

Le pouvoir d'À votre écoute, coûte que coûte (France Inter)

Frederic Pugniere-Saavedra

▶ **To cite this version:**

Frederic Pugniere-Saavedra. Le pouvoir d'À votre écoute, coûte que coûte (France Inter). communication.3783, 2013, http://communication.revues.org/3783. 10.4000/communication.3783 . hal-00943853

HAL Id: hal-00943853
https://hal.science/hal-00943853

Submitted on 9 Feb 2014

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.

Frédéric Pugnière-Saavedra
Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication
Université Bretagne-Sud/Rennes 2, PREFics, EA 3207, F-35000 Rennes, France

Titre :

Le pouvoir de *À votre écoute, coûte que coûte* (France Inter)

Considérant que les programmes radiophoniques font partie de l'audiovisuel (cf. définitions du CSA et de l'Ina)[1], nous abordons ici l'étude du programme radiophonique *À votre écoute, coûte que coûte*[2], en tant que forme fictionnelle. Très contesté et diffusé sur *France Inter* du 16 janvier au 29 juin 2012 à la mi-journée, il s'agissait d'un programme court (7 minutes environ) faisant intervenir trois locuteurs : le docteur Philippe de Beaulieu (spécialiste du corps), la psychothérapeute Margarète de Beaulieu (spécialiste de l'esprit) qui, à la manière des programmes radiophoniques de libre antenne, distillent des conseils à un auditeur appelant (le troisième locuteur). Ne sommes-nous pas là face à une mission de service public suggérée à la fois par le titre *À votre écoute, coûte que coûte* ? et par le lancement du programme (sur le premier mouvement du concerto *alla rustica* de Vivaldi[3], l'auditeur assiste à une présentation croisée des locuteurs à la suite de laquelle est annoncé le numéro de téléphone à composer pour les joindre, les professionnels rappellent également qu'ils sont "là pour vous" et qu'ils sont "à votre écoute")[4]. Il s'agit d'un programme qui aborde les sujets contemporains sensibles (l'homosexualité, les handicapés, les Juifs, les pauvres, le secret professionnel, les chômeurs, les minorités, les malades…) sous le registre de l'humour décapant, impertinent et non consensuel car Philippe et Margarete de Beaulieu sont bien sûr de faux professionnels et l'appelant, qui finit presque toujours par raccrocher pour mettre un terme à un dialogue de sourd, n'est pas un *quidam* mais un comédien participant à ce jeu de langage ; l'effet pragmatique de l'émission sur l'auditeur est immédiat puisqu'à peine le programme terminé, des dizaines de posts sont publiés sur le site de l'émission par des auditeurs qui manifestent leurs réactions témoignant au mieux de la circonspection, de l'encouragement ou de l'admiration, au pire, de l'exaspération voire du dégout. Le graphe ci-dessous illustre la répartition quantitative des posts tout au long des 119 émissions.

[1] Les définitions que livrent le CSA et l'INA de l'audiovisuel incluent les programmes radiophoniques, d'où cette proposition de contribution.
"La définition de la communication audiovisuelle repose, en partie, sur l'énumération des services qui la composent. En effet, elle regroupe les services de radio, les services de télévision et les services de médias audiovisuels à la demande. Par ailleurs, un contenu qui ne serait pas susceptible d'être regardé comme étant de la radio ou de la télévision et qui ne relèverait pas de la communication au public en ligne est également rattaché à la communication audiovisuelle".
http://www.csa.fr/Services-interactifs/Web-TV-Web-Radio/La-definition-des-services-relevant-de-la-communication-audiovisuelle
"Ce que l'on nomme communément *audiovisuel* est l'ensemble des techniques de communication sonore et/ou visuelle ou alliant le son et l'image"
http://www.ina-sup.com/ressources/dossiers-de-laudiovisuel/mutation-des-metiers-effacement-des-frontieres
[2] http://www.franceinter.fr/emission-a-votre-ecoute-coute-que-coute
[3] Le générique commence sur le premier mouvement de Vivaldi-Concerto 'alla rustica' in G-Major, RV 151 en sol majeur.
[4] http://www.franceinter.fr/player/reecouter?play=263157. Ce lancement s'est ensuite réduit après l'émission du 22 janvier 2012.

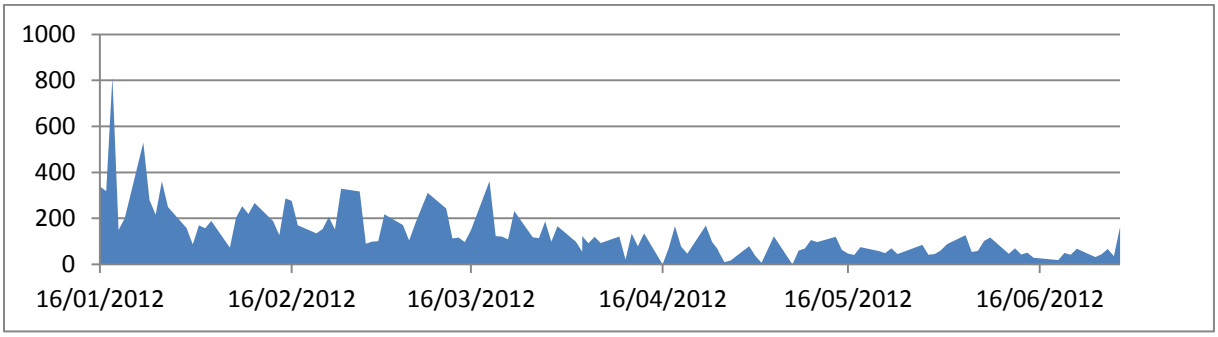


Figure 1 : totalité des posts envoyés pour les 119 émissions

Il est indiscutable que les fictions exercent une forme de pouvoir (améliorer la tolérance sociétale, valoriser un territoire, valoriser une profession, mettre en exergue des défauts de la nature humaine….). Nous postulons ici que le programme *À votre écoute, coûte que coûte* exerce également un pouvoir d'influence mais d'une nature différente. Nous considérons que le *pouvoir* de ce programme radiophonique se manifeste dans le dispositif technique transformant les mots en actes sur un fond d'humour. Pour cela, nous mobiliserons les outils empruntés à la fois à l'approche socio-communicationnelle (Charaudeau 2005 2006, Jost 2009) en privilégiant une entrée résolument du côté du récepteur-interprétant et à une analyse linguistique de ce discours médiatique en privilégiant une approche textométrique pour faire émerger la nature du pouvoir des auditeurs.

