

Vol. 30/2 | 2012

Vol. 30/2



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/communication/3464>

DOI : 10.4000/communication.3464

ISBN : 978-2-921383-40-0

ISSN : 1920-7344

Éditeur

Université Laval

Édition imprimée

Date de publication : 15 novembre 2012

ISSN : 1189-3788

Référence électronique

Communication, Vol. 30/2 | 2012, « Vol. 30/2 » [En ligne], mis en ligne le 15 novembre 2012, consulté le 05 octobre 2021. URL : <https://journals.openedition.org/communication/3464> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/communication.3464>

Ce document a été généré automatiquement le 5 octobre 2021.



Les contenus de la revue *Communication* sont mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

SOMMAIRE

Articles

Les formations sociales et les processus de leur délitement

Le cas d'une action collective en faveur de la diversité ethnique au sein des entreprises françaises
Romain Huët et François Cooren

Les représentants syndicaux dans la « société de communication »

Observer l'autoscopie

Stéphane Olivesi

Pourquoi faut-il sortir de la parole instrumentalisée en milieu de travail ?

Luc Bonneville et Sylvie Grosjean

Comment les fans réagissent-ils lors du décès de la célébrité ?

Usages des communications et des médias sociaux dans le deuil de Michael Jackson
Marie-Pierre Fourquet-Courbet et Didier Courbet

L'ère étatsunienne du basket français

Étude des représentations culturelles à travers les unes de la revue Maxi Basket
Brice Monier et Christian Vivier

Le cadre éristique du débat argumentatif

L'exemple du débat sur le pluralisme et la laïcité au Québec
Gilles Gauthier

Radio communautaire et espace dans le Mexique néolibéral

Eduardo González Castillo

Débat

Photographie, information et manipulation

Emmanuelle Glon

Recherches

Les logiques d'interprétation des enfants selon leur expérience de visite dans les musées de sciences et dans le cadre des loisirs

Thérèse Martin

Les médias, l'autre et moi

L'éducation aux médias comme terrain d'analyse et de pratique de la relation à l'altérité
Marlène Loicq

Entre blogues et web diaries

Le blogue « privé » comme méthode pour obtenir des données qualitatives sur la sexualité
Marie-Ève Lang

La recherche des communautés virtuelles

Une analyse communicationnelle des conversations du forum en ligne
Silvia Branea

Débats non formels et engagement des acteurs territoriaux autour du développement de zones arides, fragiles et menacées en Tunisie

Balkis Mzioudet Faillon et Vincent Meyer

Lectures

Christian AGBOLLI (dir.) (2009), *Quelle communication pour quel changement ? Les dessous du changement social*

Québec, Presses de l'Université du Québec
Éric Dacheux

Pascal BARREAU (dir.) (2011), *Coach : de la théorie à la pratique*

Rueil-Malmaison, Éditions Lamarre, Coll. « Fonction cadre de santé »
Alexandre Eyries

Québec, Presses de l'Université Laval, Coll. « Quand la philosophie fait Pop ! »

Vincent BILLARD (2011), *iPhilosophie. Comment la marque à la pomme investit nos existences*

Alexandre Eyries

Aimé-Jules BIZIMANA (2007), *De Marcel Ouimet à René Lévesque. Les correspondants de guerre canadiens-français durant la Deuxième Guerre mondiale*

Montréal, VLB éditeur
Alain Lallemand

Marusya BOCIURKIW (2011), *Feeling Canadian : Television, Nationalism, and Affect*

Sudbury, Wilfrid Laurier University Press
Angeliki Koukoutsaki-Monnier

Marcel BURGER, Jérôme JACQUIN et Raphaël MICHELI (dir.) (2011), *La parole politique en confrontation dans les médias*

Bruxelles, Éditions De Boeck, Coll. « Culture et Communication »
Alexandre Eyries

Marie CARPENTIER (2011), *La bataille des télécoms : vers une France numérique*

Paris, Economica
Christine Leteinturier

Lyon, ENS Éditions

Christine DEVELLOTTE, Richard KERN et Marie-Noëlle LAMY (dir.) (2011), *Décrire la conversation en ligne. Le face à face distanciel*

Marie Van Cranenbroeck

Ottawa, Presses de l'Université d'Ottawa

Boulou Ebanda DE B'ÉRI (2010) (dir.), *Les Cultural Studies dans les mondes francophones*

Osée Kamga

Paris, Bréal

François JOST (2010), *Les médias et nous*

Pierre Gosselin

Bruxelles, Éditions De Boeck, Coll. « INFO & COM »

Theodoros KOUTROUBAS et Marc LITS (2011), *Communication politique et lobbying*

Alexandre Eyries

Camille LAVILLE (2010), *Les transformations du journalisme de 1945 à 2010 : le cas des correspondants étrangers de l'AFP*

Bruxelles, Éditions De Boeck/Ina éditions
Aimé Jules Bizimana

Paris, Presses Sorbonne Nouvelle

Laurence LEVENEUR (2009), Les travestissements du jeu télévisé

Pierre Gosselin

Vincent PETITET (2007), Enchantement et domination : le management de la docilité dans les organisations, analyse d'un cabinet de conseil

Paris, Éditions des Archives contemporaines

Brigitte Guyot

Anne SALMON (2011), Les nouveaux empires : fin de la démocratie ?

Paris, CNRS Éditions

Éric Dacheux

Sarah SEPULCHRE (dir.) (2011), Décoder les séries télévisées

Bruxelles, Éditions De Boeck, Coll. « INFO & COM »

Alexandre Eyries

Guillaume SOULEZ (2011), Quand le film nous parle. Rhétorique, cinéma, télévision

Paris, Presses Universitaires de France, Coll. « Lignes d'art »

Stéphane Olivesi

Thomas STENGER et Thomas COUTANT (dir.) (2011), « Ces réseaux numériques dits sociaux »

Hermès, n° 59

Christine Leteinturier

Tristan TRÉMEAU (2011), In art we trust. L'art au risque de son économie

Marseille, Éditions Al Dante/éditions Aka, Coll. « Les Cahiers de Midi »

Alexandre Eyries

Comité de lecture

Nous remercions

Articles

Les formations sociales et les processus de leur délitement

Le cas d'une action collective en faveur de la diversité ethnique au sein des entreprises françaises

Romain Huët et François Cooren

- 1 Toutes les formations sociales¹ connaissent une succession d'ajustements, de remaniements, de révisions, de transformations, de formalisations voire d'institutionnalisations. Elles sont des « formes de vie » (Weick, 2001) dont l'existence ne semble tenir que par les activités qui s'y déploient : les individus les construisent, les étendent, et les défendent (Strauss, 1992). Parfois, ils en perdent aussi le contrôle. La perte de contrôle est une des possibilités dans la vie d'une formation sociale. Il s'agit d'un moment crucial, car elle est porteuse de conséquences importantes, qui peuvent aller de la simple turbulence à la dissolution de la formation. Inscrite dans le sillage du « tournant processuel » que l'on rencontre dans l'ensemble des sciences sociales (Glaeser, 2010), cette contribution porte sur l'étude de la perte de contrôle dans l'histoire d'une formation sociale, c'est-à-dire d'un moment précis où les individus trébuchent, s'enlisent, au point que la forme organisationnelle qu'ils ont fondée et en partie institutionnalisée ne semble plus suffisamment robuste pour les faire tenir ensemble. Il s'agit donc d'un moment où les acteurs souffrent d'une certaine résignation, au sens où ils n'ont plus de prise sur les changements qui les affectent. Emportés par le flux de certaines évolutions, ils sont privés de leurs capacités d'actions. En d'autres termes, il s'agit d'aborder le cas où les formations sociales sont menacées de déchirement par l'apparition d'un conflit ouvert qui met en cause une normativité jusque-là non questionnée (Hunyadi, 1995).
- 2 Le projet de cet article est donc de s'intéresser aux dynamiques organisationnelles, à leur fragilité et à leur délitement possible. Nous prendrons pour démonstration un cas empirique et nous tenterons de montrer comment a émergé, s'est configurée et s'est dé faite une formation sociale en particulier. Il s'agira de comprendre comment des acteurs tentent de stabiliser leur initiative, par un travail régulier de mise en forme et de structuration, et quelles sont les difficultés concrètes auxquelles ils ont été

confrontés. Difficultés d'une telle force que la formation sociale en question s'est progressivement décomposée.

L'étude du cas d'une initiative lobbyiste française

- 3 Nos analyses sur les processus de délitement d'une formation sociale seront mises à l'épreuve d'une monographie portant sur une opération de lobbying menée par une trentaine d'entreprises cotées au CAC 40 sur le sujet de la diversité dans le milieu économique. Celle-ci a notamment consisté en la production d'une charte de la diversité dans les entreprises. Cette charte, élaborée par Yazid Sabeg et Laurence Méhaignerie sous les commandes de Claude Bébéar, est un document dans lequel les chefs d'entreprise déclarent s'engager à promouvoir la diversité ethnique en leur sein, et donc, en filigrane, à combattre les formes de discrimination qui pourraient s'y développer. Cette charte a été signée pour la première fois par 35 dirigeants du CAC 40 en octobre 2004. En mai 2008, près de 2 000 entreprises l'avaient signée.
- 4 Ce nombre important de signataires pourrait laisser penser que cette initiative est une réussite en tant qu'elle serait la preuve de la capacité des entreprises à s'autosaisir d'une question sociale et à conscientiser l'ensemble des acteurs économiques aux enjeux de la diversité. En réalité, l'examen de son processus de production et de sa promotion révèle d'importantes turbulences dans la vie de ce mouvement : désertion des acteurs au fondement de l'initiative au fur et à mesure de la diffusion de la charte et luttes de pouvoir pour prendre la tête de l'initiative, au point que, progressivement, la charte se trouva privée des soutiens de nombre d'acteurs à l'origine du document. Ces derniers désertèrent la formation sociale créée pour assurer la diffusion du document, transformant ainsi le collectif en organisation désaffectée. Nous tenterons d'éclairer le contenu de ces transformations organisationnelles. Et il se trouve que ces dernières ne se sont pas réalisées dans la cohésion de leurs membres, mais plutôt dans le conflit, c'est-à-dire dans la divergence manifestée par les acteurs (Hunyadi, 2008).
- 5 Pour répondre à un tel projet, il convient de retracer la genèse de la charte de la diversité. Il s'agira d'insister particulièrement sur les moments où les premiers conflits sont apparus. D'un point de vue théorique, le but est de faire ressortir la dimension essentielle d'un processus d'assemblage de l'organisation, d'une organisation en train de se lier par les interactions et les relations entre les gens, en particulier par leur mise en forme. Par là, il s'agit d'interroger les divers procédés mis en œuvre par les acteurs pour donner à leur initiative quelque consistance. Seulement, il convient aussi de se focaliser sur le cas précis où les liens qui font tenir ensemble les individus sont fragiles. L'incertitude de leur coopération menace les acteurs d'une déchirure. Dans ce contexte précis, l'ensemble des actions réciproques des acteurs ou de leur riposte crée dans les relations un foyer d'inquiétude et de suspicion qui menace la cohésion de l'intérieur.

La charte de la diversité est une action de lobbying

- 6 La charte de la diversité peut être considérée, au départ, comme une opération de lobbying menée par les chefs d'entreprise privée (Yazid Sabeg, Claude Bébéar, Laurence Méhaignerie), dans la mesure où les argumentaires qui l'accompagnaient, qu'il s'agisse des rapports publics qui recommandaient sa production (Bébéar, 2004 ; Sabeg et Méhaignerie, 2004) ou des écrits particuliers qui justifiaient son bien-fondé

(argumentaires, dossiers de presse, etc.), contenaient un certain nombre de critiques de l'action publique en la matière. Dans leurs rapports, Sabeg, Méhaignerie et Bébéar dénonçaient notamment la rigidité de la loi de 1978 sur l'informatique et les libertés en tant qu'elle démotivait, selon eux, les entreprises à s'engager sur ce sujet, les empêchant ainsi d'améliorer leurs pratiques. Ces trois personnalités militaient en faveur d'une autorisation de l'établissement de statistiques ethniques au sein des entreprises, alors que cette mesure est encore aujourd'hui interdite par la loi². Le rapport de Yazid Sabeg et Laurence Méhaignerie, auteurs de la charte, contenait même un plaidoyer en faveur de l'action positive, plaidoyer qui, devant la résistance des entreprises engagées dans la négociation du texte sur ce sujet, fut progressivement abandonné.

- 7 Ainsi, au départ, cette charte était un moyen pour leurs auteurs de faire entendre une voix publique qu'ils estimaient négligée. Il s'agit là de la dimension politique de la charte : en la produisant et en la faisant signer par 35 dirigeants d'entreprises du CAC 40 à la vue de tous, les chefs d'entreprise visaient à transformer un ensemble de pratiques d'entreprises en un outil d'affirmation collective (Loneux, 2007). La charte pouvait donc s'entendre comme l'incarnation (Cooren, 2010a), à un moment donné, d'une cause à défendre, une requête adressée aux gouvernants. En d'autres termes, produire une telle charte revenait donc à emprunter, pour un temps, non seulement une ressource disponible, mais aussi un genre particulier (Miller, 1984 ; Orlikowski et Yates, 1994) dans le répertoire commun des formes d'expression publique (Roux, 1997). C'est ensuite l'incarner, le matérialiser en lui donnant un champ d'application et une certaine publicité. Le défi majeur auquel étaient confrontés les trois acteurs à l'origine de la charte (Yazid Sabeg, Laurence Méhaignerie et Claude Bébéar) était de constituer un mouvement massif d'entreprises autour de cette requête. Autrement dit, ils avaient besoin d'être soutenus par un grand nombre d'entreprises afin que leur requête adressée aux gouvernants puisse être reconnue comme légitime. Par exemple, si 2 000 entreprises signaient la charte, il était fort probable qu'il n'y avait pas 2 000 cas particuliers, mais que la réglementation générale était inadaptée et qu'il fallait alors la réexaminer. C'était donc la puissance du nombre qui importait, comme pour montrer qu'ils faisaient, en quelque sorte, masse.
- 8 Pour résumer, le projet de cet article consiste donc à rendre compte des dynamiques observées qui ont mené au délitement de l'initiative de la charte de la diversité. Il s'agira de saisir les formes de coopération et d'association dans lesquelles s'engagent les acteurs et de montrer comment ce processus progressif d'acceptation et d'intégration a ouvert sur une phase de relations conflictuelles entre les acteurs. Celles-ci ont mis en échec les diverses tentatives destinées à stabiliser les relations d'échange entre les protagonistes de l'initiative. Pour défendre ce point de vue, nous préciserons les options théoriques que nous retenons pour étudier ce cas. Celles-ci détermineront comment écrire succinctement les grandes lignes de développement de cette initiative. Enfin, à partir d'une réflexion inspirée par Georg Simmel sur les mécanismes par lesquels un groupe social peut se maintenir, nous essayerons d'esquisser quelques raisons qui pourraient expliquer pourquoi des perturbations ont affecté cette initiative. Si notre contribution est essentiellement empirique, le but est de dégager quelques principes généraux qui pourraient aider à comprendre les modes de fonctionnement des organisations de lobbying. Plus exactement, il s'agit de se donner pour tâche

principale d'atteindre les processus particuliers qui produisent des organisations de lobbying.

Étudier une initiative en termes de processus : définition théorique

La fragilité au cœur de l'étude des formations sociales

- 9 En s'intéressant particulièrement aux déchirures qui traversent la vie des formations sociales, la « fragilité » apparaît comme une caractéristique essentielle de celles-ci (Barnard, 1938)³. Cela signifie qu'aucune n'échappe à sa fragilité constitutive en tant que les formations sociales sont liées aux trajectoires des individus qui les composent et à un contexte sociopolitique plus ou moins favorable. Par « fragilité », il s'agit de considérer que les formations sociales sont en partie dépendantes des individus qui les façonnent. Elles sont également menacées du fait de leur exposition à la critique, aux jugements de la communauté sociale, c'est-à-dire à un ensemble de forces sociales qui peuvent menacer la perspective de leur développement. « Fragilité » aussi parce qu'une organisation est assujettie à des circonstances imprévues qui ne dépendent souvent d'aucune volonté claire, faisant ainsi écho à la notion de conséquences non intentionnelles d'actes intentionnels, telle que proposée par Giddens (1987). Si une forme organisationnelle ne peut se maintenir sans des individus, des structures même élémentaires, des règles de fonctionnement, des protections contre des attaques qui menaceraient les sociabilités de l'intérieur, elle n'est pas qu'une affaire de volonté. Sa possibilité d'exister ou de se maintenir repose fondamentalement sur les conditions économiques, sociales et politiques, au-delà des volontés individuelles qui s'arracheraient presque héroïquement à ces conditions sociales. En affirmant qu'une forme organisationnelle peut s'effondrer, il ne s'agit pas de souligner sa finitude, mais plutôt sa précarité.

Les situations conflictuelles sont propices à une reconfiguration ou à une confirmation de la structure

- 10 La focalisation sur l'analyse de la conflictualité qui menace de l'intérieur l'union entre les individus a l'avantage d'autoriser une lecture des dynamiques organisationnelles. En effet, les situations conflictuelles sont souvent propices à une reconfiguration de la structure, ou encore à une certaine force conservatrice qui se manifeste plus clairement en ces moments-là (Alter, 2003). Ce sont des moments particuliers où la forme organisationnelle connaît une succession d'ajustements, de remaniements, de révisions, de transformations ou encore de reformalisations.
- 11 L'intérêt de l'étude du délitement des formations sociales réside donc essentiellement dans le fait qu'il s'agit là de l'occasion pour les acteurs de soumettre à une révision critique les finalités de leurs associations et les modalités concrètes de leurs coopérations. Lors de ces ruptures ou de ces turbulences, les contextes de normalité ont tendance à évoluer. Les habitudes d'actions sont mises en cause. Les individus perdent confiance en leurs fébriles coopérations. La cohérence d'ensemble ne semble plus tenir face au contexte social et aux nouvelles conditions sociales de leurs coopérations. Enfin, les représentations ne sont plus vraiment partagées (Cefaï, 2007).

C'est donc la formation sociale en tant que telle qui est mise à l'épreuve ; épreuve qui pourrait d'ailleurs la conduire à se défaire.

- 12 Pour résumer, le délitement d'une formation sociale correspond à une situation concrète où les acteurs se trouvent dans une confusion quant aux réponses qu'ils pourraient apporter à une situation problématique à laquelle ils sont confrontés. Les individus sont alors engagés dans des processus de réorganisation stratégique et organisationnelle. Ils explorent de nouvelles réponses possibles à donner à la situation problématique de telle sorte qu'ils sont susceptibles d'introduire de nouvelles significations dans la situation considérée. Pour reprendre les termes de Daniel Cefaï et Louis Quéré dans leur introduction de l'ouvrage de George H. Mead (1934, 2006), le délitement d'une organisation apparaît comme le moment et le lieu d'une reconstruction de la « coordination désintégrée ».
- 13 Ces mêmes auteurs nous invitent à considérer que ces situations problématiques émergent nécessairement à travers l'intercommunication sociale. Elles induisent inévitablement des rapports sociaux qui se nouent pour ajuster de nouvelles réponses possibles et plausibles quant à la situation problématique. Confrontés à une situation hautement problématique, les individus en viennent à réorganiser ce qu'ils font, à rejustifier le sens de leurs conduites individuelles et collectives. Se forment ainsi une conscience des choses problématiques à explorer à plusieurs. Concrètement, par exemple, les individus en viennent à rechercher des hypothèses qui marchent, à tester des idées en vue de définir et de maîtriser des situations problématiques, de résoudre des problèmes auxquels ils sont confrontés. C'est littéralement un travail de mise en ordre.
- 14 Comme le suggère Michel Callon (2006) dans le domaine de la sociologie de l'innovation, le chercheur doit se demander comment certaines conquêtes du pouvoir échouent. Si le chercheur ne s'intéresse qu'aux cas des initiatives qui réussissent, alors il n'éclairera en rien l'histoire qui a rendu certains acteurs puissants. Dans ce cas de figure, il manque de comprendre comment une formation sociale tente d'être édifiée. Ainsi, l'étude du délitement d'une formation sociale fonctionne comme un révélateur des rapports de places, des structures et des normes qui lui préexistaient. L'observateur peut ainsi plus aisément voir les lignes de clivage et les rapports de force qui traversent le groupe social étudié. Une turbulence est susceptible de contraindre les acteurs à prendre la mesure d'une transformation de l'état initial de l'organisation sociale. Au final, quelque chose aura changé. Des dispositifs organisationnels et des façons de se conduire auront été avalisés ou, au contraire, « démotivés » ou bien encore, déplacés et réaménagés (De Blic et Lemieux, 2005).

L'écrit comme matérialisation des rapports sociaux et comme « chose concrète à faire »

- 15 En mettant au jour comment une formation sociale se délite, nous suggérons que conceptuellement, il s'agit d'envisager les processus ou les dynamiques sociales comme les changements de formation sociale au cours desquels ces processus se manifestent (Glaeser, 2010). En conséquence, nous posons en hypothèse générale qu'une étude des perturbations qui traversent une initiative, en l'occurrence ici une initiative consistant à écrire et à publiciser une charte, se doit d'analyser non pas sa version finalisée, c'est-à-dire à ses parties visibles, mais l'ensemble des processus qui ont permis de la

produire. Le but est alors de retracer la genèse d'une initiative, en découvrant ce qui est fait et la manière dont cela est fait (Quéré, 2004).

- 16 Dans le cas de la charte de la diversité, cette hypothèse vise à comprendre comment les chefs d'entreprise se sont organisés pour atteindre leur but rédactionnel. Elle cherche à concilier l'analyse des textes à celle de son processus et de ses dynamiques sociales. Il s'agit de considérer que l'écriture d'une charte est avant tout une activité sociale. En effet, il s'agit d'un processus qui fait qu'à partir d'un moment, des idées sont organisées peu à peu pour aboutir plus tard, sans que l'on sache véritablement quand cela se produira, à un texte stabilisé qui sera publié. C'est au cours de sa fabrication que les acteurs agissent ensemble, tentent de se coordonner et de définir des problématiques dignes d'être mises par écrit (Weick, 2001). Ainsi, la rédaction d'une charte exige que des individus produisent des efforts, des actions et des paroles pour donner forme à une idée initiale qui sera progressivement affirmée. Une idée, au commencement vague, s'incarne progressivement dans des arguments, des dispositifs et des écrits (Cooren, 2010a). L'écrit est d'abord une « chose concrète à faire » qui nécessite l'intervention de nombreux acteurs engagés dans des rapports réciproques et de pouvoir. L'analyse des « dessous » de l'écrit est utile pour saisir les processus de formation d'un objet social.
- 17 Cette proposition, travaillée par les théoriciens de la génétique littéraire (Hay, 1989 ; Gresillon *et al.*, 1990 ; Gresillon et Werner, 1985) est une démarche simple dans son principe, puisqu'il s'agit de comprendre une initiative par son histoire et non plus simplement par son seul aboutissement. En d'autres termes, le but est de fournir une abstraction des dynamiques sociales qui, à un moment donné, ont lancé en avant l'écriture collective d'un texte public d'engagement en matière de promotion de la diversité dans les entreprises.

Décrire la trajectoire d'un texte pour comprendre les dynamiques sociales

- 18 Rappelons-le, le but de ce texte est de comprendre les processus qui conduisent au délitement d'une formation sociale. Un tel objectif exige de saisir les dynamiques sociales, c'est-à-dire essentiellement « les formes d'interactions et d'interdépendances qui lient les individus au-delà de l'immédiate coprésence » (Cefaï, 2010). Pour ce faire, nous avons choisi d'étudier les « écrits intermédiaires » (Vinck, 1999) qui ont jalonné l'initiative de la charte de la diversité. Ceux-ci donneraient accès à quelques dynamiques sociales qui ont été cruciales dans ce processus.
- 19 Comme Jacques Perriault (1989) l'a déjà suggéré, les écrits matérialisent les rapports sociaux. Cela signifie que les interactions sociales peuvent venir à l'existence à travers des écrits. Dans la tradition des recherches du réseau Langage et travail (en particulier Fraenkel et Pontille, 2003 ; Pène, 1995 ; Delcambre et Huët, 2008) il s'agit de considérer que ces écrits, qu'ils soient négociés ou non, sont des indices des interactions passées et des arrangements sociaux éventuellement conclus et voués à être diffusés. Ces rapports sociaux se coulent donc dans la matérialité des écrits. En d'autres termes, une partie de ces dynamiques sociales est observable par l'étude des écrits quand bien même une autre partie échappe toujours à l'observateur. Les écrits donnent partiellement accès aux activités impondérables et régulières de la vie des formations sociales. Ils aident à recenser les formes de coordination entre les individus et à retracer

chronologiquement les séquences d'actions. L'analyse des écrits constitue une ressource à cette fin en donnant toute une série d'indices sur les actions passées et leurs arrangements sociaux. L'écrit est donc utilisé méthodologiquement comme un moyen de reconstruire la généalogie de l'initiative (Docquet-Lacoste, 2009). Le corpus d'écrits représente un « corpus d'indices pertinents » qui aident à construire une histoire et à rendre compte des raisons et des causes d'un phénomène (Cefaï, 2010).

- 20 Cette option théorique s'inscrit dans le sillage d'une approche anthropologique de la communication dont le but est de connaître les dessous du texte, les ressorts des sujets agissants et les circonstances de sa production. Le sens du texte et l'évaluation de ses implications sociales se comprennent alors dans l'examen de l'extrême variété des rapports sociaux qui se tissent lors de sa production et de sa promotion. Autrement dit, ces documents pénètrent les rapports sociaux, mais ils se laissent aussi illustrer par eux à leur tour. Le texte est le produit d'un jeu social de construction du sens où s'affrontent des positions inégales de pouvoir (Pène, 1995).
- 21 Ainsi, la question centrale posée par l'étude du processus d'écriture est celle de la trajectoire sociale du texte. L'écrit, de son premier jet à sa version définitive, se dégage, se forme, s'accomplit progressivement. Les scripteurs produisent de nombreux efforts pour achever leur projet rédactionnel sous un certain nombre de contraintes qui infléchiront leurs manières de travailler. Le cheminement ici suggéré est simple dans son principe, mais la démonstration n'en est pas moins complexe : parcourir jusqu'au bout le trajet qui va de l'ébauche d'un texte à son accomplissement (Gresillon et Werner, 1985 ; Hay, 1989). Or, il se trouve que la production d'un texte comme une charte d'entreprise produit de nombreux liens entre les individus. Il est généralement discuté par les chefs d'entreprise dans ses éléments essentiels. Puis, les individus dépassent le texte pour s'interroger sur la nature de leurs coopérations, sur la cohérence de leurs objectifs, sur les ressources dont ils disposent, etc. En fin de compte, la production d'un tel texte suppose une multitude de relations de personnes à personnes, formant des liens plus ou moins robustes. Dans le langage simmelien, nous dirons que derrière un texte, il se noue des actions réciproques qui soutiennent la ténacité et l'élasticité de la vie organisée en association plus ou moins structurée. La rédaction d'une charte est donc à la fois un « travail d'organisation et un travail organisé » (Cochoy *et al.*, 1998).
- 22 Par exemple, pour produire la charte de la diversité, les chefs d'entreprise passent la plupart de leur temps à discuter du sens de leur initiative. Ils réfléchissent également aux moyens efficaces à mettre en œuvre pour promouvoir la diversité dans les entreprises et auprès des pouvoirs publics. Ils rédigent aussi de nombreux écrits pour dominer et avoir de l'empire sur leur initiative. Au final, la charte de la diversité et ses argumentaires ne sont que la partie visible d'un vaste édifice textuel. Et c'est au travers de ces écrits que se jouent la fixation du sens de l'action, les répartitions des places de chacun, les coups de force tentés par certains acteurs, les jeux de relations entre les chefs d'entreprise, les tentatives d'alliance entre certains, etc. En effet, l'histoire de la charte de la diversité indique que sa production a pour conséquence de concerner des acteurs multiples, mus par leurs intérêts respectifs. Se côtoient, puis s'opposent, s'excluent et ressurgissent, tour à tour, les différents dirigeants d'entreprise avec leurs propres intérêts et contraintes. Ils s'intéressent au contexte économique pour qualifier la nécessité d'un travail sur la diversité au regard des mutations économiques, se penchent également sur les stratégies de communication nécessaires pour valoriser

leur engagement et réfléchissent enfin aux dispositifs de mobilisation des salariés autour de ces questions. L'écriture d'un tel texte est donc avant tout un travail de conscientisation des acteurs sociaux et de mobilisation des personnes.

- 23 Ainsi, le travail organisationnel est analysé de manière indirecte par l'échange social noué dans l'écriture. L'écrit s'instaure en objet d'échange, il est l'expression même de ces rapports réciproques.

L'initiative est une conquête, mais une conquête qui peut avorter

- 24 L'analyse du processus d'écriture est le point crucial de la recherche. L'écriture est l'acte où les sujets façonnent l'intention du texte et dominant leur initiative. Elle est un acte concret dans lequel se conçoivent la destinée du texte et les relations entre les chefs d'entreprise. Par conséquent, l'étude de la fabrication d'une charte, par exemple, ne se limite pas à comprendre les auteurs cachés derrière le texte, mais à dévoiler la mise au jour du « monde du texte » (Ricoeur, 1986), c'est-à-dire les rapports sociaux qui sont à sa base. Par exemple, le fait de prendre en charge des tâches d'écriture constitue une expérience dans laquelle on peut observer tant des actions de conquête du pouvoir que des modes d'action qui ont pour fin la production d'une unité entre des individus.
- 25 Au premier abord, l'histoire d'une initiative telle que celle de la charte de la diversité paraît simple. Il ne s'agirait que d'une phase de mobilisation des personnes, d'une phase d'écriture d'un texte suffisamment équivoque pour rassembler un grand nombre de personnes et être inattaquable par ses potentiels détracteurs (Eisenberg, 1984) et enfin d'une phase de conscientisation qui passe par le déploiement du document dans le monde économique. En réalité, l'examen de sa réalisation concrète montre qu'elle demande le déploiement d'un grand nombre d'efforts, notamment parce qu'à tout moment, cette initiative peut avorter faute de soutiens économique, social et politique suffisants. Les acteurs qui sont à l'origine du document élaborent leurs propres desseins. Ils mettent en place des stratégies. Ils ont une idée globalement claire de ce qu'ils veulent faire : ils font des plans, prévoient et cherchent, au fur et à mesure de l'avancement de leur initiative, à avoir de l'empire sur celle-ci, notamment en retraduisant les imprévus dans un sens stratégique. Mais ce dont on peut être à peu près certain, c'est qu'ils ont aussi à s'adapter à l'incertain, aux changements qui influencent les univers économiques et politiques.
- 26 Il en ressort que les individus avancent dans leur projet dans le cadre d'un environnement marqué par l'incertitude. Cette analyse classique en sciences sociales est importante à rappeler, car elle laisse penser que l'initiative est toujours susceptible de produire des résultats non prévus, comme son délitement (Giddens, 1987). En reprenant les termes d'Étienne Souriau (2009 : 14), nous dirons que la réalisation d'une charte est une « conquête », mais une conquête qui peut échouer. Elle ne peut être dans la voie de l'accomplissement qu'au prix de l'effort des acteurs. Tout peut donc s'écrouler. L'initiative se construit dans l'hésitation, dans le tâtonnement, dans l'incertitude des relations entre les acteurs et l'extrême mobilité du contexte économique et politique.

Dispositif méthodologique

- 27 Il n'est pas toujours possible d'observer et d'être témoin des interactions entre les acteurs organisationnels. Dans bien des cas, les discussions entre acteurs prennent des formes non officielles ou insaisissables pour l'enquêteur : entretiens téléphoniques, brèves discussions lors de rencontres informelles, déjeuners d'affaires, etc. En outre, les acteurs produisent de multiples écrits intermédiaires, c'est-à-dire des avant-textes ou des projets de texte. Il est donc intéressant d'analyser les divers écrits qui ont jalonné la production d'un discours⁴.
- 28 Le chercheur travaillera donc à partir des écrits intermédiaires qui jalonnent la production d'un document (versions successives qui ont précédé la version définitive des textes, argumentaires, comptes rendus de réunion, notes internes, invitations aux réunions de travail, etc.). Ce corpus de documents produits « au cours de l'action » (Delcambre et Huët, 2008) donne des indices sur les activités passées, en particulier pour ce qui relève des conditions de production du texte, des recompositions organisationnelles que celui-ci engendre. Autrement dit, ces traces mettent au jour ce qui subsiste du passé : des discussions, des mises par écrit, des opérations de lecture, l'organisation d'événements pour promouvoir le texte, des réseaux, etc. Elles matérialisent ce qui est advenu à un moment donné et qui est échu. L'enquêteur réunira donc un corpus d'écrits intermédiaires. Il observera comment, par ce jeu de construction, d'énoncé en énoncé, la production de la charte est l'occasion de nombreuses relations et d'actions, et parfois de conflits entre ces protagonistes.
- 29 Il y a plusieurs manières concrètes de procéder pour étudier ces écrits.
- 30 La première étape, à la manière des études en génétique littéraire déjà citées, consiste à étudier les variations entre les différentes versions qui ont précédé la forme finale de l'écrit. Le chercheur pourra alors noter les créations inventives ou, au contraire, tout ce qui n'a pas été écrit, tout ce qui a été abandonné au fur et à mesure de son écriture⁵. Cela l'aidera à penser « le non-écrit et l'autocensure, qui sont des indices des éléments de distribution du pouvoir » (Hay, 1989). Par exemple, l'étude des variations d'un écrit dévoile ce que les acteurs ont décidé d'abandonner ou de modifier au fur et à mesure du processus. L'étude des variations permet donc d'accéder aux intentions subjectives initialement déclarées par les auteurs⁶.
- 31 Grâce à l'étude du contenu de ces écrits intermédiaires, le chercheur pourra, d'une part, retracer une genèse des écrits sans se reposer exclusivement sur la parole des auteurs concernés par les projets d'écriture et, d'autre part, il tentera de caractériser la réflexion préparatoire des acteurs d'entreprises. Par exemple, dans cette réflexion préparatoire, on voit des acteurs qui discutent ensemble, s'assignent des buts, notamment rédactionnels, et se répartissent des tâches pour accomplir leur projet. Puis, le texte est amorcé, lancé, projeté avant que n'advienne sa production finale, c'est-à-dire avant qu'il ne soit autonome et qu'il vive sa propre vie de texte. Parce que ces écrits sont collectifs, et donc aussi négociés, on prend la mesure de l'intérêt à porter à l'écriture et à ses traces, à ses ratures et à ses reformulations, c'est-à-dire à observer le « cheminement scriptural » d'un écrit et de ses auteurs pour reprendre les termes de Docquet-Lacoste (2009).
- 32 La seconde étape consiste à analyser la circulation des écrits entre les différents acteurs de l'entreprise. C'est ici que le chercheur appréhendera particulièrement la dimension

organisationnelle de la production de l'écrit. Il se trouve que la plupart des écrits publics d'entreprises sont le résultat d'une élaboration collective ; des réunions sont organisées, des acteurs apparaissent, certains se rencontrent pour la première fois, etc. L'analyse de la circulation de l'écrit présente l'intérêt majeur d'observer comment un texte est écrit puis réécrit pour être conforme à une demande ou à des enjeux de pouvoir (Pène, 1995). Il s'agit là d'un processus au cours duquel des acteurs tentent de se mettre d'accord sur des énoncés. Cette analyse de la circulation des écrits est destinée à porter au jour les rapports sociaux et les dynamiques conflictuelles qu'ils engendrent. Elle appréhende l'écrit en tant que celui-ci circule, se reproduit, se transforme, tout en restant une forme écrite. En ce sens, l'écrit peut être examiné comme la matérialisation des rapports sociaux, un support de la réflexivité des acteurs sociaux et un produit hiérarchisé par un processus déterminé concernant l'accès à la parole (Basse, 2003). En effet, tout le monde n'est pas amené à écrire ou à intervenir dans le processus. Il faudra alors repérer qui écrit, avec qui, à quel moment, quel type d'écrit, pour quels destinataires, avec quelle utilisation et quelle trajectoire. En quelque sorte, cette analyse se justifie par le fait que la négociation de places peut se jouer dans l'activité d'écriture elle-même (Pène, 1995).

- 33 De façon plus classique, nous avons également réalisé des entretiens semi-directifs avec les participants à la production du texte étudié. Une trentaine d'entretiens ont été réalisés avec les chefs d'entreprise concernés par la production ou la promotion de la charte. Ces paroles récoltées sont bien plus que des anecdotes qui vont habiller le récit de la genèse de la charte. L'analyse devra déceler la manière dont l'action est dite, racontée et nommée. Le travail consistera également à confronter ces récits particuliers avec le travail de reconstitution réalisé grâce aux traces de l'activité. Ainsi, les paroles récoltées peuvent déstabiliser, dérégler le récit de la production du document.

Genèse de la charte de la diversité : de son émergence à son délitement

- 34 À partir des acquis de l'orientation théorique précisée précédemment, nous proposons de mettre en évidence quelques moments de la production et du déploiement de la charte de la diversité. Nous diviserons cette description en deux temps : avant et après la signature de la charte de la diversité. Nous insisterons sur les différentes situations critiques rencontrées par les acteurs au cours de leur entreprise, particulièrement au moment de sa promotion.

De la fabrication de la charte jusqu'à sa signature

- 35 La charte fut produite à l'instigation de l'Institut Montaigne⁷, sous l'égide de deux acteurs : Laurence Méhaignerie et Yazid Sabeg⁸. Elle faisait suite à la publication de deux rapports rédigés sur le sujet par les mêmes auteurs peu avant l'écriture de la charte (Sabeg, Méhaignerie, 2004 ; Bébéar, 2004). Elle fut ensuite élaborée au cours de plusieurs réunions au sein de l'Association française des entreprises privées (désormais AFEP)⁹, réunion qui rassemblait une trentaine de chefs d'entreprise du CAC 40. C'est ainsi qu'un groupe de travail élaborait une première version de la charte, qui fut ensuite discutée et commentée par une trentaine de dirigeants de grandes entreprises, dans les

locaux de l'AFEP. Les discussions conduisirent le groupe de travail à modifier la version initiale du projet. Au terme de quatre rencontres, la charte fut stabilisée, signée, puis rendue publique. Elle était donc le fruit d'un groupe de travail socialement homogène, puisqu'il s'agissait exclusivement de responsables d'entreprises cotées au CAC 40¹⁰.

- 36 Ce premier stade de formation de l'initiative était celui d'un cercle étroit d'entreprises. Une trentaine d'entreprises le composait. Ce premier cercle se caractérisait par sa rigidité. Il était fermé sur lui-même. Il se constituait à l'abri de l'indiscrétion publique, dans le cadre secret de l'AFEP. Ce club d'entreprises était un lieu de rodage, c'est-à-dire le lieu de l'entre-soi. Tant que la charte n'était pas signée, toute sortie médiatique bruyante aurait été mal considérée. D'après les travaux de Simmel sur le secret (1908/1998), cette rigidité était nécessaire pour résister à la démotivation et à la dispersion des acteurs. Cette fragilité réside dans le fait que l'initiative pouvait avorter à tout moment faute de soutien du milieu des entreprises. Or, en se rendant invisible, le collectif initialement fragile se rendait inatteignable. Le secret conférait aussi une unité au groupe. Seuls les « initiés » avaient un droit d'entrée et ils devaient posséder un certain nombre d'attributs en commun les uns avec les autres. Le collectif cachait donc ce qu'il faisait : les réunions, les sujets de discussion, les désaccords, les buts. C'est aussi parce que les relations étaient secrètes qu'elles étaient instables. En effet, si le collectif était « découvert » avant que ses membres se soient accordés, la « révélation » était susceptible de le saper. Ainsi, le secret était temporaire, c'était un état transitoire pour assurer la réussite du projet.
- 37 Puis, et c'est le second stade de l'initiative, une partie du collectif de départ eut pour ambition de s'agrandir en nombre, en étendue et en importance. La conséquence majeure de cette évolution fut que l'unité originelle entre les chefs d'entreprise tendit à se relâcher. La force des barrières qui séparaient le groupe des autres s'atténua du fait des nécessaires connexions à établir pour s'agrandir. Les individus eurent alors une liberté de mouvement plus grande, notamment parce que les liens de surveillance mutuelle étaient plus lâches (Simmel, 1908/2010).

La promotion et le suivi de la charte après les premières signatures

- 38 La charte fut signée pour la première fois le 22 octobre 2004 par 35 dirigeants d'entreprise. Jusqu'en juin 2005, aucun suivi ne fut assuré par les initiateurs de la charte. Plusieurs circonstances ont contribué à relancer l'initiative, notamment la création du ministère délégué à la Promotion de l'égalité des chances et la fondation d'un secrétariat général de la charte de la diversité.

Le remaniement ministériel et la création du ministère délégué à la Promotion de l'égalité des chances

- 39 En juin 2005, le mouvement d'entreprises fut relancé, à la suite de la création du ministère délégué à la Promotion de l'égalité des chances et de la nomination d'Azouz Begag à sa tête (décret n° 2005-693 du 15 juin 2005). Ce dernier nomma Laurence Méhaignerie, coauteure de la charte, comme conseillère technique, notamment pour prendre en charge le volet « sensibilisation des entreprises aux enjeux de la diversité ». Cette dernière accepta et appuya toutes ses actions à partir du travail effectué autour de la charte de la diversité. Elle a notamment cherché à sensibiliser les petites et moyennes entreprises en les incitant à signer la charte.

- 40 Ce remaniement ministériel a été décidé quelques mois avant les élections présidentielles (avril 2007). C'est exactement le temps qu'avait Azouz Begag pour démontrer son caractère indispensable au sein de l'équipe gouvernementale et travailler à sa légitimation. En ce qui concerne son intervention dans le monde des entreprises, il s'appuya exclusivement sur la charte de la diversité.

La création d'un secrétariat général de la charte de la diversité subventionné par le FASILD

- 41 Le recrutement de Laurence Méhaignerie au sein du ministère délégué à la Promotion de l'égalité des chances facilita l'obtention d'une subvention pour relancer le collectif de la charte de la diversité. En effet, en septembre 2005, le FASILD¹¹, devenu ensuite l'ACSE¹², accorda une subvention de 60 000 euros à l'Institut du mécénat et de la solidarité (désormais IMS), présidé par Claude Bébéar, pour mettre en place un secrétariat général de la charte de la diversité. La subvention fut justifiée ainsi :

La mission prioritaire de ce secrétariat serait de poursuivre et d'élargir le mouvement des signatures et d'aider les entreprises signataires de la Charte à transformer leur engagement en actions concrètes. Deux principaux projets seraient conduits pour servir cette ambition : le soutien au déploiement de la Charte de la diversité et la réalisation d'un guide pratique de la Charte de la diversité [...] L'IMS est un club d'entreprises qui a acquis une compétence en matière de gestion de la diversité dans l'entreprise ; cette structure est aujourd'hui identifiée par le monde économique comme étant expérimentée sur ces questions. Elle semble capable de porter légitimement l'animation et le soutien au déploiement de la charte de la diversité ainsi que la production des outils (guide pratique) permettant de mener le travail auprès des entreprises signataires (Extrait d'une note interne du FASILD justifiant l'accord d'une subvention à l'IMS).

- 42 En contrepartie de cette subvention, l'IMS se proposa de multiplier par trois le nombre d'adhérents en déployant la charte sur l'ensemble du territoire, auprès des petites et moyennes entreprises (PME) et en collaboration avec le monde économique. En outre, l'IMS s'engagea à produire un guide pratique de la diversité afin de donner des repères aux entreprises qui souhaitaient mettre en œuvre une telle politique. Il s'agissait de préciser les attendus des six articles contenus dans la charte en donnant notamment des exemples de pratiques d'entreprises effectives.
- 43 Fella Imalhayene fut recrutée sur les conseils de Laurence Méhaignerie pour la gestion sur le plan opérationnel de ce secrétariat. Elle avait pour mission d'assurer la communication de la charte, de répondre aux questions relatives à son interprétation, d'organiser des sessions de sensibilisation et de signature de la charte, d'entrer en relation avec les entreprises signataires et d'évaluer l'initiative. Son travail était évalué en fonction de l'évolution du nombre de signataires et des contacts pris avec les entreprises (qualité de la remontée d'information). Elle dut alors créer une offre destinée à répondre aux attentes du comité de pilotage, mettre en évidence les spécificités de ses activités et assurer sa légitimité. Pour cela, elle produisit des synthèses, puis participa à la rédaction d'un guide de la diversité. Cette charge nouvelle d'écriture fut un élément important pour défier la fragilité de l'objet.
- 44 Ainsi, cette relance de l'activité du collectif s'expliquait principalement par le remaniement ministériel et l'ouverture d'un poste. L'avenir professionnel de certains acteurs était désormais tributaire de la capacité de la charte à durer. C'est ainsi que progressivement, le collectif se structurait et s'élargissait en accueillant de nouveaux

membres. Ces derniers furent cooptés et choisis pour la reconnaissance publique de leur soutien à la charte. Ce fut, par exemple, le cas de l'association Alliances, qui rejoignit le collectif sur proposition de Laurence Méhaignerie :

Dès que la charte a été rendue publique, nous [l'association Alliances par la voix de son président, Bruno Libert] nous y sommes intéressés. On a organisé un petit déjeuner-débat sur ce thème. C'est comme cela que l'on a connu Laurence Méhaignerie parce qu'on l'a invitée à intervenir. Une fois le contact pris, elle nous a ensuite entraînés dans ses bagages (Entretien avec Bruno Libert, président de l'association Alliances).

- 45 Il était donc question d'une phase de structuration où le collectif initial se chercha des alliés. Il s'agissait essentiellement des réseaux d'entreprises qui adhéraient unitairement à cette conception du problème des discriminations et entendaient y trouver des réponses. En intégrant de nouveaux réseaux d'entreprises, le collectif chercha à étendre le nombre de signataires aux PME grâce aux relais régionaux du Mouvement des entreprises de France (désormais MEDEF) ou à des associations locales comme Alliances :

On a mis en place des relais régionaux. Au début, c'est surtout le Medef, en particulier ses structures locales, qui a organisé des sessions de sensibilisation [...] Ces relais régionaux sont quelquefois formels (partenaires de la charte) alors que quelquefois, ils sont informels. Ce sont des associations qui ont entendu parler de la charte et qui ont décidé d'organiser une réunion de sensibilisation et qui eux aussi, ont envie de créer quelque chose autour de ça. Par exemple, des Rotary Clubs veulent apporter quelque chose, ou alors des clubs d'entreprises, etc. [...] Donc, il y a à la fois des partenaires déjà identifiés, et d'autres qui le font de façon spontanée et qui ont envie d'apporter leur pierre et de se faire connaître sur cette thématique (Entretien avec Fella Imalhayene).

- 46 À ce stade du processus, la profondeur des engagements lui importait peu, car le collectif voulait d'abord démontrer que sa requête, exprimée à travers la charte, ne venait pas d'un seul acteur. Les entreprises étaient alors invitées à le rejoindre massivement. Aucune condition n'était fixée quant à leur intégration au réseau de la charte de la diversité.

La rédaction d'un questionnaire de suivi de la charte de la diversité

- 47 La première tâche que se donna Fella Imalhayene, chargée de mission au sein du secrétariat général de la charte de la diversité, consista à rédiger un questionnaire destiné aux entreprises signataires de la charte (juillet 2006). Les questions portaient sur une explication de la façon dont les entreprises avaient répondu de leurs engagements à la suite de la signature de la charte. Il visait à recenser les formations existantes sur le sujet et les dispositifs mis en place par les entreprises. Par exemple, le questionnaire interpellait les entreprises sur leur façon d'appréhender les différents articles de la charte :

Article 1. Sensibiliser et former nos dirigeants et collaborateurs impliqués dans le recrutement, la formation et la gestion des carrières aux enjeux de la non-discrimination et de la diversité : avez-vous déjà proposé à vos collaborateurs de participer à des réunions ou des formations sur la diversité ? Pouvez-vous les décrire ? Qui a bénéficié de ces formations ? Quel est le montant du budget alloué ? Avez-vous déjà élaboré ou utilisé des outils spécifiques de sensibilisation ou de formation à la diversité ? Si oui, lesquels ? Avec quel contenu ? Quelle cible ?

Article 2. Respecter et promouvoir l'application du principe de non-discrimination sous toutes ses formes et dans toutes les étapes du processus de gestion des

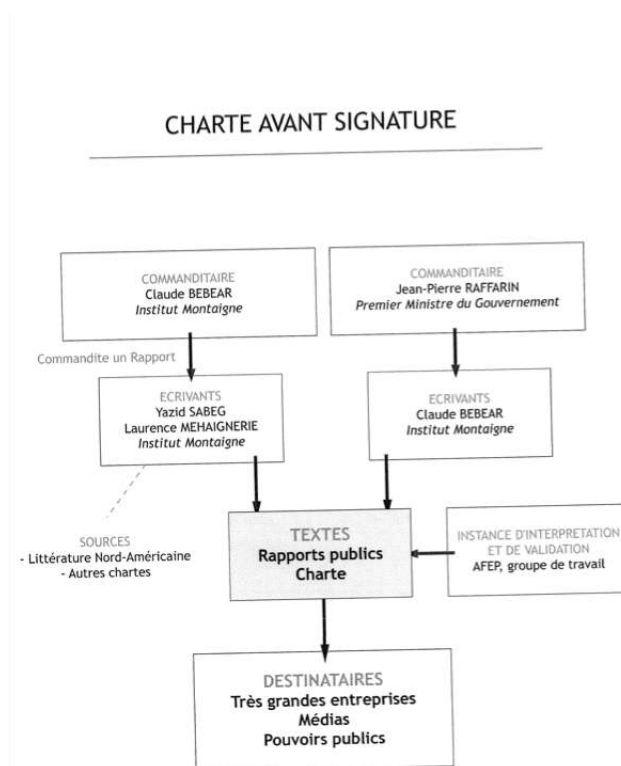
ressources humaines que sont notamment l'embauche, la formation, l'avancement ou la promotion professionnelle des collaborateurs. Avez-vous évalué puis amélioré vos procédures de gestion des ressources humaines (recrutement, formation, promotion, licenciement) afin de favoriser la diversité ? Par exemple, transparence dans l'ouverture des postes, évaluation des candidats à travers des grilles objectives d'analyse des compétences, recours à des méthodes de recrutement fondées sur des mises en situation professionnelle, recours à l'auto-testing, etc. Si oui, détaillez (Extrait du questionnaire adressé aux signataires de la charte).

- 48 Les réponses des entreprises à ce questionnaire furent nombreuses. Elles servirent de base à la réalisation d'un guide de la charte de la diversité, qui était censé expliciter les attendus de la charte.

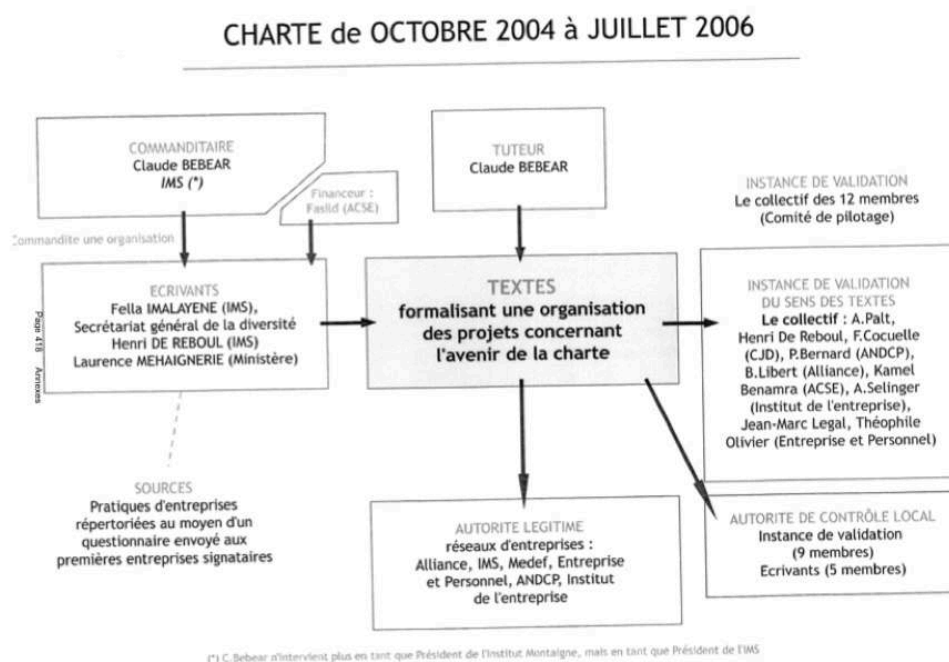
L'organisation du Tour de France de la diversité pour généraliser la signature de la charte

- 49 En février 2006, il y avait 240 entreprises signataires. Leur nombre explosa du 9 octobre 2006 au 7 décembre 2006. À cette date, le Ministère évoquait 3 000 entreprises signataires. Cette explosion était due à l'organisation d'un Tour de France de la diversité. Cet événement, mené à l'initiative d'Azouz Begag, visait à sensibiliser les entreprises dans une quarantaine de villes en France, et à faire signer la charte, principalement par les PME. Dans certaines étapes du tour, une centaine d'entreprises la signèrent.
- 50 Il est important de rappeler que le ministre avait besoin de légitimer son action politique. Pour ce faire, il prit appui sur cette charte. Son succès résidait principalement dans les divers écrits produits et diffusés (guide pratique, méthodologie, etc.), et dans l'augmentation du nombre de signataires.
- 51 Pour organiser cet événement, de nouveaux acteurs furent introduits dans l'initiative : la Direction générale à l'emploi et à la formation professionnelle (DGEFP), l'Agence nationale pour l'emploi (ANPE), l'Assemblée des Chambres françaises de commerce et d'industrie (ACFCI), le Mouvement des entreprises de France (MEDEF), l'Union professionnelle artisanale (UPA). Cela s'est notamment traduit par la création d'un nouveau comité de pilotage dans lequel certains membres historiques ne furent étonnamment pas conviés (Alliances, Entreprise et Personnel, Halde, Institut de l'entreprise) :
- Le comité de pilotage réunira des représentants, des acteurs institutionnels : le ministère délégué à la promotion de l'égalité des chances, la DGEFP, l'ANPE, des acteurs économiques (ACFCI, Medef, CJD, UPA) et des acteurs de la diversité dans l'entreprise (l'IMS, les Entreprises aux couleurs de la France, l'ANDCP) [...] Toute autre personne qualifiée pouvant apporter une contribution de qualité peut être proposée (Extrait d'un compte rendu de réunion préparatoire pour le Tour de France de la diversité).
- 52 Ci-dessous, trois schémas¹³ représentent la composition de ces comités et l'évolution des rapports de places (Huët, 2008b).

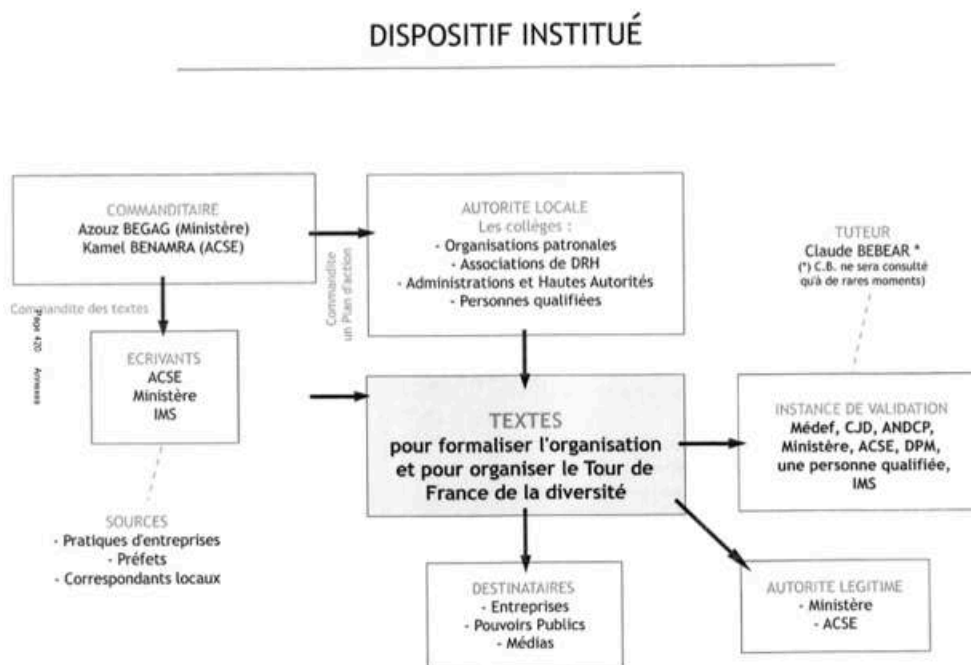
Charte avant signature



Charte de octobre 2004 à juillet 2006



Dispositif institué



- 53 Cette réorganisation du comité de pilotage opérée par Azouz Begag et l'exclusion de certains acteurs entraînèrent la création d'un second comité réunissant en substance les « refoulés » du comité pour le Tour de France de la diversité, lequel deviendra ensuite le Comité de suivi de la charte de la diversité. Ainsi, deux comités coexistaient : l'un dirigé par Azouz Begag s'est structuré autour du Tour de France de la diversité et l'autre supervisé par l'IMS regroupait les partenaires historiques de la charte.
- 54 Ce moment de réorganisation correspondit aux premiers conflits internes au mouvement. La plupart des acteurs de l'entreprise devinrent méfiants à l'égard d'Azouz Begag, car il était vu comme un adversaire pour la cohésion interne du groupe de départ du fait des premières exclusions d'acteurs qu'il avait opérées au moment de la réorganisation du comité de pilotage.

Une crise dans la propriété de la charte

- 55 À la suite du Tour de France de la diversité, près de 1 500 entreprises signèrent la charte. Par ailleurs, comme nous l'avons déjà indiqué, de nouveaux réseaux d'acteurs rejoignirent le collectif de la charte. Ainsi, à l'origine, la tendance qui régnait dans le collectif consistait à limiter le groupe au recrutement de très grandes entreprises dont le siège social se trouve à Paris. Mais cet état disparut peu à peu lorsque le collectif s'élargit en destination des PME. Au cours de cette évolution, les liens étroits de départ se relâchèrent. Sur le plan terminologique, les acteurs ne présentaient plus leur initiative comme le fruit d'un « club d'entreprises » comme ils le faisaient initialement, mais comme un « mouvement français des entreprises pour la diversité ».
- 56 L'accueil de nouveaux entrants fut un moment délicat dans l'évolution de l'initiative. Cela fut une tâche complexe nécessitant des adaptations organisationnelles, comme en témoigne la création de ce nouveau comité de pilotage. Cependant, les acteurs à l'origine de la charte refusèrent de soutenir un tel changement sous prétexte que

l'initiative d'entreprises se transformait en initiative politique. C'est alors qu'un conflit éclata entre les chefs d'entreprise et les acteurs politiques, notamment au sujet de la propriété de la charte. Azouz Begag, en contribuant fortement au développement de la charte, réclama lui aussi une part de domination sur le collectif. À son arrivée dans l'initiative, il tenta de se l'approprier en impulsant une structuration nouvelle des pratiques du collectif. C'était lui qui prenait l'initiative d'organiser des réunions de travail pour assurer le suivi de la charte. Il alla jusqu'à proposer une nouvelle organisation du collectif, répartissant ainsi les places aux différents acteurs et en évinçant d'autres de l'initiative. Il en a résulté une profonde recomposition de la structuration du collectif initialement porteur de l'initiative.

La création de l'association Entreprise et diversité pour contester la mainmise du Ministère sur l'initiative

57 Cette nouvelle configuration fut virulemment contestée par les acteurs d'entreprises. Ils arguèrent notamment du fait que certains acteurs d'entreprises n'étaient plus représentés dans la nouvelle organisation. Pour résister à la mainmise d'Azouz Begag sur la charte, les acteurs à l'origine de celle-ci créèrent une association de loi 1901 sur la charte de la diversité.

58 Pour les entreprises, il s'agissait de reprendre la main sur un texte qui, depuis le Tour de France de la diversité, tendait à leur échapper. En effet, la charte de la diversité fut présentée comme le but principal de leur association. En faisant ainsi, ce groupe d'acteurs marquait sa propriété sur le texte. L'article 2 des statuts est particulièrement révélateur du sens donné à cette attribution :

Cette association a pour objet l'intérêt général : la promotion de la charte de la diversité (joindre en annexe 1), l'encouragement et l'appui à sa mise en œuvre par les entreprises signataires. Pour ce faire, l'association organise des événements de promotion de la Charte de la diversité, informe les entreprises signataires des outils et prestataires de service en faveur de la diversité, notamment par la production de supports tels des guides, newsletters, donne de la visibilité aux entreprises qui mettent en œuvre concrètement la Charte de la diversité, par le biais d'événements, par un site internet et par des relations avec la presse, constitue un lieu de rencontre, de coordination et d'échange pour les différents acteurs de la promotion de la diversité des entreprises, et mène toute autre activité contribuant à la promotion de la diversité dans les entreprises.

59 Leurs buts consistaient à se protéger relativement à l'entrée de nouveaux acteurs, à contrôler l'agrégat de signataires et à assurer une certaine stabilité du collectif initial. Celui-ci fut bousculé par ces mouvements, au point qu'il fut presque dessaisi de l'objet qu'il avait lui-même façonné. Ici, il est intéressant de décrire comment le collectif initial fit face aux menaces qui l'entouraient et à sa propre fragilité. Pour cela, il sortit du secret et de son organisation informelle pour s'incarner dans une structure où les membres du collectif furent reconnus officiellement : chacun se vit attribuer des rôles, les acteurs se donnèrent une identité visuelle (ils se réunirent pour travailler sur un logo), se cherchèrent un nom, écrivirent leurs statuts et s'autorisèrent ainsi à parler à l'unisson et à faire front commun devant les menaces qu'ils pourraient subir. Par exemple, le collectif désigna une porte-parole (Françoise Cocuelle, ancienne dirigeante du Centre des jeunes dirigeants - CJD), qui écrivit une lettre au Ministère pour exprimer, au nom du collectif, leur attachement au fait que la charte de la diversité était une initiative d'entreprises.

- 60 Il se trouve que c'est au lendemain du dépôt des statuts de l'association que la charte fut confiée à l'ACSE, lors du conseil des ministres de décembre 2006 :

Dès que les gens du ministère ont vu qu'on créait une association, le lendemain ils ont confié la charte à l'ACSE [...] À partir du moment qu'ils ont su qu'on s'organisait, ils ont réagi [...] En fait, les gens du ministère n'ont pas que des mauvaises intentions, mais ils sont persuadés que parce que la charte est une initiative d'entreprises, elle était forcément fragile. Ils voulaient donc la pérenniser. Ils pensaient qu'en la confiant à l'ACSE, ça serait plus solide [...] mais du coup, on a été furieux. Ça été terrible. C'est la partie obscure du truc et je ne peux pas vous en parler parce qu'il y a des gens qui sont encore en place, mais le résultat est qu'on n'entreprend plus rien. Entre janvier et juin 2007, nous n'avons rien fait (Entretien avec un partenaire de la charte).

- 61 Cette crise de portage de la charte contribua à ce que le collectif se fissure : d'un côté, le nouveau comité de pilotage se réunira dans les locaux de l'ACSE et de l'autre côté, les entreprises se réuniront à huis clos (probablement au sein de l'IMS).

Éléments de compréhension du délitement de la formation sociale

Les écrits pour réactiver les engagements

- 62 Ainsi présenté, ce cas¹⁴ montre que la charte est indéniablement un acte réfléchi, médité et voulu. Cependant, dans l'exécution, les choses sont plus compliquées. Les acteurs abandonnent à la conjoncture une grande partie de l'exécution, si bien que l'initiative de la charte s'est formée grâce à des opportunités circonstanciels et des rencontres fortuites, comme la création du ministère délégué à la Promotion de l'égalité des chances, puis le recrutement de Laurence Méhaignerie et de Fella Imalhayene, cette dernière étant une connaissance intime de la première. À ce moment particulier de l'histoire de la charte, les acteurs ont donné une forme à leur coopération. Ils ont créé une structure de pertinence et un centre d'impulsion et de coordination des actions des entreprises signataires en matière de promotion de la diversité.
- 63 Dès qu'une structure fut mise en place pour assurer la promotion et le suivi de la charte, en l'occurrence le secrétariat général de la charte de la diversité, les premières actions des acteurs en place consistèrent à relancer le mouvement par l'écrit. La rédaction d'un questionnaire postcharte servit de prétexte pour réanimer le mouvement, et constitua la base pour des écrits ultérieurs, tel le guide de la charte de la diversité. Celui-ci avait pour fonction de mettre en perspective les actions passées et à venir, de recomposer les trajectoires stratégiques, de rendre compte de leur cohérence, d'apporter la preuve de leur bien-fondé et de faire état du succès de l'initiative. Grâce aux récits de pratiques énoncées par les entreprises, les acteurs chargés de rédiger le guide de la charte de la diversité mettaient en commun ces expériences pour en faire quelque chose de sensé (Weick, 2001). Le recours aux écrits consiste donc en une représentation épisodique des tensions entre champs et forces complexes qu'a pu établir l'interaction des chefs d'entreprise avec les acteurs politiques. En quelque sorte, l'écrit vient au secours d'un relâchement des liens entre les individus. Un effort est effectivement exigé pour mettre en mouvement des individus dans la concrétisation de leurs objectifs initiaux. Dans le cas de la charte de la diversité, le questionnaire fut un

écrit crucial, puisqu'il a incité les entreprises signataires à s'organiser pour répondre de leurs engagements.

- 64 Cette obligation d'écriture suscitée par la signature de la charte, dont il faut reconnaître qu'elle est peu ardente en comparaison avec celles engendrées par les normes ISO, modifie les relations sociales dans les entreprises, puisque des acteurs devront s'organiser pour répondre à cette sollicitation (Cochoy *et al.*, 1998). Par exemple, dans le cadre d'une étude antérieure (Huët, 2008b), nous avons travaillé sur les réponses des entreprises à ce questionnaire. Nous avons notamment porté notre attention sur la trajectoire de la réponse au questionnaire au sein d'une entreprise signataire. Nous avons vu que le document de travail destiné à constituer la réponse de l'entreprise au questionnaire a été relu par au moins quatre ou cinq personnes. Le document a d'abord été remis au bureau du président-directeur général. Il a ensuite été transmis à la Direction des ressources humaines. Un responsable de la direction ou l'un de ses collaborateurs a commencé à remplir le questionnaire, laissant certaines questions sans réponse. Pour ces dernières, il est précisé le nom de la personne à même d'y répondre. Ensuite, le document a été transmis à la Direction de l'innovation sociale et de la diversité. Il a été relu et modifié par une adjointe de la direction. C'est dans un dernier temps que la responsable de cette direction a relu le document et l'a annoté. Ses commentaires ont conduit son adjointe à réécrire les réponses à apporter au nom du groupe.
- 65 Ces précisions montrent que le document circule au sein de l'entreprise et que, pour être rédigé, il nécessite des coopérations entre plusieurs acteurs appartenant à diverses directions (ici, elles sont au nombre minimal de trois). Ainsi, l'écriture de la réponse à ce questionnaire est une « tâche organisée ». Elle est aussi un « travail d'organisation » (Cochoy *et al.*, 1998) puisqu'elle met en ordre les expériences des entreprises en la matière. De façon générale, la mise en commun des réponses des entreprises permettra au collectif de rationaliser son argumentation en l'appuyant sur des exemples précis. Le résultat de ce travail consistera en la publication d'un guide pour la charte de la diversité.
- 66 Il en ressort l'idée simple qu'une organisation a certes besoin de « textes », mais aussi de « conversations » (Taylor et Van Every, 2000), c'est-à-dire que des acteurs prennent en charge des initiatives, sans quoi elle devient une organisation désaffectée. Il ne suffit pas d'avoir des textes fondateurs validés collectivement, comme une charte, pour façonner une forme organisationnelle durable, car si les acteurs n'entrent pas en relation autour de projets concrets, l'initiative meurt. L'écriture sert donc à donner vie à l'organisation en la mettant en mouvement.
- 67 Dans le cas de la charte de la diversité, les acteurs ont dû se résoudre à une absence paralysante de relations qui a notamment été engendrée par les tentatives d'expropriation de l'initiative par le ministère délégué à la Promotion de l'égalité des chances.

Le problème de la personnification du mouvement

- 68 Parmi les raisons qui pourraient expliquer les turbulences qui ont secoué les acteurs, l'une concerne une trop forte « personnification »¹⁵ de l'initiative. Dès le départ, la charte de la diversité avait une force politique indéniable. Il s'agissait d'une initiative de Claude Bébéar et de quelques chefs d'entreprise du CAC 40 bien connus. Les

premières signatures de la charte (le 22 octobre 2004) étaient manuscrites, et figuraient les noms propres des signataires. La présence d'acteurs éminents constituait un argument pour le bien-fondé de la charte.

Les traces de la personnification, puis de la dépersonnification du mouvement

- 69 Par exemple, la toute première version de la charte, signée le 22 octobre 2004 par 33 dirigeants, présentait une forme originale : le texte occupait un quart de la surface de papier. Les trois quarts restants étaient réservés aux signatures manuscrites des personnalités présentes lors de la conférence de presse. L'identité des signataires, la puissance et l'autorité du collectif avaient une importance cruciale. Il s'agissait de la fonction « politique » du texte : il importait peu de décrire de façon précise les objectifs que se fixaient les entreprises, mais, par contre, l'exposition des signatures servait à montrer que des acteurs publiquement reconnaissables participaient à cette initiative. Par ce soutien, ils objectivaient la question des discriminations. Ils témoignaient de leur prise de conscience de ce problème, et « validaient » l'idée selon laquelle c'est un problème qui concerne l'avenir de la collectivité. En outre, cette charte contenait la promesse que les chefs d'entreprise étaient déterminés à le canaliser, à le corriger et à se donner une certaine organisation pour être efficaces dans cette lutte. En tout état de cause, ces signatures « faisaient autorité », participant ainsi d'une certaine agentivité textuelle (Cooren, 2004, 2008, 2009, 2010b). Comme l'indiquent Fraenkel et Pontille dans leur analyse de la signature (2003), elles désignaient un engagement personnalisé, c'est-à-dire que la responsabilité de formuler une promesse était plus fortement individualisée, alors que le texte était identique d'une entreprise à une autre. On peut donc dire qu'il s'agissait non seulement d'un processus de personnification, mais aussi, en quelque sorte, de dépersonnification en ce qu'il renvoyait à une généralisation de l'engagement. Le rôle des signatures était de marquer un soutien, d'identifier un individu et de s'assurer de sa volonté. Le signataire exprimait son consentement à l'acte. C'était une posture métaénonciative, car on souscrivait à ce que l'on venait d'écrire (Fraenkel et Pontille, 2003).
- 70 Au moment de l'élargissement des signataires, cette première version de la charte disparut pour laisser place à un document non signé. Certes, la signature était toujours réalisée de manière manuscrite, notamment au cours des cérémonies du Tour de France de la diversité, mais son geste physique n'était plus visible sur le document rendu public. Désormais, à la manière d'une pétition, une liste de signataires comportant uniquement le nom de l'entreprise accompagnait la charte sur une feuille distincte. Les acteurs de départ et les premières entreprises signataires se fondaient désormais dans le mouvement, comme pour redonner vie à l'ensemble des acteurs engagés.
- 71 Ainsi, les acteurs entrèrent dans une phase de dépersonnification du mouvement qui s'était traduite par une généralisation des signatures. Tout du moins, le collectif de départ se devait de mener des modifications qualitatives, des adaptations, pour soutenir l'accroissement du nombre de signataires et l'introduction de nouveaux partenaires. Les fondateurs de l'initiative cherchèrent alors à assurer la continuité de leurs idées en publiant des argumentaires sur la charte aux noms évocateurs : *La charte de la diversité : exposé des motifs*, ou encore en organisant des cérémonies de signature plus ou moins prestigieuses en présence de personnalités connues comme Yazid Sabeg, Claude Bébear, puis Azouz Begag (Huët, 2011). Il s'agissait d'une étape où les initiateurs

tentèrent de façonner les nouveaux entrants, voire les initiés ou les successeurs porteurs de l'initiative à l'image du collectif, c'est-à-dire selon l'esprit premier qui guida la conduite des membres fondateurs. Théoriquement, il s'agissait d'élever le collectif au-dessus des existences particulières, de continuer le mouvement, en comblant, au fur et à mesure, les vacances qui se produisaient en son sein. L'organisation courrait indéniablement moins de risques si elle n'était pas dépendante de l'éphémère individualité de ses membres (Simmel, 1908/1992/1999).

- 72 Un des exemples de la dépersonnification, voire de l'expropriation du mouvement concernait la création de l'association des entreprises pour la diversité. Dans les statuts de cette association de loi 1901, des fonctions symboliques étaient attribuées aux acteurs de départ. Par exemple, Claude Bébé fut nommé président d'honneur, alors que d'autres eurent le titre de personnalités extérieures. Dans le langage de Simmel, on dira que ce dispositif permettait aux acteurs importants de régner, mais pas de gouverner, c'est-à-dire qu'il n'en émanait aucun ordre. En plus de cela, cette association permettait au mouvement de prendre conscience d'une certaine unité.
- 73 Par conséquent, la création d'une association constituait le signe probable d'une certaine cohésion entre les acteurs, qu'ils incarnaient dans une organisation formelle. Cette cohésion devint alors une réalité objective, pourvue d'une durée propre et qui, théoriquement, n'était plus subordonnée à tous les hasards liés aux trajectoires individuelles (Simmel, 1908/1992/1999). Les acteurs se choisirent un nom, Entreprise et diversité, et élaborèrent un logo, c'est-à-dire autant de moyens destinés à objectiver l'unité du mouvement (Cooren *et al.*, 2008). Comme le suggère Simmel (1999), le fait de fixer la vie du mouvement dans des productions symboliques vise à assurer la pérennité du collectif, en soustrayant sa capacité à durer à l'arbitraire des individus. Ce moment de l'initiative est intéressant, car il permet de comprendre comment quelques échanges interindividuels se façonnent à la longue des objectifs précis, se formalisent et se répartissent des tâches particulières à accomplir. Toujours selon les termes de Simmel (1999), la forme ainsi créée représentait les idées et les forces qui maintenaient le groupe ainsi déterminé et, par une sorte de condensation, elles faisaient passer cette forme de l'état purement fonctionnel à celui de réalité substantielle.

Une mise en crise du processus de dépersonnification à la suite de l'arrivée d'Azouz Begag dans l'initiative

- 74 Seulement, le processus de dépersonnification de l'initiative fut insuffisant. Certains membres refusèrent de s'effacer et d'autres, tel Azouz Begag, contrarièrent cette tendance en allant jusqu'à revendiquer la paternité de l'initiative. À première vue, son arrivée était problématique, non pas parce que le contenu de ses propositions était dommageable, mais parce que son arrivée modifiait l'ensemble et touchait notamment les positions avantageuses (Simmel, 1908/1992/1999). Son arrivée a mis en crise le processus de dépersonnification du mouvement. L'initiative n'était plus celle de Claude Bébé et de ses acolytes, mais devenait le fruit d'un collectif composite. Plus encore, Azouz Begag personnifia le mouvement en son nom. En symbole de cette personnification, de nouvelles chartes de la diversité furent publiées dans lesquelles il était rajouté la mention suivante : « Charte signée en présence d'Azouz Begag, ministre délégué à la promotion de l'égalité des chances ».
- 75 Azouz Begag installa donc fortement sa présence dans les divers documents publics (logo du Ministère, annonce de sa présence lors des cérémonies de signature, etc.).

Finalement, et c'est la première difficulté que rencontrèrent les acteurs à l'origine de la charte de la diversité, le mouvement s'était placé sous la dépendance de quelques acteurs, c'est-à-dire que sa vie était intimement liée à quelques individus. Or, ces derniers se dispersèrent et désertèrent progressivement l'initiative¹⁶, ce qui mit en péril le mouvement. Le collectif ne sut donc pas se donner une existence formelle, c'est-à-dire qu'il ne parvint pas à élever au-dessus des individus une organisation objective en qui aurait pu s'incarner l'unité sociale du mouvement (Simmel, 1908/1992/1999). Certes, en créant l'association de loi 1901, ils désignèrent des représentants munis de pouvoirs spéciaux, mais qui avaient un caractère trop étroitement individuel. Par exemple, lorsque Françoise Cocuelle, porte-parole des entreprises, quitta sa fonction sans jamais démissionner officiellement, personne ne la remplaça.

- 76 Par conséquent, cette tentative de résistance des acteurs initiaux s'avéra être trop vague et incertaine. Les personnalités ont vraisemblablement prêté trop légèrement leurs noms sans que cela représente leur investissement réel. Par exemple, le départ précipité de Françoise Cocuelle, quelques jours après avoir été nommée porte-parole des entreprises pour la diversité, influa de façon considérable sur la capacité d'action de cette association. La désertion et la dispersion des acteurs fondateurs mirent indéniablement en défaut l'unité du mouvement. Ces conflits pour gagner la propriété de la charte eurent au final pour conséquence majeure une focalisation des discussions sur les aspects organisationnels au détriment de ceux visant à résoudre la possible perte de contrôle de la masse des signataires.

Un conflit non strictement organisationnel, mais aussi idéologique

- 77 En première conclusion de ce cas, il apparaît assez clairement qu'une forme d'association humaine n'est pas nécessairement dissoute quand bien même des conflits intenses la traversent. Celle-ci peut se maintenir à partir du sens de son utilité, de la pertinence et de l'efficacité de ses objectifs. Et quoique les chefs d'entreprise, multipositionnés, qui sont membres de cette initiative ne sont liés à aucune obligation particulière, la forme peut être soutenue par l'échange entre quelques acteurs fortement investis parce qu'ils sont rémunérés pour cela ou simplement parce que l'intérêt à défendre est jugé individuellement fondamental. Seulement, dans le cas de la charte de la diversité, dès que des « préjugés » sont survenus dans l'association, un ressentiment et une défiance réciproques se sont progressivement installés entre ses membres. Les liens sociaux tendaient alors à se déchirer et les membres se dispersèrent et se disséminèrent alentour par la violence et l'opposition de leurs luttes stratégiques (Simmel, 1908/1992/1999).
- 78 Le conflit qui opposa les chefs d'entreprise et les acteurs politiques ne fut pas qu'organisationnel. Il consistait aussi en un refus des premiers à politiser la question de la diversité selon les modèles d'actions politiques classiques. Le problème posé portait alors sur les modalités de reconnaissance publique de la diversité. Les chefs d'entreprise militaient clairement pour que la charte soit envisagée comme une initiative d'entreprises et soutenaient qu'elle devait, dès lors, être traitée comme une question économique. En cherchant à thématiser la question de la diversité sous l'angle économique, ils se refusaient de retraduire cette question dans les formes classiques du politique. L'économisation de la diversité est un processus concret qui a poussé les chefs d'entreprise à s'autoattribuer la responsabilité de son dépassement dans un cadre

souple et volontariste. Ce processus d'autoattribution s'accompagnait d'une critique virulente de l'action politique qui aurait contribué à démotiver les entreprises à s'engager dans ce chantier. Cette mise en accusation du politique s'était actualisée concrètement dans la lutte avec le Ministère représenté par Azouz Begag pour détenir le pouvoir d'agir sur la charte et son déploiement.

- 79 La charte de la diversité était donc dotée d'une fonction critique dirigée directement contre le politique et l'ordre normatif républicain. Cette initiative était politique au sens où les chefs d'entreprise imaginaient mettre en œuvre des solutions pratiques pour faire face au problème des discriminations. Ils se donnaient pour objectif de produire une description pertinente, c'est-à-dire essentiellement économique, à ce problème et s'autoattribuaient la responsabilité d'intervenir de façon adaptée dans un processus de transformation sociale. En quelque sorte, les chefs d'entreprise se définissaient eux-mêmes comme des acteurs politiques pertinents. Ils s'employaient par exemple à démontrer que les actions politiques en la matière étaient détachées de la réalité des problèmes sociaux, par exemple en niant la contribution favorable de la diversité à la compétitivité et à l'innovation des entreprises. Ces objections visaient, par voie de conséquence, à délégitimer tout engagement politique qui prendrait une autre forme qu'un soutien économique à l'initiative de la charte.
- 80 Par exemple, le déploiement de la charte s'était accompagné de la production de toute une série d'argumentaires destinés à configurer la question de la diversité selon une terminologie économique. Il n'était plus question de victimes des discriminations, mais de minorités visibles. Par ailleurs, ils n'appelaient pas à lutter contre les discriminations, mais à promouvoir la diversité. Il n'était pas non plus question de mettre en œuvre la discrimination positive, mais d'engager des actions positives à la française. Ces divers changements terminologiques accompagnaient cette nouvelle qualification du problème, qui se fondait dans le discours de la performance économique, dont la diversité serait une condition nécessaire. C'est ainsi que les antagonismes politiques furent transformés en antagonismes économiques.
- 81 La cause du délitement de cette initiative ne se réduisait donc pas exclusivement à l'aspect organisationnel. Elle se comprend aussi dans cette confrontation entre l'ordre économique et l'ordre politique. La charte esquissait le développement de dynamiques revendicatrices de la part des chefs d'entreprise. Cette initiative visait donc à produire des effets cognitifs d'une part (changement de la perception du problème des discriminations et de la valeur de ses justifications), et pratiques d'autre part, par une dynamique de promotion de la diversité autour de dispositifs pensés par les entreprises et incités par l'État.

Du collectif à l'agrégat

Le problème de la généralisation du mouvement

- 82 Dans un collectif structuré dans le cadre d'un club d'entreprises, les relations entre les chefs d'entreprise sont plus profondes que dans l'agrégat. Comme l'indique Simmel (1999), les liens de dépendance mutuelle sont forts. Le désistement d'un individu peut entraîner la ruine de l'initiative. Chacun est presque irremplaçable. En revanche, dans l'agrégat, les relations humaines sont désengagées, ce qui accorde à chacun une liberté accrue. Les individus se compensent mutuellement si bien que personne n'est irremplaçable. On peut manifester de l'indifférence quant aux motifs d'action des uns

et des autres avec qui nous sommes en rapport. Le désistement de quelques acteurs n'ébranlerait en rien la force d'agrégation des animateurs. Les individus se dégagent par rapport aux liens personnels (Simmel, 1908/1992/1999 ; Maffesoli, 2001).

- 83 De façon plus précise, nous avons indiqué que, sous la pression d'Azouz Begag, le nombre d'entreprises signataires de la charte passa en huit semaines d'une petite centaine à près de 2 000. À ce moment précis du processus, il ne s'agissait plus d'un collectif d'entreprises, mais d'un agrégat. Or, l'augmentation de la quantité des signataires fit apparaître des phénomènes tout à fait nouveaux (Forsé, 2002).

Des transformations organisationnelles brutales difficilement supportables

- 84 Les acteurs engagés initialement dans l'initiative composaient un collectif. Ils s'assemblèrent en poursuivant un but commun, qui était de créer un mouvement d'entreprises sur le sujet de la diversité. Ce collectif était né de rencontres, parfois fortuites, au cours desquelles ses membres s'étaient entendus pour regrouper des moyens (obtention d'une subvention pour assurer le suivi de la charte, mise en place d'un secrétariat de la charte, mise à disposition de personnel, etc.) et des énergies (mobilisation des réseaux de chacun des acteurs, intervention dans des colloques, etc.), dans le but d'être efficaces pour la promotion de la charte.
- 85 Au départ, c'était donc des acteurs qui agissaient de manière relativement coordonnée. Il s'agissait d'un réseau étroit de personnes. Les relations étaient directes, de personnes à personnes, dans une égalité de position sociale ce qui est assez conforme aux cercles sociaux étroits analysés par Simmel (1999). Les acteurs définissaient des situations problématiques, avançaient des diagnostics au moyen de rapports publics (Bébéar, 2004 ; Sabeg et Méhaignerie, 2004) et des argumentaires sur le bien-fondé de la charte. Ils recrutaient également des acteurs et tentaient de neutraliser soigneusement les opposants. Ils connurent des temps forts comme ceux de la publication de la charte ou des cérémonies de signature, qui exposèrent le collectif sur le plan médiatique. Le collectif avait d'ailleurs joué un rôle déterminant dans le processus d'inscription de la question de la diversité dans les préoccupations politiques et médiatiques.
- 86 Seulement, lorsque 2 000 entreprises rejoignirent le mouvement, force est de reconnaître que le collectif fut remplacé par un agrégat. Un agrégat désigne un ensemble comprenant une pluralité d'acteurs et de contenus. L'agrégation est liée à un phénomène amplificateur, à savoir celui de l'augmentation massive du nombre de signataires. Les acteurs n'avaient plus qu'une désignation commune. Il s'agissait seulement d'une juxtaposition numérique, où les membres se neutralisaient. En prenant la forme d'un agrégat, la formation sociale était désormais composée de relations densément agrégées, ce qui signifie que les relations sont lâches, nombreuses, avec un faible contenu cohésif quand bien même il existe un consensus minimal sur la teneur et les finalités de l'initiative (Simmel, 1908/1992/1999).

L'agrégat comme signe manifeste de la puissance du mouvement ?

- 87 À la lumière de Simmel, nous pourrions affirmer qu'à première vue, la signature de 2 000 entreprises était le signe manifeste de la puissance du mouvement d'entreprises pour la diversité. Cette impression vient principalement du fait que les acteurs d'entreprises eurent l'intelligence d'exposer le remarquable, c'est-à-dire les pratiques effectives des entreprises. Certes, la plupart des acteurs qui avaient signé la charte

avaient des mobiles extrêmement divers, voire contradictoires, mais cette dysharmonie s'entrelaçait dans un certain accord. Le mouvement d'entreprises donnait l'impression d'un ensemble cohérent et paraissait ainsi réconcilier dans l'unité les intérêts divergents ou antagonistes. Les acteurs réussirent à édifier une unité plutôt stable à partir d'éléments différents (Simmel, 1989).

- 88 De façon concrète, les acteurs de la charte de la diversité inventaient une série de dispositifs destinés à exposer les pratiques d'entreprises : création d'un site Internet, dossiers de presse, guide pour la charte de la diversité. Ces dispositifs visaient à permettre à quelques-unes des entreprises de s'arracher de la masse, et de satisfaire à une mise en valeur de pratiques propres. De façon plus significative encore, ils créèrent un concours pour la diversité dont le but était de distinguer les pratiques les plus innovantes en la matière. Il s'agissait donc de permettre à quelques entreprises de s'élever temporairement seules. Seulement, l'étude des comptes rendus de réunions révèle qu'aucune réflexion de fond ne précéda ce travail d'exposition publique des pratiques. Il suffisait d'adresser une demande au secrétariat de la charte pour voir ses pratiques publicisées. En ouvrant le champ vertigineux des pratiques, les acteurs d'entreprises affirmaient que toutes les pratiques étaient possibles au risque de l'inconstance, voire de l'incohérence. Les entreprises pouvaient recommander ce qui était approprié, c'est-à-dire ce qui était cohérent avec l'orientation générale de l'initiative ou de l'entreprise. Mais parfois, ils recommandaient des pratiques qui n'avaient aucun rapport avec la spécificité de l'entreprise, ou qui pouvaient constituer un atout incontestable de leurs progrès. Par exemple, la proposition consistant à publier la photographie de l'équipe dirigeante de l'entreprise dans le rapport annuel pour témoigner d'une éventuelle diversité ethnique (proposition contenue dans le rapport de Claude Bébéar, 2004).

Les tendances contradictoires propres à la forme de l'agrégat : soutien social, mais invisibilité des particularités

- 89 Dans l'agrégat¹⁷ des entreprises pour la diversité, les PME côtoyaient les très grandes entreprises. Pour les premières, la forme de l'agrégat contenait des atouts indéniables : elle protégeait l'acteur faible. Les PME étaient les acteurs faibles en comparaison des très grandes entreprises. Elles avaient besoin d'un « agrégat » pour éviter de ne s'en remettre qu'à elles-mêmes dans la pratique, avec chacune sa responsabilité et sa nécessité de se défendre seule, par ses propres forces. Seules les formes d'un agrégat pouvaient leur assurer pareille protection. Par exemple, un nouveau signataire pouvait éprouver le besoin d'être soutenu, guidé dans la voie des autres. Dans le langage de Simmel (1908/1992/1999), on dirait que l'individualité se sentait soutenue de l'intérieur par une « totalité » qui tendrait vers la même chose. L'engagement était plus facile. L'entreprise se voyait moins exposée et risquait peu de sollicitations. Elle était emportée dans un mouvement sans avoir nécessairement besoin de dépenser beaucoup d'énergie.
- 90 Cependant, les PME étaient aussi une graine de poussière par rapport à une organisation démesurée, qui leur ravissait toute possibilité de se faire remarquer. L'effet défavorable de la masse est qu'elle contraint les acteurs à la spécialisation extrême pour exprimer leur singularité. Pour éviter l'indifférence et de prendre le risque d'être inaudibles, les acteurs doivent faire preuve de beaucoup d'imagination pour exprimer et faire reconnaître leurs singularités. Cela peut conduire à exposer des

pratiques dont le sens ne se trouve nullement dans le contenu, mais seulement dans les formes qui consistent à être autrement, à se distinguer et à se faire remarquer. Ce travail d'exposition publique des pratiques était un moyen pour les acteurs de colmater les brèches qui venaient de la dichotomie des éléments de l'agrégat.

- 91 L'explosion du nombre de signataires eut donc des effets contre-productifs, car si 2 000 entreprises la signaient, alors la charte en tant que « parure »¹⁸ ne paraissait plus. Elle se banalisait et ne faisait plus briller celui qui la signait. Et si la signature se banalisait, le texte perdait de sa solennité initiale et les signataires se confondaient au point que leur identité était parfois inconnue, comme en témoignent les nombreuses erreurs de comptabilisation du nombre de signataires¹⁹. La charte n'était plus un dispositif d'engagement ; elle devenait une pétition. Par exemple, sous l'impulsion du ministère délégué à la Promotion de l'égalité des chances, il devenait possible de signer électroniquement la charte. Il suffisait alors pour l'entreprise intéressée de remplir un formulaire d'enregistrement et de cliquer sur l'onglet « Signer maintenant la charte ». En donnant plus de profondeur à l'instant présent, cette nouveauté faisait soudainement disparaître la réflexion. Au lieu de prendre un certain temps de maturation, l'action de s'engager pouvait prendre forme immédiatement. En procédant ainsi, la charte perdit son caractère « sacré » : les acteurs, particulièrement les PME, n'apparaissaient plus sur scène. Le signataire n'était plus audible, noyé dans la masse des autres entreprises. Le collectif de la charte a probablement sous-estimé l'existence de signataires solitaires, dirigés par le désir d'apparaître publiquement et de parader. Dans ce cas de figure, le collectif portait en lui les germes d'une révolte à vide (Simmel, 1989).
- 92 Ainsi, un agrégat présente des tendances contradictoires. Les acteurs de l'entreprise étaient confrontés à la difficile question de garantir l'unité d'un mouvement tout en s'assurant pour leur propre compte une distinction publique. En d'autres termes, il s'agissait de donner aux nouvelles entreprises la sécurité de ne pas rester seules dans leurs actions tout en leur fournissant l'occasion de s'élever temporairement seules. Le cadre organisationnel était insuffisamment pensé, car il ne put garantir la satisfaction de deux tendances opposées : rassembler en un groupe, mais le séparer en même temps des autres entreprises, relier et distinguer. D'après Simmel, ces deux fonctions propres aux associations humaines massives sont indissociablement unies : l'une, quoique ou parce qu'elle constitue sur le plan logique l'opposé de l'autre, est la condition pour que le mouvement d'entreprises se réalise. Autrement dit, là où il manque l'une des deux fonctions, la constitution du mouvement d'entreprises risque de dégénérer et de s'effondrer. De manière brutale, on pourrait dire que la charte de la diversité sera oubliée parce qu'emportée par le changement incessant qui traverse le monde économique. D'autres initiatives lui auront succédé et elle ne sera plus qu'une anecdote dans l'histoire des discriminations. La charte est éphémère et ne résistera pas à long terme. La stabilité et la prévisibilité ne résistent pas au mouvement toujours changeant de la compétitivité, qui impose la prise en charge de nouvelles questions sociétales.

Conclusion

- 93 Parce qu'elle favorise les contacts et les rencontres, la charte a une force d'objectivation et d'agrégation indéniable. Mais, par nature, la charte est équivoque, souple, mouvante. Les chartes sont malléables et se recomposent suivant les exigences

de leurs interlocuteurs. Ainsi, *a priori*, l'avantage d'une structure relationnelle souple de type charte réside dans sa capacité à faire varier ses formes, de telle sorte que les acteurs puissent répondre aux changements extérieurs, c'est-à-dire que l'organisation interne puisse évoluer pour répondre de façon adaptée à la mobilité des besoins et des situations. Les chartes offrent cette possibilité sans égale de changements rapides, contrairement aux cadres d'expression plus étroits, car plus normés, des relations sociales (négociation collective). Dans le cas des chartes, les formes ont tendance à changer rapidement, car aucune règle formelle ne régit la façon dont les acteurs se doivent de coopérer. Cela a pour conséquence majeure de donner une organisation assez peu conservatrice.

- 94 Les chartes sont des cadres d'expression élastiques : leurs membres y sont très mobiles, tout comme leurs stratégies, de façon que les acteurs puissent conserver une force d'actions, y compris lorsque le milieu varie. Aucune situation problématique n'est définitivement fixée, les formes sont variables, les intérêts se déplacent, etc. La souplesse des chartes et leur labilité s'apprécient notamment dans la possibilité qu'elles offrent aux acteurs de pouvoir réagir à toute circonstance particulière susceptible de saper leur base. Ainsi, les acteurs peuvent se mouvoir très rapidement en de nouvelles formes (label, accord interprofessionnel, etc.) parce que l'organisation n'a pas de structure définie et tangible.
- 95 Cependant, dans le cas précis de la charte de la diversité, quelques secousses ont ébranlé son unité d'action. La cohésion intérieure était faible, car les alliés étaient dotés d'une « volonté faible », au sens où aucun n'était prêt à consentir à des sacrifices pour reprendre la main sur l'initiative. L'arrivée d'Azouz Begag a donc simplement mis en relief l'hétérogénéité du collectif de départ, son inconstance et la faiblesse de la volonté des acteurs. Par exemple, ces derniers n'ont pas su apporter des modifications qualitatives à leurs actions, c'est-à-dire des adaptations pour soutenir l'accroissement du nombre de signatures et l'introduction de nouveaux partenaires. Un tel travail qualitatif aurait nécessité de grandes forces. Or, les oppositions et les rivalités entre acteurs ont gaspillé stérilement des forces qui auraient pu être employées à une œuvre constructive de coordination et d'organisation. Sur ce point, Simmel nous avertit que les groupes qui ont perdu toute signification n'ont plus de force disponible pour une pareille tâche : ils ont besoin de tout ce qui leur reste pour se protéger contre les dangers du dehors et du dedans et maintenir la forme sous laquelle ils existent. Alors que leur forme organisationnelle était en train de se muer (du collectif en agrégat), ils ont prêté le flanc aux coups de quelques « adversaires » : la collusion du politique avec l'économique, la mollesse des prises d'initiative, les stratégies individuelles, les confusions stratégiques. Comme Simmel l'avait déjà suggéré, « quand on est en mouvement, on ne peut pas se protéger de tous côtés comme quand on est en repos. C'est pourquoi, un groupe, qui se sent menacé par ses concurrents, évitera, pour se conserver, toute espèce de transformation » (1989 : 99).

BIBLIOGRAPHIE

- ALTER, Norbert (2003), « Mouvements et dyschronies dans les organisations », *L'année sociologique*, 53(2), p. 489-514.
- BARNARD, Chester (1938), *The Functions of the Executive*, Cambridge, Harvard University Press.
- BASSE, Patrick (2003), *Projet d'établissement, cadre de santé et communication de travail à l'hôpital*. Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication sous la direction de Pierre DELCAMBRE, Lille, Université Lille 3.
- BÉBÉAR, Claude (2004), *Des entreprises aux couleurs de la France*, Paris, La Documentation française.
- CALLON, Michel (2006), « Pour une sociologie des controverses technologiques », dans Madeleine AKRICH et al., *Sociologie de la traduction, textes fondateurs*, Paris, Mines de Paris, p. 135-158.
- CEFAÏ, Daniel (2007), *Pourquoi se mobilise-t-on ? Théories de l'action collective*, Paris, La Découverte.
- CEFAÏ, Daniel (dir.) (2010), *L'engagement ethnographique*, Paris, Éditions de l'EHESS.
- COCHOY, Franck et al. (1998), « Comment l'écrit travaille l'organisation : le cas des normes ISO 9000 », *Revue française de sociologie*, XXXIX(4), p. 673-699.
- COOREN, François (2004), « Textual agency : How texts do things in organizational settings », *Organization*, 11(3), p. 373-393.
- COOREN, François (2008), « Between semiotics and pragmatics : Opening language studies to textual agency », *Journal of Pragmatics*, 40, p. 1-16.
- COOREN, François (2009), « The haunting question of textual agency : Derrida and Garfinkel on iterability and eventfulness », *Research on Language and Social Interaction*, 42(1), p. 42-67.
- COOREN, François (2010a), *Action and Agency in Dialogue : Passion, incarnation, and ventriloquism*, Amsterdam/Philadelphia, John Benjamin.
- COOREN, François (2010b), « Ventriloquie, performativité et communication. Ou comment fait-on parler les choses », *Réseaux*, 28(163), p. 33-54.
- COOREN, François et al. (2008), « The coproduction of organizational presence : A study of *Médecins Sans Frontières* in action », *Human Relations*, 61(10), p. 1339-1370.
- DE BLIC, Damien et Cyrill LEMIEUX (2005), « Le scandale comme épreuve. Éléments de sociologie pragmatique », *Politix*, 71(3), p. 9-38.
- DELCAMBRE, Pierre et Romain HUËT (2008), « La recherche sur corpus comme intervention visible dans le champ social » dans Arlette BOUZON et Vincent MEYER, *Communication et organisation*, Paris, L'Harmattan, p. 200-222.
- DOCQUET-LACOSTE, Claire (2009), « Écrits intermédiaires, écritures intermittentes. Carnets, notes, bribes de science », *Langage et société*, 127(1), p. 7-22.
- EISENBERG, Eric (1984), « Ambiguity as strategy in organizational communication », *Communication Monographs*, 51, p. 227-242.
- FORSÉ, Michel (2002), « Les réseaux sociaux chez Simmel : les fondements d'un modèle individualiste du structural » dans Lilyanne DEROCHE-GURCEL et Patrick WATIER (dir.), *La sociologie de G. Simmel (1908) ; Éléments actuels de modélisation sociale*, Paris, Presses Universitaires de France, p. 63-109.

- FRAENKEL, Béatrice et David PONTILLE (2003), « L'écrit juridique à l'épreuve de la signature électronique, approche pragmatique », *Langage et société*, 104(1), p. 83-121.
- GERHARDT, Uta (2008), « Modernité et sociologie », *Sociétés*, 101(3), p. 83-121.
- GIDDENS, Anthony (1987), *La constitution de la société*, Paris, Presses Universitaires de France.
- GLAESER, Andreas (2010), « Une ontologie pour l'analyse ethnographique des processus sociaux. Élargir l'étude de cas élargie » dans Daniel CEFAÏ (dir.), *L'engagement ethnographique*, Paris, Éditions de l'EHESS, p. 239-272
- GRESILLON, Almuth, Jean-Louis LEBRAVE et Catherine VIOLLET (1990), « On achève bien les textes. Considérations sur l'inachèvement dans l'écriture proustienne », dans *Proust à la lettre, les intermittences de l'écriture*, Paris, Du Lérot, p. 61-87.
- GRESILLON, Almuth et Mickaël WERNER (1985), *Leçons d'écriture : ce que disent les manuscrits*, Paris, Minard.
- HAY, Louis (1989), *La naissance du texte*, Paris, José Corti.
- HUËT, Romain (2008), « Proposition méthodologique pour saisir les dynamiques sociales de production des textes », *Sciences de la Société*, 78, p. 173-180.
- HUËT, Romain (2011), « Quand les chefs d'entreprise célèbrent leurs engagements éthiques. Étude de la symbolique des cérémonies publiques de signature des chartes », *Communication*, 28(2) [En ligne], <http://communication.revues.org/index1865.html> (Page consultée le 24 mai 2012).
- HUËT, Romain (2012), *La fabrique de l'éthique*, Paris, CNRS Éditions.
- HUNYADI, Mark (2008), « À l'aube du monde commun : la tolérance, mise en latence de conflits continués », *Revue de métaphysique et de morale*, 58(2), p. 191-205.
- LONGUEUX, Catherine (2007), L'éthique entrepreneuriale et managériale comme dispositif communicationnel : analyse des enjeux et pratiques-problématisations. Mémoire d'habilitation à diriger des recherches, sous la direction de Françoise BERNARD, Aix-Marseille, Université de Provence, Aix-Marseille 1.
- MAFFESOLI, Michel (2001), « Une lecture de G. Simmel », *Sociétés*, 74(4), p. 5-11.
- MEAD, George Herbert (1934, 2006), *L'esprit, le soi et la société*, traduit de l'anglais par Louis QUÉRÉ et Daniel CEFAÏ, Paris, Presses Universitaires de France.
- MILLER, Carolyn (1984), « Genre as social action », *Quarterly Journal of Speech*, 70, p. 151-176.
- ORLIKOWSKI, Wanda et Joanne YATES (1994), « Genre repertoire : The structuring of communicative practices in organizations », *Administrative Science Quarterly*, 39, p. 541-574.
- PÈNE, Sophie (1995), « Les écrits et les acteurs : circulation des discours et empreinte des objets », *Études de communication*, 16(3), p. 57-75.
- PERRIAULT, Jacques (1989), *La logique de l'usage : essai sur les machines à communiquer*, Paris, Flammarion.
- QUÉRÉ, Louis (2004), « Pour une sociologie qui sauve les phénomènes », *Revue du MAUSS*, 24(2), p. 127-145.
- RICOEUR, Paul (1986), *Du texte à l'action. Essais d'herméneutiques II*, Paris, Seuil.
- ROUX, Jacques (1997), « Mettre son corps en cause : la grève de la faim, une forme d'engagement public » dans Jacques ION et Michel PERONI (dir.), *Engagement public et exposition de la personne*, Paris, Éditions de l'Aube, p. 111-134.

- SABEG, Yazid et Laurence MÉHAIGNERIE (2004/2006), *Les oubliés de l'égalité des chances*, Paris, Hachette.
- SIMMEL, Georg (1908/1998), *Secret et sociétés secrètes*, traduit de l'allemand par Sibylle MULLER et Patrick WATIER, Paris, Circé.
- SIMMEL, Georg (1989), *Philosophie de la modernité*, tomes 1, traduit de l'allemand par Jean-Louis VIEILLARD-BARON, Paris, Payot.
- SIMMEL, Georg (1908/1992/1999), *Sociologie. Étude sur les formes de la socialisation*, traduit de l'allemand par Lilyane DEROCHÉ-GURCEL et Sibylle MULLER, Paris, Presses Universitaires de France.
- SOURIAU, Étienne (2009), *Les différents modes d'existence*, Paris, Presses Universitaires de France.
- STRAUSS, Anselm (1992), *La trame de la négociation. Sociologie qualitative et interactionnisme*, Paris, L'Harmattan.
- TAYLOR, James et Elizabeth VAN EVERY (2000), *The Emergent Organization : Communication as Site and Surface*, Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
- VINCK, Dominique (1999), « Les objets intermédiaires dans les réseaux de coopération scientifique », *Revue française de sociologie*, XL(2), p. 385-414.
- WATIER, Patrick (2008), « De la société aux formes de socialisation », *Sociétés*, 101(3), p. 49-61.
- WEICK, Karl E. (2001), « Organization as a form of life. Review of the book *The Emergent Organization : Communication as Site and Surface* », *Contemporary Psychology*, 46(2), p. 166-168.

NOTES

1. Nous entendons la « formation sociale » à la manière de G. Simmel. Le terme a trouvé une définition précise dans l'introduction au texte de A. Glaser dans le précieux ouvrage dirigé par D. Cefaï (2010). Une formation sociale désigne le produit de l'accomplissement d'une série d'actions et d'interactions entre des individus. L'enchaînement de ces diverses séquences finit à terme par configurer des relations d'interdépendance. En ce sens, ces individus qui coopèrent se cristallisent et se consolident dans ce que nous appelons ici une « forme sociale » ou une « forme organisationnelle ».
2. Cette initiative de la charte de la diversité a sans doute joué un rôle important dans les réflexions menées dans le cadre du projet de loi sur l'immigration (septembre 2008). Ce texte envisageait de lever l'interdiction de recueillir des données relatives à l'origine raciale ou ethnique dans le cadre d'études sur « la mesure de la diversité des origines des personnes, de la discrimination et de l'intégration ». Cet amendement s'inspirait directement d'une recommandation émise en mai 2007 par la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL), qui, à l'issue d'une série d'auditions, a proposé de modifier la loi de 1978 sur l'informatique et les libertés afin de faciliter les recherches sur la mesure de la diversité des origines des personnes, les discriminations et l'intégration, tout en protégeant les données personnelles. La CNIL écartait l'idée d'une classification ethno-raciale dans toute la statistique publique, constatant qu'il n'y avait pas de consensus sur la question. Elle estimait cependant que, dans le cadre de recherches publiques, des enquêtes sur le « ressenti des discriminations, incluant le recueil des données sur l'apparence physique des personnes », pourraient être réalisées, dès lors que le recueil de telles données serait fondé sur le volontariat et l'anonymat. Source URL : <http://www.icare.to/news.php?fr/2007-09>

3. Dans cet article, il est question de « formation sociale », de « dynamiques sociales », et de « formes organisationnelles ». Cette terminologie variée s'explique par la centralité du terme « processus » dans la posture théorique. Celui-ci engage par là même une interrogation sur la nature dynamique des phénomènes organisationnels (Cefaï, 2010). Ainsi, les termes « formation sociale » puis, à un autre niveau, « dynamiques organisationnelles » sont préférés à « organisation » pour appuyer l'idée que les organisations sont en perpétuel processus de se décomposer et de se recomposer. Nous utilisons le terme « forme organisationnelle » pour évoquer les cas où les acteurs donnent une « forme » à leurs coopérations, c'est-à-dire lorsqu'ils créent une « structure de pertinence » (Cefaï, 2007).
4. Une publication antérieure a porté exclusivement sur la discussion méthodologique autour de la contribution des écrits pour analyser les dynamiques sociales (Huët, 2008).
5. L'étude de la variation des écrits de la charte de la diversité a été réalisée dans le cadre d'un ouvrage à paraître sur la fabrique de l'éthique (Huët, 2012).
6. Évidemment, ces écrits intermédiaires ont déjà été nettoyés de l'ensemble des communications informelles qui ont accompagné ce processus. Ce ne sont pas des paroles spontanées, mais une écriture négociée, travaillée, validée et pensée pour être lue, d'une part par les membres d'une entreprise donnée, d'autre part par un public plus large en cas de médiatisation de l'écrit.
7. L'Institut Montaigne est une association composée en grande partie de chefs d'entreprise, de hauts fonctionnaires, d'universitaires et de représentants de la société civile. Elle se présente comme « un laboratoire d'idées » jouant un « rôle d'acteur du débat démocratique », notamment à travers l'élaboration de propositions et de recommandations sur des enjeux de société. URL : www.institutmontaigne.org
8. Laurence Méhaignerie, fille du parlementaire français, a été recrutée comme chercheuse par l'Institut Montaigne. Yazid Sabeg était à l'époque le président-directeur général de l'entreprise Communication et Systèmes, entreprise de 4 000 salariés spécialisée dans les télécommunications, la défense et les transports. En décembre 2008, il fut nommé commissaire à la diversité et à l'égalité des chances par le président de la République.
9. L'association réunit 90 grandes entreprises. Des rencontres sont organisées pour qu'elles puissent discuter de leurs pratiques respectives. Il s'agit d'un « club d'entreprises » qui cherchent à unifier leurs revendications, notamment sur certaines questions sociales.
10. Une étude complète du processus de négociation du texte de sa version initiale à sa forme finale a été le sujet d'un travail de recherche publié antérieurement (Huët, 2008). Dans le cadre de cet article, nous préférons éclairer le processus qui suit les premières signatures de la charte, car c'est à ce moment-là que les divergences entre les acteurs vont se manifester concrètement.
11. Fonds d'action et de soutien pour l'intégration et la lutte contre les discriminations.
12. L'Agence nationale pour la cohésion sociale et l'égalité des chances (ACSE) contribue à des actions en faveur des personnes rencontrant des difficultés d'insertion sociale ou professionnelle. Elle intervient principalement dans les domaines de l'intégration, de la lutte contre les discriminations et de la politique de la ville. La tutelle de l'État sur l'ACSE est exercée conjointement par le ministère de l'Immigration, de l'Intégration, de l'Identité nationale et du Codéveloppement et le ministère du Logement et de la Ville. Un contrat pluriannuel d'objectifs et de moyens est conclu avec l'État pour la mise en œuvre de ses missions (www.lacse.fr).
13. Ces trois schémas sont tirés de la thèse de doctorat de Romain Huët (2008a).
14. Plusieurs textes de G. Simmel (1908/1992/1999) ont été exploités en vue d'apporter quelques explications à l'effondrement de la formation sociale étudiée, dont les chapitres sur la détermination quantitative du groupe, le conflit, le secret et la société secrète et l'élargissement de groupe et le développement de l'individualité. D'autres chapitres (Simmel, 1989) ont été utiles dont ses analyses de la mode, de la coquetterie et de la ville. Enfin nous sommes redevables à

quelques relecteurs de Simmel en particulier M. Maffesoli (2001), P. Watier (2008) et U. Gerhardt (2008).

15. Les termes de « personnification » et de « dépersonnification » sont empruntés à Simmel dans son chapitre sur « la détermination quantitative du groupe » (1908/1992/1999 : 81-161).

16. Azouz Begag ne fut pas reconduit dans l'équipe gouvernementale au moment de l'élection de Nicolas Sarkozy. Le ministère délégué à la Promotion de l'égalité des chances disparut également. À la place, Nicolas Sarkozy nomma Yazid Sabeg comme commissaire à l'égalité des chances. Ce dernier proposa au Parlement une nouvelle discussion sur l'autorisation légale des statistiques ethniques dans les entreprises. D'autres acteurs quittèrent le mouvement : Laurence Méhaignerie démissionna du Ministère à la veille des premières étapes du Tour de France de la diversité pour créer sa propre entreprise dans un tout autre domaine (investissement). Françoise Cocuelle se consacra au développement de son entreprise, Bruno Libert (Association Alliances) partit en retraite et Pascal Bernard (Association nationale des directeurs et cadres de la fonction personnel – ANDCP) rejoignit un autre groupe de travail pour créer un label de la diversité sous l'égide de l'agence ISO.

17. Les caractéristiques de l'agrégat sont décrites par Simmel (1908/1992/1999) dans ses chapitres sur « la détermination quantitative du groupe » et sur « l'élargissement du groupe et le développement de l'individualité ».

18. Catégorie d'analyse empruntée à Simmel dans son chapitre sur la coquetterie (1989 : 235-280).

19. Plusieurs chiffres représentant le nombre de signataires ont été publiquement avancés par le ministère délégué à la Promotion de l'égalité des chances : 3 000, 2 800, 1 500 et 2 000 entreprises.

RÉSUMÉS

Cet article porte sur l'étude d'un moment précis où les individus trébuchent et s'enlisent, au point que la forme organisationnelle qu'ils ont fondée et en partie institutionnalisée ne semble plus suffisamment robuste pour les faire tenir ensemble. Les auteurs s'intéressent aux dynamiques organisationnelles, à leur fragilité et à leur délitement possible. Ils prennent pour démonstration un cas empirique et tentent de montrer comment a émergé, s'est configurée et s'est défaite une formation sociale en particulier. Il s'agira de comprendre comment des acteurs tentent de stabiliser leur initiative, par un travail régulier de mise en forme et de structuration, et quelles sont les difficultés concrètes auxquelles ils ont été confrontés.

The authors propose to analyze a specific period of time where people stumble and get stuck to the point that the organizational form that they founded and partly institutionalized does not seem strong enough to hold them together. This article aims to focus on the organizational dynamics, their fragility and their possible disintegration. It takes an empirical case study to show how a particular social formation emerged, configured itself and was ultimately dismantled. In particular, the authors show how actors attempt to stabilize their initiative by formatting and structuring it and what kind of practical difficulties they face in doing that.

Este artículo se refiere al estudio de un momento específico en el que las personas tropiezan y se sumergen, hasta el punto que la forma organizacional que ellos "fundaron" y, en parte, institucionalizaron, no parece suficientemente sólida para que permanezcan juntos. Los autores

del artículo se interesan en las dinámicas organizacionales, su fragilidad y posible fraccionamiento. Para hacer la demostración, toman un caso empírico e intentan exponer cómo surgió, se configuró y se desarticuló una formación social en particular. Tratará de comprenderse de qué manera los actores tratan de estabilizar su iniciativa, mediante un trabajo regular de organización y estructuración para, de esta manera, identificar cuáles son las dificultades concretas a las que están confrontados.

INDEX

Keywords : conflicts, desintegration, organizational dynamics, Simmel, social formation

Mots-clés : conflits, délitement, dynamiques organisationnelles, formation sociale, Simmel

Palabras claves : conflictos, dinámicas organizacionales, formación social, fraccionamiento, Simmel

AUTEURS

ROMAIN HUËT

Romain Huët est maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication, Université Européenne de Bretagne, Laboratoire Prefics (Plurilinguismes, Représentations, Expressions Francophones – Information, Communication et Sociolinguistique). Courriel : romain_huet@yahoo.fr

FRANÇOIS COOREN

François Cooren est professeur et directeur du département de communication de l'Université de Montréal. Courriel : f.cooren@umontreal.ca

Les représentants syndicaux dans la « société de communication »

Observer l'autoscopie

Stéphane Olivesi

- 1 La formation professionnelle se focalise souvent sur ce que l'on appelle communément des « savoir-être ». La tripartition usuelle en « savoir / savoir-faire / savoir-être » reflète, à elle seule, la prégnance des logiques sociales de division du travail en mettant sur le même plan que les savoirs et les savoir-faire, les manières de se comporter, les aptitudes relationnelles, les compétences communicationnelles. Ce que d'aucuns ont pompeusement nommé « autoscopie »¹ s'inscrit dans cette dynamique. Pour en donner une définition très générale, on peut retenir qu'il s'agit de travailler les manières d'être et de s'exprimer au moyen d'un dispositif d'enregistrement vidéo permettant aux personnes en formation de se voir et d'expérimenter leur propre communication afin de s'améliorer dans le sens d'une mise en conformité de leur paraître avec les exigences comportementales émanant de leur univers professionnel. Largement utilisée pour tout type de public, depuis le cadre supérieur jusqu'au simple agent de maîtrise chargé de la coordination d'un petit groupe de salariés, sans omettre évidemment la diversité des métiers de service, basés sur des activités relationnelles, l'autoscopie s'impose comme un dispositif didactique incontournable à l'ère de « la société de communication » (Neveu, 1997). Par son efficacité, réelle ou supposée, mais aussi par sa dimension ludique, elle répond parfaitement aux enjeux normatifs de la formation professionnelle. Elle participe, à ce titre, à diverses évolutions des mondes du travail : redéfinition des logiques de division sociale du travail autour d'enjeux communicationnels, importance accrue des compétences relationnelles, acculturation managériale des salariés, rationalisation de la gestion des savoir-être, développement de « technologies de soi » ajustées aux nouvelles injonctions de la production et aux nouvelles formes de coopération. (Olivesi, 2006).

L'autoscopie en milieu syndical

- 2 Le monde syndical semble avoir largement subi ces évolutions, sans véritablement parvenir à y résister et sans laisser entrevoir d'alternatives à l'emprise de la communication managériale (Olivesi, 2012). L'évolution de la formation syndicale

(Ethuin et Yon, 2011) dans ce domaine l'atteste. La demande récurrente de stages émanant directement des représentants syndicaux (élus des comités d'entreprise [CE] et d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail [CHSCT], délégués du personnel [DP], délégués syndicaux [DS]...) reflète la nécessité pour ces acteurs de prendre en compte la communication, de mieux se former pour répondre aux sollicitations croissantes de leur environnement. Enjeu stratégique, la communication leur paraît en effet conditionner l'efficacité de l'action militante dans ses diverses déclinaisons : information des salariés, représentation de ceux-ci, mobilisation, négociation, dialogue social, gestion symbolique des rapports de force avec les employeurs... L'analyse de l'offre de formation révèle cependant la difficulté pour les organisations syndicales de répondre à cette attente et la relative inadaptation des solutions proposées (Olivesi, 2011).

Un dispositif de formation incontournable ?

- 3 Ce constat général explique en partie que l'on trouve l'autoscopie régulièrement utilisée dans les formations de représentants syndicaux. Analogues à ceux qui peuvent en être faits dans des formations destinées à du personnel d'encadrement, les usages de ce dispositif de formation laissent entrevoir une même nécessité qui s'imposerait ainsi uniformément à tous les acteurs. S'il n'y a rien d'original à constater que la formation syndicale s'inspire souvent des recettes de la FPC (formation professionnelle continue), il reste néanmoins à interroger à la fois l'efficacité et les implications de ces formations qui transposent des contenus pédagogiques et des dispositifs d'apprentissage sans trop se préoccuper des particularités de cette population et des spécificités de l'action syndicale. Le problème qui en découle se résume à vouloir transformer des syndicalistes en communicants, à ce que cela à la fois présuppose comme dispositions et implique sous l'angle des manières d'être et d'agir...
- 4 L'analyse de l'offre de formation en communication destinée aux représentants syndicaux au sein des trois principales confédérations (Confédération générale du travail [CGT], Confédération française démocratique du travail [CFDT] et Confédération générale du travail – Force ouvrière [CGT-FO]) laisse entrevoir trois cas de figure : une offre proposée par quelques « grosses » fédérations, éventuellement adossées à des structures interprofessionnelles locales ; une offre de stage élaborée par les unions départementales (CGT et CGT-FO) ou régionales (CFDT) elles-mêmes, animée par les cadres syndicaux de ces mêmes structures (Siblot, 2009) ; et, plus fréquemment pour certains stages à caractère technique, une offre de formation en communication coélaborée avec les instituts du travail (Tanguy, 2006 ; Olivesi, 2011), chargés ensuite de sa réalisation.
- 5 Dans ce dernier cas de figure, l'animation de stages se présente non seulement comme un observatoire privilégié de la population des représentants syndicaux et comme un lieu d'enregistrement de la réalité du dialogue et des luttes sociales dans les entreprises, mais aussi comme un véritable laboratoire en raison de la nature même de l'autoscopie. L'exercice permet en effet de mettre artificiellement en situation des acteurs, de recomposer des situations de la vie sociale, de faire surgir des vécus et des histoires personnelles. Il laisse parfois entrevoir les raisons de l'engagement syndical, permettant aussi de cerner les problèmes auxquels se confrontent quotidiennement les syndicalistes dans leur entreprise. Mieux qu'un traditionnel dispositif d'enquête à base

d'entretiens ou d'observations, ce dispositif permet de recueillir un nombre important de données de manière à comprendre les problèmes locaux de l'action militante, les besoins des acteurs les plus impliqués dans la vie syndicale au sein des entreprises, leur identité sociale, leur vécu et les formes de violence qui le modèlent, leurs interrogations aussi.

- 6 Mais la raison initiale du recours à l'autoscopie ne réside pas dans la belle logique d'une pure démarche scientifique. Elle traduit bien davantage l'irrépressible nécessité à laquelle le formateur est soumis, le conduisant à recourir à l'autoscopie moins par choix d'une méthodologie parmi d'autres que par l'impossibilité de ne pas y recourir sans prendre quelques risques. Deux types d'enseignements en découlent : le premier porte sur la force même de cette impérieuse nécessité ; le second concerne le rapport contradictoire du formateur à ce dispositif et, parallèlement, du chercheur à ce même dispositif.
- 7 Sans même afficher quelques velléités savantes, il eut été inenvisageable de proposer l'animation de stages en communication sans autoscopie tant celle-ci s'impose avec la force de l'évidence. Par routine, par facilité, mais aussi par crainte de ne pas répondre aux attentes des personnes en formation et, à terme, d'être sanctionné négativement, le formateur inscrit mécaniquement celle-ci à l'ordre du jour. C'est dire à quel point sa liberté d'action en matière de choix pédagogiques est limitée par le contexte institutionnel ; au mieux s'exprime-t-elle en de modestes aménagements qui relèvent de sa logique d'animation et de son savoir-faire. Ce constat permet aussi de mesurer l'emprise de la communication à la fois comme valeur de société et comme injonction pour les agents de se conformer, dans leur comportement et dans leurs relations, à des normes conditionnant leur reconnaissance au sein de leurs univers sociaux.

Un dispositif d'enquête opportuniste

- 8 Proposés aux organisations syndicales dans un cadre universitaire (Institut de formation syndicale de l'Université Lumière Lyon 2)², les modules de formation à la communication réunissent des syndicalistes (idéalement entre 10 et 15) du secteur privé bénéficiant d'un congé de formation. Venant d'horizons professionnels divers, mais appartenant à une même confédération (CGT, CFDT ou CGT-FO), ils se présentent sans exception comme des militants impliqués dans la vie syndicale, assumant des mandats divers et des fonctions variées (DP, délégués suppléants, DS, élus de CE ou de CHSCT, conseillers prud'homaux, secrétaires d'unions locales...). La durée des stages varie de deux à cinq jours selon les objectifs de la formation, codéfinis par la direction de l'institut et les responsables d'unions syndicales interprofessionnelles (départementales pour la CGT et la CGT-FO, régionales pour la CFDT). Les stages couvrent ainsi des thématiques diverses selon les cas : communication et stratégie syndicale, négociation sociale, animation de la vie syndicale, développement de l'action syndicale, écrits syndicaux, affirmation de soi et prise de parole publique, etc.
- 9 L'exercice d'autoscopie s'inscrit dans ce cadre. Susceptible d'être décliné sous différentes formes, il se déroule en deux ou trois étapes, selon la durée et la nature de la formation. Il comporte un premier atelier présenté aux participants comme un exercice de libre présentation de soi, du moins pour une grande partie des formations traitant des thèmes évoqués ci-dessus. Il s'agit, après une courte préparation (15 à 20 minutes), de se présenter en un temps limité, variant d'un minimum de deux minutes à

un maximum de quatre minutes. Il est possible de dire qui l'on est, d'où l'on vient, quelle est son activité professionnelle, comment on en est venu à adhérer, à militer, à exercer des responsabilités syndicales, et d'évoquer également certains aspects de sa personnalité ou de sa vie privée. Bref, il s'agit de parler de soi, de se présenter, de se raconter, de s'expérimenter dans la prise de parole devant la caméra et les autres participants.

- 10 La deuxième et la troisième étapes reproduisent l'exercice, mais sous d'autres angles en s'inspirant directement de situations de la vie syndicale : prise de parole publique en réunion, devant des salariés ; prise de parole en présence de journalistes. C'est évidemment le premier exercice qui s'avère le plus délicat, le plus déstabilisant aussi, car il invite les participants à se mettre en jeu « gratuitement », à se confronter à leur image et aux réactions du groupe, sans pouvoir s'abriter ne serait-ce qu'imaginativement derrière les nécessités de l'action militante ou de leur fonction syndicale. La mise à distance de soi et l'expérimentation de sa propre image se heurtent à la difficulté de se déprendre de soi et de faire comme si son image et son identité sociale n'étaient au final que des artifices, se résumant en un rôle que l'on pourrait mettre en scène et sur lequel on pourrait librement jouer.
- 11 Consistant à instrumentaliser une situation de formation pour en faire un dispositif d'enquête alliant observation et recueil de données, la démarche scientifique revendique donc une part d'opportunisme. Cet opportunisme rend possible les rencontres et les échanges avec un nombre important de représentants syndicaux venant de secteurs et d'entreprises différents par leur taille comme par la nature de leur activité. On imagine mal pouvoir matériellement organiser des entretiens de groupe réunissant un tel nombre d'acteurs, dispersés géographiquement (au moins à l'échelle du département, voire de la région) et économiquement (venant de divers secteurs d'activité), pour confronter leurs expériences et leurs vécus. On imagine moins encore pouvoir observer ces acteurs durant des heures, s'immiscer dans leurs conversations et échanger de manière informelle avec eux au moment du café ou du déjeuner afin de mieux cerner leur identité, la culture syndicale qui les lie, leur vécu, ce qui les oppose aussi parfois et les divise à l'intérieur de leurs organisations respectives. En outre, on imagine difficilement pouvoir, au moyen de questionnaires, recueillir des données exploitables sur les problèmes de communication et d'action syndicales et, moins encore, pouvoir recouper des renseignements relatifs aux parcours scolaires, professionnels, puis militants en les adossant à leur vécu. Et l'on se gardera d'évoquer la difficulté de positionnement de l'enquêteur qui se présenterait à eux comme un entomologiste scrutant l'espèce syndicale avec la délectation de celui qui découvre un monde infiniment étrange. Toutes ces limites éclairent en négatif l'intérêt d'un tel dispositif d'enquête en ce qu'il permet de n'ériger en objet rien de moins que l'expérience syndicale telle qu'elle est vécue par les syndicalistes eux-mêmes (Olivesi, 2004).

Le chercheur derrière le formateur

- 12 On cerne l'ambivalence du chercheur jouant d'un dispositif de formation qui présente simultanément l'intérêt d'être une source considérable de données et le défaut d'être intrinsèquement normatif³ en raison de la surdétermination des usages qui en sont faits par les militants. Les personnes en formation (les syndicalistes au même titre que de simples salariés) viennent pour « formater » leur communication, la rendre

« efficace », intérioriser les « bonnes » normes d'expression. Par son fonctionnement, malgré toutes les mises en garde et les précautions du formateur, le dispositif génère donc de la normalisation : on se juge et l'on s'évalue à l'aune de quelques normes (imaginaires) d'excellence. Le dispositif produit ainsi la réalité étudiée non sans introduire quelques risques pour le chercheur travaillant sur un matériau qui n'a rien d'une matière « brute », inconditionnée qu'il suffirait d'observer à distance en toute neutralité. L'ambivalence du formateur n'en est donc pas moins grande. Acteur, il doit se résoudre à l'évidente nécessité du dispositif tout en cherchant laborieusement à en déjouer les effets normatifs les plus négatifs auprès d'une population qui, très souvent, attend précisément de la formation l'acquisition de normes d'excellence communicationnelle ou, à défaut, la maîtrise de techniques de communication « efficaces », véritables gages de succès à peu de frais.

- 13 Le phénomène est suffisamment prégnant pour être souligné avec insistance. Quelle que soit sa longueur, le stage débute toujours par un atelier consistant en une discussion d'apparence informelle autour de la communication et des problèmes de communication qui se posent aux syndicalistes, les invitant notamment à préciser ce qu'est pour eux une « bonne communication » et ce que c'est que « bien communiquer ». L'objectif est simple : les inviter à mettre au jour collectivement leurs présupposés sur la communication de manière à neutraliser leurs préjugés dans la mesure où ils entravent leur apprentissage et peuvent constituer de véritables obstacles pour eux, se traduisant par des formes d'inhibition ou de dépréciation de soi. Le formateur en communication, « sujet-supposé-savoir » ce qu'est une « bonne » communication et ce que c'est que « bien » communiquer, opte pour une posture d'ignorance feinte (Lacan, 1991). Cette atopicité socratique induit une mise en doute, invitant ainsi les participants à mesurer la relativité (sociale) de l'excellence communicationnelle et de ce qu'ils croyaient être de bonnes manières universelles de communiquer. L'exercice heurte d'ailleurs souvent des préjugés tenaces.
- 14 Le plus surprenant est de retrouver parfois au terme de la formation, dans les évaluations de certains participants, ce même souci de parvenir à la maîtrise de l'excellence communicationnelle, regrettant qu'on ne leur ait pas prescrit une liste de conseils normatifs et qu'on ne leur ait pas clairement dit comment il faut se comporter, ce qu'il faut dire ou ne pas dire, ce que sont les bons gestes et les mauvais gestes, etc. Une précision sur ce point : durant la formation, le formateur n'intervient jamais sur un registre normatif et prescriptif, mais invite les autres participants à réagir, à conseiller, à suggérer après avoir indiqué qu'ils étaient meilleurs juges que lui-même pour la simple raison qu'il n'appartient pas à leur monde social et qu'il est en conséquence moins bien placé qu'eux pour juger de la justesse de leurs performances communicationnelles. On cerne néanmoins, en ce point, un des ressorts de l'attractivité de ce type de dispositif. Il réside dans ce souci (de normalisation) de soi, de mise en adéquation de son être avec les exigences de l'univers professionnel. On comprend aussi l'engouement pour les pseudosciences managériales (Olivesi, 1999 ; Lardellier, 2008) dont tout l'art consiste à satisfaire à bon compte ce type d'attente. Ce souci normatif révèle chez certains militants des attentes très personnelles, éloignées de la volonté d'améliorer et de renforcer l'efficacité de l'action syndicale. Il s'explique une nouvelle fois par l'emprise de la communication comme valeur de société et comme injonction à s'y conformer.

La population syndicale étudiée

- 15 Deux points appellent encore éclairages et précisions : les logiques d'instrumentalisation de la formation dans le but d'en extraire des données et les principales caractéristiques des acteurs en formation, autrement dit la population étudiée.
- 16 Pour faire simple, il suffit de rappeler que le dispositif de formation n'a pas été initialement conçu et mis en œuvre en fonction de la stratégie de recherche, mais que cette dernière s'est greffée sur celui-ci pour exploiter l'ensemble des données produites dans le cadre du dispositif, ainsi qu'en amont et en aval de ce dernier. En amont, le rôle de concepteur puis d'animateur de la formation permet en effet de disposer de renseignements sur le statut des syndicalistes au sein de leur entreprise, leur secteur d'activité, leur rôle de représentant syndical, leurs préoccupations militantes aussi (recueillies durant le traditionnel tour de table par lequel débute tout stage de formation). Les moments de convivialité que sont les pauses et les repas permettent au formateur de recueillir d'autres données, de manière plus informelle encore, relevant de leur mode de vie, de leurs valeurs, de leurs engagements associatifs et militants extrasyndicaux, parfois de leurs convictions sociales et politiques, mais aussi de la manière dont ils vivent la formation et, en particulier, l'exercice d'autoscopie. En aval, au terme du stage, l'évaluation de la formation par les participants complète ces données ; souvent, elle laisse entrevoir l'importance de l'autoscopie pour les syndicalistes, l'exercice leur paraissant à la fois difficile, utile et éclairant. Enfin, l'enregistrement vidéo offre des traces durables et des documents pour analyser à froid leurs expérimentations de soi. Il permet de déceler des éléments qui, comme pour les entretiens de recherche, n'apparaissent pas spontanément à l'auditeur et à l'observateur, mais s'imposent lors du visionnage ou de l'écoute, effectués ultérieurement.
- 17 Les populations « expérimentées » dans le cadre de ce dispositif présentent quelques caractéristiques qui se laissent expliciter, mais qui interdisent toute généralisation hâtive. Les analyses se fondent essentiellement sur l'exploitation systématique de données recueillies dans le cadre de six stages réalisés entre 2008 et 2011 (sur un total de 16 stages réalisés entre 2008 et 2012) auprès d'unions interprofessionnelles : trois pour la CGT, deux pour la CGT-FO et un pour la CFDT. Le dispositif permet d'abord de disposer d'indicateurs sur la population en formation : le sexe, l'âge (approximatif), l'entreprise, le statut, les mandats et les responsabilités syndicales exercées, l'ancienneté dans l'engagement syndical, mais aussi parfois le parcours scolaire, l'origine sociale, le parcours professionnel. On voit par conséquent se dessiner des caractéristiques de ces populations qui incitent à la généralisation. Cette dernière est à la fois possible et risquée. Si la sélection des participants ne répond à aucun critère de représentativité, les stages réalisés tendent pourtant à corroborer les études sociologiques sur la composition sociale des confédérations syndicales (Andolfatto et Labbé, 2007a ; Andolfatto et Labbé, 2007b).
- 18 On soulignera une présence ouvrière et à une culture ouvrière plus prononcée à la CGT (en tout cas, pour deux des trois stages), une présence plus affirmée des employés pour la CGT-FO et, pour le seul stage auprès de la CFDT, des militants issus du secteur sanitaire et social ainsi que d'Air France. La liberté de se former offerte aux militants par les unions interprofessionnelles et les caractéristiques locales de l'activité

économique introduisent des biais qui rendent très hypothétique la généralisation à partir de ces échantillons de population, si ce n'est de constater que la moyenne d'âge est relativement élevée. Très rares sont les représentants syndicaux de moins de 35 ans, voire de moins de 40 ans dans le cadre de certains stages. On relèvera simplement que, pour les six stages retenus comme objet des analyses, la population de la CGT s'est avérée à dominante masculine, marquée par une culture de la contestation plus affirmée, comportant des personnes ayant parfois un faible, voire un très faible niveau d'études et de formation. À la CFDT, la population a comporté plus de femmes que d'hommes et, pour la CGT-FO, ce rapport s'est équilibré. Pour la CFDT et la CGT-FO, le niveau d'études s'est avéré en moyenne plus élevé qu'à la CGT, les représentants syndicaux bacheliers, voire de niveau bac + 2, étant majoritaires.

L'identité mise à l'épreuve

- 19 Il serait vain de critiquer la normalisation des comportements dans le cadre de la formation pour la simple raison que tout univers social présuppose, de la part de ceux qui y participent, d'intérioriser les manières d'être et de se comporter, garantes de leur appartenance et de leur adéquation à cet univers. C'est dire que le problème ne provient pas de la normalisation de soi, du double point de vue psychologique et social, qui a lieu au travers de n'importe quel processus de socialisation, mais de la normalisation communicationnelle qui se joue pour des représentants syndicaux et, plus particulièrement, au moyen de l'autoscopie.

L'inquiétante épreuve de soi

- 20 Cette critique repose sur l'observation et l'enregistrement de réactions de militants syndicaux confrontés à l'image qu'ils donnent à la fois au groupe et à eux-mêmes au moyen de l'enregistrement vidéo. Une première série d'observations permet de prendre la mesure de ce qui se trouve affectivement mis en jeu. Lors du premier module de formation proposé à des représentants syndicaux (CGT), sur les 14 membres inscrits (huit hommes et six femmes), deux femmes exprimèrent les plus grandes réticences à réaliser l'exercice. La première s'enferma dans un refus pur et simple malgré les encouragements des autres participants (répartis en sous-groupes de sept membres) et les incitations de l'animateur ; au final, elle développa devant ses pairs un discours d'autoculpabilisation, se présentant comme une mauvaise militante ne disposant pas des qualités humaines et des ressources requises par l'action. La seconde militante accepta de jouer le jeu, mais, quelques secondes après le lancement de l'enregistrement vidéo, fut prise d'une crise de larmes.
- 21 L'erreur initiale commise par le formateur se résumait à présupposer que les expériences militantes des syndicalistes les avaient en quelque sorte immunisés contre la violence symbolique qui s'exerce dans le cadre d'un tel dispositif. D'autres expériences similaires de formation auraient pourtant dû le conduire à mieux anticiper ce genre de risque. Cette erreur révèle en tout cas que les militants syndicaux, y compris ceux qui exercent des responsabilités syndicales au sein de leur entreprise (DS, DP, élu de CE...), peuvent être particulièrement sensibles aux formes d'interpellation symbolique qui se trouvent mises en jeu dans l'exercice d'autoscopie et que l'on retrouve dans des situations très diverses de la vie professionnelle (prise de parole

publique, négociation, situation d'échanges tendus entre acteurs...) au sein desquelles il s'agit de se mettre en jeu et en scène.

- 22 Ces cas paroxystiques, peu représentatifs, ne doivent pas dissimuler qu'un même sentiment de gêne, d'embarras, d'anxiété s'observe chez la plupart des acteurs en formation. Les hommes, notamment les militants syndicaux de la CGT, issus de milieux populaires (Schwartz, 1990/2002 ; Beaud et Pialoux, 1999/2004), et quelques militants de la CGT-FO au profil social similaire mettent en œuvre des stratégies adaptatives visant à canaliser leur angoisse ou, du moins, les affects qu'ils ressentent et qui entravent leur expression. La première de ces stratégies est bien souvent l'humour : on se tourne en dérision, on fait comme si l'on ne se prenait pas au sérieux. Fréquemment observée, elle consiste d'une certaine manière à signifier à des tiers que jouer un tel jeu et le prendre au sérieux est tout simplement impossible ; cela supposerait une sorte de duplicité, quelque chose d'immoral au regard de leur propre *ethos* (Bourdieu, 1979), c'est-à-dire de leur prédisposition à juger de ce qu'il est bien de faire ou de ne pas faire. On ne joue donc le jeu qu'à condition de le déjouer, de ne pas trop le prendre au sérieux. Dans ce monde, pour cette catégorie de syndicalistes, on est comme on est, du moins l'espère-t-on et cherche-t-on à (se) le faire croire. On ne peut donc pas faire semblant. Celui qui fait semblant, celui qui se prend au sérieux, c'est l'ennemi de classe : le patron, le chef... en un mot, le « taulier ». Certains syndicalistes ne manquent d'ailleurs pas de suggérer qu'un tel dispositif de prise de parole n'est pas fait pour eux, mais pour des acteurs qui acceptent de jouer des rôles imposés, qui se renient, qui disent non pas ce qu'ils pensent, mais ce que leur intérêt leur dicte de dire au gré des circonstances.
- 23 Une déléguée syndicale de la CGT, manifestement plus à l'aise que d'autres participants, ira jusqu'à se présenter sous le nom de « Marie Lénine », en référence à son enfance au sein d'un milieu militant très politisé (Contamin et Delacroix, 2009). Prolongeant sa présentation d'elle-même et de son parcours, elle indiquera qu'en raison de l'importance des activités militantes, sa famille s'apparentait à une véritable cellule dont l'horizon se résumait aux luttes sociales. Mais ce cas d'autodérision reposant sur une sorte de mise en abîme de soi, jouant de la stigmatisation du militant inféodé au parti, est rare. On cherche plus souvent à faire rire en tentant de tourner en ridicule les stigmates d'une origine sociale peu valorisante. On parvient ainsi à faire face à la caméra et à l'auditoire tout en exprimant une sorte de gêne diffuse qui se reflète dans le caractère haché de l'expression, dans des maladresses gestuelles, dans d'autres phénomènes facilement identifiables (rougeurs, sudations...), traduisant une émotivité mal contrôlée.
- 24 Une autre stratégie adaptative, moins fréquente, encore moins contrôlée, consiste à compenser la mise en jeu identitaire de soi par le développement d'une forme d'agressivité dont on peut supposer qu'elle est un ressort habituel du comportement de la personne dans les situations parfois tendues de la vie syndicale. D'autres comportements adaptatifs consistent, par exemple, à s'effacer derrière le discours, à fortement s'investir dans ce que l'on dit au point de se couper en quelque sorte du monde et de ne plus réagir normalement aux sollicitations de l'environnement, qui deviennent immédiatement très déstabilisantes. Autre attitude similaire : délaissier les données personnelles pour développer une argumentation générale à caractère militant, voire politique. De telles postures traduisent une forme d'anxiété à l'égard d'une performance vécue sur le mode de l'évaluation scolaire.

- 25 Pour un nombre important de militants chez qui les traits identitaires les rattachant à des milieux populaires sont plus prononcés, le développement d'une stratégie de contournement et d'esquive s'impose comme un impératif pour éviter deux écueils :
- donner l'image d'une trop grande sensibilité, d'une sorte de faiblesse ou d'une quelconque peur, signe d'un manque d'aptitude à la lutte, à l'épreuve de force, voire d'un manque de vertu virile, y compris chez les militantes ;
 - donner l'impression que l'on prend (trop) au sérieux le jeu, que l'on cherche vraiment à maîtriser son image, signe d'une faute éthique.

Les déterminations du vécu

- 26 L'anxiété qui se manifeste à cette occasion n'épargne d'ailleurs pas certains militants expérimentés. Ainsi, une secrétaire d'union départementale de la CGT participant au stage en qualité de coordonnatrice manifestait une connaissance explicite des règles à suivre en pareilles circonstances. À l'épreuve, son discours témoignait d'un fait : elle savait ce qu'il fallait dire et ne pas dire, comment personnaliser son discours dans une juste proportion, comment évoquer des éléments de sa vie privée connotant positivement son image, comment présenter son activité militante. Mais ce savoir-faire, vraisemblablement acquis dans le cadre d'un stage fédéral ou confédéral antérieur, ne dissimulait pas un sentiment de malaise que le corps (posture et voix) exprimait à son insu au point de priver sa présentation de la cohérence et de l'attrait que ce savoir-faire aurait pourtant dû lui apporter.
- 27 Si, pour les personnes en formation, le problème réside dans le contrôle de l'affectivité, pour l'observateur, il réside dans l'explication d'une telle charge émotionnelle dans le cadre d'un dispositif à la fois didactique et, en apparence, ludique, puisqu'il repose sur les principes du jeu de rôle. En d'autres termes, comment expliquer que les personnes en formation, en l'occurrence les militants syndicaux, éprouvent si fortement cette expérience ? En premier lieu, avant d'engager des éléments de réponse, il faut élargir le spectre de ces premières observations, car, manifestement, certaines personnes en formation vivent sur un mode plus ludique et plus constructif cette expérience. C'est notamment le cas d'un nombre important de représentants de la CFDT et, dans une moindre proportion, de la CGT et de la CGT-FO. Quels sont leurs profils ? À la différence des cas de figure précédemment évoqués, il s'agit de représentants syndicaux dont le niveau d'études est en règle générale supérieur à la moyenne, ayant par exemple un niveau bac + 2. À cette première variable, la plus importante, s'ajoute également une seconde variable liée à la nature de l'activité et à la trajectoire sociale. En tout cas, certains parviennent à introduire plus facilement, dans le rapport à leur propre image, une dimension expérimentale qui n'exclut certes pas le stress, mais qui en fait une sorte de stimulant. Ce phénomène s'exprime aussi en amont dans l'expression des attentes à l'égard de la formation. Ces représentants indiquent plus souvent que d'autres le besoin de mieux se maîtriser, de mieux contrôler leur image, de donner une image plus satisfaisante d'eux-mêmes.
- 28 L'exemple de la précédente stagiaire de la CGT (« Marie Lénine »), particulièrement à l'aise dans le cadre du dispositif et l'ayant réellement mis à profit pour s'aguerrir, pour s'expérimenter, l'atteste. Si l'on y regarde de plus près, cette stagiaire n'avait certainement pas des revenus financiers supérieurs aux autres participants, mais sa situation professionnelle (vendeuse dans une grande entreprise de distribution de

produits culturels, après avoir exercé dans le secteur de la publicité) laisse entrevoir une formation initiale (études universitaires) et, surtout, le capital culturel bien réel que requiert cette même activité. C'est ce capital culturel et, par extension, symbolique très supérieur à la moyenne qui explique la manière très affirmative et l'aisance avec lesquelles elle appréhenda le dispositif. Il explique aussi en partie son engagement militant. Réduite au statut de smicarde de la distribution tout en ayant quelques raisons objectives d'aspirer à une position et à un statut plus enviables (études supérieures, expériences professionnelles antérieures plus valorisantes, aptitude à la réalisation de différentes missions et à l'exercice de responsabilités...), le sentiment d'injustice qu'elle a pu ressentir a vraisemblablement renforcé ses convictions et surtout sa capacité à « faire face », à se mettre en jeu personnellement dans les luttes syndicales comme dans le cadre de l'autoscopie.

Une éloquence plébéienne

- 29 Pour compléter ce point, il faut également ajouter des facteurs culturels qui peuvent interférer. Le cas d'un délégué syndical d'origine étrangère ayant eu une première expérience de syndicaliste dans son pays d'origine avant de venir en France, de travailler dans le secteur du bâtiment, de renouer avec le syndicalisme et de disposer d'une rare légitimité de représentant syndical y invite. Ce dernier, malgré de très sérieux handicaps tels qu'une maîtrise approximative de la langue et une origine sociale pour le moins modeste, ne paraissait guère déstabilisé par l'épreuve de l'autoscopie, s'y révélant à l'occasion un orateur très performant, du moins à l'intérieur du monde syndical⁴.
- 30 Les trajectoires sociales des personnes peuvent connoter fortement le rapport à leur propre vécu ; ce qu'elles ressentent au travers de ce qu'elles vivent varie très sensiblement en raison de cette surdétermination du rapport à soi. À position sociale comparable ou identique, des vécus strictement opposés, positif pour l'un (trajectoire ascendante), négatif pour l'autre (trajectoire descendante ou, du moins, disqualification relative), prédéterminent l'appréhension de l'autoscopie et imposent une signification particulière au rapport à l'image de soi. La dépréciation de l'image de soi sous l'effet d'une succession de sanctions négatives ayant façonné le vécu associé au rapport à cette image expliquerait les difficultés de certains militants à faire face et, inversement, l'aisance relative dont certains peuvent faire preuve. Cet élément d'explicitation des difficultés à affronter l'autoscopie ne se substitue pas à une explication plus traditionnelle s'attachant à l'origine sociale ou à la trajectoire scolaire des militants, mais il permet d'en affiner les termes par la prise en compte de la manière dont ces déterminations initiales sont amenées à jouer un rôle progressif dans le façonnage de la subjectivité des militants.
- 31 On serait même tenté de considérer que certains de ces militants, notamment à la CGT, où la culture syndicale autorise l'affirmation de traits identitaires plus prononcés, font preuve d'une aptitude à l'éloquence nettement supérieure à la moyenne. Évidemment, cette éloquence plébéienne, très présente chez certains syndicalistes « forts en gueule », n'a rien de commun avec l'éloquence des élites, liée à la culture bourgeoise sanctifiée par le système éducatif. Elle en serait même l'exact opposé. Intériorisée à l'école de la vie, elle déroge aux règles de la bienséance oratoire. Si elle a une valeur bien réelle sur le marché des biens linguistiques populaires, à l'extérieur de celui-ci, démonétisée, elle

fonctionne à l'inverse comme un stigmate dépréciatif (Bourdieu, 1982). Ce constat n'appellerait pas de longs commentaires s'il n'était pas resitué à l'intérieur d'un contexte d'apprentissage qui suppose l'inculcation de quelques normes et, par conséquent, de partis pris consistant à rejeter un modèle au profit d'un autre. Et c'est évidemment le modèle de l'éloquence scolaire qui est promu comme référence exclusive, disqualifiant toute forme d'éloquence populaire.

Comment expliquer les performances oratoires de certains représentants ?

- 32 Quelques profils de militants aguerris laissent transparaître des éléments d'explication permettant de comprendre la relative aisance dont disposent ces acteurs.
- 33 Le premier, âgé de plus d'une quarantaine d'années, issu du monde ouvrier (son père « faisait les chantiers »), indique avoir eu une enfance durant laquelle il a beaucoup bougé. De ce fait, sa scolarité, sur laquelle il ne s'étend guère, a été écourtée. Il a exercé différents métiers (« vente d'aspirateurs, porte-à-porte... ») avant d'être embauché en qualité d'assistant de gestion dans une grande entreprise industrielle au sein de laquelle il travaille encore aujourd'hui. L'aisance avec laquelle il présente son parcours révèle une émancipation paradoxale à l'égard du monde ouvrier (Terrail, 1990) au sens où, issu de cet univers, il a certainement tenté d'y échapper sans réellement y parvenir, comme le reflète son parcours. En tout cas, cette volonté d'émancipation associée à différentes expériences de la vie, professionnelle et militante, l'a prédisposé à prendre la parole sans trop de stress ni d'hésitation, à acquérir des dispositions corporelles et oratoires, requises par l'exercice de la prise de parole en public, qui ne traduisent plus une origine sociale disqualifiante ou une formation initiale trop limitée.
- 34 Le second commence par se définir comme un divorcé ayant deux enfants et surtout comme le produit d'une trajectoire atypique et, en premier lieu, d'un parcours scolaire « pas forcément brillant », comme il le définit lui-même, jouant de l'euphémisme en esquissant un sourire complice qui en dit long. Engagé dans la marine, il se fait renvoyer au bout de six ans « pour conduite pas très orthodoxe ». Il travaille ensuite dans une usine pour la DGA (Direction générale de l'armement) en qualité de technicien, puis se fait embaucher dans l'entreprise pour laquelle il travaille encore aujourd'hui avec le même statut. Il s'est syndiqué à la CGT dès qu'il a quitté l'armée, mais n'exerce un mandat syndical que depuis peu de temps. Il développe un discours très politisé avec une assurance qui n'est pas sans évoquer la manière dont un militaire sait faire face avec détermination, quels que soient le public ou l'autorité qui l'interpellent. Il en joue tout en recherchant dans l'auditoire des signes d'acquiescement, visant à s'assurer que ses propos passent bien. Il est vrai qu'évoquer des luttes et des injustices sociales devant des militants déjà conquis ne peut que susciter l'adhésion même si l'assurance de cet acteur, à la tonalité martiale quelque peu atypique, suscite des réserves, décelables chez des militants d'un naturel plus discret et, surtout, chez des militants confrontés à des situations au sein de leur entreprise qui n'incitent guère à l'exubérance élocutoire.
- 35 Décrit par Piotet (2009), le processus conduisant à la syndicalisation de Gilles Durand, un représentant de la CGT évoluant dans le secteur de la grande distribution, complète et prolonge ces analyses. Souvent, en effet, les militants de la CGT ont eu dans leur entourage familial et amical des liens avec d'autres militants qui les ont en quelque

sorte prédisposés à s'orienter, le moment venu, vers cette organisation. Souvent aussi, ils sont « tombés » dans le syndicalisme de manière conjoncturelle en raison d'un sentiment de révolte, d'exaspération, de ras-le-bol lié à une situation particulière. Mais l'intérêt de ce témoignage réside surtout dans les quelques caractéristiques apparemment atypiques de ce personnage que l'on retrouve pourtant chez certains militants aguerris, susceptibles de s'imposer dans le monde syndical. Durand est en effet un homme qui ne doit pas s'en laisser compter. Professionnel de bar et de boîte de nuit avant de se « ranger » et de devenir ouvrier, mais aussi boxeur amateur, il présente la double particularité d'être prédisposé à encaisser la violence mieux que d'autres (la violence des rapports sociaux dans un univers tel que celui de la grande distribution n'étant pas purement symbolique...) et de ne pas être inhibé socialement. Il n'a certainement pas fréquenté la grande bourgeoisie dans les boîtes de nuit au sein desquelles il a travaillé, mais il a côtoyé des individus venant de différents horizons sociaux. Il maîtrise de ce fait l'envers du décor, le monde légal des illégalismes nocturnes offrant une inversion utopique des rapports sociaux de domination qui en dévoile la vérité. Ces caractéristiques en font certainement un « client » redouté par ses interlocuteurs patronaux, car, à la différence d'autres militants, il dispose de ressources qui le prédisposent à l'action syndicale, ne serait-ce que par son aptitude à faire face à toute forme de violence sociale.

- 36 Les différences sociales dans la composition des groupes étudiés, avec d'un côté la CGT, de l'autre la CFDT et en quelque sorte à mi-chemin la CGT-FO, expliqueraient que l'on n'observe pas les mêmes phénomènes. L'éloquence populaire et les valeurs « viriles » qui s'y rattachent sont moins fréquentes à la CFDT et, surtout, culturellement peu prisées par les militants. Par comparaison avec la CGT, quand des luttes sociales sont évoquées, elles le sont moins souvent sur le mode d'un affrontement violent que sur celui d'une élaboration stratégique puisant dans les ressources du droit et de la négociation les armes de la lutte. S'il importe de ne pas rechercher une très illusoire homogénéité sociale et culturelle dans les confédérations au risque de finir par croire en son existence, on peut toutefois relever que les groupes de la CGT-FO laissent entrevoir de manière plus précise l'existence d'une sorte de cohabitation et de juxtaposition entre différentes formes de sensibilités syndicales selon les métiers (fédérations), selon les niveaux d'études et de compétences, selon des cultures extrasyndicales (militantes, associatives et politiques).

Une socioanalyse du rapport à soi

- 37 Pour expliciter la nature de l'efficacité symbolique du dispositif (Lévi-Strauss, 1949/1958/1985), il faut prendre en compte d'une part sa fonctionnalité et d'autre part les dispositions de ceux qui s'y confrontent. Le premier atelier place le représentant syndical dans une position inconfortable. Il lui est demandé de se présenter et de parler de lui, autrement dit de ne pas s'abriter derrière l'évocation de faits ou de fonctions, mais de jouer avec son image et sur celle-ci. Cette injonction à parler de soi, à se manifester à la fois face à un public de pairs et face à la caméra redouble la pression ressentie. Composé d'autres représentants syndicaux, le public fonctionne comme principe de réalité, mais aussi comme instance d'évaluation. La caméra s'apparente à un œil énigmatique d'où ça le regarde et qui voit le sujet d'une manière telle qu'il ne se verra jamais lui-même (Lacan, 1949/1966/1987). À ce titre, elle porte sur le sujet un

regard objectivant. Ce dernier se sait vu, mais il ne sait pas d'où ça le regarde. Le dispositif ne génère que des doutes au moyen de l'intentionnalité énigmatique de ce regard qui saisit l'image que le sujet produit. Est ainsi expérimentée une forme de dépossession de soi sous l'effet de la captation de son image par le regard-caméra, signifiant au sujet à quel point sa propre image lui échappe, étant irrémédiablement celle d'un autre, d'une figure sociale qu'il produit et dont il reste sous la dépendance (Lacan, 1949/1966/1987).

Autocontrôle et normalisation de l'affectivité

- 38 La particularité de ce jeu de rôle se résume à devoir tenir son propre rôle, à faire de soi l'objet d'un travail sur soi. Par sa force d'induction, le dispositif vidéo interpelle directement le sujet sur l'image qu'il donne et qu'il se donne. C'est la raison pour laquelle il provoque parfois quelques émotions fortes. Les représentants syndicaux ne disposent pas toujours d'une faculté très développée de distanciation. Ils s'avèrent dès lors particulièrement sensibles à l'objectivation scopique. La violence symbolique qu'ils subissent transparaît dans les mécanismes de défense précédemment évoqués. Seule la mise à distance de l'image de soi confère une maîtrise nécessaire à l'appropriation du jeu et à l'expérimentation de soi sur un mode ludique.
- 39 Le rapport à soi et à l'image de soi n'obéit pas à quelques structures mentales intangibles comme le supposent les formateurs qui recourent à l'autoscopie sans trop s'interroger sur les profils des personnes en formation. Il varie en fonction des expériences de la vie, de l'origine sociale puis de la socialisation de l'individu. Sainsaulieu (1977/1996) avait bien montré dans sa thèse de doctorat à quel point l'individu et ses manières de raisonner, d'échanger, de se penser s'avéraient conditionnés par la nature du travail et des rapports sociaux qui y sont attachés. Focalisées sur le mode de vie ouvrier et sur la manière dont ces individus vivent leur rapport à eux-mêmes et aux autres, ses analyses permettent de mieux comprendre les réactions et les attitudes des personnes en formation présentant des caractéristiques sociales identiques.
- 40 Si l'aptitude à travailler son image, à prendre pour objet le rapport à soi, à chercher à agir sur soi pour se transformer varie beaucoup d'un individu à un autre, ces variations traduisent l'emprise de déterminations sociales sur le rapport psychologique à soi. Plus les salariés ont un niveau d'études élevé, plus ils exercent des activités de service (supposant d'ailleurs une formation initiale et une origine sociale les prédisposant à cela), plus ils ont eu au fil de leur parcours professionnel l'occasion de tourner le dos à une origine sociale populaire pour s'émanciper du mode de vie et de pensée ouvrier, et plus ils manifestent cette aptitude à se prendre pour objet, à travailler sur leur propre image comme on travaillerait sur une matière relativement neutre. Le travail sur soi suppose par conséquent qu'ils se différencient de leur propre image, comme si cette image spéculaire était avant tout celle d'un autre, d'un individu socialisé auquel leur être ne se réduit pas. Ainsi, quelle que soit la confédération à laquelle ils se rattachent, les représentants remplissant des activités de service appréhendent avec plus d'aisance et moins d'anxiété l'exercice ; inversement, ceux dont l'activité recouvre essentiellement des tâches et des missions directement liées à la production de biens marchands se montrent nettement moins à l'aise.

- 41 Le principal ressort expliquant les variations de cette aptitude à établir un rapport instrumental à l'image de soi réside dans la capacité plus ou moins grande d'autocontrôle des individus. Comme l'a montré Elias (1939/1991) au fil de ses analyses du processus de civilisation, la maîtrise des pulsions et, par extension, la maîtrise de soi conditionnent l'aptitude de l'individu à entrer dans des jeux sophistiqués d'échanges qui requièrent la capacité de ne pas répondre aux sollicitations parfois violentes de l'environnement par une violence symétrique et incontrôlée. L'individu doit s'impliquer tout en restant pleinement maître de lui-même. Cela suppose qu'il exerce un contrôle affectif et effectif sur lui-même lui permettant de prendre son image sociale pour une donnée partiellement désincarnée avec laquelle on peut jouer et, ainsi, de ne pas prendre des attaques contre ce qu'il représente pour des mises en danger de son être. C'est en ce sens que l'image de soi lui permet ou ne lui permet pas de « faire face » aux situations parfois tendues de la vie sociale, à l'épreuve de la violence symbolique qui irrigue les rapports sociaux. L'autocontrôle est synonyme de faculté de distanciation à l'égard de l'image de soi.
- 42 Ce qui se joue au travers de l'épreuve de l'autoscopie, de l'expérimentation de l'image de soi, ce n'est rien de moins que le renforcement de l'autocontrôle, en d'autres termes de la maîtrise de soi. Dans un tel dispositif, toute forme d'expression triviale et incontrôlée de ses affects doit idéalement s'effacer au profit de nouvelles dispositions à la fois corporelles et mentales qui rapprochent le représentant syndical du gestionnaire et qui l'éloignent en conséquence de ceux qu'il représente. On ne minimisera pas les effets sélectifs qui peuvent accompagner indirectement ce genre d'exercice. Ce dernier fonctionne comme un moment de vérité pour les militants ; ceux-ci se sentent ou ne se sentent pas aptes à se vivre comme porte-parole en leur qualité de représentants syndicaux parce qu'ils manifestent ou ne manifestent pas le goût de la mise à l'épreuve de soi, de l'engagement distancié et du jeu sur son image.

Une division communicationnelle du travail syndical

- 43 Localement, la division du travail syndical résulte de processus informels qui reviennent à opérer une sélection des militants en fonction de leur appétence communicationnelle. Le phénomène explique à la fois l'importance qu'ils accordent à la communication et le rôle prépondérant que celle-ci est amenée à jouer. Elle contribue à faire des représentants syndicaux des dominants parmi les dominés parce qu'ils maîtrisent mieux que ceux qu'ils représentent les ressorts psychologiques et sociaux de l'action symbolique. Cette division communicationnelle se résume en une forme déniée de division sociale du travail. La communication prise comme compétence et comme critère de différenciation permet ainsi de réaliser cette opération qui, sans elle, passerait pour une forme arbitraire de sélection. La promotion des militants, que l'on résume trop souvent à d'aveugles processus de cooptation interne dans les arcanes des fédérations et des confédérations, s'opère, du moins à la base, selon une logique analogue à celle de l'encadrement. Déclinée en compétences communicationnelles, aptitudes relationnelles et savoir-être, la communication permet de naturaliser les déterminants sociaux de la division du travail et de neutraliser les formes de violence résultant d'une domination sans légitimité. Dans le monde du travail en général comme dans l'univers syndical, le sentiment d'injustice et d'arbitraire deviendrait insupportable sans cette dénégation de tous les instants que permet d'opérer la

communication, à la fois vecteur de la violence symbolique et garante de l'acceptation de la domination (Olivesi, 2005).

- 44 On comprend aussi que, si les manifestations de la difficulté à appréhender sereinement l'exercice diffèrent en apparence chez les hommes et chez les femmes, la difficulté en elle-même concerne indistinctement les individus de sexes différents. En d'autres termes, la différence sexuelle compte peu alors que les différences sociales (origine, niveau d'études, socialisation professionnelle) constituent le facteur déterminant la structuration du rapport à soi et, en conséquence, l'appréhension et le vécu qui se rattachent à l'épreuve de l'autoscopie. L'aptitude à jouer le jeu, c'est-à-dire à se présenter en cherchant à produire une image de soi (relativement) maîtrisée, s'avère très inégalement répartie. Cela ne signifie pas qu'il puisse y avoir des individus n'éprouvant ni stress ni anxiété, mais plutôt que l'interpellation du sujet dans le cadre du dispositif est tout simplement vécue sur un mode différent. Dans un cas, le sujet se différencie de l'image de soi qu'il met en jeu et qui devient l'objet d'un travail sur soi, alors que dans l'autre cas, le sujet ne manifeste pas cette faculté de distanciation à l'égard de sa propre image. En l'absence de distanciation, il vit sur un mode violent le fait d'être ainsi interpellé, objectivé, menacé directement dans son être.
- 45 L'idéal de contrôle de l'affectivité et de maîtrise de soi s'exprime ouvertement dans les jugements portés par les participants eux-mêmes sur leur prestation et sur celle des autres militants. Il traduit la prise en compte par les représentants syndicaux de la nécessité pour eux de se mettre en quelque sorte à la hauteur (sociale) de leurs interlocuteurs (gestionnaires) et de ne pas se contenter de leur manière de s'exprimer au quotidien s'ils veulent être convaincants et, surtout, pris au sérieux. Le jeu institutionnel suppose l'acquisition de certaines dispositions ou aptitudes communicationnelles si l'on veut y être pleinement intégré comme un acteur à part entière et non pas comme un agent à qui l'on fait trop souvent ressentir, non sans condescendance, que l'on veut bien faire semblant de jouer le jeu pour sauver la face, mais qu'il n'a pas les ressources suffisantes pour en être pleinement acteur.
- 46 On rejoint sur ce point le constat de Rimbart (2004) soulignant l'importance croissante de compétences sociales et scolaires dont l'effet est d'éloigner de l'exercice de responsabilités tout militant insuffisamment formé (scolairement) ou prédisposé (socialement) à maîtriser certains ressorts sociaux de l'action syndicale.
- Le travail syndical ordinaire est une activité d'analyse, d'écoute et de parole, de lecture et d'écriture qui nécessite, outre une certaine abnégation, un savoir technique pointu pour mémoriser et assimiler (conventions collectives, Code du travail, jurisprudences, règlements d'établissements), mettre en forme (des tracts et des affiches), étudier et interpréter (les comptes du comité d'entreprise, la presse syndicale), etc. L'institutionnalisation contemporaine des relations syndicats-employeurs confère à cette composante « scolaire » du travail syndical une importance croissante (45).
- 47 Ce constat appelle deux séries de remarques. En premier lieu, il faut souligner que les représentants syndicaux disposent rarement des compétences juridiques, économiques et communicationnelles qu'évoque l'auteur. Seuls quelques militants particulièrement aguerris, issus en règle générale de grandes ou de très grandes entreprises, lieu d'une division sociale affirmée du travail syndical et d'une concentration de moyens, présentent ces qualités, mais ils sont dans ce cas souvent éloignés de la base sous l'effet de leur « professionnalisation militante ».

- 48 Au sein des PME, il existe évidemment des militants particulièrement impliqués dans l'activité syndicale qui, prenant la mesure de leur manque de ressources, s'investissent très fortement dans leur propre formation, par des lectures à caractère technique et militant, par la sollicitation fréquente des ressources disponibles au sein des UL (unions locales). Mais ils sont rares et leur vie privée en pâtit souvent. Un grand nombre de représentants syndicaux paraissent donc démunis par rapport à la technicisation managériale du jeu social qu'impose le fonctionnement des institutions représentatives du personnel, bénéficiant ainsi aux directions d'entreprise. Jouer le jeu du dialogue social sur le terrain du droit et de l'économie, c'est jouer un jeu perdu d'avance parce que seules les directions disposent des ressources (matérielles et humaines) pour optimiser l'efficacité du recours à des règles du jeu dont elles sont indirectement productrices et, plus essentiel, qu'elles appliquent à des contextes qu'elles ont elles-mêmes préalablement façonnés.
- 49 En second lieu, l'importance accordée aux exercices d'autoscopie par les militants eux-mêmes s'appréhende comme l'expression de ces évolutions. Les syndicalistes participent ainsi indirectement à l'affirmation de critères de sélection des militants selon des compétences sociales déniées. En s'exerçant, ils engagent l'image qu'ils ont d'eux-mêmes, mais aussi l'idée qu'ils se font du militantisme syndical, de ce que doit être un « bon » militant et de la manière dont il doit communiquer. La population des représentants syndicaux de la CGT laisse certes entrevoir, sur ce point, quelques nuances avec des tendances et des postures contradictoires : les adeptes de la chaise vide et du conflit ouvert comme arme de négociation s'opposent aux amateurs de dialogue social.

Une rationalisation limitée de la communication

- 50 Dans un contexte d'effacement voire de disparition de tout modèle d'action susceptible d'être utilisé pour contrer la culture managériale, la rhétorique de lutte des représentants syndicaux paraît parfois désuète, voire périmée aux yeux même de ceux qui en furent les principaux promoteurs (Olivesi, 2012). S'opposent néanmoins ceux qui optent pour une action syndicale maîtrisée, plus contrôlée, en un mot « rationalisée », et ceux, peu nombreux, qui restent nostalgiques d'une culture de l'opposition « frontale » dans laquelle apprendre à communiquer relève en partie d'une hérésie ou, en tout cas, revient à jouer un jeu perdu d'avance avec les armes de l'adversaire. Ce genre de position tend à s'effacer, témoignant d'une évolution sociale et intellectuelle des représentants syndicaux sous l'effet de deux séries de facteurs convergents liés, d'une part, à l'institutionnalisation de leur rôle et, d'autre part, à l'emprise de la communication au sein d'une société qui l'a érigée en valeur suprême comme pour mieux occulter les formes antérieures de lutte et la réalité des rapports de classe.
- 51 Cette tension se manifeste exemplairement dans les propos se rapportant au monde social. Invités dans le cadre des autres volets de l'exercice d'autoscopie à faire des déclarations destinées soit aux salariés de l'entreprise, soit à un large public lors de la médiatisation d'un conflit, les représentants syndicaux reproduisent ces deux types d'attitude. La difficulté à s'adresser à des interlocuteurs en comprenant leurs préoccupations, voire leur système de représentations, pour ne pas les heurter ou les laisser indifférents a souvent pour contrepartie la capacité de communier avec un petit groupe de militants en se fondant sur des valeurs communes. Cette limite transparaît

chez des représentants syndicaux qui font pourtant l'effort de la communication, cherchant à se mettre à la place de leurs interlocuteurs pour les interpeller à partir des préoccupations qu'ils reconnaissent chez ceux-ci. D'autres représentants syndicaux se refusent au jeu social de la communication et, dans ce cas, l'expression de leur position rompt brutalement avec le « politiquement correct ».

- 52 Propos à caractère sexiste, assimilation des journalistes à de simples laquais du patronat, dénigrement des interlocuteurs patronaux et de l'encadrement en des termes triviaux surprennent parfois par leur schématisme et leur radicalité. Il n'est pas exceptionnel que des militants de la CGT et de la CGT-FO tiennent ouvertement des propos que d'aucuns jugeraient « sexistes », renforçant jusqu'à la caricature les différences de genre, en rigidifiant les rôles sociaux impartis aux individus de sexes différents. L'origine sociale des militants et, surtout, la culture professionnelle ne sont pas étrangères à ce type de phénomène. Au sein même de leur organisation, de tels propos font parfois réagir les militants, qui, en raison de leur formation, de la nature de leur activité, de leur culture, se désolidarisent de telles représentations stigmatisantes. En fait, ces propos iconoclastes en regard du « politiquement correct » révèlent les contradictions dans lesquelles sont pris certains militants. S'impliquant dans le syndicalisme, cherchant à affirmer leur identité, ils doivent renoncer à leur propre représentation du monde du travail et de la société pour se conformer à des représentations plus acceptables, plus proches aussi du mode de représentation dominant. Enfin, ces représentations qu'un regard étranger — l'observateur universitaire — jugera bêtement « sexistes » ne sont pas l'apanage des seuls hommes ou d'un machisme primaire, mais relèvent avant tout d'une culture populaire qui suppose une division sexuelle du travail et des rôles afférents particulièrement marquée, expliquant qu'hommes et femmes puissent indistinctement communier en elles.
- 53 Objectivés, certains traits langagiers tels que celui qui consiste à classer tous les individus de sexe féminin sous la désignation générique de « La maman » prêteraient à sourire, mais, dans des situations de formation, ils induisent des risques d'incompréhension voire de tension entre militants aux profils fort éloignés. L'animation de stages suppose, à ce titre, l'aptitude à gérer des plaisanteries grivoises. Comment faire semblant de partager cet humour qui pousse le distingué formateur-universitaire au désespoir tout en s'assurant qu'aucune participante ne se sent embarrassée, choquée ou blessée par de tels propos ? Dans le cadre des six stages retenus pour objets d'étude, seule une représentante syndicale de la CGT-FO (DP venue sur le tard au syndicalisme au sein d'une PME en raison d'injustices de plus en plus insupportables à ses yeux, mais ne partageant que très moyennement la culture syndicale en général et celle de son propre syndicat en particulier) a signifié ouvertement son agacement par rapport aux « bonnes blagues » de l'un de ses camarades. Dans la plupart des cas, les participantes paraissent accepter ce genre de plaisanteries non pas en raison d'une quelconque peur grégaire ou contrainte collective qui s'exercerait sur elles, mais parce que, pour certaines syndicalistes, ces « bonnes blagues » participent d'un monde syndical qui reste populaire, quelque peu machiste et parce que, pour d'autres, elles relèvent plus simplement encore de leur quotidien social et professionnel.
- 54 Cette même véhémence dans les propos, cette même inaptitude à se plier au principe communicationnel d'euphémisation des points de vue se traduit également par quelques formules donnant à entendre la violence des rapports sociaux. Un jeune

délégué syndical de la CGT (29 ans) travaillant sur un site de production industrielle terminait ainsi sa présentation : « Aux yeux des patrons, on est des merdes, mais on est des merdes dont il n'est pas facile de se débarrasser. » De tels propos traduisent la volonté de ne pas minimiser les antagonismes dont le monde du travail est le théâtre, voire de révéler les valeurs de ceux qui savent communiquer et ne pas laisser entrevoir le mépris qu'ils portent aux ouvriers, aux exécutants, à tous ceux dont il s'agit d'exploiter la force de travail.

L'intériorisation de la domination

- 55 Mais comment les acteurs jugent-ils les représentations d'eux-mêmes ? Et pourquoi sont-ils parfois si surpris, si décontenancés ou si sévères à l'égard de leur image ? Ce qui caractérise le plus souvent l'attitude des participants aux stages de formation lorsqu'ils expérimentent l'autoscopie, ce sont des sentiments ou des impressions oscillant entre étonnement et étrangeté à l'égard de leur image, comme s'ils découvraient celle-ci à cette occasion ou quelque chose de nouveau dans leur identité qui leur aurait jusqu'alors échappé. Il est vrai que, pour la quasi-totalité d'entre eux, se regarder, s'éprouver visuellement ne relève pas des tâches quotidiennes les plus routinières. On peut donc supposer qu'il y a un effet lié à la nouveauté, mais il semblerait plus juste d'insister sur le sentiment d'étrangeté qui accompagne et connote le rapport à l'image de soi. Ce que découvrent les syndicalistes, ce n'est rien de moins qu'une image qui n'est jamais totalement la leur ni celle d'un autre...

Se voir, se juger

- 56 Entretenir avec sa propre image un rapport distant d'observation, d'objectivation, d'appréciation ne relève nullement d'une routine. On ne scrute pas son image et on ne l'évalue pas comme s'il s'agissait d'un quelconque objet. L'idéalisation de soi conduirait d'ailleurs à s'identifier à quelques modèles d'excellence sans trop confronter ce moi idéal à une quelconque réalité désenchanteresse. L'exercice d'autoscopie, parce qu'il suppose une restitution collective des images captées, introduit la nécessité du jugement pour les témoins comme pour celui qui s'est livré à l'œil de la caméra. Les commentaires exprimés au terme de la restitution témoignent de l'existence et de l'engagement de critères d'évaluation implicites qui tendent à se confondre avec ceux du sens commun.
- 57 Il s'avère quelque peu difficile d'approfondir les analyses sur ce point. On constate en effet que, dans le cadre de ce dispositif, les représentants syndicaux mobilisent et engagent des critères de jugement, mais comment savoir d'où ceux-ci proviennent et à quels modèles initiaux ils font référence sans risquer de se méprendre sur leur origine et leur nature ? Comment ne pas induire la réponse en questionnant ces acteurs qui, habituellement, ne s'interrogent guère sur leur manière de juger et, encore moins, sur les sources et les principes de celle-ci ? Il en ressort en tout cas qu'une forme d'excellence expressive préside au jugement de l'image de soi. C'est ainsi que les signes d'appartenance à un milieu populaire sont considérés par les représentants syndicaux comme des stigmates négatifs, alors qu'au quotidien, ils s'avèrent en règle générale assumés sans trop d'inquiétude. Ils tendent même à conditionner favorablement les

relations interpersonnelles, fonctionnant comme des gages d'appartenance à une culture commune.

- 58 L'intériorisation de la domination symbolique par les militants issus de milieux populaires explique en partie ce phénomène. Ces derniers savent, sous l'effet de sanctions négatives récurrentes, qu'il faut éviter de manifester certains stigmates linguistiques mais aussi corporels qui trahissent un manque d'éducation au double sens scolaire et social. C'est la raison pour laquelle ils se jugent eux-mêmes et jugent ceux qui présentent les mêmes défauts qu'eux d'une manière sévère, rejetant paradoxalement leur propre identité sociale. Ce phénomène ne nécessite nullement que le formateur ou les personnes présentes lors de la formation interviennent longuement. Il suffit de laisser faire les militants, de les confronter à leur propre image sous le regard des pairs pour qu'ils réactivent des critères de jugement qui sont l'expression même de la domination qu'ils subissent.
- 59 Le formateur peut chercher à prévenir ce genre de réaction en indiquant aux participants qu'il ne s'agit pas de se juger à l'aune de critères indigènes. Cette précaution n'a en règle générale que peu d'effets. Les personnes issues de milieux populaires se jugent au moyen de normes d'excellence en matière de communication qui les desservent d'autant plus qu'elles s'apparentent à des armes symboliques légitimant la domination sociale. L'intériorisation des sanctions encourues les conduit donc à se juger avec les armes dont se servent les dominants pour asseoir leur domination. Ainsi peut-on enregistrer de manière récurrente des jugements dépréciatifs, reflétant la difficulté pour le représentant syndical issu d'un milieu populaire de faire avec son image, c'est-à-dire de l'engager positivement dans des situations de la vie professionnelle au sein desquelles la confiance en soi et l'estime de soi constituent des atouts stratégiques. Le sentiment de légitimité naturelle qui découle de cette assurance narcissique est précisément ce qui vient à manquer au militant syndical lors de prises de parole et de séquences de luttes au sein desquelles tout indice dépréciatif risque de se traduire immédiatement en soupçon d'illégitimité.
- 60 Cette dépréciation de soi, particulièrement nette chez certains militants, transparait dans les réactions provoquées par la restitution vidéo. Elle repose sur l'identification de traits, liés à l'expression orale et corporelle, que n'assume pas la personne en formation et contre lesquels il paraît parfois difficile de lutter tant ils font partie de l'identité, subjectivement et objectivement, en raison de leur matérialisation dans les corps. Le dispositif tend à amplifier ce genre de réaction pour une raison technique liée à l'effet de miroir grossissant de l'image vidéo qui met particulièrement en relief certains traits, mais aussi pour une autre raison liée à son efficacité propre. Il tend à abstraire le militant de son milieu pour le situer en un lieu social utopique au sein duquel il doit s'exprimer non plus selon les normes de communication de ce même milieu, mais selon des normes d'excellence expressive, du moins telles qu'il se les représente par anticipation d'éventuelles sanctions. Le trouble identitaire qui résulte de la restitution vidéo exprime ainsi le sentiment de malaise qui peut naître dès la perception d'indices expressifs dérogeant à la fois à l'image idéalisée de soi et à l'image de ce qu'il faudrait être.

De l'image au récit

61 Cette difficulté à se mettre en scène ne se dissocie pas de la difficulté à se raconter, à mettre en récit son identité. Divers indices le prouvent. On retrouve chez ceux qui ont de grandes difficultés à faire face à la caméra une même difficulté à parler de soi, comme si les deux dimensions de l'exercice ne pouvaient se dissocier. Ces difficultés s'expriment de diverses manières : dans l'aspect souvent décousu des récits proposés, dans leur caractère négatif, dans l'absence de maîtrise de la durée et de l'intensité du discours, dans sa faible structuration, dans la difficulté à impliquer l'auditoire. Ce dernier point, contrairement aux deux précédents, n'est certes pas le plus essentiel. Il ne reflète jamais qu'un déficit de savoir-faire et de pratique en la matière.

62 Deux exemples relativement typiques des présentations enregistrées illustrent cette double difficulté à faire face à la caméra et à se raconter positivement. Le premier se rapporte à un délégué syndical de la CGT-FO, fort d'une longue expérience militante, évoluant dans une grande entreprise du secteur de l'énergie. Plutôt sûr de lui en apparence, l'épreuve de l'autoscopie révèle un tout autre personnage.

Je suis actuellement en formation « communication et stratégie d'action ». Et le but de l'exercice d'aujourd'hui est de se présenter. Alors c'est pas toujours facile de se présenter mais je vais essayer. Je m'appelle Norbert B., né le XX.XX.XX. Et... c'est déjà pas mal... (silence) Je suis marié. J'ai trois enfants, trois filles (silence) une qui est mariée... (silence) oui bien je vais quand même parler de ma carrière professionnelle. Je suis chargé « sécurité » (silence) dans l'entreprise XXX qui fait partie du groupe XXX. Je suis également délégué syndical (silence) On en est à combien ? (rires) Bien j'espère qu'après cette présentation de soi qui est pas facile pour moi, mes camarades feront des remarques pour que je progresse (sourire).

63 Le second exemple retenu concerne également un représentant de la CGT-FO, mais évoluant dans une très grande entreprise du secteur pharmaceutique.

Je m'appelle Laurent D. J'ai bientôt 40 ans. Je suis marié avec 4 enfants, ça va de 7 ans à 14 ans.

Voilà en fait mon parcours scolaire, j'ai commencé par un CAP, BEP, Bac Pro de compta. Bien, petit à petit l'a fallu que je travaille. Donc je suis parti dans le monde du travail en tant qu'aide-comptable dans un garage et puis après je suis parti de là pour aller — j'ai perdu le fil... — dans une autre entreprise aussi en comptabilité Candia. Et puis toujours pareil, je suis parti toujours en CDD dans une autre entreprise. Je vendais des voitures aux enchères. Je citerai pas le commissaire priseur, un des plus gros de XXX. Et puis... Après je suis parti aussi faire du ramassage de déchets pharmaceutiques. Donc c'était pas un super métier, très très intéressant et assez risqué on va dire. Bon mais faut bien manger... Et après ça m'a amené petit à petit chez XXX. Ça fait onze ans que je suis chez XXX. Voilà...

64 Ces deux exemples présentent les traits typiques précédemment indiqués. Le second témoigne notamment d'un des phénomènes relativement récurrents parmi les plus marquants qui réside dans le caractère négatif d'un grand nombre de récits personnels (ce phénomène ne s'observe ni chez les permanents syndicaux ni chez des représentants au statut de cadre). Libres d'évoquer des aspects de leur vie privée, de leur trajectoire professionnelle et militante ou de leur engagement syndical, un nombre important de représentants syndicaux, tout particulièrement à la CGT, proposent de véritables *loser stories*. Le phénomène s'exprime sous des formes évidemment diverses, mais il est fréquent et se résume en quelques grandes étapes : histoire d'échecs scolaires, histoire d'expériences professionnelles très dures, marquées par

l'exploitation et le désenchantement, histoire de petits boulots sans lendemain, histoire de conflits avec des employeurs...

- 65 Il faut toutefois souligner que ces histoires d'échecs ne revêtent une tonalité désespérée que très rarement, chez certains acteurs dont la destinée sociale est vécue douloureusement. C'est le cas de rares phénomènes de déclassement ou d'acteurs qui n'ont pas trouvé dans l'action syndicale quelques motifs de réenchantement de leur propre trajectoire. Il est possible et il est même vraisemblable que la situation collective de formation conduise à surévaluer l'importance de l'engagement syndical et, surtout, de l'exercice de responsabilités syndicales, mais ils apparaissent comme une importante source de gratification de nature à redonner à ces acteurs, existentiellement meurtris, des raisons de vivre favorablement leur rapport à soi et au monde social.
- 66 D'étranges opérations d'alchimies sociales et psychologiques s'accomplissent d'ailleurs. Elles consistent par exemple à renverser l'emprise de toute détermination pour affirmer sa liberté non sans une ironie qui laisse entrevoir quelques tonalités désespérées : « Les études, indiquait une représentante de la CGT-FO tout en esquissant une moue connotant fortement son propos, n'étaient pas du tout ce que je souhaitais faire. » Une autre opération revient à connoter favorablement les échecs. Au sein d'un groupe soudé par de communes valeurs, oppositionnelles au regard des valeurs dominantes, l'échec — scolaire, professionnel — apparaît parfois comme un signe d'appartenance, de reconnaissance, voire de consécration militante. Se dessine alors une sorte d'utopie sociale inavouée consistant à renverser les valeurs dominantes pour promouvoir leur contraire. Ne pas être en adéquation avec les critères d'excellence et les valeurs de l'école bourgeoise, ne pas souscrire aux principes de l'ordre managérial ne témoignerait pas d'une quelconque déficience ou de handicaps sociaux, mais, au contraire, prouverait une inadéquation « normale » au regard de ce que sont les normes du système éducatif et de l'organisation du travail.
- 67 Il demeure que l'échec scolaire reste très présent chez certains représentants syndicaux, notamment à la CGT à la différence de ceux de la CFDT. Il constitue une sorte de ciment entre eux qui se manifeste par des sourires complices à l'évocation d'un passé scolaire entaché de glorieux échecs. Les plaisanteries expriment le souvenir de la violence sociale exercée par le système éducatif, illusoirement transmuée en un rejet volontaire de ce système. Machine à dévaloriser ceux dont l'origine sociale ne prédispose pas à satisfaire aux critères de l'excellence, l'école n'est donc guère en odeur de sainteté. Si elle parvient à rendre acceptable la division sociale du travail, la violence qu'elle exerce sur ceux qu'elle rejette laisse d'importantes blessures qui ne s'estompent jamais et reparaissent parfois à l'insu des blessés eux-mêmes.
- 68 La situation de formation, parce qu'elle s'apparente en partie à un contexte scolaire, contribue parfois à raviver ces souvenirs douloureux. Le dispositif d'autoscopie concourt à la réactivation de ces affects en interpellant les sujets, en leur demandant de dire qui ils sont et, par conséquent, en les renvoyant au moment où s'est nouée leur destinée sociale. Ce n'est donc pas un hasard si, dans les récits de présentation de soi, la scolarisation est fréquemment évoquée et, plus encore, si elle est présentée parfois comme un moment fondateur de l'identité sociale, véritable origine, point de départ de la trajectoire qui conduit à ce qu'est l'individu aujourd'hui, à savoir un militant syndical.

- 69 L'enregistrement de ces récits, livrés à l'œil perçant de la caméra vidéo, fait clairement ressortir ce point pour un nombre important de représentants syndicaux, de la CGT en particulier et dans une moindre mesure de la CGT-FO. Le moment de l'échec scolaire (total, avec la sortie du système sans diplôme, ou partiel, avec un diplôme peu valorisant), c'est-à-dire le moment où le système a exercé la plus grande violence symbolique sur l'individu en le destinant à des tâches ou à un métier peu valorisés, quand ce n'est directement au chômage, constitue ou s'apparente à un moment initial de la vie sociale et professionnelle d'une grande partie de ces acteurs. La destinée professionnelle mais aussi syndicale s'éclaire rétrospectivement par une sorte de translation existentielle conduisant de l'échec scolaire ou de l'opposition au système scolaire jusqu'au militantisme syndical.
- 70 Les présentations de soi que proposent certains représentants syndicaux de la CGT donnent parfois l'impression que l'échec scolaire expliquerait l'engagement syndical ultérieur. Leurs propos suggèrent qu'un tel départ dans la vie ne pouvait que les conduire à adhérer à une organisation militante contestant un ordre social particulièrement injuste. Le dispositif d'autoscopie permet, à ce titre, de recueillir des récits de vie quintessenciés, comme si les personnes avaient eu pour consigne de dire l'essentiel en un minimum de temps, de n'évoquer que les moments déterminants de leur existence. Ce phénomène s'explique par l'intensité dramatique qui résulte de la mise en scène de soi devant l'énigmatique regard de la caméra et devant le public des pairs. L'interpellation symbolique qu'opère le dispositif porte les individus à dire ce qui relève de l'essentiel dans la construction de leur identité sociale.

La vie en négatif

- 71 Certains militants proposent ainsi un récit de leur parcours qui laisse entendre que l'engagement syndical résulte d'une série d'échecs qui en seraient la cause inavouée. L'observateur ne peut qu'être surpris par le caractère très négatif d'une telle présentation qui revient à faire de l'engagement syndical un choix particulièrement contraint. Dans ce cas, loin d'être présentées comme l'expression d'un engagement ou d'affinités militantes liés à l'histoire familiale et aux sociabilités professionnelles (Duriez et Sawicki, 2003), l'adhésion syndicale, puis l'implication dans des fonctions de représentant des salariés résulteraient de la nécessité sociale à saisir la seule « perche » possible pour s'en sortir, autrement dit pour ne plus continuer à subir passivement une destinée sociale se résumant en échecs, frustrations et sanctions négatives de toutes sortes.
- 72 Dans certains cas dont il est très difficile d'apprécier la proportion réelle, on décèle une conception utilitariste de l'engagement syndical au sens où l'adhésion à l'organisation s'est faite en réponse à une menace directe (sanction, licenciement, mise à l'écart...). Les représentants syndicaux évoquent avec une certaine retenue ces moments de leur vie où l'engagement leur fut presque imposé par une contrainte externe, pour sauver leur peau. La pudeur peut expliquer cette attitude, mais surtout la crainte de passer aux yeux des camarades pour un militant dont l'engagement repose sur des mobiles peu glorieux et, par conséquent, difficilement avouables. Certains récits laissent pourtant explicitement apparaître de tels mobiles. C'est le cas de certains militants de la CGT, car, pour ces derniers, devenir syndicalistes, puis représentants syndicaux a résulté d'une posture contestataire initiale ou d'actions oppositionnelles à l'égard de la

direction, autrement dit d'une forme d'action militante non instituée requérant ensuite son inscription dans un cadre légal. D'autres récits laissent entendre l'existence d'engagements utilitaristes dans une forme plus dissimulée, presque honteuse, car il ne s'agit plus d'instituer une action militante préalable, mais bel et bien de « sauver sa peau » en se tournant vers le syndicat pour bénéficier de sa protection. Retraçant son parcours, une déléguée syndicale de la CGT-FO indiquait en être venue à la syndicalisation en raison des pressions de l'encadrement qu'elle subissait, s'étant tournée vers cette organisation en raison d'une conjoncture particulière au sein de laquelle l'autre organisation syndicale présente dans l'organisation lui paraissait nettement moins combative.

- 73 Évoquant ses premiers contacts de simple salariée avec le monde syndical, une autre représentante de la CGT-FO soulignait le phénomène en des termes plus directs encore : « Tout ce qui était syndicat me sortait réellement par les yeux parce que j'étais entourée de quatre personnes syndiquées [...] qui ne l'étaient que pour sauver leurs fesses. » Ces propos ont le mérite de poser le problème récurrent de la légitimité des représentants syndicaux aux yeux des salariés, qui les perçoivent souvent comme des acteurs dont le seul souci est de jouir des privilèges de leur statut. Le problème est d'autant plus prégnant que durant les stages, certaines plaisanteries acides entre délégués appartenant pourtant à une même organisation laissent entrevoir des mises en cause très personnelles autour de l'usage des heures de délégation, de l'implication effective du représentant, de sa combativité, de l'image qu'il donne de son organisation syndicale.
- 74 Souvent émouvants, faisant appel à des souvenirs douloureux pour la personne qui les évoque, y compris quand elle puise dans l'humour la force de les raconter, les récits de vie se laissent appréhender alternativement sous l'angle psychologique du rapport à soi et sous l'angle sociologique des déterminations de ce même rapport. Psychologiquement, ils mettent en lumière les blessures dont sont porteurs ces acteurs en situation d'échecs répétés pour qui seul l'engagement syndical parvient à réenchanter le rapport au monde. L'incohérence manifeste de certains récits constitués par l'évocation de faits et d'événements sans lien entre eux, sans réelle cohérence rétrospective témoigne de la violence sociale subie, de la difficulté à faire signifier sa propre destinée en recollant les morceaux d'une histoire souvent marquée du sceau de l'aléa, de la précarité et de l'absence de toute reconnaissance sociale.
- 75 Le caractère négatif des présentations de soi constitue un trait qui éclaire également la nature du rapport que les militants entretiennent avec l'organisation syndicale à laquelle ils appartiennent. Fréquent chez les militants de la CGT, présent dans les rangs des militants de la CGT-FO, rien de comparable, du moins en nombre et en fréquence, ne s'observe chez les représentants syndicaux de la CFDT. On décèle sur ce point une des explications de l'engagement dans une organisation syndicale déterminée. Indépendamment des formes de sociabilité militante s'opère un processus d'ajustement entre le vécu des militants, associé au rapport à soi, et l'identité de l'organisation syndicale. Ce n'est pas le produit d'un hasard si ceux qui entretiennent un vécu marqué par l'échec se portent plus souvent que d'autres vers une organisation syndicale dont l'image contestataire à l'égard de l'ordre social répond à leur propre besoin d'exprimer un mécontentement radical. Et ce n'est pas un hasard si les militants syndicaux moins marqués par un tel sentiment d'échec, plus capables de produire une présentation de soi cohérente et favorable, du moins en apparence, se détournent d'une offre syndicale

jugée trop contestataire, trop négative, et s'orientent vers une organisation à l'image réformiste qui leur paraît plus conforme à ce qu'ils sont.

- 76 Les présentations de soi laissent ainsi entrevoir ce jeu d'ajustement entre les prédispositions sociales des militants et les identités syndicales telles qu'elles apparaissent, se différencient les unes des autres et modèlent l'offre syndicale. Une série de facteurs peuvent brouiller un tel jeu d'ajustement et l'on se gardera de croire que celui-ci fonctionne naturellement sur le mode de l'offre et de la demande. D'autres facteurs, en premier lieu la socialisation professionnelle, interfèrent. Et localement, au sein des entreprises, le positionnement des syndicats ne s'ordonne pas selon les positions, les stratégies et les identités de confédérations qui paraissent souvent bien éloignées des enjeux locaux.
- 77 Les récits recueillis montrent en tout cas que ceux qui adhèrent à une organisation telle que la CGT le font souvent, du moins le déclarent-ils, en se basant sur l'image fortement contestataire de l'organisation. On ne minimisera pas ce que peuvent contenir de reconstruction *a posteriori* plus ou moins arbitraire, voire de rationalisation au sens freudien, de telles déclarations qui reviennent à méconnaître à la fois que le choix initial est plus souvent contraint par le milieu social qu'il n'apparaît au regard même des acteurs et que l'évidence de ce même choix ne s'est réellement imposée que rétrospectivement, après avoir assumé une identité « marquée » et s'être reconnu en elle (Contrepois, 2003). Toujours est-il que les représentants syndicaux de la CGT excluent de la présentation de leur parcours militant respectif la possibilité même d'appartenir à une autre organisation.
- 78 Si, pour la CGT, sur les trois stages retenus, aucun adhérent n'a indiqué avoir préalablement appartenu à une autre organisation syndicale, pour la CGT-FO, le phénomène de changement d'appartenance syndicale a été enregistré à deux reprises. Les représentants laissent d'ailleurs entendre assez souvent que leur adhésion n'était pas liée à l'image de la confédération, mais à des facteurs conjoncturels locaux, sous-entendant qu'en d'autres circonstances, ils auraient très bien pu adhérer à une autre organisation. On peut supposer que si des représentants syndicaux ont ainsi indiqué avoir initialement adhéré et milité au sein d'une autre organisation, c'est en raison de la plus grande liberté de parole régnant au sein de la CGT-FO ou, ce qui revient au même, en raison du moindre degré de coercition inhérent à l'appartenance à une organisation à l'identité moins prégnante pour ses membres. On peut aussi considérer que, pour certains militants, l'appartenance à la CGT-FO relève moins d'un parti pris militant lié à l'identité de l'organisation syndicale. C'est le cas d'une militante, déléguée syndicale dans une grande structure associative, indiquant : « Je suis entrée vraiment par hasard à la CFTC [...] Je me voyais mal rester à la CFTC alors que mon amie allait à FO. » Un autre militant, délégué syndical et conseiller prud'homal, indiquera, quant à lui, être venu à la CGT-FO sur les conseils d'un ami après un passage peu satisfaisant d'une durée de plus de trois ans à la Confédération générale des cadres (CGC). Il ressort de nombreux cas qu'à la CGT-FO, les relations amicales, familiales et professionnelles jouent un rôle, mais cette détermination de fond ne se dissocie ni du jeu global de l'offre syndicale locale dans laquelle elle prend place ni du caractère utilitariste de la syndicalisation.

Éléments pour une analyse critique des effets structurants de l'autoscopie

- 79 Il reste à préciser ce que peut produire l'autoscopie sur ces militants et en quoi le dispositif peut exercer quelques effets structurants dans le rapport à eux-mêmes, dans leur capacité à se présenter, à « faire face ». S'il s'avère impossible de prétendre mesurer ou ne serait-ce que cerner la réalité de ces effets, on peut néanmoins supposer que l'exercice contribue à faire (un peu) évoluer le rapport à soi dans le sens d'une plus grande maîtrise, de plus de distanciation et de réflexivité, d'une aptitude supérieure à l'autocontrôle. Quelques phénomènes directement observables dans le cadre de la formation tendent à le prouver. Les évaluations de la formation par les participants indiquent que, pour eux, le fait d'avoir à se montrer, à se raconter publiquement, à s'expérimenter, à découvrir leur image et, d'une certaine manière, à se découvrir constitue un temps fort, parfois douloureux, ayant induit une modification du rapport à soi. L'attention exceptionnellement accordée à sa propre image et le travail sur soi qui l'accompagne ne sont ni neutres ni indifférents à la manière de se vivre et de se mettre socialement en scène. Pour les moins expérimentés, cette expérience s'avère révélatrice à bien des égards de l'image qu'ils donnent d'eux-mêmes ; pour d'autres, plus expérimentés, cette expérience rare fait de l'image qu'ils donnent d'eux-mêmes l'objet d'une attention individuelle et collective qui les conduit à se focaliser davantage sur l'engagement de cette même image dans les situations de la vie syndicale, à esthétiser en quelque sorte le rapport à soi.

L'enjeu normatif de l'autoscopie

- 80 Au fil de cette expérience variant d'un sujet à l'autre se joue un processus de normalisation au sens où les personnes en formation cherchent à s'améliorer, c'est-à-dire à faire évoluer leur comportement dans le sens d'une mise en conformité avec des normes d'expression. Le statut de ces normes n'a rien d'explicite ni d'univoque et l'on serait tenté de considérer que ce qui norme la norme conserve une grande part d'opacité, renvoyant à ce que chaque acteur pris individuellement se représente être l'excellence communicationnelle, mais aussi à la pression du groupe social auquel ce même individu se rattache et dont il anticipe les sanctions. Il faut donc décomposer le processus de normalisation pour en saisir l'opérationnalité. Ce processus commence en amont dans le simple fait que la prise de parole présuppose que l'expression se conforme à ce que l'individu en formation s' imagine être le modèle d'expression le plus adéquat. En règle générale, cet idéal normatif traduit son imaginaire et les jeux d'identification qui le conduisent à se reconnaître dans un modèle ou dans un type d'expression. Dès lors, la normalisation consiste à s'approcher de ce qui est ainsi conçu comme modèle. Mais cette normalisation ne s'exercerait certainement pas aussi efficacement si le processus n'était pas lui-même inscrit dans un contexte social qui fait que c'est au nom de ce qui est anticipé comme une norme largement reconnue, légitime pour tous et surtout pour les participants au stage, que l'individu s'exprime.
- 81 La normalisation s'effectue donc par elle-même dans le cadre du dispositif sans que le formateur ait à dire ce qu'il faut faire ou ne pas faire, dire ou ne pas dire. En d'autres termes, la norme n'est pas étrangère et extérieure à celui qui se l'applique. Elle exprime l'intériorisation par ce dernier de modèles incarnant ce qu'il considère comme un idéal

d'expression. Et en aval, lors de la restitution vidéo, au moment de se voir en compagnie des autres militants et, par la suite, de commenter sa prestation, c'est au nom des mêmes normes, du même idéal d'expression intériorisé qu'un jugement est finalement formulé. L'efficacité normative du dispositif ne repose nullement sur un quelconque volontarisme du formateur, sur l'inculcation de quelques valeurs ou sur la mise en avant de modèles d'excellence. Pour cette raison, la normalisation par l'autoscopie n'en est que plus efficace : n'imposant rien, le dispositif met en situation les personnes en formation pour qu'elles s'imposent à elles-mêmes un idéal d'expression intériorisé en adéquation avec les buts poursuivis au travers de la formation.

- 82 Paradoxalement, cet idéal d'expression auquel les participants aspirent s'apparente non pas à un modèle militant et populaire, mais à un modèle d'excellence de type scolaire, propre aux groupes sociaux dominants. C'est dire que le travail de formation pour ces militants consiste essentiellement à tenter de se conformer à des normes d'expression qui sont précisément celles utilisées par ceux à qui ils sont quotidiennement confrontés et à qui ils s'opposent directement dans les conflits au travail, mais aussi, structurellement, au travers des antagonismes de classe dont ils sont les vecteurs. La différence est que pour les uns, ces normes sont quasiment naturelles, ayant été intériorisées dès leur enfance dans leur milieu d'origine, puis confirmées, naturalisées, sanctionnées favorablement au fil de la scolarisation et du parcours professionnel, alors que pour les autres, ces mêmes normes s'apparentent à un idéal difficilement accessible au sens où, à l'égal d'une langue étrangère, elles resteront un acquis précaire plus ou moins bien maîtrisé.

Le jeu inégalitaire de la communication

- 83 Un des ressorts de la domination sociale, au sens le plus général, réside précisément dans cette impossibilité pour les représentants syndicaux, souvent issus de milieux populaires ou de milieux peu favorisés, de disposer de modèles propres afin de ne pas recourir à des techniques, à des valeurs et à des systèmes de représentation qui sont les outils mêmes de la domination symbolique qu'ils subissent. C'est qu'à vouloir s'approprier des armes de lutte qui ne sont manifestement pas faites pour eux, ils ne font rien d'autre qu'intérioriser les principes de la domination et se doter d'armes dont ils sont les moins prédisposés à user efficacement. C'est la raison pour laquelle la formation syndicale concourt, à son tour, à la sélection des militants selon des critères sociaux et scolaires déniés. Elle participe, à ce titre, à la logique de professionnalisation de l'activité syndicale (Guillaume et Pochic, 2009) et à la logique de division sociale du travail syndical avec d'autant plus d'efficacité que l'organisation syndicale sollicitant la formation en reconnaît, sans jamais (se) l'avouer, la nécessité.
- 84 Les phénomènes observés dans le cadre du dispositif d'autoscopie s'apprécient donc très diversement. S'il paraît manifeste que l'exercice permet aux militants d'acquérir une certaine maîtrise d'eux-mêmes, de mieux maîtriser le rapport à leur image, de prendre en compte le fait que l'image qu'ils donnent n'est pas forcément ce qu'ils croient qu'elle est, il conduit aussi ceux-ci à reconnaître et à poursuivre un idéal d'expression qui, durablement, fait d'eux les mauvais élèves de la communication. Ce qui échappe le plus souvent à ces militants, pourtant issus du rang, c'est que l'efficacité réelle de leur action militante ne réside certainement pas dans leur aptitude à

s'exprimer comme un cadre ou comme un journaliste, mais dans leur capacité à susciter l'adhésion de ceux dont ils sont les représentants. Ce qui leur échappe plus encore, c'est que quel que soit leur degré d'entraînement à l'autoscopie, leur handicap initial est double : il réside dans l'absence de modèle propre à l'action syndicale, susceptible d'être opposé à la domination managériale ; il renvoie à la nature même du jeu communicationnel, jeu social par excellence, auquel ils ne sont guère prédisposés.

BIBLIOGRAPHIE

- ANDOLFATTO, D. et D. LABBÉ (2007a), *Sociologie des syndicats*, Paris, La Découverte.
- ANDOLFATTO, D. et D. LABBÉ (2007b), *Les syndiqués en France*, Éditions Liaisons.
- BEAUD, S. et M. PIALOUX (1999/2004), *Retour sur la condition ouvrière*, Paris, Fayard.
- BOURDIEU, P. (1979), *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit.
- BOURDIEU, P. (1982), *Ce que parler veut dire. L'économie des échanges linguistiques*, Paris, Fayard.
- CONTAMIN, J.-G. et R. DELACROIX (2009), « Les transformations des formes d'engagement au prisme du local. L'exemple de la CGT du Nord », *Politix*, 22(85), p. 81-104.
- CONTREPOIS, S. (2003), *Syndicats. La nouvelle donne*, Paris, Syllepse.
- DURIEZ, B. et F. SAWICKI (2003), « Réseaux de sociabilité et adhésion syndicale. Le cas de la CFDT », *Politix*, 16(63), p. 17-51.
- ELIAS, N. (1939/1991), *La dynamique de l'Occident*, Paris, Calmann-Lévy.
- ETHUIN, N. et K. YON (2011), « Les mutations de l'éducation syndicale : de l'établissement des frontières aux mises en dispositif », *Le Mouvement Social*, 235, p. 3-21.
- GUILLAUME, C. et S. POCHIC (2009), « La professionnalisation de l'activité syndicale : talon d'Achille de la politique de syndicalisation à la CFDT ? », *Politix*, 22(85), p. 48-55.
- LABOV, W. (1978/1993), *Le parler ordinaire. La langue dans les ghettos noirs des États-Unis*, Paris, Éditions de Minuit.
- LACAN, J. (1949/1966/1987), « Le stade du miroir comme formateur de la fonction du Je telle qu'elle nous est révélée dans l'expérience psychanalytique » dans J. LACAN, *Écrits*, Paris, Seuil.
- LACAN, J. (1991), *Le transfert. Le séminaire, livre VIII*, Paris, Seuil.
- LARDELLIER, P. (2008), « Pour en finir avec la <synergologie>. Une analyse critique d'une pseudoscience du <décodage du non-verbal> », *Communication*, 26(2), [En ligne] <http://communication.revues.org/index858.html> (Page consultée le 24 mai 2012).
- LÉVI-STRAUSS, C. (1949/1958/1985), « L'efficacité symbolique » dans C. LÉVI-STRAUSS, *Anthropologie structurale*, Paris, Plon.
- LINARD, M. et I. PRAX (1978), « Microenseignement, autoscopie et travail », *Revue française de pédagogie*, 43, p. 5-30.
- NEVEU, E. (1997), *Une société de communication ?*, Paris, Montchrestien.

- OLIVESI, S. (1999), « Savoirs ignorants, savoirs ignorés. Une critique des usages divers et variés de l'analyse transactionnelle et de la PNL », *Réseaux*, 98, p. 219-252.
- OLIVESI, S. (2004), *Questions de méthode. Une critique de la connaissance pour les sciences de la communication*, Paris, L'Harmattan.
- OLIVESI, S. (2005), *La communication selon Bourdieu. Jeu social et enjeu de société*, Paris, L'Harmattan.
- OLIVESI, S. (2002/2006), *La communication au travail. Une critique des nouvelles formes de pouvoir dans les entreprises*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
- OLIVESI, S. (2011), « La formation en communication des représentants syndicaux. Logiques institutionnelles et enjeux militants », *Réseaux*, 170, p. 269-289.
- OLIVESI, S. (2012 à paraître), « Le syndicalisme à l'épreuve de la communication », *Questions de communication*, 22.
- PILOZ, L. (1983), « Les limites de l'autoscopie dans la formation des enseignants », *Revue française de pédagogie*, 63(1), p. 33-38.
- PIOTET, F. (2009), *La CGT et la recomposition syndicale*, Paris, Presses Universitaires de France.
- RIMBERT, P. (2004), « Devenir syndicaliste ouvrier. Suivi du <Journal> d'un délégué CGT de la métallurgie », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 155, p. 34-75.
- SAINSAULIEU, R. (1977/1996), *L'identité au travail*, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques.
- SCHWARTZ, O. (1990/2002), *Le monde privé des ouvriers. Hommes et femmes du Nord*, Paris, Presses Universitaires de France.
- SIBLOT, S. (2009), « Le dispositif institutionnel de socialisation : l'exemple des formations de <premier niveau> » dans F. PIOTET (dir.), *La CGT et la recomposition syndicale*, Paris, Presses Universitaires de France.
- SOLLIER, P. (1903), « L'autoscopie interne », *L'année psychologique*, 10(1), p. 533-538.
- TANGUY, L. (2006), *Les instituts du travail. La formation syndicale à l'université de 1955 à nos jours*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.
- TERRAIL, J. P. (1990), *Destins ouvriers. La fin d'une classe ?*, Paris, Presses Universitaires de France.

NOTES

1. On trouve une première trace de ce terme dans le domaine de la psychologie au début du XX^e siècle (Sollier, 1903). Il s'agissait alors de désigner des phénomènes de type hallucinatoire, relatifs au corps et aux parties du corps, tels qu'ils s'observaient dans certains cas d'hystérie et sous hypnose. Mais c'est dans le cadre de la FPC (formation professionnelle continue) que cette pratique se généralisa. Sa genèse et surtout sa généralisation s'expliquent par la convergence de trois types de facteurs : l'institutionnalisation, puis le développement de la FPC à partir des années 1970 dans un contexte de tertiarisation de l'ensemble de l'activité économique ; dans ce cadre, le recours systématique aux jeux de rôle comme principal outil didactique ; par ailleurs, la très large diffusion sociale du matériel d'enregistrement vidéo permettant à tout un chacun de s'exercer à l'égale d'un professionnel de la parole publique. L'autoscopie eut même son heure de gloire scientifique à la fin des années 1970 et au début des années 1980 (Linard et Prax, 1978 ; Piloz, 1983).

2. D'autres instituts du travail proposent des formations comparables (Olivesi, 2011). Nous remercions l'équipe de direction de l'Institut de formation syndicale (tout particulièrement Carole Giraudet) pour sa confiance et pour les nombreuses relations qu'elle nous a permis de nouer à la fois avec des acteurs locaux de la région Rhône-Alpes et avec des acteurs appartenant à d'autres instituts du travail.

3. La problématisation de l'action du dispositif en termes de norme s'inspire directement des analyses que Michel Foucault consacra aux formes de pouvoir (disciplinaire, sécuritaire, pastorale...) présentes dans nos sociétés.

4. Ce qu'interdit de percevoir la culture scolaire, c'est qu'il existe non pas une, mais des excellences oratoires selon les cultures. Il n'est guère utile pour le prouver de mobiliser des travaux tels que ceux de Labov sur le parler ordinaire qui tendent à inscrire ces performances oratoires dans des marges sociales pour en comprendre les ressorts (Labov, 1978/1993). Il suffit de repérer dans des milieux populaires ou dans des milieux culturellement périphériques des formes d'excellence oratoire reconnues par les acteurs eux-mêmes. Ces formes d'excellence n'ont évidemment de valeur qu'à l'intérieur d'une culture donnée. L'hégémonie culturelle et linguistique qu'impose le système scolaire et, au travers de lui, la classe sociale dominante revient à faire de ces éloquences locales ou plébéiennes des sortes de folklores dégénérés, condamnables (et condamnés) au point de les rejeter et de les faire disparaître au même titre que les cultures qui les portent.

RÉSUMÉS

Enjeu stratégique, la communication paraît aux représentants syndicaux conditionner l'efficacité de l'action militante dans ses diverses déclinaisons. L'auteur s'interroge sur les usages et l'efficacité d'un dispositif de formation professionnelle continue, l'autoscopie, qui transpose des contenus pédagogiques et des méthodes d'apprentissage sans trop se préoccuper des particularités de cette population et des spécificités de l'action syndicale. S'il apparaît que l'exercice permet d'acquérir une très relative maîtrise de soi, il conduit aussi à promouvoir un idéal d'expression qui, durablement, fait des représentants syndicaux des sortes de mauvais élèves de la communication.

Union leaders regard communication as an issue because of its strategically important effect on militant action. The author questions the contents and pedagogical appropriateness of a popular method of self-confrontation called autoscopia as part of current adult education programs. Contrary to its declared objective, the method ultimately turns the participating union representatives into communication dullards.

Para los representantes sindicales el desafío estratégico, que es la comunicación, parece condicionar la eficacia de la acción militante en sus diversos componentes. El autor se interroga sobre el uso y efectividad de un mecanismo de formación profesional continua, la autoscopia, que traspone los contenidos pedagógicos y los métodos de aprendizaje sin preocuparse de las particularidades de esta población y las especificidades de la acción sindical. Si parece que el ejercicio permite adquirir un relativo dominio de sí mismo, este conlleva también a promover un ideal de expresión que, a largo plazo, refleja una imagen de los representantes sindicales como de malos alumnos de la comunicación.

INDEX

Keywords : autoscopia, communication, domination, self-control, training, unionism

Palabras claves : autocontrol, autoscopia, comunicación, dominación, formación, sindicalismo

Mots-clés : autocontrôle, autoscopie, communication, domination, formation, syndicalisme

AUTEUR

STÉPHANE OLIVESI

Stéphane Olivesi est professeur à la Faculté de droit et de sciences politiques à l'Université

Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines. VIP EA n° 3643 Courriel : stephane.olivesi@uvsq.fr

Pourquoi faut-il sortir de la parole instrumentalisée en milieu de travail ?

Luc Bonneville et Sylvie Grosjean

- 1 C'est maintenant devenu un lieu commun que d'évoquer la « nécessité » d'augmenter la productivité des organisations. Qu'on pense aux multiples déclarations des dirigeants d'entreprise, des entrepreneurs, des représentants de différents groupes d'intérêt (par exemple, au Québec, la Chambre de commerce et le Conseil du patronat), qui vont tour à tour, sur la place publique, clamer haut et fort qu'il y a « urgence » d'augmenter les gains de productivité. On lisait d'ailleurs récemment, sous la plume de Suzanne Dansereau du journal *Les Affaires*, citant le bilan 2010 du Centre sur la productivité et la prospérité (CPP), que le Québec « doit passer à la vitesse supérieure » en augmentant la productivité du travail (2010). Plus récemment, on lisait aussi, dans le quotidien *Le Soleil*, que le Québec doit relever « le défi de la productivité » (Lavoie : 2011). Cette fois, c'est le rapport *Pour un avenir meilleur au Québec*, préparé par le Mouvement Desjardins, qui est cité. Dans ce rapport, on propose certaines actions pour augmenter justement la productivité du travail. Bref, ces « déclarations » sont certes légitimes, dans la mesure où nous vivons dans une société capitaliste où les valeurs de rentabilité et de profitabilité sont fondamentales. D'ailleurs, la plupart du temps, il suffit de suivre minimalement l'actualité pour voir que l'état de l'économie est évalué en fonction d'un certain nombre d'indicateurs de productivité liés au travail en tant que tel¹.
- 2 Bien entendu, ces indicateurs ne sont pas neutres. Ils véhiculent une vision particulière du monde. C'est ici tout le domaine du management, où les « experts de la gestion sont devenus des prescripteurs de modèles » (De Gaulejac, 2005 : 45). Ces modèles dont on parle reposent souvent sur la même idéologie : organiser de la manière la plus efficace possible les ressources financières, matérielles et humaines (Bouilloud et Lécuyer, 1994 cités par De Gaulejac, 2005 : 46). À des fins de rentabilité, ces modèles en sont venus à (sur)valoriser, dans les organisations, la vitesse (éventuellement l'urgence), la (sur)réactivité, le (sur)dépassement de soi, l'excès, etc., des caractéristiques qui ont fait dire à plusieurs que nous étions entrés dans une « société hyper-moderne » (Aubert,

2004 et 2010) qui tend à exacerber les valeurs de productivité héritées notamment du taylorisme et du fordisme². Mais depuis la montée des services dans l'économie³ (ce que plusieurs vont associer au postfordisme), ces notions et ces indicateurs de « progrès » que sont la productivité et la croissance sont-ils encore pertinents ? Partant du principe qu'une activité de service représente un ensemble « d'activités dont le résultat est immatériel et donc non stockable » (Ecalte, 1989 : 7), on peut se demander si une organisation de services (par exemple une banque, une compagnie d'assurance, une école, un hôpital) peut être gérée comme une entreprise de production en série de biens matériels. Dans les organisations de service, ce qui est maintenant crucial, c'est non pas la *quantité* de biens produits dans un temps donné (le plus court possible), mais plutôt la *qualité* de ce qui est offert (un service de soin, un service de consultation, un service à la clientèle, etc.). Dans bon nombre d'organisations de service, les travailleurs doivent, pour cela, interagir avec leur environnement non seulement en manipulant de l'information, mais en créant du *sens* (en *faisant sens* de certaines situations). On pense ici au médecin qui tente de comprendre les plaintes de son patient, à l'enseignant qui se coordonne avec un collègue pour concevoir des outils pédagogiques, à des experts-conseils qui, en réunion, doivent trouver une solution à un problème particulier, etc. On est loin du statut d'exécutant accordé au travailleur en usine, sous le taylorisme. Dans ce contexte, les temps et les espaces de réunion, notamment, seraient tout à fait fondamentaux et difficilement court-circuitables au nom de la productivité. Comme l'indiquait Chanlat il y a un peu plus de 20 ans, « communiquer se résume la plupart du temps à transmettre une information » (1990/2007 : 34). Or, les interactions en milieu de travail (telles qu'elles s'observent dans les organisations de service) ne sont pas que le résultat d'échange de mots, de paroles, d'information. Il y a plus. Cependant, il y a une tendance au sein des organisations à rationaliser les temps d'échange, à réduire les temps de réunion en face à face, ce qui produit, comme l'écrit Le Bezwoët (2005), « une extinction de la parole ».

- 3 Dans cet article, nous allons discuter, de manière certes très générale, des enjeux posés par la rationalisation des organisations comme condition souvent nécessaire à l'atteinte d'une plus grande productivité du travail. Plus précisément, nous allons essayer de montrer que les mesures de rationalisation du travail sont incompatibles avec la nature même de certaines organisations de service où les échanges, les temps de discussion, voire la « flânerie » ne sont pas, contrairement à ce que l'on a tendance à penser, ou contrairement à ce qui est généralement admis, des contraintes à la productivité. En fait, nous soutenons que ces moments d'échange et de discussion seraient de hauts lieux de création commune de sens entre les travailleurs. Nous allons nous appuyer sur l'analyse de deux cas en particulier que nous allons expliciter un peu plus loin dans ce texte, en concentrant notre argumentation autour des espaces de discussion que sont les réunions. Nous souhaitons ainsi montrer ce qui s'y dit et ce qui s'y passe, l'objectif étant de faire contrepoids aux conceptions prédominantes de la gestion qui réduisent souvent la communication à un instrument de transmission de l'information au service d'impératifs productifs.

De la rationalisation dans les organisations : quelques éléments de problématique

La généralisation du taylorisme dans les organisations et les enjeux en matière de communication

- 4 Le *One Best Way* de Taylor (à la suite de *The Principles of Scientific Management*, publié en 1911) a fait couler beaucoup d'encre dans les annales de la gestion, de la sociologie, de la psychologie et, plus récemment, dans certains travaux en communication organisationnelle. Pour Taylor, rappelons-le, il semblerait exister chez l'être humain une tendance à la paresse qui le pousserait à « flâner » de manière tout à fait spontanée. Cette flânerie serait par conséquent une entrave à la productivité du travail, alors considérée comme le rapport entre une quantité de biens produits et une quantité donnée de facteurs ayant permis cette production. La vitesse et l'intensité, dans ce contexte, jouent un rôle tout à fait central. D'où l'importance du chronomètre et de la division du travail, qui vont permettre à un seul et même ouvrier de ne s'attarder qu'à un ensemble de tâches simples, prédéterminées et répétitives dans un temps que l'on souhaite de plus en plus court. Dans ce contexte, c'est la cadence de travail qui va devenir l'objet central sur lequel les gestionnaires vont tenter de jouer. Comme le précisait Grossin en 1969 :

La cadence, c'est la vitesse du mouvement, en tant qu'il est mesuré par la répétition des gestes ou des opérations dans une unité de temps donné. [...] Le rythme correspond à un agencement des cadences. Il se définit par la succession de cadences plus ou moins rapides, plus ou moins lentes, voire nulles, et éventuellement de temps de repos. La distribution des temps de travail à des cadences différentes et des temps morts compose un rythme (207-209).

- 5 Si ces concepts de cadence et de rythme ont pu être pertinents à l'organisation du travail industriel propre à la période fordiste, de sérieuses interrogations sont aujourd'hui posées dans la littérature sur le passage à une société dite de services⁴. Que les interactions se fassent entre un prestataire et un usager (client) ou entre deux prestataires (par exemple des professionnels de la santé qui échangent entre eux dans le cadre de leur travail, autour d'un patient) (Grosjean et Bonneville, 2006), force est de constater que la conception classique de la productivité pose un certain nombre de problèmes. Nous n'allons pas entrer ici dans les détails, mais plutôt insister sur les enjeux que cela soulève par rapport à la communication en tant que telle. Néanmoins, la question que l'on peut ici se poser est la suivante : quel est le rôle de la communication dans une organisation de type productiviste ?
- 6 D'abord, la communication, si l'on suit la très grande majorité des ouvrages de gestion qui sont enseignés dans les universités, a un rôle instrumental : elle doit participer à l'atteinte des objectifs et des buts d'une organisation. Elle est vue à travers les différents mécanismes d'échange ou de transmission de l'information. Dans le cadre du taylorisme, elle possède une fonction essentiellement de coordination. De manière verticale, ce sont les gestionnaires (les patrons) qui commandent les directives aux ouvriers (les exécutants). Ainsi, comme le souligne Boutet, la parole des ouvriers est considérée d'emblée comme contre-productive : « Dans le taylorisme, comme je l'ai rappelé, la parole des ouvriers est renvoyée au seul bavardage, non pertinent et inutile. Cette parole est non seulement dévalorisée, mais aussi réduite, du fait des contraintes

matérielles, à des formats particuliers » (2001 : 33). Dans le taylorisme, on va donc se préoccuper davantage des canaux de transmission de l'information et du message lui-même (durée, fréquence, direction, etc.). Ce sont les sources d'interférence (le « bruit ») qui va occuper toute l'attention des gestionnaires, puisque l'enjeu est de faire en sorte que les messages soient émis et reçus de manière efficace. Ainsi, comme le soulignent Bonneville *et al.* :

[...] l'action de communiquer s'explique, sous ce modèle, par les actions qu'exercent les unités les unes sur les autres, et ce, dans un ordre séquentiel. Mais surtout, ce processus est prévisible, contrôlable, déterminé. C'est là une des caractéristiques fondamentales de la théorie de l'information : comme la communication est un processus concret et palpable, il est possible de ce fait de le diriger, de le contrôler. Par exemple, le message en lui-même est porteur de contenu, porteur de sens, porteur de signification. Cette signification ne se construit pas, ne se modifie pas en fonction du contexte, pas plus qu'elle ne doit être « réinterprétée » puisqu'elle existe déjà ; il s'agit simplement de s'assurer de sa transmission, de son partage entre deux individus, et ce, avec un minimum d'interférence. Communiquer, dans ce contexte, n'est pas connoté avec la « mise en commun », dans le sens d'une compréhension mutuelle d'un message, mais bien avec la transmission pure et simple de ce message, d'un point A vers un point B (2007 : 171).

- 7 Dans cette logique, que l'on retrouve désormais au sein des entreprises privées du secteur tertiaire⁵,

[...] l'activité du langage y est pensée comme une perturbation possible de l'activité motrice de travail, un frein potentiel à la productivité. En rationalisant la production, en introduisant le chronomètre, ce mode d'organisation va générer de nouvelles conditions de travail, défavorables à l'exercice du langage sous quelque forme que ce soit (Boutet, 2008 : 68).

- 8 Cette logique, poussée à son paroxysme, a conduit certaines organisations au cours des années 1990 à mettre en place une « culture de l'urgence » elle-même fondée sur une « idéologie de l'urgence » (Aubert, 2004 ; Grosjean et Bonneville, 2006), où l'on fait la chasse au « temps morts », celui des dialogues, des conversations, qui tendent à être considérés *a priori* comme improductifs. On revient ainsi à des formes d'organisation tayloriste, ce pour quoi on parle parfois de néotaylorisme, voire de post-taylorisme ou encore de « téléaylorisme » (celui rendu possible par les technologies de l'information et de la communication – TIC). Ainsi, comme nous le rappelle Chanlat,

[...] le monde de la gestion est encore aujourd'hui trop souvent prisonnier d'une vision télégraphique de la communication, [...] [c'est-à-dire d'une] conception instrumentale, utilitaire et informationnelle de la communication, telle qu'elle s'exprime dans le bon vieux schéma émetteur-récepteur. Or, si certains aspects de la communication dans les organisations peuvent s'appréhender à travers la théorie de l'information, [...] il reste que leur modèle ne rend pas compte de la complexité et des fonctions du langage humain (2011 : 39).

- 9 Loin de nous l'idée de tomber dans le piège de la généralisation hâtive en affirmant que ce sont toutes les organisations contemporaines qui ont mis en place des formes classiques ou renouvelées du taylorisme où la communication est réduite à une fonction d'information (une conception « technocratique », pour reprendre Boutet [2010]). Mais un constat est fait : « cette conception technocratique est devenue dominante dans notre société » (Boutet, 2010 : 13). En effet, la tendance à vouloir organiser le travail, y compris dans les organisations de service, sous un mode productiviste (orienté vers la segmentation des tâches, la rapidité d'exécution, la rationalisation des activités, etc.) semble prendre de l'ampleur si l'on observe

attentivement la manière dont fonctionnent les organisations dans une société capitaliste comme la nôtre (où la productivité, la performance, l'augmentation de la cadence, etc., sont toujours au cœur même de la manière de voir l'organisation). Par ailleurs, il ne s'agit pas ici de faire une critique acerbe du productivisme en tant que tel (ou de la performance), mais plutôt d'orienter la discussion vers le constat d'une incompatibilité entre une certaine logique productiviste et une autre logique qui consisterait à voir autrement le mode de fonctionnement de certaines organisations comme celles que nous analyserons un peu plus loin sous l'angle des espaces de discussion. Car pour nous, « la transmission d'informations n'est qu'une des fonctionnalités que permet le langage humain, même si nos sociétés modernes tendent à la penser unique et fondamentale » (Boutet, 2010 : 16).

Le productivisme dans les organisations de service comme obstacle éventuel à une communication organisante

- 10 Lors d'un colloque consacré aux pratiques et aux usages organisationnels des TIC qui s'est tenu en 2006 à Rennes (France)⁶, nous affirmions qu'il était central, voire urgent de reconsidérer la communication en organisation au-delà du paradigme de l'informativité⁷, dans le cadre de l'informatisation des organisations de service (notamment). Car, dans le passage à cette société dite de services, c'est précisément le savoir et l'information qui deviennent fondamentaux. Il y a ainsi dans cette dynamique une « intensification des activités symboliques et des interactions sociales impliquées par les processus productifs » (Perret, 1995 : 37-38), ce que plusieurs ont pu considérer comme le propre d'une économie désormais « immatérielle ». Or, comme le soulignait déjà Goldfinger en 1994,

[...] la mesure de l'impact économique des activités immatérielles reste entachée d'une grande imprécision, qui ne permet pas de déterminer leur contribution à la performance économique et perpétue la controverse sur leur utilité. Les problèmes de mesure se posent tant au niveau macro-économique (emploi, productivité, investissement) que micro-économique, notamment dans la comptabilité des entreprises. Ils découlent d'une part de difficultés de saisie des prix et de la valeur ajoutée des activités immatérielles, et, d'autre part, des conventions de mesure existantes, qui ignorent largement les immatériels (115-116).

- 11 Ces « immatériels » sont au cœur des pratiques de travail dans le secteur tertiaire, pratiques qui font donc intervenir du « savoir », de la négociation de sens, des expériences et du raisonnement partagé, du jugement, etc. En d'autres termes, le travail se caractérise ici par la capacité qu'ont les acteurs de mettre à contribution des jugements critiques, de partager des expériences communes et singulières, d'échanger des significations, d'élaborer des savoirs, etc. Dans ce contexte, comme le montre Boutet,

[...] les différentes organisations du travail [...] vont découvrir que les salariés [...] ont d'ores et déjà ou peuvent mettre en œuvre des pratiques langagières qui ne se réduisent pas à des communications fonctionnelles en relation étroite avec l'effectuation des tâches : résoudre des problèmes, réparer des pannes ou des incidents, trouver de nouvelles solutions à plusieurs sont autant d'activités qui mettent en jeu une fonction cognitive du langage ; plaisanter, rire, bavarder aux pauses mettent en œuvre sa fonction sociale (2008 : 68).

- 12 Ainsi,

[...] d'une conception organisationnelle du langage au travail comme contre-productif, tout juste toléré aux pauses, inutile pour la réalisation de l'activité prescrite, on passe dans le post-fordisme à une reconnaissance et une mise en exploitation économique des pratiques langagières des salariés (Boutet, 2008 : 68).

- 13 Le travail ethnographique de Julian Orr (1996) auprès des techniciens de maintenance de Xerox a marqué les travaux sur la production de savoirs en contexte organisationnel. En effet, Orr montre que devant des pannes complexes de leur machine, les techniciens n'ont pas recours à des formes codifiées de savoirs (contenus notamment dans des manuels techniques ou des procédures : à travers leurs interactions quotidiennes lors de moments de pause, de repas, ils résolvent des problèmes complexes par la narration d'incidents techniques ; ils inventent des solutions collectivement ; ils apprennent les uns des autres. Dans le même ordre d'idées, on peut aussi faire référence au travail des médecins ou des professeurs dont la qualité de la pratique repose très souvent sur les échanges informels entre collègues, dans des temps et des espaces qui sont parfois déterminés (les réunions) et parfois pas. Or, ces temps et ces espaces ne doivent pas être considérés comme improductifs, mais plutôt comme une occasion pour les acteurs en cause de négocier le sens de leurs actions. Boden, en parlant des réunions, nous dit que ces lieux sont précisément l'occasion pour les acteurs de s'organiser :

Meetings are where organizations come together. They may be preceded, arranged, complemented, augmented and cancelled by other forms of organizational communication such as telephone calls, memoranda and reports, but meetings remain the essential mechanism through which organizations create and maintain the practical activity of organizing (1994 : 81).

- 14 Par ailleurs, il faut insister sur le fait que les interactions, les discussions et les débats entre collègues de travail participent à l'émergence d'une certaine « culture professionnelle » qui donne un sens aux tâches quotidiennes des travailleurs eux-mêmes. Dans son article consacré entre autres aux discussions informelles en groupes de travail, Lorient (2009) nous rappelle d'ailleurs les travaux de certains sociologues interactionnistes (Hughes, 1997 ; Strauss, 1992) qui ont pu montrer que cette « culture professionnelle » n'est pas d'emblée inscrite dans la tête des travailleurs lors d'une quelconque formation (*training*), mais résulte plutôt « d'attitudes sans cesse réactivées ou transformées au cours des confrontations entre collègues, avec les usagers, les autres groupes professionnels, etc. » (24).
- 15 Les discussions entre collègues, dans ce contexte, seraient donc tout à fait primordiales. Elles remettent au cœur de l'organisation la question de la parole, qui, rappelons-le à la suite de Petitot (2005), « n'est pas la communication, n'est pas une distribution d'informations, mais un acte, un acte qui engage » (163). Cette parole, réprimée au temps du taylorisme classique, puisque considérée comme un obstacle à la productivité (Boutet, 2008), ne peut aujourd'hui se réduire à sa dimension informationnelle. La parole est, bien au contraire, un processus qui témoigne de la richesse des interactions entre les acteurs qui doivent donner un sens à leur travail. Dans les organisations de service, les travailleurs ne sont pas que des exécutants passifs : ils doivent, suivant la finalité même de leur travail, réfléchir, mettre à contribution leurs connaissances, raisonner, être créatifs, etc. Ils ont donc besoin de parler, ce qui est plus complexe que d'uniquement échanger de l'information factuelle. On doit ainsi aller au-delà du discours classique sur la productivité qui consiste à voir dans ce besoin de parler un frein à l'efficacité. Or, parler ne serait pas uniquement lié à une nécessité au travail en

tant que tel, mais plus largement un besoin fondamental de l'être humain : la parole libre et permet à l'individu de partager les multiples significations qu'il accorde aux différentes choses qui l'entourent. Ainsi, même lors de situations formelles et extrêmement paramétrées, on va retrouver des « bricolages » quotidiens mis en place par les travailleurs. Ce qui tend à montrer qu'inversement, le suivi strict de la « règle » aliène l'individu. Les bricolages sont repérables à chaque instant et témoignent du fait que « le quotidien s'invente avec mille manières de braconner », pour reprendre la célèbre formule de Michel de Certeau dans *L'invention du quotidien* (1990). Ces manières de braconner sont autant de stratégies pour les acteurs de donner et redonner du sens à leurs différentes tâches, et plus largement à leur travail. Pensons au travail des chirurgiens en salle d'opération. Bercot et De Coninck (2006) ont bien montré que ceux-ci mettent régulièrement en place des logiques de réappropriation du sens même de leur travail, qui finissent par devenir constitutives des manières de concevoir le travail même. Selon Pène *et al.*, (2001) ces « bricolages », formes de contournement des règles établies et enchâssées dans une organisation du travail qui se veut hautement rationnelle, ne doivent pas être vus comme nuisibles, contre-productifs (même si parfois ils peuvent apparaître ainsi aux non-initiés), mais bien comme le résultat d'un processus de coconstruction de sens qui fait partie intégrante du travail en tant que tel. Ils ont bien montré que le travail ne repose pas uniquement sur certains mécanismes de coordination qui seraient notamment liés à l'organisation même du travail (par exemple les tâches et les fonctions de chacun), mais surtout sur des pratiques langagières qui s'élaborent notamment sur la base de gestes particuliers, de savoir-faire mis en mots et en mouvements, de connaissances coconstruites et négociées, etc. Bref, le travail est, pour une large part, et c'est particulièrement le cas dans les organisations qui font partie du secteur tertiaire, une affaire de savoirs partagés, construits et négociés. En résumé, le travail dans les organisations de service a ceci de particulier qu'il prend forme, comme nous venons de l'évoquer, au moyen d'interactions, de discussions, de dialogues, de conversations qui contribuent à la création de sens, de savoirs chez les travailleurs, et qui ne peuvent pas se réduire à des impératifs de temps où ce serait l'efficacité de l'information transmise qui serait centrale. Les espaces et les lieux de parole contribuent à créer un « agir ensemble », un « travailler ensemble », où même les conversations dites « banales », pour reprendre Quidot (2011), trouvent un sens auprès du collectif. Comme l'explique Zarifian (1996), cet « agir ensemble » consiste à « construire et développer un espace d'intersubjectivité, de compréhension réciproque ; [...] [à] établir des accords solides sur la nature des problèmes à traiter et des savoirs à développer, sur le sens donné aux actions »(16).

La « communication » n'est pas réductible à des impératifs productifs : deux études dans deux organisations de service différentes

Présentation des organisations étudiées

- 16 Deux organisations font ici l'objet de nos observations : la première est un centre de santé au sein duquel se mettent en place des espaces de discussion (de « temps de réunion » sur le modèle des groupes de parole) et la seconde est une firme d'experts-

conseils au sein de laquelle nous avons observé des réunions afin de saisir la production de savoirs et le partage d'expertise au sein d'un collectif de travail.

- 17 Décrivons tout d'abord la première étude. Au cours de l'année 2009, nous nous sommes intéressés au travail quotidien chez les professionnels de la santé (infirmières, aides-infirmières et préposées aux soins) dans un centre d'hébergement et de soins de longue durée (CHSLD) sur la Rive-Nord de Montréal. Le centre où nous avons pu recueillir plusieurs témoignages (32 entrevues semi-directives ont été réalisées) a été fondé dans les années 1950. Les soignants qui y travaillent sont appelés à intervenir auprès de patients qui sont en perte ou en manque d'autonomie, par conséquent, la plupart du temps, auprès de patients âgés. Comme dans tous les centres hospitaliers, peu importe leur vocation, le travail se fait en équipe. Les soignants sont ainsi appelés à travailler ensemble quotidiennement, à établir leurs tâches, leurs stratégies, la nature de leurs interventions, etc. Ils sont aussi appelés, par conséquent, à partager leurs préoccupations, leurs différentes façons de voir les choses, à se faire quotidiennement des suivis concernant leurs tâches, etc. Bref, les soignants sont appelés à se coordonner sur le terrain en tout temps, donc à « négocier », pourrait-on dire, le sens de leurs actions.
- 18 La seconde étude concerne une firme d'experts-conseils en environnement. Cette organisation offre à ses clients une prestation intellectuelle, une expertise et les savoirs produits au quotidien sont la « matière première » de l'activité de conseil (D'Armagnac, 2004). Pour étudier la production de savoirs dans cette organisation, nous avons mené une recherche de type ethnographique de septembre 2008 à septembre 2009. Le recours à l'ethnographie fait partie de la démarche analytique permettant de sélectionner les activités à observer et à enregistrer et de se familiariser avec le milieu organisationnel dans lequel on évolue (Ybema *et al.*, 2009). Nous avons porté une attention particulière aux différents espaces d'interaction que sont les réunions de travail, car elles sont à la fois des lieux de socialisation, de création de savoirs et des lieux soutenant l'instauration et le maintien de « façons de faire », d'« habiletés » particulières. Nous avons réalisé des observations en situation, des entretiens libres ou partiellement dirigés, relevé et analysé des documents, et pris part (en qualité d'observateur non participant) à des réunions (de planification, de projet, de formation, etc.). Dans le cadre de cette recherche, nous avons donc abordé les réunions de travail comme des espaces où les savoirs, les routines, les expériences, les usages et les expertises peuvent se créer, circuler, se reconstruire, soutenir la résolution de problèmes, définir de nouvelles pistes de travail, etc. Afin de préciser les caractéristiques des réunions de travail, nous nous basons sur la proposition de Boden (1994) distinguant les réunions planifiées (*scheduled meetings*) et les microréunions (*micro-meetings*)⁸. Nous avons effectué l'enregistrement audio ou vidéo de ces réunions et procédé ensuite à une analyse des interactions⁹ qui s'y étaient accomplies ; cela nous a permis de décrire et de comprendre les processus mis en œuvre par les membres de l'organisation afin de construire et de partager des savoirs.

Les temps et les espaces de parole : des lieux de création de sens

- 19 D'abord, soulignons que les deux organisations étudiées sont différentes dans la nature même de leur organisation du travail et, par conséquent, dans leur finalité. Dans la première étude, on a affaire à un centre de soins dont la mission première est d'offrir

des services de soins à des patients en perte ou en manque d'autonomie. Les travailleurs rencontrés sont des professionnels de la santé (essentiellement du personnel infirmier, comme mentionné plus haut). Dans la deuxième étude, il est question d'une entreprise privée qui offre une expertise (en hydrogéologie, en évaluation environnementale) à ses clients (entreprises privées, municipalités, organisations gouvernementales, etc.). Ces deux études, bien que fondamentalement différentes, sont pourtant l'occasion pour nous d'effectuer un certain nombre d'observations qui mettent en perspective le caractère organisant des « temps de réunion ». Nous avons dit plus haut que les espaces et les temps de réunion ne peuvent être systématiquement soumis au joug du productivisme, qui conduit les gestionnaires à rationaliser les temps de parole, puisque ces espaces et ces temps sont plutôt l'occasion pour les travailleurs — et c'est là la thèse que nous défendons — de se redonner un minimum de pouvoir, de coconstruire des savoirs et de négocier le sens même de leur travail au quotidien.

- 20 Dans la première organisation observée, on a le témoignage de travailleurs qui expliquent comment ils en sont venus à s'organiser ensemble sur le terrain pour se donner un espace et un temps de parole. Il faut savoir que le travail infirmier est extrêmement difficile et se caractérise par un haut degré de « pénibilité » dû aux aléas du quotidien. Le centre de santé où nous avons recueilli nos témoignages, dans un premier temps, a ceci de particulier que les professionnels qui y travaillent de jour en sont venus, au fil du temps, à s'organiser entre eux pour se donner un espace et un temps qui n'est ni celui de la pause ni celui du lunch. En effet, ces professionnels ont redécouvert le rôle, pourrait-on dire, de la « vie verbale au travail », pour reprendre l'expression de Boutet (2008). Cet espace de parole, ce « lieu de la parole », dure environ 15 minutes, généralement un peu avant 13 h, et ce, tous les jours de la semaine. Comme l'explique cette infirmière, il s'agit de se donner un point de rencontre où la parole, comme moyen et comme fin, occupe un rôle fondamental :

Quand on travaille de jour, on a systématiquement un 15 minutes en mi-journée, vers 12 h 45. À ce moment-là les 2/3 de la journée sont passés. [...] On fait vraiment le point tous ensemble. Tout le monde va s'asseoir, et à ce moment-là on échange sur certaines choses dont on voudrait discuter. Si quelque chose ne va pas, on va trouver une solution ensemble. On va se poser des questions, s'interroger à savoir si tout va bien. On s'encourage. On fait cela systématiquement, que ça aille bien ou pas. C'est 15 minutes. [...] On se défoule à discuter. C'est le moment. Je vais me servir de la culture d'entraide parce que c'est le seul moment. On appelle cela des cultures d'entraide, ces petits 15 minutes par jour. Si nous n'avons pas le temps d'écrire nos informations, on va les passer de façon verbale à même la culture d'entraide puisque c'est le seul moment où tout le monde est réuni. Autrement tout le monde est dispersé. [...] C'est vraiment le point de rencontre auquel tout le monde va s'arrêter et puis prendre le temps de dire n'importe quel message sur n'importe quoi. [...] Tout le monde se rend compte qu'on est capable d'échanger de part et d'autre. [...] Il n'y a pas de hiérarchie là-dedans. Si tu as quelque chose à dire tu le dis, un point c'est tout. Et cela que tu sois un chef d'unité, un consultant, une infirmière, etc. Si tu as quelque chose à dire tu le dis, point à la ligne. On est assis ensemble et on en discute tout de suite (Informateur n° 1).

- 21 On voit dans cet extrait comment s'organisent les professionnels pour, justement, discuter, *pratiquer la parole*. Comment nommer et concevoir cette dynamique ? Nous avons eu l'occasion, dans une conférence prononcée lors du congrès de l'Association francophone pour le savoir (ACFAS) en 2011, de considérer ce « lieu de la parole », voire ce lieu où l'on fait l'éloge de la parole, sous l'angle d'un groupe de parole. Bien que

difficile à définir compte tenu des nombreux secteurs d'activité dans lesquels on le retrouve (Aymard, 2002), le groupe de parole est d'abord et avant tout un moment où le dialogue et la conversation sont au premier rang des raisons pour lesquelles les individus s'y retrouvent. Certains y voient un enjeu éventuellement thérapeutique, tandis que d'autres ont tendance à voir le groupe de parole comme une activité stratégique d'échange. Dans le secteur de la santé, Fablet explique que l'on a « tendance à amalgamer supervisions, groupes d'analyse de la pratique, groupes de parole, régulations institutionnelles et collectives » (2004 : 105). Pour Leboul, un groupe de parole est « un lieu de formation propre à favoriser l'apprentissage de l'écoute et de la prise de parole de chacun des membres de l'équipe » (2004 : 3). Mais c'est aussi plus que cela. En effet, comme le souligne Ruszniewski en ce qui concerne le secteur de la santé, « le groupe de parole n'offre qu'une chose : un espace dont le soignant peut disposer. Il ne promet rien d'autre, mais, grâce à son leader, il garantit cette possibilité d'une parole du sujet. La parole d'un sujet qui découvre du sens dans l'expression de soi et dans l'écoute de l'autre » (2007 : 149). Ainsi, comme le souligne Blondeau (en référence lui aussi au secteur hospitalier) :

[Un] groupe-parole [serait] toute réunion qui n'a pas pour objet la résolution des tâches de l'organisation [...], une réunion sans la nécessité d'avoir [un ordre du jour], en présence d'un tiers sans dépendance hiérarchique et n'appartenant pas au(x) collectif(s) de travail dont dépendent ses membres ; et une réunion où toute la palette de la pensée y serait admise (2004 : 40).

- 22 C'est la parole en elle-même et pour elle-même, et le temps s'avère ainsi fondamental pour permettre à cette dernière de se déployer autrement que dans des structures prédéterminées, ainsi que nous le souligne ce chef de service :

Pour moi le message qui est lancé par l'organisation c'est que les échanges [la communication] sont prioritaires. On privilégie tellement les échanges. D'emblée, on se donne à tous les jours un moment où l'on se dit qu'on arrête et qu'on se rencontre. La machine va vite. Si nous n'avions pas un moment pareil [« culture d'entraide »] on s'apercevrait que nous n'aurions pas toujours le temps pour discuter ensemble, alors que là c'est dans notre culture et notre façon de faire (Informateur n° 2).

- 23 On voit, dans cet extrait, que le temps joue un rôle central dans cette pratique organisationnelle qu'est le groupe de parole. On comprend qu'il s'agit ainsi de « désencastrier » la parole du flot quotidien des activités de travail, que l'on considère aller rapidement (« La machine va vite »). Comme le sous-entend ce professionnel, au cours de cette activité, tous les participants agissent suivant une certaine symétrie dans leurs interactions, c'est-à-dire que la parole est homogène et que l'on ne semble pas tenir compte du statut de celui qui parle :

N'importe qui, qui a quelque chose à communiquer, que ce soit n'importe quoi, peut le faire dans notre « culture d'entraide ». (Informateur n° 1).

- 24 Ainsi, dans un tel groupe, il n'y a pas nécessairement d'objectifs prédéterminés, même si les professionnels rencontrés évoquent à quelques reprises le fait qu'on puisse y trouver un espace de résolution de problèmes (quels qu'ils soient). Comme l'explique Ruszniewski (2007), le groupe de parole « reconnaît les points de vue. Il n'essaie pas de les modifier, il tente plutôt de les faire résonner » (35). Et qui plus est, cette parole, bien qu'elle soit utilisée pour résoudre certains problèmes clés relatifs au travail quotidien, est aussi l'occasion pour les professionnels de se raconter des histoires, de « s'évader » en quelque sorte, ainsi que ce professionnel nous l'explique :

Je trouve cela fantastique [culture d'entraide]. Ce n'est pas tous les professionnels qui ont cela dans leur organisation. C'est une des choses que j'apprécie ici. [...] Des fois on ne parle même plus des résidents. On a 15 minutes en gang et on rit, on a du plaisir. Ça peut arriver. Ça peut arriver. [...] C'est sûr qu'il y a toujours une partie qui va faire en sorte qu'on parlera des résidents, pour savoir ce qui s'est passé. Mais on va rire, on va se raconter des histoires. [...] Si vous avez des choses à dire à votre consœur ou quoi que ce soit qui ne fait pas votre affaire, il y a la culture d'entraide. (Informateur n° 3).

- 25 Comme le souligne de nouveau Ruszniewski,

[...] cette parole, en apparence anodine, change tout dans le partage qu'elle autorise. Elle entrouvre les solitudes. Elle réinscrit le soignant dans une histoire ouverte : son histoire, faite de fatigues et de souffrances ; une histoire qui ne se verrouille pas sur elle-même. Le soignant se vit alors comme un sujet qui, avec le groupe de parole, découvre qu'il travaille à l'ouverture et à l'invention de sa vie (2007 : 149).

- 26 Qui plus est, le soignant découvre aussi qu'il appartient à un collectif de travail qui partage une manière commune de voir le monde, sans que celle-ci lui soit nécessairement imposée. Toute souffrance éventuelle gagne ainsi à être « partagée », pour reprendre l'expression de Bogalska-Martin (2007). Ainsi,

[...] les histoires cohérentes donnent un sens aux situations dans lesquelles l'humain se trouve (Fischer, 1987). De ce point de vue, la « réalité » du groupe se construit à travers et dans les relations que les membres ont avec les autres, en particulier au moyen du langage, mais aussi par des rituels et des pratiques habituelles (Garfinkel, 1967). Le groupe se construit, en continu, une compréhension partagée de lui-même et de son environnement (Roschelle et Teasley, 1995) (Mongeau et St-Charles, 2011 : 264).

- 27 Mongeau et St-Charles ajoutent que « cette construction passe par une interprétation et le cadre de cette interprétation est lui-même construit dans l'interaction avec les autres (Mead, 1934) » (2011 : 264). Ainsi donc, les discussions qui ont lieu dans le cadre du groupe de parole dont nous parlons ici à travers le témoignage des professionnels de la santé font beaucoup plus que de permettre la transmission ou le partage d'information. Ces discussions sont une occasion privilégiée de création collective de sens et montrent qu'au-delà des propos échangés, il se passe quelque chose de plus qu'un simple échange de mots (« on va rire, on va se raconter des histoires »). C'est sans doute pour cette raison qu'il se crée, suivant les propos de ce même professionnel dont nous venons de rapporter le témoignage un peu plus haut, un « sentiment d'équipe » :

Il peut arriver certaines fois, je ne vous dis pas tout le temps, mais certaines journées où il n'y a pas d'histoires [de faits reliés au travail] à raconter concernant les résidents. Il arrive donc que pendant le 15 minutes on se mette à rire en gang tout en ayant du plaisir. Des fois on va s'organiser pour aller dîner ensemble. Ça crée un sentiment d'équipe. [...] L'équipe, c'est ce qu'il y a de mieux (Informateur n° 3).

- 28 Or, ce « sentiment » pourrait sans doute être interprété comme le résultat d'une « convergence symbolique » au sens de Bormann *et al.* (2001). Comme le précisent Cragan *et al.* (2009), cette théorie « *explains that meanings, emotions, values, and the motives for action are in the words and language that are co-created by people trying to make sense out of a common experience* » (51-52). Les histoires racontées entre les membres du groupe de parole ainsi que les rires qui ponctuent les rencontres sont sans doute l'occasion de renforcer ce « sentiment d'équipe » auquel on fait référence. Bien évidemment, une observation plus fine des interactions, par exemple au moyen de la technique de

l'observation non participante, pourrait certainement nous en apprendre davantage sur ce qui s'y passe. Néanmoins, un constat peut être fait : les entrevues que nous avons réalisées montrent que le groupe de parole représente un vecteur important de cohésion entre les travailleurs en milieu de travail. C'est ce qu'on peut comprendre du témoignage de ce professionnel :

On se dit ce qu'on doit se dire. Des fois il y a de la chicane, et des fois ça va bien. Comme là, aujourd'hui, nous avons une réunion de famille. [...] C'est là qu'on éclaire les choses. [...] On essaie d'avoir un milieu d'entente favorable, et qu'il n'y ait pas de chicanes. On se dit les vraies affaires, pas dans le dos des gens (Informateur n° 4).

- 29 Cet extrait d'entretien vient réaffirmer le fait que la parole est en quelque sorte libératrice, dans le sens où c'est précisément grâce à elle que le collectif réussit à surmonter certains problèmes qui, autrement, seraient plus difficiles à régler. On évoque le fait que les « vraies affaires » sont dites, ce qui renvoie à l'idée d'un dialogue qui se veut constructif et sans censure aucune (le contraire étant considéré comme une parole critique à l'insu de chacun [« dans le dos des gens »] et qui est vue comme péjorative). On peut penser que cette idée d'une parole constructive, créatrice de sens, est aussi à l'origine de ce « sentiment d'équipe » dont nous venons de parler un peu plus haut. Un « sentiment d'équipe » qui se manifeste par une prise de conscience d'un « nous collectif », soit celui du collectif de travail dont il est ici question. Comme le souligne Ruzsniowski, le soignant a « besoin de cet échange de reconnaissances pour mieux vivre [son] travail » (2007 : 40). Ainsi, Leboul montre que les groupes de parole ont ceci de particulier qu'ils amènent les participants à « être dans le respect mutuel et à reconnaître la subjectivité des uns et des autres » (2004 : 4). Dans les extraits qui suivent, les professionnels prononcent tour à tour le mot *gang*, sous-entendant ainsi que le groupe de parole permet le renforcement de la solidarité entre les membres et la prise de conscience que chacun fait partie de l'équipe (ce que nous avons évoqué plus haut avec l'idée du « sentiment d'équipe ») :

À 12 h 50 à peu près, on arrête tout, tout. À moins qu'il y ait une urgence (auquel cas on va y répondre). Sinon on arrête tout tout. Toute la gang, on s'en va au poste [pour le groupe de parole] (Informateur n° 4)

Toute la gang on est là, les préposées, après les pauses et les dîners (Informateur n° 5).

Souvent avec une gang de filles, mais... [spécifiant l'idée d'une camaraderie entre les professionnelles] (Informateur n° 6).

[Le groupe de parole se fait] avec la gang avec qui tu as travaillé (Informateur n° 7).

- 30 Ces extraits indiquent que la parole contribue à souder les liens entre les professionnels et les professionnelles rencontrés. Loin de nous l'idée cependant de tomber dans le piège du déterminisme, puisque ce n'est probablement pas le groupe de parole à lui seul qui contribue à renforcer ce sentiment d'équipe, de cohésion entre les membres, mais un constat peut être fait : du groupe de parole émerge du sens qui contribue à solidifier les relations qu'entretiennent les professionnels et les professionnelles entre eux.
- 31 Bref, alors que dans l'étude à laquelle nous venons de faire référence, nous avons souligné l'importance des groupes de parole dans la coconstruction de sens entre travailleurs, la seconde étude va, quant à elle, mettre l'accent sur les processus interactionnels s'accomplissant lors de réunions, processus participant à la construction collective de sens, à la création de savoirs et au maintien de règles. Pour

ce faire, nous prendrons comme exemple les pratiques liées à la sécurité en contexte organisationnel¹⁰.

Les réunions de travail : lieux de création de sens et de savoirs

- 32 Prenons le temps d'une rapide mise en contexte afin de bien comprendre le cadre dans lequel s'inscrivent les analyses que nous allons présenter par la suite. Pour toute entreprise canadienne ou québécoise, la Loi sur la santé et la sécurité du travail précise les obligations de l'employeur. Par exemple, l'employeur doit protéger la santé et assurer la sécurité des travailleurs en mettant sur pied un programme de prévention. L'employeur doit aussi offrir une information adéquate sur les risques liés au travail et assurer la formation des employés afin qu'ils aient les connaissances requises pour effectuer un travail de façon sécuritaire. Ainsi, comme toute entreprise canadienne, la firme d'experts-conseils est soumise à ces exigences et doit offrir des formations et mettre en place des actions de prévention destinées aux employés. Au cours de notre présence dans cette firme, nous avons pu constater que la sécurité au travail était un sujet de discussion important et nous avons ainsi souhaité mieux comprendre comment des savoirs et des règles liés à la sécurité sont produits et partagés au sein de cette organisation.
- 33 La sécurité et les comportements qui y sont associés constituent dans cette organisation une partie intégrante des savoirs professionnels à construire. Les employés doivent donc adopter des comportements sécuritaires et respecter des consignes de sécurité. Ces consignes sont officialisées dans des documents et des procédures, sont rappelées lors de formations offertes à tous les nouveaux employés, etc. Mais il existe aussi de nombreux espaces de dialogue (par courrier électronique, lors de réunions de projets, de rencontres informelles) où des problèmes liés à la sécurité au travail sont abordés. Ce sont ces espaces que nous avons investis afin de suivre, de décrire et d'analyser les conversations, les discours liés à la sécurité. Afin d'illustrer notre propos, nous allons analyser deux interactions¹¹ qui ont lieu dans deux espaces différents : la première a lieu lors d'une microréunion qui réunit une consultante en hydrogéologie et une stagiaire (extrait n° 1) et la seconde se déroule lors d'une réunion de planification de projet, donc une réunion plus formalisée et structurée (extrait n° 2). Nous souhaitons montrer par ces deux exemples en quoi les réunions sont des espaces interactionnels contribuant à l'élaboration de sens et à la production de savoirs.
- 34 Le premier moment d'interaction que nous analyserons (extrait n° 1) se déroule lors d'une microréunion visant à préparer une stagiaire à aller faire de l'échantillonnage de sol sur le terrain. Cette rencontre se déroule à l'heure du midi. Précisons que la consultante a devant elle un écran d'ordinateur sur lequel figure un document PowerPoint qui va lui servir de support. Nous allons voir, dans ce court extrait, comment des savoirs liés à la sécurité vont être coconstruits au cours de cette interaction.
- 35 **Extrait n° 1 – 6 min 35 s : Introduction aux conduites sécuritaires sur le terrain**
 C1 : Le bordereau de terrain euh :: [la consultante est face à son écran d'ordinateur] ouais c'est quelque chose de particulier pour euh :: pour pour l'employé j'dirais là :: pour le chargé de projet. Le chargé de projet doit faire un un plan de travail [regard de la stagiaire tourné vers l'écran - gestes de la consultante mimant un carré] ce qu'on appelle le bordereau de terrain pour dire :: /

S2 : /c'est quoi qu'y faut faire

C3 : Qu'est-ce qu'il faut faire. Euh réviser ce bordereau-là avec le chargé de projet. Quand on va faire les excavations surtout, quand on va faire l'échantillonnage de l'eau souterraine ça s'applique pas, mais les excavations faut toujours faire les demandes de localisation des services souterrains publics [la consultante tourne son regard vers la stagiaire]

S4 : Hum hum

C5 : Pour pas qu'il y arrive des accidents comme y arrive encore malheureusement dernièrement [regard de la consultante en direction de l'écran d'ordinateur] Puis privé ben c'est le le représentant du du terrain qui doit nous fournir ça euh : : (.) Y a des formulaires de santé-sécurité à à obtenir pour faire euh remplir là-bas sur le terrain. Y a des listes de de vérifications matérielles qu'on a [gestes d'accompagnement de la consultante] pour pour s'assurer là vraiment qu'on a tout là. J'en reviens toujours à mon pilote qui lui, il a beau savoir là [sourire], il fait toujours sa sa euh il passe toujours à travers sa liste de de vérifications là [geste de la consultante de haut en bas de la main]. Euh : : vérification d'équipements (.) euh faut s'assurer que c'est propre qu'il est calibré que les batteries sont fonctionnelles [regarde la stagiaire] avant de partir parce que : :/

S6 : / [inaudible]

[...]

- 36 Lors des tours de parole (C1 à C5), la consultante (C) précise certaines notions (par exemple, celle de « bordereau de terrain ») et introduit un élément concernant la santé et la sécurité au travail : la localisation de conduites souterraines lors d'excavations sur des terrains publics. Nous allons regarder ceci de plus près afin de bien comprendre les éléments d'information introduits par la consultante à ce moment précis de l'interaction.
- 37 Tout d'abord, la consultante commente les renseignements qui apparaissent sur l'écran de son ordinateur (sur lequel est affiché le document PowerPoint intitulé *Échantillonnage environnemental*). Il s'agit des actions de planification à réaliser au bureau pour préparer les interventions sur le terrain. Très rapidement, dans sa lecture du document à l'écran, la consultante (C) évoque le bordereau de terrain. Le « ouais » de « ouais c'est quelque chose de particulier » (C1) est un marqueur qui annonce que C s'engage dans un énoncé subordonné, dont la fonction est d'explicitier la notion. C et S produisent d'ailleurs un échange (C1-S2-C3) qui leur permet, *a priori*, de s'entendre sur ce qu'est un bordereau de terrain. On peut donc déjà affirmer que le document présent à l'écran d'ordinateur ne représente pas la connaissance, mais qu'il en est un support et que les éléments qui y apparaissent doivent être inscrits dans un discours, un récit, une interaction pour prendre du sens.
- 38 Ensuite, en C3-C5, la consultante précise à la stagiaire que lors d'excavations sur des terrains publics (des municipalités, par exemple), il est impératif de savoir précisément où sont localisées les conduites d'eau, de gaz, etc., et cela, pour éviter tout accident. Notons à ce propos que la consultante fait référence à un accident qui a eu lieu dans la semaine et qui a marqué toutes les mémoires (« pour pas qu'il y arrive des accidents comme y arrive encore malheureusement dernièrement », C5). La consultante ne fait pas ici le récit explicite de l'évènement auquel elle fait allusion, car cela est certainement inutile dans le contexte de l'interaction avec la stagiaire, celle-ci ayant eu connaissance de l'évènement lors de discussions informelles précédentes. En faisant référence à cet accident mortel, la consultante souligne les conséquences possiblement dramatiques que peut avoir un non-respect du principe qu'elle a énoncé (*faire les demandes de localisation des services souterrains publics*). Nous avons donc là la mise en

place d'une recommandation, une comparaison avec d'autres situations n'impliquant pas cette recommandation, et sa justification par l'évocation d'un danger. Ces éléments langagiers sont complétés par des éléments prosodiques (accentuation de la deuxième syllabe de *surtout* (C3)) et posturaux (*C se tourne vers S*). Ainsi, l'importance du bordereau de terrain n'est pas seulement notifiée, comme cela pourrait apparaître éventuellement sur le document PowerPoint, elle est mise en récit et dramatisée (l'évocation des accidents possibles est prépondérante ici), contribuant alors à l'émergence d'un savoir relatif à un principe fondamental à respecter avant tout forage sur le terrain, à savoir localiser systématiquement les services souterrains publics (canalisations de gaz et autres).

- 39 Nous avons ici un exemple de « savoirs » qui sont produits en situation. La consultante est la personne qui impulse l'action, qui pose le contrat, qui permet à la stagiaire de construire des savoirs qui lui seront utiles lorsqu'elle sera sur le terrain (c'est-à-dire dans un avenir très proche) et qui, par une évocation particulière (la narration évoquée de l'accident), pose aussi les sanctions qui s'ensuivront du suivi ou non des préconisations. On voit ainsi que le fait de parler, de mettre en mots, sert à rendre intelligible pour soi et les autres des savoirs (Boutet et Gardin, 2001 : 103). Les microréunions sont donc des situations coopératives qui rendent possible ce travail de coconstruction de savoirs.
- 40 Regardons maintenant de plus près un autre espace de dialogue que sont les réunions planifiées, donc des réunions plus formalisées, structurées, avec un ordre du jour précis. Régulièrement (au moins une fois par mois), les consultants se réunissent pour une réunion dite de planification. Ces réunions ont pour but de permettre à chacun de faire état de ses déplacements sur le terrain, de mentionner l'avancée des projets en cours (rédaction de rapports, d'offres de service et autres) et de signaler des besoins particuliers (aide d'un collègue, matériel, etc.). En fin de réunion, un temps est consacré à la santé et à la sécurité au travail. D'ailleurs, au cours d'une entrevue avec la directrice du bureau, celle-ci nous apprend qu'elle a décidé de faire une place aux sujets liés à la sécurité au travail lors de ces réunions. Voici ce qu'elle nous dit afin de justifier ce choix :
- On a essayé d'implanter un système pour sensibiliser les employés, mais les informations ne circulent pas assez. Fait que mettons que pendant l'automne c'est le temps de la chasse pis nous on doit travailler fait qu'on va dire à la réunion bon portez votre brassière de sécurité. Des choses comme ça.
- 41 C'est un consultant spécialiste en hydrogéologie (C2) qui a la charge d'animer ces temps de discussion sur la santé et la sécurité, de répondre aux questions de ses collègues et de s'assurer auprès d'eux que les règles et les procédures mises en place au sein de l'organisation sont respectées. Dans l'extrait n° 2 qui suit, la directrice (D1) fait état d'un événement qui va servir de prétexte au rappel d'une règle : la rédaction de rapports d'incident lors de la conduite d'un projet. En effet, les consultants (C) doivent rapporter tout incident qui survient dans un projet (problème avec un client, bris de matériel, etc.) et le déposer dans le dossier concernant le projet afin qu'il puisse être consulté en cas de besoin.
- 42 Dans l'extrait n° 2¹², D1 fait état d'un incident où un camion loué par la firme pour un projet a été endommagé à la suite d'un petit accrochage. Le but de l'histoire est de rappeler aux consultants que tout incident qui a lieu au cours de la réalisation d'un projet doit être systématiquement noté et rapporté, même ceux qui peuvent apparaître

comme insignifiants et sans conséquences. Nous allons voir que D1, par son intervention et le récit d'une histoire, vise à rappeler une règle fondamentale : il faut noter par écrit tous les problèmes survenus dans le cadre d'un projet. Ce qui est important dans cet extrait, c'est de voir comment, au travers de la mise en mots d'un événement et de ses implications, on n'informe pas uniquement sur la règle à respecter (qui d'ailleurs ne semble pas appliquée régulièrement, probablement car elle est sujette à interprétations multiples), mais on amorce aussi un dialogue nécessaire au maintien et à la reproduction de la règle (Strauss, 1992).

43 **Extrait n° 2 : Maintien et reproduction d'une règle lors d'une réunion de planification**

C2.1 : Au niveau santé-sécurité si vous avez des :: si vous vous avez des choses à nous dire euh :: c'est c'est un dialogue euh :: dans tous les sens

D1.2 : Moi je euh :: (1 s) l'acci l'accident de Sophie euh :: le dernier accident. Moi y me semble que je ne l'ai pas vu.

C2.3 : Dans la liste des euh :: (3 s)

A1.4 : Y'en a-tu eu plusieurs ? [sourire]

D1.5 : Ben euh :: (.) le dernier j'parle là :: (.) Ben oui. Tu sais [rire]

A1.6 : [Inaudible]

C2.7 : Ça c'est le camion. C'était-tu le camion cet automne ?/

A1.8 : /On en a-tu manqué un ?

D1.9 : Non c'est c'est sur le euh :: chez elle une dame là qui a euh :: qui a qui déménageait pis qui a abîmé le camion qu'elle avait loué. Le camion y était stationné pis la dame a :: elle a reculé euh :: un véhicule pis ::

A1.10 : C'est pas d'sa faute

D1.11 : Non c'est pas de sa faute, mais faut rapporter tout incident quand même là

C2.12 : Moi j'ai/

A1.13 : /Surtout si c'est un véhicule loué

D1.14 : Pis euh :: bon le véhicule a été rapporté à :: la compagnie c'était Louauto j'imagine. Elle avait loué à à à VILLE cette fois-là. Et euh :: moi j'ai appelé euh :: Michel était pas là à ce moment-là. Moi j'ai appelé le gars tout ça pis j'ai appelé la dame pis le gars de Louauto m'a dit ben euh :: fais juste me donner le nom de euh :: de pis on va s'arranger. Louauto s'arrange avec la compagnie d'assurance de la dame qui a frappé le le camion. Mais y reste que normalement dans une situation comme cela on devrait remplir un euh ::

A1.15 : Un rapport d'incident

D1.16 : Un rapport d'incident. J'avais lancé la question à Michel euh :: pis je je c'est ça

C2.17 : Ben c'est au chargé de projet. C'est relié à quoi ce véhicule-là

D1.18 : Euh ::

C3.19 : C'est à X [nom de projet]

C2.20 : X

C3.21 : Ouais

C2.22 : Donc ça c'est du Michel

C3.23 : Oui

C2.24 : Ça va me faire plaisir d'en parler avec le chargé de projet

D1.25 : [rire] Merci C2

- 44 En C2.1, le consultant responsable de la santé et de la sécurité informe ses collègues qu'un temps de parole est prévu lors des réunions de planification afin que soient échangés tous les renseignements concernant la sécurité au travail. Il tend à mettre l'accent sur le fait que cet espace de dialogue leur appartient : « si vous vous avez des choses à nous dire euh :: c'est c'est un dialogue euh :: dans tous les sens ». Cependant, on peut d'emblée noter la distinction qui est faite ici entre « vous » (les autres consultants) et « nous » (la directrice et lui-même). Cette répartition des voix est

intéressante, car elle crée ici discursivement une forme d'asymétrie qu'il tente de minimiser dans la suite de son message : « c'est un dialogue euh : : : dans tous les sens ». Cette forme d'asymétrie positionne néanmoins C2 dans un rôle d'autorité ; même si ce moment de la réunion se veut un temps de discussion libre autour de la sécurité, il reste marqué par des différences quant à la distribution du pouvoir et de l'autorité. D'ailleurs, comme le soulignent Holmes et Stubbe : « *meetings provide many opportunities for the expression of institutional power and authority relationship* » (2003 : 56). Mais nous allons voir que malgré ces rapports d'autorité marqués, l'espace de discussion qui s'ouvre lors de cette réunion contribue à renforcer une certaine réflexion sur la pratique. Les consultants profitent de cet espace de parole pour reconstruire collectivement l'histoire de cet incident et ses implications en matière de règles à respecter. Cette reconstruction collective engage l'ensemble des participants et permet à chacun de se rendre compte progressivement que même un incident qu'ils peuvent considérer comme banal (individuellement) se révèle important pour l'organisation. Ainsi, cette discussion permet aux membres de l'organisation de se situer par rapport aux attentes de leur entreprise en matière de santé et de sécurité au travail. Regardons cela plus en détail.

- 45 Très rapidement, c'est la directrice du bureau qui prend la parole (D1.2) afin de préciser qu'elle n'a pas vu le rapport d'incident concernant Sophie : « Moi y me semble que je ne l'ai pas vu. » S'ouvre alors un échange (C2.3-D1.9) visant à spécifier à quel accident fait référence la directrice. Commence ensuite (D1.9) le récit de l'accident par la directrice. Il est intéressant de voir comment D1 construit au fil des interactions un récit polyphonique impliquant plusieurs actants (le camion loué, un véhicule, la compagnie Louauto, etc.) et mêlant diverses voix (l'employé de Louauto, la dame en cause dans l'accident, etc.). Vincent (2006) fait l'hypothèse que la polyphonie pourrait être un choix lié aux buts du locuteur (convaincre, déstabiliser, informer, etc.). Considéré sous cet angle, le recours à la polyphonie (dans le cas de D1) pourrait être envisagé comme « un outil de persuasion ou de séduction qui sert à construire la scénographie de l'interaction en cours et la cohérence de propos élaborés au regard d'expériences ou de connaissances acquises par ailleurs » (Vincent, 2006 : 1). Nous allons voir comment le fait de relater cette histoire d'accident permet d'une part à la directrice de faire valoir son point de vue (il faut systématiquement rédiger un rapport d'incident même dans ce cas) et d'autre part de rappeler la règle. En effet, D1, au cours de ses énonciations successives, fournit une interprétation de l'accident et de ses conséquences. Elle souligne implicitement un comportement fautif et énonce directement la règle à suivre afin de respecter les consignes émises par l'entreprise. Les énoncés produits par D1 se rapportent à d'autres discours — antérieurs et à venir — qui fondent le caractère profondément dialogique de son intervention. En effet, celle-ci est doublement orientée : elle est à la fois une reformulation des mots, des propos d'autres individus (ayant été tenus dans un autre lieu et à un autre moment) et elle anticipe sur les actions à entreprendre à l'avenir. On peut voir aussi que c'est à travers la narration de l'histoire de l'accident de Sophie qu'est convoquée la règle que les consultants sont censés connaître et appliquer. D a ainsi recours à une histoire pour légitimer sa mise en mots de la règle à respecter et à appliquer dans une telle situation. On voit aussi comment les autres locuteurs (notamment A1) participent à l'énonciation de la règle *faire un rapport d'incident*. On est même en présence d'une énonciation conjointe qui souligne la collaboration discursive entre D et A. Et, comme l'écrit Denis (2007), il s'agit ici de « faire un travail d'explicitation orale, collective », car le « ce qu'il faut faire » ne

va pas de soi. Ce moment de la réunion n'est pas uniquement l'occasion de partager, d'échanger de l'information sur la santé et la sécurité au travail, mais « le lieu d'un travail interprétatif commun » (Denis, 2007).

Deux études soulignant les propriétés organisantes de la communication

- 46 Dans la première étude, on constate que les espaces de discussion sont fondamentaux puisqu'ils sont l'occasion, pour les professionnels de la santé, de créer collectivement du sens en échangeant sur toutes sortes de sujets, y compris sur des choses qui n'ont, à la limite, rien à voir avec leur travail. Pour reprendre Ruzniewski, on peut se demander à première vue pourquoi des professionnels de la santé
- [...] devraient-ils arrêter leur travail pour s'asseoir autour d'une table et discuter ? Pourquoi perdre son temps en « parlotes » alors que les malades attendent ? Pourquoi aménager un moment particulier pour parler, en groupe, alors qu'on travaille ensemble toute la journée ? [...] L'information circule déjà. [...] Pourquoi une réunion supplémentaire et de quoi parler dans ce groupe ? [...] La machine-hôpital fonctionne. La mécanique de l'ensemble est déjà assez complexe ; pourquoi lui rajouter une pièce un peu bizarre qui ne s'emboîte pas bien avec les autres ? (1997 : XV)
- 47 Les témoignages que nous avons recueillis montrent qu'au-delà de cette réaction qu'on peut penser « spontanée » dans plusieurs environnements de travail où l'on valorise beaucoup la productivité, il importe de (re)considérer la prise de parole dans sa propriété organisante, puisque la parole peut représenter, au-delà des structures parfois lourdes et contraignantes qui pèsent sur le quotidien des travailleurs, le vecteur à partir duquel ceux-ci partagent et imaginent le sens même de leur travail (en fonction de la finalité qu'ils lui accordent).
- 48 À travers la deuxième étude, nous voulions surtout insister sur le fait qu'en investissant divers espaces de dialogue, il est possible de saisir les significations et les savoirs produits au cours d'activités quotidiennes et ainsi de souligner le potentiel créateur des réunions de travail. Souvent, les organisations produisent des documents à visée normative afin de faire respecter les protocoles de sécurité. La gestion de la sécurité au travail se fait sous la forme de documents envoyés aux employés, de campagnes d'affichage, de rappels lors de sessions de formation, etc., donc sous la forme de règles, d'incitations, de sanctions afin d'éliminer le risque par le contrôle. Or, les interactions observées et analysées dans l'organisation que nous avons présentée en deuxième lieu tendent à souligner que des discours multiples liés à la sécurité circulent et que ces discours ne sont pas le seul fait des gestionnaires (comme l'illustre notamment l'extrait n° 1). Par ailleurs, les interactions captées sont aussi l'expression d'un dialogue entre l'activité réelle et les règles à respecter. Un dialogue qui contribue à faire émerger du sens et à permettre l'interprétation collective de règles de sécurité. Par conséquent, certains éléments soutiennent la production et la mobilisation de savoirs et de règles liés à la sécurité dans cette organisation, par exemple la création d'espaces de dialogue au sein desquels on donne sens à des pratiques, on analyse des erreurs, on interprète des procédures et des règles. En effet, les savoirs et les règles liés à la sécurité doivent être remis en contexte, « traduits » pour être mobilisables.

- 49 En résumé, les espaces de discussion que sont ces interactions parfois organisées, planifiées ou au contraire éphémères et locales permettent aux membres de l'organisation d'agir collectivement et de « faire sens » de leurs actions. Ces espaces de discussion ont des effets structurants qu'il ne faut pas négliger, ceux-ci pouvant s'incarner dans des conventions, des normes implicites, des savoirs, etc.

Conclusion

- 50 Dans cet article, nous avons voulu montrer que les méthodes classiques de gestion qui tendent à prévaloir dans les organisations (autant dans les entreprises privées que dans les organisations publiques) soulèvent plusieurs enjeux du point de vue de leur pertinence dans le contexte de l'économie des services. La valorisation de l'urgence et de la vitesse et l'injonction à la rapidité et à la réactivité, notamment, qui sont à la base de l'instrumentalisation à outrance des communications (technologies aidant), conduisent à concevoir les temps de parole comme faisant obstacle à la productivité du travail. Or, bien au contraire, nous avons souhaité montrer, à l'aide de deux études dans deux organisations différentes, que le temps de parole (considéré sous l'angle des réunions) est tout à fait fondamental, puisqu'il rend optimal le processus de coconstruction de sens entre les acteurs qui ont besoin de se coordonner, de s'organiser. Comme le rappelle Boutet, « les anthropologues, les ethnologues, les sociolinguistes ont d'ores et déjà montré dans leurs travaux combien une conception strictement informationnelle de la communication est restrictive, incomplète et ne permet pas de rendre compte de la grande diversité des usages et des techniques verbales observés dans les sociétés humaines » (2010 : 14-15). Pour paraphraser Wolton, « informer n'est pas communiquer » (2009). Ainsi, nous avons montré que dans les espaces et les lieux d'échange que sont notamment les réunions, il se crée un agir ensemble qui ne peut être remplacé (subsumé) par une organisation du travail qui favoriserait plutôt l'échange mécanique d'information entre les acteurs.
- 51 Bref, quels sont les enseignements à tirer de la problématique sur laquelle nous avons voulu insister et des organisations que nous avons observées ? D'abord, on peut dire que les échanges entre collègues dans le cadre de réunions remettent à l'avant-scène l'importance du dialogue (une forme de dialogue) en tant que tel. Comme l'indique Boutet,
- le genre du dialogue entre pairs voit son statut basculer : cette parole qui était assimilée à du bavardage et réduite à une fonction ludique dans le taylorisme, on en « découvre » la valeur et la fonction cognitive au travers d'activités comme la délibération, l'argumentation, le débat au sein des groupes [...] » (2005 : 19).
- 52 Mais malgré cela, la communication est encore bien souvent abordée comme une simple transmission d'information plutôt que comme un véritable espace d'intercompréhension. Alors, comme nous avons essayé de le montrer avec les deux cas, une partie des enjeux communicationnels des organisations réside dans la création d'espaces d'intercompréhension comme les réunions. En effet, les espaces de réunion projettent — d'une certaine manière — l'individu dans l'action et « les interactions deviennent un lieu d'expérimentation par lequel l'acteur trouvera des éléments créateurs de sens » (Autissier et Wacheux, 2006 : 21).

BIBLIOGRAPHIE

- AUBERT, Nicole (2004), *La société hypermoderne : ruptures et contradictions*, Paris, L'Harmattan.
- AUBERT, Nicole (2010), *L'individu hypermoderne*, Ramonville Saint-Agne, Éditions Érès, Coll. « Sociologie clinique ».
- AUTISSIER, David et Frédéric WACHEUX (2006), *Manager par le sens. Les clés de l'implication au travail*, Paris, Eyrolles-Éditions d'Organisation.
- AYMARD, Alain (2002), « Groupes » dans Jacqueline BARRUS-MICHEL *et al.*, *Vocabulaire de psychosociologie*, Ramonville Saint-Agne, Éditions Érès, p. 134-149.
- BERCOT, Régine et Frédéric DE CONINCK (2005), *L'univers des services*, Paris, L'Harmattan.
- BERCOT, Régine et Frédéric DE CONINCK (2006), *Les réseaux de santé, une nouvelle médecine ?*, Paris, L'Harmattan.
- BLONDEAU, Serge (2004), « Du groupe et de la parole à l'hôpital », *Connexions*, 2(82), p. 19-48.
- BODEN, Deirdre (1994), *The Business of Talk : Organizations in Action*, London, Cambridge, Polity Press.
- BOGALSKA-MARTIN, Ewa (2007), « La souffrance comme expérience partagée », *Socio-anthropologie*, N° 21, [En ligne] <http://socio-anthropologie.revues.org/index1113.html> (Page consultée le 31 août 2011).
- BONNEVILLE, Luc *et al.* (2007), « Où va la communication organisationnelle ? De la nécessité de comprendre le lien entre communication et organisation dans une perspective d'analyse Nord-américaine », *Studies in Communication Sciences – Studi di scienze della comunicazione*, 7(1), Università della Svizzera italiana, Facoltà di Scienze della Comunicazione, Lugano, Switzerland, p. 159-188.
- BORMANN, G. Ernest *et al.* (2001), « Three decades of developing, grounding, and using symbolic convergence theory, (SCT) », *Communication Yearbook* 25, p. 271-313.
- BORZEIX, Anni et Béatrice FRAENKEL (2001), *Langage et travail. Communication, cognition, action*, Paris, CNRS Éditions.
- BOUILLOUD, Jean-Philippe et Bernard LÉCUYER (1994), *L'invention de la gestion*, Paris, L'Harmattan.
- BOUTET, Josiane (2001), « La part langagière du travail : bilan et évolution », *Langage et Société*, N° 98, p. 17-42.
- BOUTET, Josiane (2005), « Genres de discours et activités de travail » dans L. FILLIETTAZ et J. P. BRONCKART (dir.), *L'analyse des actions et des discours en situation de travail. Concepts, méthodes et applications*, Louvain-la-Neuve, Peeters, p. 19-35.
- BOUTET, Josiane (2008), *La vie verbale au travail. Des manufactures aux centres d'appel*, Toulouse, Octarès.
- BOUTET, Josiane (2010), *Le pouvoir des mots*, Paris, La Dispute/Snédit.
- BOUTET, Josiane et Bernard GARDIN (2001), « Une linguistique du travail » dans Anni BORZEIX et Béatrice FRAENKEL (dir.), *Langage et travail. Communication, cognition, action*, Paris, CNRS Éditions, p. 89-111.

- BRASSAC, Christian (2004), « Action située et distribuée et analyse du discours : quelques interrogations », *Cahiers de linguistique française*, N° 26, p. 251-268.
- BRASSAC, Christian *et al.* (2008), « Interweaving objects, gestures, and talk in context », *Mind, Culture and Activity : An International Journal*, 15(3), p. 208-233.
- CHANLAT, Jean-François (2011), « Les études critiques en management : un rappel historique » dans *Communications-organisations et pensées critiques : actes du colloque international organisé par les laboratoires Geriico (Groupe d'études et de recherche interdisciplinaire en information et communication, Université Lille 3), Prefics (Plurilinguismes, représentations, expressions francophones – information, communication, sociolinguistique, Université Rennes 2) et Lille Économie & Management (CNRS, Université Lille 1) (5 et 6 juillet)*, Lille.
- CHANLAT, Jean-François (dir.) (1990/2007). *L'individu dans l'organisation : les dimensions oubliées*, Québec, Presses de l'Université Laval.
- CRAGAN, John F. *et al.* (2009), *Communication in Small Groups : Theory, Process, Skills*, Boston, Wadsworth Cengage Learning.
- DANSEREAU, Suzanne (2010), « Productivité : le Québec doit passer à la vitesse supérieure », *Les Affaires*, [En ligne] <http://www.lesaffaires.com/bourse/nouvelles-economiques/productivite-le-quebec-doit-passer-a-la-vitesse-superieure/518791> (Page consultée le 5 mai 2011)
- D'ARMAGNAC, Sophie (2004), *Organisations éphémères et appropriation des connaissances : la mémoire exercée dans les activités-projet*. Thèse de doctorat, Toulouse, Université des Sciences Sociales de Toulouse I.
- DEBRAY, Régis (2001), *Les relations entre transmettre et communiquer : conférence (novembre 2000, Palais du Pharo), Marseille*, Université de la Méditerranée.
- DREW, Paul et John HERITAGE (1992), *Talk at Work : Interaction in Institutional Setting*, Cambridge, Cambridge University Press.
- DE CERTEAU, Michel (1990), *L'invention du quotidien*, Paris, