'appareil formel de l'énonciation que mobilise la linguistique (le « nous » de « nous sommes dans votre maison » vise un « il »), soit tacitement, par des dispositifs qui implicent un auditeur. Il faut alors rattacher la notion d'*auditeur* aux dispositifs d'implication d'un tiers et celle de *destinataire* aux dispositifs explicitant les places. Prendre au sérieux l'ambiguïté de l'exemple ci-dessus, c'est considérer qu'il met en œuvre une confusion significative entre *implication* et *explicitation* d'un tiers, qu'il rend donc le passage du hors-antenne à l'antenne plus ou moins indécis quant au rappel de la présence d'un auditeur. Il met en évidence notamment que l'on peut s'adresser à l'auditeur sans nécessairement le catégoriser.

Nous utiliserons la notion de *modalisation* développée par Goffman (17) pour décrire ces deux dispositifs, c'est-à-dire la forme que prennent le passage et le régime qui se met en place à l'antenne et qu'instrumente de manière caractéristique la répétition des salutations en opérant une sorte de confusion entre hors-antenne et antenne. L'antenne débute comme une modalisation du régime hors-antenne, on y fait « comme si » l'échange venait de se mettre en place en présence de l'auditeur. Nous appellerons cette forme d'engagement « engagement modalisé » et nous parlerons de « régime modalisé ». Ce régime modalisé sera considéré non comme la description du « régime de

(15) VERON, 1985.

(16) Cf. DE FORNEL, 1994, pp. 185-192.

(17) « Par mode [modalisation] j'entends un ensemble de conventions par lequel une activité donnée, déjà pourvue d'un sens par l'application d'un cadre primaire, se transforme en une autre activité qui prend la première pour modèle mais que les participants considèrent comme sensiblement différente. » GOFFMAN, 1991, pp. 52-53. Le théâtre par exemple est une modalisation de cadre primaire, plus exactement une modalisation de fabrication. Cf. pp. 132-159.

connaissance » de l'antenne à France Culture, mais comme une approche, ou plus exactement un guide de l'action pour les producteurs. Il est appelé modalisé parce que sa caractéristique est de tenter de maintenir tant soit peu le cadre qui préside à une conversation ordinaire.

Ce type de régime est, selon nous, une forme contemporaine de publicité, de prise en charge de la publicité. Ainsi, l'engagement des personnes par les déictiques et les termes d'adresse a évolué dans l'histoire de la radio. Les enregistrements d'émissions des postes privés des années 1935 à 1940 font remonter avant-guerre l'adresse à la deuxième et troisième personne que l'on trouve aussi dans les années 50, où le speaker s'adresse ainsi à son interlocuteur : « Il va nous dire ce qu'il pense du film *Le jour se lève* », « Pouvez-vous être assez aimable pour dire à nos auditeurs ? », « Pouvez-vous dire à nos auditeurs ? » (18). André Parinaud s'adresse à André Breton en 1950 en usant de la formule : « Monsieur Breton, pouvez-vous nous dire... » (19), intermédiaire entre un « il » et la forme nominale simple « André Breton... ». Ainsi s'est opéré un passage du *style indirect* au *style direct*, d'abord du côté de l'interlocuteur, par la suppression du « il », l'adresse devenant : « Pouvez-vous nous dire ? », puis par celle du « nous » et l'accession au style « direct » du type : « Dites-moi. » En 1978, Émile Noël commence un entretien avec Pierre Schaeffer comme suit : « Pour moi, vous êtes... ». L'adresse contemporaine adopte le « je », – « Je voudrais vous demander » –, qui se distingue nettement d'un « Chers auditeurs je vous réserve une surprise », parce qu'il est employé avec une tierce personne et sans référence, à de rares exceptions près, à la catégorie « audi-

teurs ». L'animateur ne représente plus un « nous », mais un « je » (20). Sur France Culture, et en d'autres lieux radiophoniques, le rapport aux interviewés est poussé par certains jusqu'à l'identification : « quand on a cinquante ans et qu'on regarde son œuvre », dit un producteur à un artiste. Ce « on » ne fonctionne pas comme « on » impersonnel, mais bien, selon nous, comme implication subjective (« vous et moi ») dans la bouche d'un producteur dont les caractéristiques se rapprochent de l'interviewé.

A la différence d'un « régime de la critique » par exemple (21), on voit que c'est dans la relation entre intervieweur et interviewé que la publicité est prise en charge et non du côté de l'intervieweur exclusivement. L'ancien « nous » de l'animateur portait avec lui le « il » du tiers-auditeur ; le « je » contemporain ne le peut pas, et c'est dans la relation du « je » au « vous » que la place donnée au tiers va être assurée. La conséquence d'un tel dispositif de publicité ou d'introduction du tiers, ce sont des gains en implication vivante mais des risques toujours présents au sein de la relation elle-même, celle-ci pouvant tourner à une proximité trop forte ou au contraire à un éloignement fatal pour la conversation.

MODALISATION TÉLÉVISUELLE

Nous voudrions faire ici un aparté télévisuel pour montrer en quoi cette modalisation est caractéristique, semble-t-il, des formes contemporaines de mise en situation d'interview. Prenons l'exemple d'un reportage télévisé du journal de 20 h sur France 2 lors des grèves de décembre 1995. On y voit un chef d'établissement scolaire répondre à un journaliste, qu'on

(18) *Les radios privées d'avant-guerre : Radio-cité, Poste parisien ; de 1935 à 1940*, 1994, CD 1 pl. 19 et pl. 16.

(19) Cf. BRETON, 1991, cass. 2, face A.

(20) Tout le travail historique de Méadel a bien montré que la radio se donne d'abord à voir en tant que médium et radio, « clou du spectacle », avant de s'effacer comme tel. Aussi les premiers reportages « n'effacent en rien la présence du micro et cherchent à le mettre au premier plan ». Sa présence médiatrice et la catégorie « auditeurs » servent alors d'introducteur du tiers par des formules comme : « Nos auditeurs se demandent... », « Que diriez-vous à nos auditeurs qui ont hâte de savoir... », « Nos auditeurs vous ont déjà entendu... » (*sic*). Cf. MEADEL, 1994, p. 283.