1. Entre médiation technique et médiation audio

Les pratiques d'écoute de la radio font l'objet de peu d'études si on la compare à sa grande sœur la télévision. Ce sont les travaux des historiens des médias et des historiens de la radio en particulier (Jeanneney 1997 2001, Delporte 2012…) qui ont dominé ce champ jusqu'à ce que des sociologues (Glevarec 2005, Glevarec et Pinet 2007) envisagent l'objet dans son rapport aux usages sociaux et les spécialistes de l'information et de la communication, dans son rapport à ses spécificités communicationnelles[5] (Charaudeau 2001, Jost 2009 …) depuis l'avènement du web2 et du podcast aux alentours de 2002-2005. Ces cinq dernières années, l'innovation technologique a donc touché les radios publiques et privées, chacune est diffusée à la fois sur les ondes hertziennes et sur le web (on parle d'ailleurs de webradio), chacune dispose d'un site internet sur lequel chaque émission peut être podcastée facilitant l'écoute en différé, sur différents supports et partout sur la planète ; le site internet de l'émission permet également à l'auditeur/podcasteurs[6] de réagir, de participer, d'exercer une forme de pouvoir *via* l'envoi de posts[7]. Le nombre de posts par émission est très variable puisqu'il évolue de 0 (émission du 7 mai) à 813 (émission du 18 janvier). Quel que soit le contenu langagier des

[5] Notons que des groupes de recherches se consacrent entièrement aux études sur la radio (cf. le GRER Groupe de Recherche sur les Études de la Radio; le C.H.R Comité d'Histoire de la Radiodiffusion…).

[6] Le podcasteur type est plutôt masculin : près de 7 sur 10 sont des hommes. Plutôt jeune : 1 sur 2 a moins de 35 ans et près d'1 sur 3 entre 35 et 49 ans. Près d'1 sur 5 est un jeune à la maison - moins de 25 ans vivant au domicile parental. Plus d'1 sur 5 en est à l'étape de vie « nouveaux parents » - c'est-à-dire ayant la charge d'enfant(s) de moins de 11 ans. Et 14% sont, quant à eux, des « parents expérimentés »: ayant la charge d'enfant(s) qui ont tous atteint leurs 11 ans. Une pratique également très CSP+ : 1 podcasteur sur 2 est CSP+. Et davantage liée à la région parisienne : 28,5% des podcasteurs sont des parisiens (vs 18,6% des individus âgés de 13 ans et +). Étude de médiamétie : http://www.audiencelemag.com/index.php?article=40

[7] Rappelons qu'une même personne peut anonymement, sous sa vraie identité ou sous un pseudo, poster un ou plusieurs commentaires (notons qu'elle ne peut pas en supprimer), elle peut également répondre à une réaction précédente. L'auditeur peut déposer un commentaire sur une émission qui n'est pas celle du jour (podcast oblige) et Radio France bloque l'ajout de commentaires après 25 jours de façon à ne pas augmenter démesurément l'espace dévolu aux archives.

posts (cet aspect sera abordé *infra)*, notons que les auditeurs s'expriment avec aisance et respect des normes grammaticales, ce qui corrobore le capital culturel élevé des auditeurs de *France Inter*. La radio des années 2010 n'est donc plus un medium à part entière et trouve nécessairement son prolongement sur internet en faisant participer le récepteur.

À cette médiation technique s'ajoutent les éléments composant la médiation verbale centrés essentiellement sur les caractéristiques des voix dites *de radio* des personnages. Les deux professionnels de la banlieue chic à côté de Paris se présentent en tant qu'époux : Margaret, voix féminine, quadragénaire ou quinquagénaire, étire démesurément la voix : « d'aaaaccord » ; ou bien elle place la voix très haut dans le nez, très loin du naturel. Elle rit beaucoup d'une manière faussement naturelle comme pour se donner la posture professionnelle qui lui fait défaut. Elle pose des questions ouvertes, culpabilisantes et cassantes de façon à susciter une réponse de l'appelant, et corrige systématiquement les erreurs de français des appelants à la manière d'une maîtresse d'école. Philippe a une voix masculine, même âge environ que son épouse, sa voix est parfois écrasée, légèrement nasillarde ; « Paris » devient « Pèris » en trainant un peu, mais sans excès, sinon cela deviendrait le « Péris » avec l'« r » fortement grasseyé du « titi parisien ». Il est volontiers moralisateur, fait toutes les liaisons et n'hésite pas à interrompre l'appelant pour apporter une justification qui se trouve erronée. De longs silences apparaissent dès lors que l'appelant les place face à leurs contradictions, c'est alors qu'ils recourent à la mauvaise foi pour ne pas perdre la face au risque d'être ridicules. Au fil du programme, un portrait peu avantageux[8] des deux professionnels se construit, participant à faire réagir l'auditeur.

2. Manifestation du pouvoir : du dispositif aux posts

À votre écoute, coûte que coûte est un programme feint de libre antenne, ce qui implique une prise de distance avec les propos qui sont tenus puisque l'humour sous-tend ce programme[9]. Que ce soit une *rupture de logique* (Priego Valverde 2003), une *prise de distance* (Pugniere-Saavedra 2007, 2011), ou l'*illogisme dans les manières de faire et d'être au regard d'un jugement social de normalité* (Charaudeau 2006 2012), l'auditeur se trouve malmené par ce qu'il entend, tiraillé entre au moins deux attitudes : l'une de raison qui le persuade que des professionnels de la santé ne peuvent pas avoir ce genre de propos à ce moment-là de la journée, et qui plus est, sur une chaîne du service public ; l'autre, plus pragmatique plaçant l'auditeur dans une situation plus passive qui se laisse conduire par l'incongruité ignorant la nature de la chute. Sur le site de l'émission, les auditeurs sont loin d'être unanimes pour qualifier ce type d'humour[10] (cf. figure 1), d'ailleurs, nombreux sont ceux qui ne perçoivent pas le programme comme étant humoristique.

[8] Le couple habite au Vésinet, banlieue chic et bourgeoise de l'ouest parisien, ces deux professionnels de la santé ont un dog allemand qui s'appelle Diegfried, ont fait leurs études à Tours,… Margarette a vécu en Argentine, elle aime Jean Reno et adore le film *Les Visiteurs* ; à la maison, c'est elle qui prépare les repas pendant que Philippe met la table. Philippe a redoublé sa première année de médecine, prescrit souvent de la cortisone pour tout remède…

[9] D'ailleurs, un procédé humoristique éculé consistant à recourir à la mise en abyme est ici mobilisé : émission du 19 mars http://www.franceinter.fr/emission-a-votre-ecoute-coute-que-coute-l-auditrice-qui-etait-contre-l-emission où l'émission parle d'elle-même ; émission du 29 juin http://www.franceinter.fr/emission-a-votre-ecoute-coute-que-coute-a-bon-entendeur où les comédiens s'adressent à eux-mêmes.

[10] Il s'agit ici des 18 premiers termes apparaissant en valeur absolue se rapportant à l'humour.

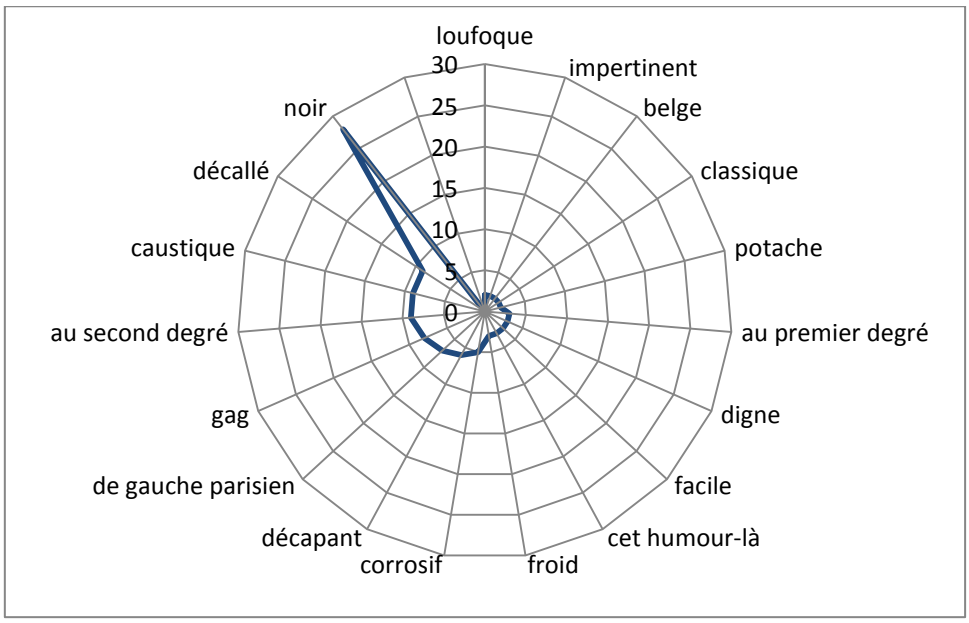


Figure 1 : Paradigme pour qualifier l'humour

Parmi les humoristiques les plus cités servant de points de référence et de comparaison, on note que ce sont Desproges et dans une moindre mesure Stéphane Guillon qui semblent être les pères dont les auteurs se sont inspirés.

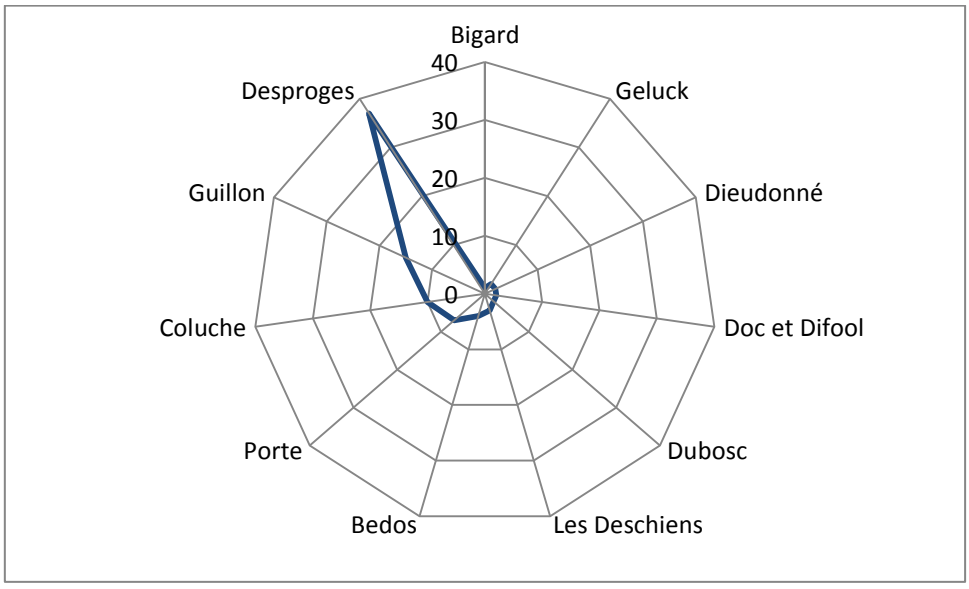


Figure 2 : Humoristes cités

Considérant d'une part que la révolution numérique rompt avec le flux radiophonique ordinaire donnant la possibilité à l'auditeur de participer aux commandes de la programmation, ce qui infléchit le rapport de pouvoir entre diffuseur et récepteur ; et d'autre part que dans cette reconfiguration accordant une place plus grande à l'auditeur, les mots de ces derniers peuvent se transformer en actes[11]. Pour cela, nous procèderons à l'analyse non exhaustive[12] de trois périodes au cours de la diffusion de façon à étudier la manière dont se

[11] Rappelons toutefois que l'usage qui est fait de ce *forum* ne consiste pas à participer à l'écriture de la narration des sketchs comme peuvent l'être les *forums de fan de série*, les auditeurs utilisent ce forum pour essentiellement exprimer leur opinion, souhaits, regrets, insatisfaction….

