

Résumé :

Ce travail de recherche doctoral en sciences de l'information et de la communication propose d'appréhender un média, la télévision, en France, au printemps 2005. Cette période correspond à un épisode de mutation qui voit l'ancienne télévision analogique migrer vers un environnement numérique et informatique. Notre propos cherche à explorer la notion de média en articulant trois dimensions : le contexte, le discours et le format. Il s'agit d'explorer des mécanismes qui configurent les pratiques médiatiques, au printemps 2005, à travers : la définition d'un contexte d'innovation technique, l'analyse de discours d'actualité qui affirment des lignes éditoriales et enfin, la valorisation de la programmation et la conception de formats de programmes qui intègrent la culture numérique. Les objets construits au cours de cette recherche sont des formes médiatiques, composées de codes identifiables et marquées par le contexte culturel de leur production. En tant que pratique médiatique, la programmation télévisuelle est transversale. Elle assure une continuité entre les trois dimensions : le contexte dans lequel elle est agencée, les discours qui la prennent pour objet, enfin, les codes et formats télévisuels qu'elle intègre. Notre projet consiste à étudier la programmation télévisuelle comme un objet médiatique complexe, configuré par les enjeux techniques, industriels et économiques liés à la diffusion d'une innovation. Ainsi, dans une première partie, les modalités de la médiatisation des choix de programmation seront appréhendées en observant les discours d'actualité produits et diffusés le 31 mars 2005, à l'occasion du lancement en France de la télévision numérique terrestre. La nature éditoriale du média télévision, et la programmation comme objet de discours d'autopromotion seront mises en évidence. Puis, dans une deuxième partie, les nouvelles formes de la médiation de la programmation seront examinées à travers un corpus web, composé des pages des sites des chaînes de télévision pré-numériques.

Descripteurs :

analogique, audiovisuel, autopromotion, chaînes généralistes, codes, contexte, convergence, diffuseurs, diffusion, discours d'actualité, dynamique, éditeurs, éditorial, émissions, format, formatage, formes médiatiques, formes télévisuelles, grille de programmes, information, informatique, innovation technique, interactivité, internaute, Internet, lignes éditoriales, média, média-cultures, médiation, multimédia, numérique, objets complexes, pratiques médiatiques, processus médiatiques, programmation, programmes, publics, sémiopragmatique, site Internet, site média, technologie, téléspectateur, télévision analogique, télévision numérique terrestre (TNT), web.