(21) Où l'exigence prioritaire est pour les locuteurs de « chercher à effacer de l'énoncé leur présence en tant qu'énonciateur », tout en maintenant « un concernement minimal » dans l'accusation. Cf. CARDON, HEURTIN et LEMIEUX, 1995, p. 10.

ne voit pas, sur la question de la grève de ses enseignants. La séquence le filme en *situation*, devant son collège. Puis, lui fait suite un commentaire du journaliste qui parle sur une autre séquence où l'interviewé est en train d'ouvrir la porte de son établissement pour y entrer et y disparaître, comme il le fait sans doute tous les matins et midis chaque fois qu'il rentre. Comment cela s'est-il passé ? Faute de l'avoir vu, plusieurs solutions se proposent alors. Soit le journaliste ou le cameraman a demandé à l'interviewé de faire comme il ferait s'il vaquait normalement à son activité professionnelle. Soit encore, le cameraman, une fois l'interview finie, a continué de filmer, ou bien en indiquant clairement qu'il allait filmer ou en le rendant discernable par l'intéressé, ou encore en filmant à l'insu. Dans tous les cas, il s'agit de « faites comme si nous n'étions pas là, comme vous faites quotidiennement ». La question relative à la clôture de l'interaction se pose alors. L'interaction journalistes/interviewé s'est-elle close, là, sous nos yeux, au moment de l'enregistrement filmé ? Ou bien s'est-elle close hors-antenne avant ou après cette séquence qui montre l'interlocuteur prendre congé de la caméra et des journalistes ? Bref, est-ce la véritable fermeture de l'interaction ou sa *modalisation* devant une caméra ? La réponse ne change rien, puisque ce que nous montre une telle formule c'est la confusion entre les deux types d'interaction : l'interaction dans son ensemble (depuis la prise de contact hors-antenne jusqu'aux remerciements finaux) pour les acteurs de l'interaction journalistique ; et l'interaction à l'antenne proprement dit. Sauf que l'action de l'interviewé s'apparente davantage à son activité ordinaire qu'à une performance extraordinaire devant la caméra. Mais on pourra nous dire que l'interviewé a joué une scène de sa vie courante. Là encore, ce qui compte c'est la tentative d'effacer une différence radicale entre un moment de présence réglée et manifeste de la caméra et sa pré-

sence-absence à d'autres moments. L'absence visuelle du journaliste, qui s'est mise en place historiquement aussi, contribue à cet effacement du cours ordinaire et du cours « médiatique ». Les reportages télévisés en *situation*, autour d'une forme « récit de vie », sont récurrents et peut-être constatons-nous là une intégration de plus en plus forte du média au sein du cours ordinaire de la vie (22).

Ainsi, la situation d'émission est fondée sur une procédure de modalisation, caractéristique du média radio, consistant pour le producteur à partir d'une situation de non-présence physique d'un public et à tenter d'en maintenir les effets dans un cadre public. En s'isolant dans la lecture de ses notes ou en ne répondant pas à certaines questions sur la distribution des paroles, il met à distance les contraintes d'antenne pour conserver, une fois l'émission commencée, certaines caractéristiques des conversations ordinaires. En termes goffmaniens de « cadre », on dira donc que les gens de radio tendent à faire de l'antenne une modalisation de l'interaction conversationnelle hors-antenne, c'est-à-dire tentent de retrouver à l'antenne un régime qui prenne pour modèle le régime hors-antenne. C'est entre autres pour cela que les producteurs ne sont pas très disposés à recevoir un observateur en studio ; ils y voient un risque de perturbation. Non pas que la conversation soit « privée », c'est justement l'inverse ; mais la présence réelle d'une tierce personne en studio risque de venir perturber l'infrastructure conversationnelle à deux où le tiers est avant tout, non seulement pragmatiquement absent, mais surtout implicite.

IMPLICATION « VIVANTE »

Une certaine modalisation de l'antenne sur le hors-antenne et l'implication de l'auditeur qui l'accompagne trouvent leur justification dans la forme d'engagement recherchée à l'antenne. Une fois au micro,

(22) La presse n'est pas en reste qui accroît le nombre des *propos rapportés* dans ses articles. Une analyse de contenu des articles du *Monde* par exemple noterait sans doute un accroissement des inserts de paroles en style direct placés entre guillemets.

les participants redéfinissent, en l'auto-produisant (23), le cadre prévu de l'émission, qui est alors plus ou moins conforme à sa première définition. Le producteur peut soit s'y engager fortement, mais au risque de ne plus savoir quoi demander, en se répétant, en hésitant, soit refuser le nouveau cadre, en se reportant à ses questions et à son conducteur mais au risque alors d'y perdre son engagement et celui de l'intervenant (24). Aussi, sa réaction est-elle ambivalente. Les invités peuvent aborder en quelques minutes tous les thèmes prévus de l'émission, toute la chronologie d'un sujet historique... La redéfinition entraîne alors l'épuisement des ressources, des différents thèmes de l'émission, en quelques phrases. Elle risque d'amener à la répétition ou à « tourner en rond ». Mais l'auto-production de l'émission assure aussi une dimension essentielle de la radio : le *vivant*. L'implication des individus peut rendre les personnes davantage présentes. Le risque d'une redéfinition incontrôlée au cours de l'échange a sa contrepartie dans une forme d'engagement mutuel et indépendant de la sollicitation du producteur. En conséquence, il s'agit de maintenir l'engagement entre deux bornes – l'engagement d'une conversation ordinaire et une distance trop importante – et d'obtenir des participants un engagement qui soit une implication distanciée mais « vivante ».

« On avait enregistré un monsieur qui était conseiller d'État. Terrible. L'histoire, c'était raconter le Conseil d'État. La naissance. Parce qu'il faisait partie des premiers. (...) On avait ce monsieur plus deux autres qui étaient des profs. C'était affreux. C'était lu et tout. C'était atroce.

L'émission devait faire 1 h 25. *Le Temps qui change*. Quand on a fini le technicien m'a dit : « Eh ben dis-donc, vous allez perdre tous les auditeurs de France Culture. » C'était mortel. La dame, elle lisait son texte. Le monsieur qui était très âgé et qui racontait, pareil, il faisait attention de pas faire..., il s'autocensurait en fait. Le seul moment où il y avait un petit bout de..., un moment donné, trois-quatre minutes il avait commencé à dire des choses un peu... VIVANTES, c'était un peu une critique. » [Chargée de réalisation]

Lire à l'antenne, comme tenir un monologue (25), est une faute de pragmatique radiophonique (26). Il faut de même éviter les situations d'« épuisement » de l'engagement des intervenants que provoque la répétition à l'antenne de propos évoqués hors-antenne. C'est pourquoi les producteurs n'évoquent le sujet de l'émission que dans la limite du nécessaire, de façon à définir le cadre ou pour clarifier un état des représentations qu'ont les participants les uns des autres, dans le cas d'une mésentente qui pourrait « dérapier » à l'antenne. C'est pour cela aussi qu'on ne peut faire des répétitions hors-antenne de ce qu'est l'antenne.

« Une émission, c'est pas du théâtre. C'est de l'improvisation. Le côté improvisation est important. Ce sont des émissions d'improvisation organisée. (...) Mais on ne préorganise pas le débat. Le débat se déroule de façon non prévisible, il le faut pour conserver les conditions du direct. (...) Le côté impromptu des émissions est une sorte de garant de leur

(23) Ce que montre l'analyse ethnométhodologique. Cf. SACKS, SCHEGLOFF et JEFFERSON, 1974.

(24) Les producteurs (et les émissions) varient selon qu'ils font usage davantage de l'autoréférence du cadre à lui-même, dans le cas où l'émission s'alimente elle-même, ou au contraire s'appuient sur des questions, des musiques, des bobines plus ou moins extérieurs au cadre de l'interaction qu'il faut suivre ou insérer coûte que coûte.

(25) « Au bout de dix minutes, j'ai fait un geste, j'ai arrêté. J'ai dit [au producteur] : "C'est pas possible, ça passe pas, c'est trop lu. Il faut le matraquer de questions jusqu'à ce qu'il prenne un rythme de conversation. Il faut que ce soit plus vivant. C'est pas bien qu'il parle tout seul comme ça." » [Chargée de réalisation.]

(26) Les conditions énoncées par Austin dans *Quand dire, c'est faire* à propos du performatif permettent de définir une pragmatique sociologique s'intéressant aux contraintes pesant sur une action, une pratique..., pour qu'elle soit réussie et ne soit pas jugée comme faute, échec... (pragmatiques). Cf. AUSTIN, 1970, p. 49.

authenticité. Authentique dans la mesure où il y a une forme de surprise. Je dis pas que c'est surprenant à chaque fois. On ne peut pas faire un débat si tout le monde sait à l'avance ce que chacun va dire, ce n'est plus un débat. C'est la raison pour laquelle il n'y a pas de réunion. Chacun lit son livre dans son coin. Chacun vient avec l'idée qu'il a des autres participants, il sait plus ou moins qui il va retrouver en face de lui. Parfois il ne sait pas, c'est une vraie surprise. Comme les participants sont des gens de ressources, des gens rompus à ces techniques-là et qui ont une solide culture générale derrière eux, ça se passe bien. » [Producteur au *Panorama*]

Le travail hors-antenne consiste à mettre en œuvre ce que l'on peut appeler une pragmatique de l'*Engagement*, qui essaie de répondre au mieux à la question : Quelles sont les contraintes pesant sur l'énonciation et la situation qui doivent être respectées pour permettre l'émergence d'un engagement vivant qui ne soit pas un débordement ?

Une fois à l'antenne, le producteur doit maintenir sa présence et assurer l'engagement des intervenants. A la différence de la télévision, l'absence de contrainte visuelle, autre que celle de l'interaction, autorise des replis momentanés sur soi. Si, pendant que son interlocuteur parle, le producteur peut se mettre à lire, à tourner les pages d'un livre, à feuilleter ses notes, avec l'intention d'anticiper la suite de ses questions, remarques ou lectures, il doit cependant veiller à ne pas provoquer l'interruption de son interlocuteur. Lors d'une observation en studio de l'émission *Archipel Médecine* consacrée à des sujets médicaux, j'ai observé à de nombreuses reprises la séquence retrait-présence du producteur, qui alternait le face à face visuel et le détachement pour lire son conducteur. Voyant la perturbation de son

invité, il effectuait alors des signes de tête. Le discours est soutenu ici par des marques d'attention, de suivi et d'intérêt de la part du destinataire en studio. Là aussi le producteur peut soit adopter une posture détachée, rendue légitime par une situation publique, ce qui lui permet de rappeler l'existence d'un tiers, soit activer le support conversationnel à deux afin d'engager son interlocuteur.

Inversement, lors d'une observation de l'enregistrement d'une émission *La science et les hommes* consacrée à un biologiste, le sociologue invité dirigeait son regard presque exclusivement vers le centre de la table. Il en ressortait un malaise de la productrice, lisible sur son visage, et un effort pour capter le regard de l'invité. A défaut de cette convergence mutuelle des regards, celle-ci ne savait plus s'il était disposé à répondre, perdait des moyens d'intervenir dans son discours et de conduire la suite des événements. En coprésence, les gestes peuvent être enchâssés dans les séquences verbales (comme équivalent d'un tour de parole, prédécesseur, support, complément de l'énonciation...), ou en être détachés pour porter d'autres significations relatives à une activité autre que l'énonciation (réfléchir à ce qui se dit, lire ses papiers, regarder la cabine). La première utilisation participe de l'engagement du producteur et de ses sollicitations, la seconde permet de manifester la présence d'un tiers-auditeur.

Si l'antenne a des traits d'une modalisation du hors-antenne, elle en diffère fondamentalement du fait de l'introduction du public et de la quasi-obligation d'engagement liée à la contrainte de présence sonore (27). « Le silence en radio c'est terrible. Vous faites un silence de deux secondes c'est épouvantable », dit un producteur. Le retrait, le silence ne sont tolérés que sous la condition de constituer un suspense ou de signifier une intériorité. Dans l'émission d'Alain Veinstein, *Du jour au lendemain* (émission d'entretien en

(27) Aussi, notre analyse ne s'intéresse-t-elle pas à décrire l'ensemble des modalités conversationnelles propres au régime d'antenne radiophonique. La conversation à l'antenne proprement dite resterait à étudier, pour montrer en quoi elle diffère ou accentue des traits de la conversation « ordinaire », indépendamment ou non de cette recherche du « vivant ».

semaine, entre 00 h 05 et 00 h 50), où les silences sont parfois longs, c'est le dispositif radiophonique qui prend en charge l'introduction du tiers, les musiques en l'occurrence.

L'événement radiophonique

« On fait comprendre aux gens que s'ils parlent trop longtemps, c'est pas bien. Et de toute façon, autour de la table il y a une pression tellement forte pour la prise de parole qu'ils finissent par se taire ou alors ils sont vraiment très forts. Ou alors, ils gardent la parole tout en combattant pour la garder, ce qui n'est pas du tout la même chose. C'est-à-dire : « laissez moi finir ». Même si ça se dit pas, ça s'entend, et à ce moment-là ça monte. Le ton monte et donc l'événement dont je vous avais parlé se produit, mais d'une autre façon. C'est-à-dire qu'il y a une tension qui se crée et la tension éveille évidemment l'attention de l'autre côté, du côté de l'oreille de l'auditeur. » [Producteur au *Panorama*]

La Question est l'acte illocutoire principal qui doit assurer l'engagement de l'interlocuteur. Elle peut prendre la forme de mots de relance, de résumés qui soutiennent le discours. D'autre part, en radio, si la contrainte de discussion est, dans l'idéal, la succession des tours de paroles sans chevauchement, un respect trop fort de cette organisation risque le passage au formalisme. A l'opposé, des intervenants et un producteur qui parleraient en même

temps sont très mal tolérés (28). A l'antenne, l'organisation des actes de langage se doit d'être séquentielle et de fait les superpositions sont coupées au montage dans le cas des faux-directs. « Tu parles par-dessus, dit, à la fin d'une émission, une réalisatrice à la productrice, je vais devoir tout couper. » Si la succession respectueuse des tours de parole risque le formalisme, et des chevauchements trop importants le brouhaha et l'inintelligibilité, c'est entre les deux que se situe la production d'un bon engagement (29).

En regard d'une définition de l'interview radiophonique comme mise en œuvre respectueuse de l'organisation des tours de parole, d'une prédéfinition des thèmes et d'un acte de langage particulier, questionner, en présence d'un auditoire, les professionnels de radio définissent l'événement *radiophonique* de manière locale comme une manifestation non programmée, mais prévisible et favorisée, advenant au sein d'une organisation et d'un thème centraux, pré-réglés et formalisés en début d'émission : « La préparation avant est minutieuse, mais elle doit quand même laisser la place aux impondérables et à ce qui s'est passé, sinon ce n'est pas la peine de faire venir un intervenant. Il faut quand même qu'il y ait une part calculée de surprise et d'inédit », déclare une productrice. Il s'agit « de créer des espaces pour que l'impossible et l'inattendu adviennent. La radio c'est fait de surprises. » Aussi, l'événement radiophonique qui peut advenir au *Panorama* (émission de critiques littéraires) n'est pas celui qui pourrait advenir dans *Le Temps du change* (émission avec des spécialistes d'une discipline). L'hypo-

(28) Cf. CHARAUDEAU, 1984, pp. 111-115. Toutefois il faut distinguer les disputes imprévues et incontrôlées entre participants occasionnels, et les disputes contrôlées entre collaborateurs réguliers d'une émission. La superposition des propos y est ici tolérée parce qu'elle est auto-contrôlée de la part de collaborateurs professionnels, et qu'elle est même voulue, en partie, pour son efficacité sur le maintien de l'attention de l'auditeur. Cf. DUCHATEAU, 1987, pp. 123-139. Duchateau, producteur à France Culture, y défend le rôle stratégique de l'empoignade en débat radiophonique.

(29) Avançons ici quelques hypothèses, sur les bases de l'Analyse de conversation, permettant d'identifier quelques traits de ce que peut être un engagement vivant. La conversation peut prendre une forme « vivante » quand il y a *auto-production* du cadre de la conversation : par l'auto-sélection de l'intervenant et du producteur en dehors des places transitionnelles les plus attendues, par le recours à des séquences non initiées par une question (une exclamation par exemple), et surtout peut-être par des chevauchements. Un critère d'engagement vivant est sans doute une énonciation en première personne « je ». Pour vérifier ces hypothèses, il conviendrait de soumettre différentes émissions à des appréciations sur leur dimension « vivante », afin aussi de qualifier les critères prosodiques portant sur l'élocution qui la qualifient d'énervée, d'impliquée, d'enjouée, de détachée, sans oublier le contenu de l'énoncé lui-même.

thèse est alors que l'événement advient quand l'attendu que le dispositif a mis en place est bousculé ou remis en cause (30).

« Il y a des axes de thématiques à mettre en place, ou inversement, et peut-être de manière paradoxale par rapport à ce que je viens de dire, [il faut] guetter l'effet de surprise pour pouvoir être désarçonné, garder cette fraîcheur dans l'interview qui fait que d'un seul coup vous sentez que l'invité n'a pas envie d'aller là où vous lui suggérez d'aller, mais qu'il a d'autres exemples en tête, un autre imaginaire, une autre culture, un surgissement de sensations différentes, et une des qualités des producteurs, et dans une mesure peut-être comparable également des réalisateurs, c'est d'entendre cela et de savoir que l'intérêt de l'émission à venir est là et peut-être de savoir obéir et être attentif à ce genre de dérivation, déviation ou surprise. »
[Chargé de réalisation]

La notion d'événement radiophonique est, on le voit, intimement liée, sinon confondue, avec la catégorie professionnelle du « vivant ». Avoir un engagement « vivant » unifie aussi bien la présence du locuteur dans son énonciation que son implication intellectuelle. Tel que décrit ici, la notion d'événement est sans doute en relation étroite avec celle d'une théorie constructiviste et de l'étiquetage (31), au moins comme catégorie historiquement constituée, mais on voit bien que les acteurs considèrent l'événement avant tout comme produit dans le moment de son énonciation et mettent en place un dispositif qui est là pour le favoriser ou le provo-

quer. On note alors que l'événement ne naît pas que d'un travail sur la « réalité », ne vaut pas que comme découpage dans le « réel », mais relève, pour les médias télévisuels et radiophoniques notamment, d'un acte. Il faut considérer l'événement aussi comme « acte événementiel », c'est-à-dire comme une action pratique dont la finalité est la captation du destinataire. Le risque des théories de l'événement serait de définir l'événement à un niveau macro (sociologique, historique). Un événement est autant construit qu'il est fait, il se définit autant par un travail de qualification sur sa valeur de singularité au sein d'un ensemble que par son « effectuation » dans un média (au moment de son énonciation). La catégorie d'« événementialité » serait la plus propice à la saisie de ces dimensions de processus de construction et de mise en acte. Attentif alors au travail journalistique nous dirions qu'à ce *niveau-là* l'événementialité réside aussi dans une actualisation à l'antenne.

Aussi, les professionnels de radio maîtrisent très bien, lors du montage, ce que Piette appelle « l'effet d'humanité », ces détails et manifestations périphériques qu'il désigne comme non pertinents pour l'action principale (32).

« Mais, même dans les *Chemins de la Connaissance*, je vais garder une petite phrase anodine ou un peu superficielle, qui va faire ce sourire que l'on va entendre au milieu d'un discours extrêmement formel et qui, d'un seul coup, va rendre humain la personne qui était totalement dépouillée, aseptisée. J'aime aussi les défauts de langage. Je suis absolument stricte sur des tas de choses mais je vais laisser un tout petit défaut

(30) Anne-Sylvie Pharabod, qui a analysé l'émission *Perdu de vue*, a mis en évidence une structure scénarique qui fonctionne comme un conte, et elle définit l'événement comme la réparation du lien : les individus étant dans le bonheur, le lien a été rompu, ce qui les plonge dans le malheur, et l'émission doit renouer le lien et réinstaller le bonheur. Toutefois la lecture permet, selon nous, de dégager deux types d'événement : l'événement relationnel positif (les retrouvailles en direct), événement qui, bien que réel, reste calculé (« l'événement est créé »), et un événement relationnel réel mais négatif (un refus de réconciliation à l'antenne), qui est certes un événement du point de vue de l'audimat, mais un échec pour les protagonistes de l'émission (qui ne l'avaient pas programmé ni souhaité). On voit très bien à travers cet exemple la double définition de l'événement. Il peut être qualifié par sa *réalité*, mais aussi par sa *prévisibilité*. Cf. PHARABOD, 1993.

(31) Cf. NEVEU, QUÉRÉ, 1996.

(32) PIETTE, 1996. Piette considère les rituels.

pour laisser un peu d'humanité. Un défaut ou un tic de langage. Ne pas tous les épurer pour laisser quelque chose de vivant. Le souci de laisser la parole vivante, animée, et la plus libre possible. Du moins la rendre extrêmement coulante, extrêmement vive, comme une eau vive. » [Chargée de réalisation]

La référence au « vivant » est essentielle pour comprendre les choix opérés à France Culture et sur l'ensemble des chaînes de Radio France, par exemple la confusion du direct et de l'enregistré du point de vue de l'auditeur (33). Pour atteindre à cet engagement « vivant » les producteurs possèdent des ressources qui tiennent à l'alternance des régimes.

L'ALTERNANCE DES RÉGIMES

Pour les émissions en faux-direct, le montage de la bande sonore permis par l'enregistrement autorise la réversibilité des moments d'antenne et des moments hors-antenne. Il permet des basculements de régime à l'antenne même, et dès lors un maintien moins contraignant de celle-ci. L'alternance, pendant une émission, des moments d'antenne et des moments hors antenne permet d'étudier deux dimensions : le basculement et le transfert d'un régime dans l'autre. Le « basculement » saisit les moments de passage d'un régime dans l'autre, le « transfert », l'introduction d'éléments dans un régime depuis un autre.

Basculements de régime

Le faux-direct permet de saisir des alternances de régime s'effectuant de manière impromptue. Lorsqu'on leur a dit que l'émission est enregistrée, certains participants, ce n'est pas le cas de tous, savent,

qu'en dernier recours, ils peuvent quitter le régime d'antenne puisque l'émission pourra être montée par la suite.

Cette fois, j'assiste à l'enregistrement d'une *Perspective scientifique*. L'émission concerne les insectes. La productrice a convié deux participants, deux professeurs de l'enseignement supérieur.

Le rouge s'allume.

La productrice pose une question à l'un de ses deux invités.

Celui-ci ne répond pas, reste coi. Il y a un moment de silence. Il dit :

- « Coupez. Vous me prenez à froid. Qu'est-ce que vous voulez dire ?
 - Vous ne voulez pas parler de ça.
 - Je n'ai jamais abordé ce sujet.
 - Bon, on abandonne », et elle repose immédiatement une autre question.
- L'invité y répond.

En disant « coupez » après un silence qui lui est attribuable, l'invité indique qu'il quitte l'antenne, ce que lui permet l'enregistrement. Puis il demande un compte-rendu à la productrice. Celle-ci, en déclarant « on abandonne », ferme un « thème » et une séquence depuis le régime hors-antenne. Notre attention se porte sur l'*immédiateté* (34) de la nouvelle question de la productrice qui manifeste le souci de maintenir un certain type d'engagement de l'interlocuteur. L'immédiateté (l'absence de silence par exemple) et l'absence d'ouverture comme « bon, on recommence », qui artificialisent l'échange, signifie bien la volonté de non-séparation entre un heurt produit hors-antenne et l'antenne. La même question posée en vrai direct aurait provoqué sans doute un silence de l'invité et une reformulation par la productrice. La rapidité de la question suivante est là pour

(33) Alibert montre ainsi qu'un des arguments invoqués sur France Musique en faveur du concert contre le disque tient dans son caractère « vivant » par opposition au caractère « mort » ou « figé » du disque. Cf. ALIBERT, 1992, p. 31.

(34) La précision ethnométhodologique exigerait une transcription rigoureuse des temps de silence. Notre observation n'a pas été complétée par un enregistrement.

conserver un engagement de l'invité qui ne fasse pas le départ entre antenne et hors-antenne au détriment du premier.

Dans le cas des faux-directs, les producteurs jouissent de l'avantage de savoir qu'il y a un montage, ce qu'une majorité d'intervenants ne savent pas, n'ont pas présent à l'esprit ou n'osent pas utiliser (35). Dans les émissions enregistrées, faire appel au régime hors-antenne est un recours pour relancer l'échange.

Vers la fin de l'émission *La science et les hommes*, enregistrée en faux-direct, la productrice a dû prolonger de quelques minutes un échange qui arrivait à sa fin. Un de ses deux interlocuteurs avait signalé hors-antenne qu'il avait un train à prendre. Arrive l'heure d'un départ imminent qu'il manifeste en regardant l'horloge et sa montre. Mais l'émission continue. Il manifeste un début de départ en se reculant. Mais il n'intervient pas verbalement. C'est la productrice qui le fait :

« – Oui, on s'arrête, je ne veux pas vous mettre en retard. Mais j'aurais voulu parler de la création de la presse spécialisée. »

A cette question le second interlocuteur répond en une ou deux minutes. Puis la productrice fait signe à la cabine et déclare que « cela va ».

Tandis que l'invité désirait quitter le régime d'antenne, la productrice, profitant de l'enregistrement, a énoncé les conditions de la situation afin de réengager un échange à l'antenne. Ainsi, sa *relance hors-antenne* lui a permis d'avoir quelques minutes supplémentaires dans la foulée, sans interrompre l'antenne. La chargée de réalisation coupera le début de sa question au montage.

Ainsi, le recours à la familiarité, à la personnalisation, l'explicitation de situa-

tions individuelles et particulières sont des « techniques professionnelles » pour réengager les interlocuteurs. Le faux-direct accentue le caractère modalisé déjà évoqué en offrant la possibilité de s'installer momentanément dans un échange de type « ordinaire » (ou plutôt « hors-antenne »), qui constitue de ce fait une *ressource*.

Transferts

Les transports d'un régime dans l'autre sont une seconde dimension de l'alternance de régime. S'il n'y a pas, en direct, de réversibilité en cours de régime entre l'antenne et le hors-antenne, en dehors des incidents d'antenne, les utilisations dans un régime d'éléments récupérés dans l'autre sont par contre possibles. Ainsi ce qui s'est dit hors-antenne peut être rappelé à l'antenne par le producteur.

Il est 8 h passée, c'est le dernier quart d'heure de l'émission matinale de France Culture, *Culture Matin* (7 h-8 h 15). Autour de la table se sont placés le producteur, son invité, ancien conseiller présidentiel, le journaliste de la rédaction, le chroniqueur et le producteur en charge de la revue de presse. Une heure déjà s'est écoulée, interrompue par le journal de 7 h 30 qui permet une pause-déjeuner. Producteur et invité s'étaient levés et avaient évoqué différents sujets en rapport avec la demi-heure précédente. L'invité avait confié au producteur qu'il pensait que son candidat allait être élu face au concurrent. L'émission reprend ensuite. Arrive 8 h, le journaliste donne les informations et le chroniqueur intervient.

Puis le producteur reprend la parole, à l'antenne, pour continuer l'émission avec son invité pendant les quelques minutes restantes jusqu'à 8 h 15 :

– « Vous m'avez fait une confidence [tout à l'heure]. Vous pensiez être vainqueurs [aux élections présidentielles]. »

(35) La modalisation se transforme alors en une fabrication : selon l'analyse des cadres de Goffman, la fabrication est un cadre d'expérience où tous les acteurs ne possèdent pas la même information sur les conditions de la situation.

L'invité, pris à parti, essaye de répondre à la question avec sourire, en disant qu'effectivement ils ne pensaient pas perdre.

Ainsi le producteur a rapporté à l'antenne un propos que le participant avait tenu à la pause de 7 h 30 sur le mode de la confiance.

Là encore, le fait de rapporter ce qui a été dit hors-micro peut être pensé comme une tentative de modaliser la conversation à l'antenne sur celle du hors-antenne, en sollicitant chez le locuteur une posture identique à celle qu'il avait lors de son énonciation. Mais l'introduction dans une situation de ce qui est fait et dit dans une autre est délicate, parce que s'il peut y avoir équivalence entre régime d'antenne et régime hors-antenne, il n'y a pas équivalence de fait entre antenne et hors-antenne du point de vue de la publicité. La confiance portant sur la validité limitée des propos hors-antenne est rompue par le transfert à l'antenne. Ce qui est rapporté à l'antenne doit l'être au nom des thèmes de l'émission (du cadre qui s'est construit jusqu'à ce moment).

Les transferts du hors-antenne, qui se spécifie alors en hors-micro, peuvent également porter sur les gestes et les conditions de l'interaction, ou sur le type d'engagement qui a pu avoir cours hors-antenne (la familiarité par exemple). En radio, le passage à l'antenne entraîne une séparation des dires et des gestes. Aussi, ce qui se fait loin du micro, tousser, se balancer, lire, écrire, se lever, partir et revenir, n'est normalement pas rendu public. Faire signe de la main qu'on ne peut pas prendre la parole parce qu'on a un chat dans la gorge, qu'on n'a pas entendu, que ça n'intéresse pas, lever le doigt pour indiquer le souhait de prendre la parole, montrer la paume de la main pour indiquer son retrait de l'échange, autant de gestes qui restent la plupart du temps hors de l'évocation

verbale (36). Mais le producteur peut utiliser ces gestes à l'antenne : « Je vous vois bouger la tête », peut dire, par exemple, un producteur. Ce type d'interpellation, on l'a vu à propos de la description, contribue à une publicité de la relation entre le producteur et l'interlocuteur. L'utilisation d'éléments du hors-antenne, afin de relancer l'échange, mettre à l'aise, faire taire les intervenants, est aussi une ressource pour « rendre vivant » les locuteurs. La fonction des basculements et des transports est d'assurer l'engagement de l'interlocuteur et si possible son implication vivante, par une technique de prise à parti.

Le recours au hors-antenne n'est pas réductible à une simple problématique de la ressource. Il engage ce qu'on pourrait appeler une « *politique* » de la radio. L'usage des ressources commande des positions relatives à la relation intervieweur-interviewé. L'évolution historique des types d'adresses radiophoniques montre bien que le régime d'engagement décrit ici diffère d'un régime critique qui adopte avant tout des « formes de généralité » proches de l'objectivité et rejette plus fortement la présence subjective des locuteurs tout en exigeant un minimum de concernement. Un tel régime critique ou de forte distanciation peut se caractériser doublement. Il fait peser les marques de publicité sur l'intervieweur en le désignant d'emblée à distance du couple intervieweur-auditeur, ce qu'exemplifie l'adresse du type : « Monsieur Antoine, pouvez-vous nous dire... ? » D'autre part, il associe l'intervieweur à une position de porte-parole des auditeurs. Celui-ci adopte la position distante du journaliste critique face à un interlocuteur constitué comme exemplaire d'un groupe opposé et dominant sur lequel porte le doute (figure de l'homme politique). En cela, les projets subjectifs des producteurs de la chaîne se manifestent dans le type d'adresse qu'ils utilisent, depuis les « journalistes » jusqu'aux « créateurs ». Un régime « modalisé » est obligé, lui, de faire peser les

(36) Cela ne signifie pas que toutes les dimensions du corps soient hors d'une manifestation perceptible. L'état corporel et l'émotion sont marqués dans la voix, les manifestations sonores sont audibles et la présence par rapport au micro plus ou moins sensible. Cf. BOLTANSKI, GODET, 1995.

marques de publicité sur la relation elle-même. Il en subit les contraintes propres, celles de perdre l'auditeur. A France Culture, ce régime et sa justification par le « vivant » restent prédominants. Il peut se rattacher à ce que certains professionnels nomment la « radio de la parole ».

Différence entre clôture de l'antenne et clôture du régime d'antenne

La caractéristique radiophonique de la fermeture de la conversation à l'antenne est de ne pas proposer de « pré-fermetures », dont les conversationnalistes ont montré la constance dans les fermetures d'échanges : les pré-fermetures étant des pré-fermetures possibles qui donnent à l'autre interlocuteur la possibilité de relancer ou au contraire de clore (37). Le producteur peut remercier, résumer l'échange, énoncer les conditions de la situation (« il est 8 h, l'heure du journal »), mais en tout état de cause il prend à sa seule charge la fermeture définitive ou momentanée de l'échange. Toutefois, il faudrait remplacer la pré-clôture verbale par son équivalent comportemental et technique. En direct, le dispositif technique, les coups d'œil sur l'horloge, les gestes de fin du producteur, l'irruption du générique peuvent remplir cette fonction et amener l'intervenant à se taire ou interrompre sa phrase. Il reste que la pré-clôture gestuelle ne propose pas non plus d'alternative en faveur de l'interlocuteur. Même précédée d'un regard sur l'horloge, en direct, la fermeture définitive aura lieu à la responsabilité du producteur. Voici la fin à l'antenne (enregistrée) de l'émission *Mise au point* :

I : ce serait ça une utopie d'ailleurs une utopie a rebours une utopie réactionnaire de vouloir revenir à des sociétés de type rural et caetera mais déployer autrement le travail et les protections y compris en gardant leurs formes les plus sophisti-

quées bon cela c'est quelque chose de techniquement difficile et de politiquement coûteux mais me semble-t-il de pas utopique du tout

P : je l'espère (.) je vous remercie
André Y La société moderne c'est publié chez X demain La société médiévale 1100-1500 avec Michel Z bonsoir à tous à demain

Musique

La sortie de l'antenne est prise en charge par le dispositif technique. Le technicien éteint la lumière rouge et coupe les micros. La coupure du lien auditif manifeste la « disparition » de l'auditeur. Le « bonsoir à tous » adressé aux auditeurs signifie que c'est du public dont on prend congé. D'autre part, tandis qu'en direct la contrainte horaire justifie en elle-même l'interruption de l'échange à l'antenne, lors des enregistrements, le producteur peut être amené à faire à posteriori un compte-rendu des raisons qui expliquent le moment qu'il a choisi pour interrompre la conversation. Cette réflexivité sur l'échange passé indexicalise l'échange, manifestant aussi la disparition du tiers.

Ces remarques peuvent nous permettre d'avancer des réponses à la question débattue de la pré-fermeture des interviews publiques (38). En ce qui concerne les interviews télévisées, certains ont bien noté l'absence de retour de la part de l'interviewé, mais d'autres ont parlé de « préfaces clôturantes » ou de clôtures projectives, qui là encore n'en sont pas vraiment. La solution ne se trouve-t-elle pas précisément dans le fait qu'il n'y a pas de fermeture de la conversation entre intervieweur et interviewé, qui continueront à converser hors-antenne, mais une fermeture de l'interview, qui engage en premier lieu la disparition du tiers-auditeur. La fermeture par le producteur est alors rapportable à sa place d'initiateur dans la séquence question/réponse. Elle est en fait une *suspension*.

(37) SACKS, SCHEGLOFF, 1973.

(38) Cf. RELIEU et BROCK, *art. cit.*, pp. 110-111.

La clôture de l'antenne actualise l'effacement du tiers et concerne en premier lieu le dispositif de publicité. Mais si le producteur ne se souciait que de la publicité, on ne pourrait comprendre, par exemple, pourquoi il raccompagne les intervenants jusqu'aux portes d'entrées de la Maison de la radio, autrement que parce qu'ils sont des « invités ». Bien plus, les observations nous montrent que l'absence de pré-clôture véritable à l'antenne et le type d'interactions qui ont cours une fois hors-antenne se comprennent aussi relativement à la question de l'engagement des invités. Il faut considérer maintenant la fermeture (ou non) du *régime d'antenne*.

Fin de l'enregistrement d'un *Chemin de la Connaissance*. Sont présents en studio un jeune producteur et une femme, professeur. La durée voulue de l'enregistrement est atteinte. L'invitée termine sa phrase sur les protestants. Le technicien éteint la lumière rouge. Le producteur intervient :

– « C'est très bien. Voilà, c'est bon. Le plan de l'émission va être gardé. Ça va. Plus les musiques, les lectures... J'ai tendance à avoir peur de faire trop court.

– J'ai eu tendance à minimiser l'anecdotique, déclare son interlocutrice. J'ai plutôt minimisé. On ne peut dire plus que la réalité. Une amie dit que ça n'est pas pertinent, affirme-t-elle à propos de son point de vue. Puis elle ajoute : Vous êtes weberien ? »

Le producteur ne répond pas à la question.

– « C'était très bien », dit-il.

L'après-émission s'accompagne fréquemment d'un retour réflexif de la part des participants sur ce qu'ils viennent de dire à l'antenne. Ils signalent ce qui n'a pas été abordé, modifient ou complètent ce qu'ils ont dit en direct, les hésitations qu'ils ont eues. Pour le producteur, le hors-antenne après-émission peut prendre deux voies opposées. Soit, comme dans l'exemple ci-dessus, il y a un refus d'implication : le pro-

ducteur ne prend pas le régime d'antenne totalement au « sérieux », considère qu'il est une parenthèse qu'il faut fermer, en remerciant les participants, en donnant son appréciation, positive la plupart du temps, en demandant celle des intervenants ; en disant « c'était très bien », il cherche à clore définitivement le régime d'antenne pour s'engager sur d'autres thèmes. Soit il voit dans les remerciements et appréciations un risque d'instrumentalisation des participants. Les protagonistes continuent alors hors-antenne, en studio, en cabine ou dans le couloir, à parler du sujet de l'émission. L'échange se poursuit sur un mode très proche de l'antenne.

En mettant parfois en œuvre une réflexivité sur la séquence d'antenne précédente, l'après-émission manifeste bien les deux composantes présentes dans la fermeture de l'antenne : la publicité de la conversation (la clôture d'antenne engageant prioritairement l'effacement du tiers) et l'engagement des locuteurs dans celle-ci.

CONCLUSION

L'étude du hors-antenne et de l'antenne est partie de deux questions. D'une part, quels sont les moyens d'introduire l'auditeur en radio, à France Culture ? D'autre part, quel dispositif relationnel et quel type d'engagement entre locuteurs les producteurs mettent-ils en place ? Nous y avons répondu en montrant que l'introduction de l'auditeur portait davantage sur les places et la distance entre intervieweur et interviewé que sur une catégorisation du tiers, qu'il fallait distinguer entre introduire le tiers-auditeur pour les interactants et construire une place à l'auditeur. Le recours à une telle implication du tiers afin d'accéder à un engagement « vivant » des participants peut être rattaché au dispositif de construction d'une place à l'auditeur.

A travers l'analyse du dispositif radiophonique interlocutoire, il est possible de faire tenir ensemble la sociologie de la production et la sociologie de la réception (39), par exemple autour des « lectures pré-

(39) Cf. HALL, 1994 ; MORLEY, 1992.

férentielles » qu'oriente la place construire à l'auditeur. On peut avancer que la place fabriquée à l'auditeur n'est pas sans rapport, ou « influence », avec celle que prendra un auditeur réel à l'écoute.

Au terme de l'analyse on voit qu'un trait pertinent peut assurer différents objectifs : pour les interactants ; pour la conversation à l'antenne ; pour la référence à l'auditeur. Ainsi, la réitération des salutations à l'antenne, qui n'est pas indispensable comme l'est par exemple l'identification, procure à la fois une distanciation entre locuteurs, une mise en présence du tiers par une ouverture de conversation, et aussi selon nous, une mise en situation de conversation ordinaire, ce que nous avons caractérisé comme modalisation. On voit bien comment le travail radiophonique prend en charge la publicité de la relation entre les participants et, simultanément ou séparément, la question de la place donnée à l'auditeur (place qui lui est construite). C'est pourquoi il est essentiel de distinguer entre régime d'antenne et antenne, et cette distinction permet de comprendre ce qui se joue à la fermeture de l'antenne.

L'introduction du tiers et la forme de l'engagement correspondent à deux niveaux d'organisation différents. Mais la modification de l'un commande une modification de l'autre. Produire l'engagement de l'invité au micro c'est réduire la solidité du dispositif de publicité. Mais négliger l'engagement c'est à l'inverse, comme le disent les réalisateurs qui ont en charge le choix des conditions d'enregistrement, « se moquer du public ». La contrainte de publicité est prioritaire, ce qui ne veut pas dire que ce soit d'elle dont les producteurs se préoccupent en priorité. S'ils ont tendance à la laisser volontairement dans le flou, se fondant en partie sur la compétence supposée de leurs interlocuteurs, pour se centrer davantage sur le rapport à soi de l'invité (mettre à l'aise), ils y reviennent à cause de cette compétence, pour « rappeler » que les ondes ne sont pas

une tribune pour les collègues. Ce poids accru du dispositif de publicité appelle une compétence professionnelle que sollicite sans doute moins un modèle qui met d'emblée à distance l'invité mais qui risque aussi l'ennui et la langue de bois. L'émission mise en œuvre à France Culture par les professionnels s'attache à produire une énonciation « vivante » en implicitant le tiers-auditeur. A travers elle, est défini ce que nous avons appelé le *régime de la connaissance* à France Culture.

L'utilisation que nous avons faite de la notion de régime modalisé en fait un idéal et non une réalité. Le régime modalisé est un guide de l'action qui permet de nommer ce vers quoi tendent les professionnels de radio à France Culture, ce qui les guide, qui ne peut être programmé à l'avance, mais qui peut être favorisé et sollicité grâce à des ressources, et qui leur fait prendre de réels risques : un engagement vivant, c'est-à-dire un événement radiophonique. La réduction limitée de l'incertitude qui s'effectue hors-antenne permet que ce type d'engagement des locuteurs soit possible. Si les producteurs étaient cyniques et calculateurs c'est afin de ne plus l'être, si l'engagement prend. Ne pourrait-on résumer cela dans une formule séquentielle : être intéressé pour ne plus l'être. Il reste que l'engagement souhaité à l'antenne demeure contrôlé, nous l'avons vu à travers les basculements de régime. Un tel modèle permet de définir ce qu'est un événement pour les professionnels de radio, certes non journalistes : l'événement n'est pas tant un fait tiré du monde qu'un acte réalisé dans l'énonciation.

Cela nous permet d'avancer qu'une partie de la définition de la radio et des effets de radio tient du *jeu sur ses conditions de production*. La non-présence visuelle (40), entre autres, permet de récupérer les effets d'un jeu sur les contraintes de situation. Ici, le jeu entre moments d'antenne et de hors-antenne ouvre la possibilité d'activer une présence vivante.

(40) Qui laisse libre, selon les professionnels de radio, une part de l'imagination par l'absence d'une forte clôture du sens (on en trouverait une analyse théorique dans la conclusion du livre *Le geste et la parole*, LEROI-GOURHAN, 1992). Bachelard y voyait, lui, un support à la « rêverie ». Cf. BACHELARD, 1951.

RÉFÉRENCES

- ALIBERT Jean-Louis : « La ligne de Partage des Ondes. France Musique », *Réseaux*, n° 52, Mars-Avril 1992, pp. 25-40.
- AUSTIN John L. : *Quand dire, c'est faire*, Paris, Seuil, 1970.
- BACHELARD Gaston : « Rêveries et radio », in « La radio, cette inconnue », *La Nef*, n° 73-74, fév.-mars 1951, pp. 15-20.
- BOLTANSKI Luc et Laurent THEVENOT : *De la Justification, Les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard, 1991.
- BOLTANSKI Luc et Marie-Noël GODET (avec Chloé LATOUR et Damien CARTRON) : « Messages d'amour sur le Téléphone du dimanche », *Politix*, n° 31, 1995, pp. 30-76.
- BRETON André : *Entretien avec André Parinaud*, INA/Radio France, 1991.
- CARDON Dominique : « Comment se faire entendre ?, Les Prises de parole des auditeurs de RTL », *Politix*, n° 31, 1995, pp. 145-86.
- CARDON D., J-P. HEURTIN et C. LEMIEUX : « Parler en public », *Politix*, n° 31, 1995, pp. 5-19.
- CHARAUDEAU Patrick (dir.) : *Aspects du discours radiophonique*, Paris, Didier-Érudition, 1984.
- DE FORNEL Michel : « Pluralisation de la personne et variation pronominale », *Faits de langues*, n° 3, 1994, pp. 185-192.
- DODIER, Nicolas : « Agir dans plusieurs mondes », *Critique*, n° 529-30, juin-juil. 1991, pp. 427-58.
- DUCHATEAU Jacques : *La colonne d'air*, Paris, Ramsay, 1987.
- DUVAL René : *Histoire de la radio en France*, Paris, Alain Moreau, 1980.
- GARFINKEL Harold : *Studies in Ethnology methodology*, Cambridge, Polity Press, 1984.
- GOFFMAN Erving : *La mise en scène de la vie quotidienne*.
– *La présentation de soi*, T. 1, Paris, Minuit, 1973.
– *Les relations en public*, T. 2, Paris, Minuit, 1973.
- Les cadres de l'expérience*, Paris, Minuit, 1991.
- HALL Stuart : « Codage/Décodage », *Réseaux*, n° 68, 1994, pp. 27-39.
- HENNION Antoine et Cécile MEADEL : *Ethnographie d'une antenne. Le travail des gens de radio*, CSI/CNET, mars 1985.
- LEROI-GOURHAN, André : *Le geste et la parole*, Albin Michel, 1992.
- MEADEL Cécile : « Le spectacle sonore, Histoire des mises en scène radiophoniques », *Vibrations*, n° 5, janvier 1988, pp. 210-20.
- Histoire de la radio des années 30*, Paris, Anthropos/INA, 1994.
- MOLLARD Élisabeth : *Les producteurs de France Culture et leurs activités de 1963 à 1984*, Mémoire de maîtrise d'histoire audiovisuelle, Université Paris X-Nanterre, 1993.
- MORLEY David : « La réception des Travaux sur la Réception, Retour sur "Le public de Nationwide" », *Hermès*, 11-12, 1992, pp. 31-46.
- NEVEU É. et L. QUÉRÉ : « Présentation » in « Le temps de l'Événement », *Réseaux*, n° 75, janv.-fév. 1996, pp. 7-21.
- PHARABOD Anne-Sylvie : « Perdu de vue, Ethnographie d'un reality show », *Cinéma, Rites et Mythes contemporains*, n° 16, 1993, pp. 145-297.

PIETTE Albert : *Ethnographie de l'action, l'Observation des détails*, Paris, Métailié, 1996.

PSATHAS G. (ed.) : *Everyday Language, Studies in Ethnomethodology*, New York, Irvingthor, 1979.

RELIEU M. et F. BROCK : « L'infrastructure conversationnelle de la parole publique », *Politix*, n° 31, 1995, pp. 77-112.

SACKS Harvey : *Lectures on Conversation*, Oxford, Cambridge, Blackwell, 1995.

SACKS H. et E. SCHEGLOFF : « Opening Up Closings », *Semiotica*, vol. 8, 1973, pp. 289-327.

SACKS Harvey, E. SCHEGLOFF et G. JEFFERSON : « A simplest systematics for the organization of turn-taking in conversations », *Language*, vol. 50, n° 4, 1974, pp. 696-737.

VERON Eliséo : « L'analyse du contrat de lecture, une nouvelle méthode pour les études de positionnement des supports de presse », *Les Médias, Expériences, recherches actuelles, applications*, Paris, Institut de recherche et d'études publicitaires, 1985.

Les radios privées d'avant-guerre : Radio-cité, Poste parisien ; de 1935 à 1940, EPM, 1994.