[12] Pour cela, nous utiliserons *Lexico3*, logiciel de textométrie réalisé par A. Salem (laboratoire Syled) de l'université de Paris 3.

manifeste le *pouvoir de l'auditeur* : la première période se situe au pic du 18 janvier 2012 correspondant au moment où il y a le plus grand nombre de posts (soit le troisième jour de diffusion) par rapport à l'ensemble de la diffusion du programme ; la deuxième période se situe sur les cinquante premières émissions (jusqu'au 30 mars) laissant l'émission trouver son public ; la dernière période correspond à la dernière émission du 29 juin 2012 avec 163 posts.

Période	Nombre de formes par période.
18 janvier	7830
Du 16 janvier au 30 mars	41340
29 juin	3116

Précisons enfin que ces posts sont compilés sur le site par date et constituent un corpus que l'on considère légitime en tant qu'il représente une forme d'expression de l'opinion sur un programme radiophonique à un moment donné. Toutefois les posts font l'objet d'un filtrage par un modérateur de la chaîne que certains auditeurs regrettent :

Exemple

IL est indécent qu ' aucune voix ne s ' élève sur l ' antenne pour écrire au moins un " papier " objectif qui fasse enfin cas de la révolte des auditeurs . Il est encore moins normal que tous nos courriers ne soient pas publiés . (Post du 18 janvier 2012)

2.1. Les posts du 18 janvier

Deux jours après le début de la diffusion, les auditeurs expriment leur ressenti à l'aide de posts à forte teneur négative (539 formes) avec des mots signifiant l'hostilité (cf. figure 3) par rapport aux réactions positives (221 formes) avec des mots signifiant la satisfaction (cf. figure 4).

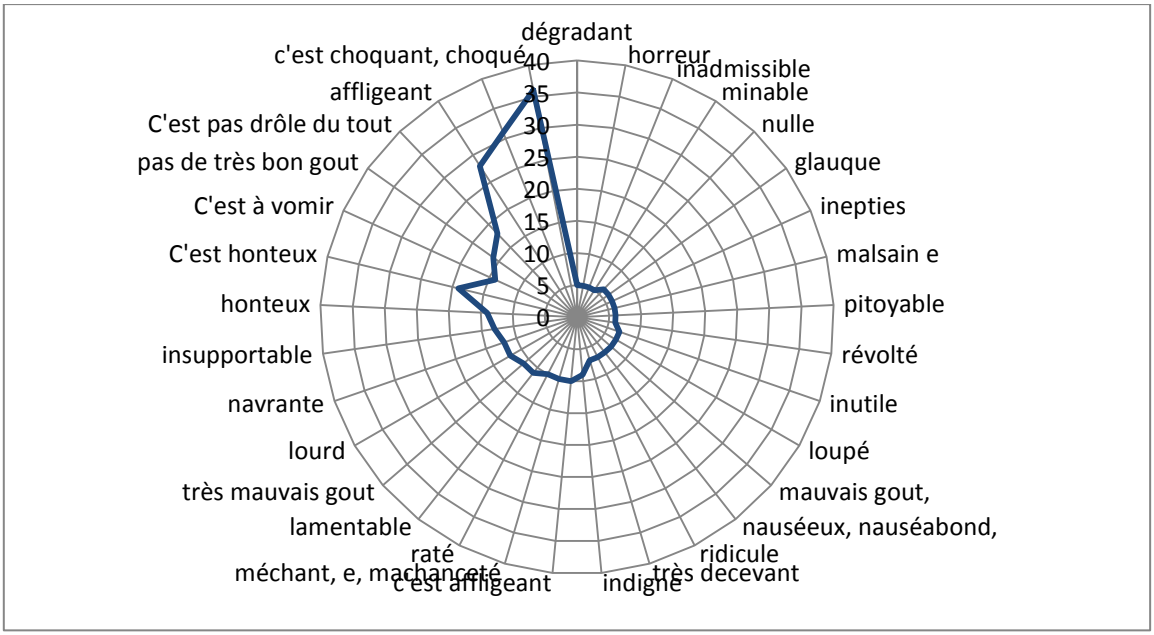


Figure 3 : Mots pour signifier l'hostilité au programme

C'est donc davantage sur les terrains de la morale et du jugement que se situent les marqueurs d'hostilité (fig.3) alors que c'est sur les terrains de la qualité et de l'aspect drolatique que se situent les marqueurs de satisfaction[13] (fig.4).

[13] Pour chaque figure, nous n'avons retenu comme seuil que les occurrences qui apparaissent plus de 4 fois pour ne pas lister les hapax et ainsi brouiller l'interprétation des données.

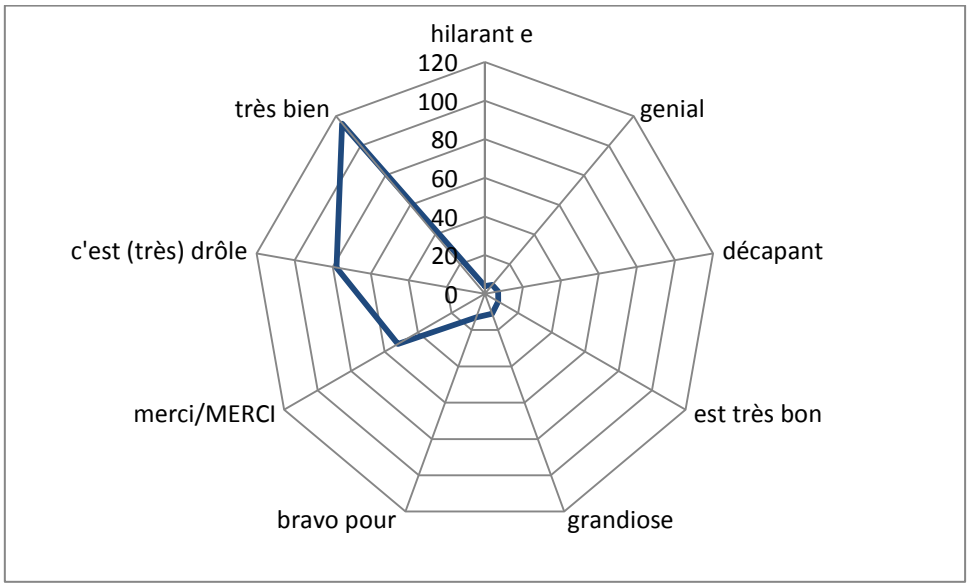


Figure 4 : Mots pour signifier la satisfaction

Ces deux états ne doivent pas masquer des réactions plus profondes et encore plus virulentes que les jugements évoqués plus haut. Des insultes (*imbécile(s)* 13 occurrences, *idiot(es)* 8 occurrences, *débiles mentaux* 11 occurrences, *abruti(s)* 14 occurrences...) et injonctions sont proférées à l'aide de la modalité impérative (cf. figure 5) suivies de représailles voire de menaces explicites envers *France Inter* qui représente le service public.

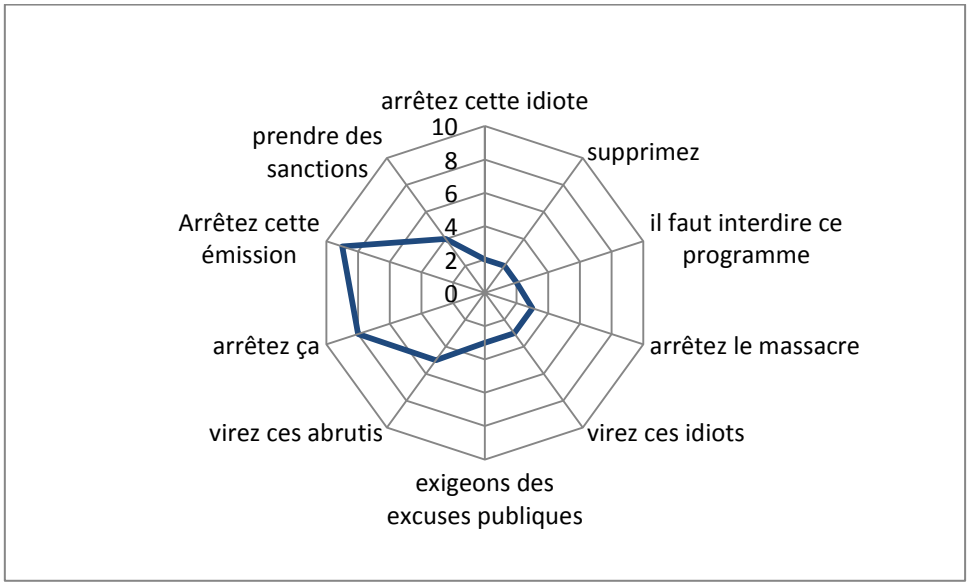


Figure 5 : Injonctions de certains auditeurs

Les personnes déposant un post se qualifient par leur statut et par rapport au médium (auditeur) en ajoutant un complément indiquant leur fidélité et/ou leur relation affective avec la chaîne de service public... n'hésitant pas à la personnifier.

Quelques exemples

```
Comment , vous , " fidèles auditeurs " de France Inter , avez-vous pu croire que c ' était du premier degré
J ' écoute France Inter depuis des années , et je vous avoue que je passe de très bon moments...
```

Désormais , je n'allume plus **ma radio préférée** à 12h20
Que t ' arrive - t - il **France** Inter ?

Cette relation affective avec la chaîne n'empêche pas certains de boycotter au mieux ce programme, au pire tous les programmes de *France Inter*.

Quelques exemples

adieu France Inter
Mais je vous remercie tout de même de m ' avoir poussée à revenir sur France Culture que j ' avais un peu délaissée
Moi en tout cas je passe sur France info pendant 10 mn
J ' ai même éteint la radio en milieu d ' émission tant ces propos me révoltaient ,
Tant pis pour France inter, je pars
c'est affligeant, je n ' écouterai plus France Inter pour
je boycotte désormais , tellement déçue du niveau
J ' éteins France inter dès 12h20
Je viens d ' éteindre mon poste . . . il est 12h20
Vivement que cette " émission " cesse

Heureusement, de nombreux messages de soutien et de réconfort constituent le contre-point des réactions globalement négatives.

Quelques exemples

continuez Philippe et Magarete
Génial , **continuez** ,bravo pour l ' audace , **continuez** ! !
" mille mercis et surtout continuez à nous déranger enfin une émission qui fait honneur au service public
Chapeau les artistes , **continuez** même s ' il y a des râleurs . . . * années **continuez** n ' écoutez pas les grincheux Pour reprendre un autre psychothérapeute de la chaîne : " Surtout ne **lâchez** rien ! " .
Merci à Inter de nos offrir un de ses rares moments d ' humour noir

2.2. Les posts 50 premières émissions (deux mois et demi environ)

De l'ensemble des formes de cette période et si l'on s'en tient à l'observation des pronoms personnels sujets, on constate nettement que l'auditeur est dans l'expression :

de son opinion : **je** préfère, pense, partage, souhaite, trouve, crois[14]….;
de son état : **je** suis choqué, surpris, scandalisé….;
ou d'une action : **je** zappe, change… ;

Du côté des personnes dont l'auditeur parle (ils/Ils), on constate que ce sont leurs caractéristiques morales qui sont mises en avant (226 occurrences) : certaines sont franchement positives (**ils sont** de très bons comédiens, géniaux…) mais la plupart sont encore négatives (**ils sont** tarés, débiles, lamentables, idiots, dingues, ignobles, lourds manipulateurs, méprisants, réacts, cathos, nuls, tellement odieux, méchants, cons…). De même avec l'auxiliaire avoir : "***ils ont*** *du talent, de l'humour"* côtoie "*ils ont ce qu'il y a de plus ignoble chez certains professionnels…"*

[14] Notons que c'est la datation à l'anglo-saxonne qui prévaut ici : 01.16 signifie le 16 janvier.

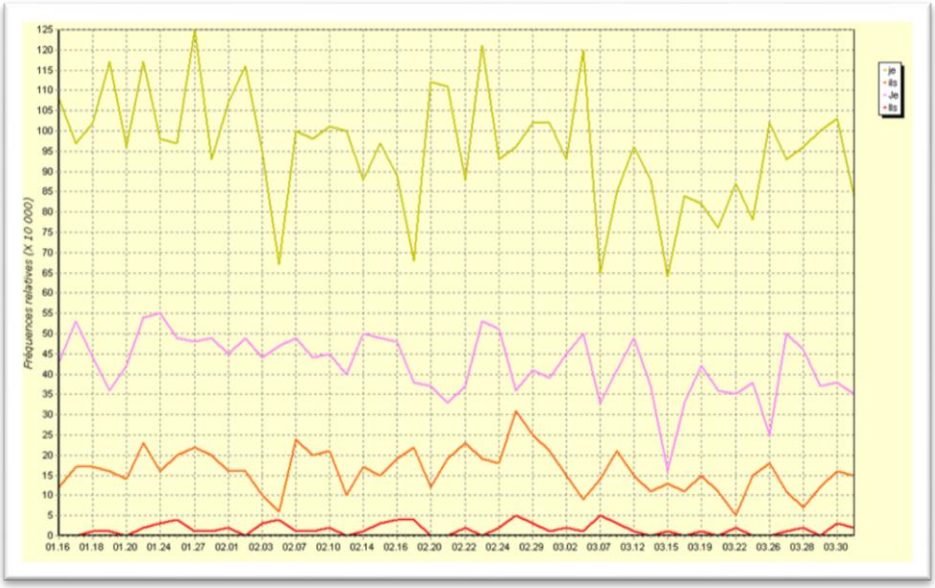


Figure 7 : fréquences relatives des pronoms personnels sujets (Je, je *vs* Ils, ils)

Outres la pronominalisation, les *De Beaulieu* sont désignés par des lexèmes dont certains sont neutres (les deux chroniqueurs [12], animateurs [84], comédiens [33], compères [15], intervenants [19], personnages [33], médecins [16], protagonistes [12], présentateurs [11]) ou d'autres négatifs (les deux Guignols [10], ces deux imbéciles [4]…).
Sur cette période, se dessinent trois profils d'auditeurs (cf. tableau ci-dessous) exerçant chacun un pouvoir de nature différente *via* les posts. Certains posts se répondent entre eux, on devine que certains sont sincères alors que d'autres sont l'objet d'une sorte de jeu de la part de leur auteur pour surenchérir ou provoquer autrui. D'ailleurs, le fait d'exposer son jugement et ses arguments à l'ensemble de la communauté fait ici boule de neige et fait réagir les détracteurs.

		Manifestation de la **rhétorique** du *pouvoir via* les posts	
	Type d'auditeurs	Arguments mobilisés	**Conséquences en termes d'actes pragmatiques**
1	Auditeurs n'ayant pas compris qu'il s'agit de sketchs interprétés par des acteurs (auditeur appelant compris)	- les auditeurs se sentent insultés et méprisés - absences d'empathie pour le type de patients dont il est question - les 2 animateurs sont loin d'être de bon exemples professionnels - pas de trace d'humour ce qui rendrait les propos moins brutaux - incompréhension/indignation pour ceux qui semblent aimer ce programme	- Écriture au médiateur de *Radio-France* - arrêt de l'écoute de l'émission - invitation à créer une communauté d'indignés - demande d'excuses publiques du directeur des programmes. - suppression du programme de la grille
2	Auditeurs ayant compris le canular et qui détestent l'émission	- les deux professionnels vont trop loin dans leur relation patient/professionnel de la santé - perception qu'il s'agit d'une forme d'humour - Humour disconvenant car brutal	- Écriture au médiateur de *Radio-France* - arrêt de l'écoute de l'émission - invitation à créer une communauté d'indignés - suppression de la grille

3	Auditeurs ayant compris le canular et qui s'en réjouissent	- grande connivence avec le discours de ces professionnels - condamnation de ceux qui ne comprennent pas ce type d'humour - défenseur d'un humour sortant de l'ordinaire, que tout le monde ne peut comprendre	- Remerciements des artistes - Encouragements pour que *France Inter* continue à prendre des risques en termes de programmation - Maintient dans la grille des programmes

Tableau 1: Profils d'auditeurs

L'étude de la manière dont le pouvoir se manifeste dans le corpus implique que nous nous centrions sur les actes directement exprimés dans les posts. Pour cela, nous avons trié des groupes de formes construites à partir de la racine : conserv+ (conservez, conservons…), arrêt+ (arrêtons, arrête..), continu+ (continuons…), maint+ (maintien, maintenons…) et suppr+ (supprimez, suppression…) en supprimant les occurrences non pertinentes pour chaque groupe de forme de façon à étudier leur répartition au fil de la chronologie.

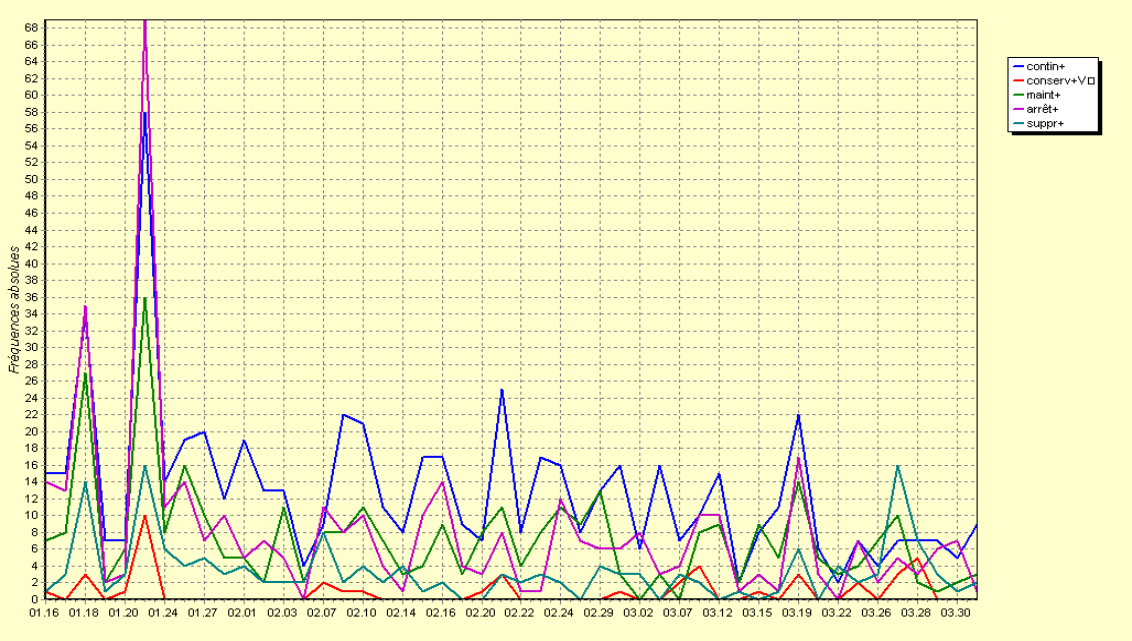


Figure 8 : racines des actes

Nous observons clairement que fin janvier, les auditeurs s'expriment pour faire valoir leur volonté d'arrêter la programmation de l'émission.

Exemples

Au secours **arrêter** ce supplice parce que France Inter n ' est plus ici une radio respectable

c ' est NUL NUL et NUL . fidèle de france inter , j ' espère que le genre va s ' **arrêter** bientôt ! mercredi 18 janvier 2012

Toutefois, ce désir par certains d'arréter la diffusion est suivie de prêt par ceux qui souhaitent son maintien à l'antenne.

Exemples
jeudi 23 février 2012 à 12 : 22 0 et la preuve indiscutable du **maintien** salutaire de cette émission
J ' aime cet orni (objet radiophonique NI) et souhaite qu ' il **continue** à voler sur nos ondes
Merci pour cette série d ' émissions ! Pourvu que cela **continue** longtemps

On constate au-delà du 20 janvier que le désir majoritaire des auditeurs de converver ce programme à l'antenne est suivi de près par ceux qui veulent sa fin. Cette légère avance au profit des fans montre que l'auditeur a les moyens d'exercer son pouvoir par son expression et par la communauté qu'il crée.

2.3. Les posts du 29 juin

La dernière diffusion est un peu particulière dans la mesure où les comédiens font leur sketch en direct[15] révélant ainsi leur véritable identité. Laurent Lafitte (dans le rôle de Philippe) et Zabou Breitman (dans le rôle de Margarete) font leur dernier sketch et révèlent ensuite les secrets de fabrication de ce programme qui a suscité tant de réactions de la part des auditeurs, et finalement assez peu dans la presse sur les médias. L'heure n'est donc plus à l'expression de la méchanceté dans les avis postés mais au soulagement pour certains. En effet, les propos désobligeants ont pratiquement disparu (cf. fig. n°9).

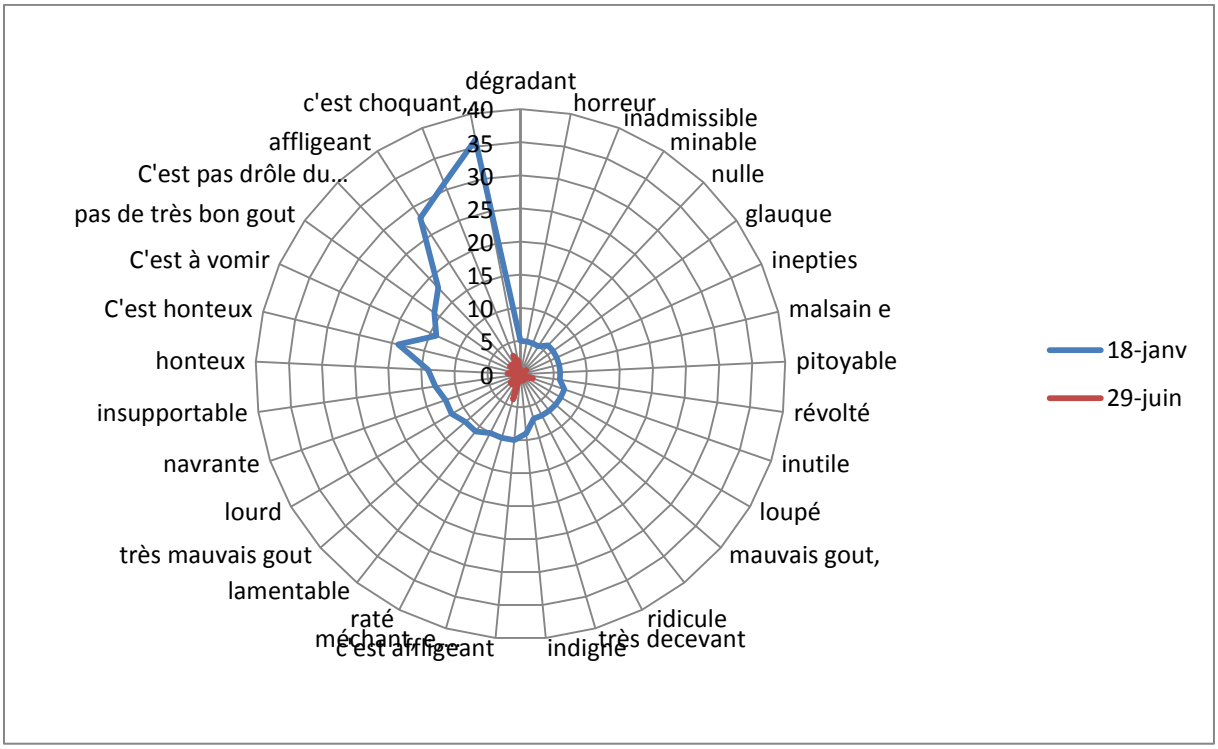


Figure 9 : Évolution de l'expression de l'opinion entre le 18 janvier et le 29 juin.

Et c'est l'expression des remerciements qui domine (cf. fig. 10). On peut supposer que ce sont majoritairement les auditeurs ayant apprécié ce programme qui ont envoyé un post, les autres étant satisfaits qu'il s'agisse de la dernière.

[15] http://www.dailymotion.com/video/xruoyj_a-votre-ecoute-la-derniere-en-live_fun

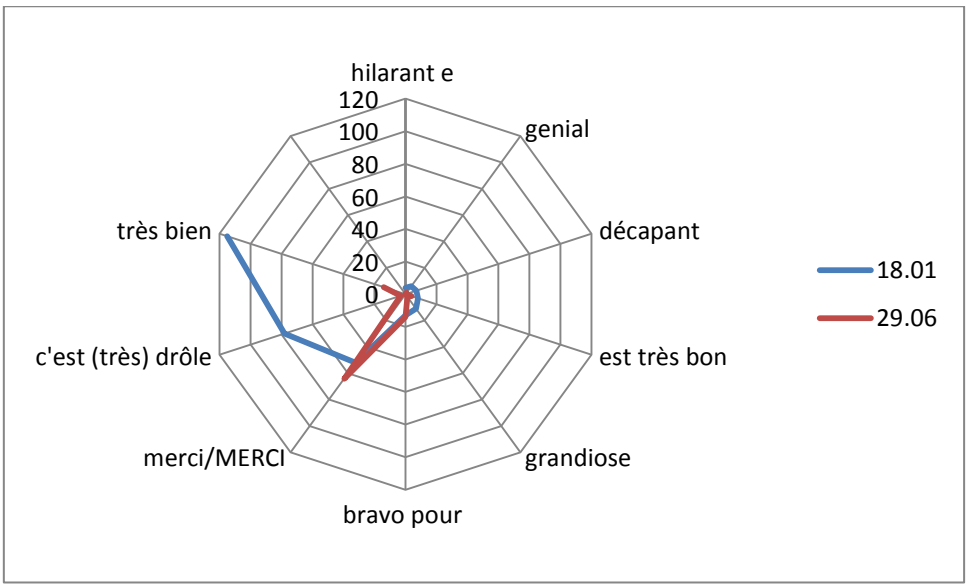


Figure 10 : Évolution de l'expression de la satisfaction et des remerciements

Conclusion

Cette analyse mériterait bien sûr d'être complétée et largement approfondie. Il s'agit de montrer à travers l'exemple de *À votre écoute, coûte que coûte* comment l'apparition du Web 2 a favorisé l'expression de soi sur internet et comment l'expression de ses opinions sur ce médium peut avoir des conséquences sur la durée de diffusion d'un programme radiophonique. En dépit des réactions négatives, voire hostiles au début de la diffusion, on constate que la nature des posts a évolué (quasi disparition des propos orduriers) et la demande de supprimer le programme de la grille s'est estompée mais n'a pas complètement disparu. Notons également que malgré certains propos brutaux, le programme a été maintenu non seulement parce qu'une communauté importante d'auditeurs l'exprimait sur les posts mais également parce que le directeur des programmes (Philippe Val) a voulu maintenir un programme inventif, de qualité et audacieux.

Revenons à la nature du pouvoir d'influence de cette fiction qui se situe davantage du côté du stimulus/réponse de l'auditeur (l'auditeur écoute un épisode, l'analyse avec ses clés d'interprétation à un moment donné et réagit sur le web en envoyant un post) que du côté de la contemplation d'une production divertissante. Le stimulus/réponse est l'expression de l'opinion sur le site des programmes et permet davantage la participation (l'auditeur ajoute des précisions, pose des questions, donne son opinion, son jugement…)[16] que l'interactivité qui est, selon nous, plutôt réservée à la télévision (spectacularisation de l'envoi des sms en direct dans les *prime times*, envoi de tweets en direct à l'occasion de retransmissions sportives…). Les posts à la radio peuvent avoir une capacité de nuisance considérable et expriment dans certains cas une action sur la programmation dans le but de créer une communauté de pression sur le programmateur, ce qui pose alors clairement la limite d'action des auditeurs sur le directeur des programmes. Comment se reconfigure le rôle de chacun ? Le directeur des programmes doit-il suivre l'opinion générale qui se dessine sur les posts ? L'opinion majoritaire est-elle toujours légitime ? Si le programmateur suit l'opinion majoritaire, quelle place reste-t-il à la prise de risque, à la diffusion de programmes non consensuels ? S'il ne prend pas en compte l'avis des auditeurs, cela ne reviendrait-il pas à nier tous les apports liés à l'apparition du web2.

[16] Ces propos concernent davantage les chaînes du groupe *Radio-France* que les chaînes radiophoniques privées.

Ce programme montre enfin que la recherche d'un consensus en humour n'est pas possible parce qu'on touche-là à de l'intersubjectivité. N'essaie-t-on pas ici de créer un contre modèle en mettant en lumière les imperfections de ces deux professionnels pour brouiller les pistes de la bienséance ?

Ouvrages cités

Burger M. (2008), *L'analyse linguistique des discours médiatiques*, Ed, Nota bene, Laval.

Charaudeau P. (2001), « Visées discursives, genres situationnels et construction textuelle » Analyse des discours. Types et genres, Éd. Universitaires du Sud, Toulouse.

Charaudeau P., (2006), « Des catégories pour l'humour ?», Revue Questions de communication n°10, Presses Universitaires de Nancy, Nancy, 19-41.

Charaudeau P., (2012), « Des catégories pour l'humour » in Vivero Garcia Maria Dolores, *Humour et crises sociales, regard croisé France-Espagne*, L'Harmattan 7-44.

Deleu C. (2006), *Les Anonymes à la radio, usages, fonctions et portée de leur parole* (INA/ de Boeck).

Delporte C., (2010), *Histoire des médias en France, de la Grande Guerre à nos jours*, Paris, Flammarion, Champs-Université, 2003 (édition revue et augmentée, Champs-Histoire).

Glevarec H, et Pinet M., (2007), « L'écoute de la radio en France. Hétérogénéité des pratiques et spécialisation des auditoires », *Questions de communication* [En ligne], 12 | 2007, mis en ligne le 11 avril 2012, consulté le 18 juin 2012. URL : http://questionsdecommunication.revues.org/2435.

Jeanneney J.-N., (1996), *Une histoire des médias, des origines à nos jours*, Paris, Seuil, 1996, 374 p.

Jeanneney J.-N., (dir.), (1999), *L'Echo du siècle. Dictionnaire historique de la radio et de la télévision en France*, Paris, Hachette Littératures, 1999 (édition augmentée Poche Pluriel depuis 2001).

Pugniere-saavedra F, (2011), *Le phénomène Deschiens à la télévision. De la genèse du programme sériel à la manifestation de l'humour*, L'Harmattan, Paris, Col. *Audiovisuel et communication.*

Priego-valverde B, (2003), *L'humour dans la conversation familière,* L'Harmattan, Paris.

Vivero Garcia M.-D., (2012), *Humour et crises sociales, regard croisé France-Espagne*, L'Harmattan.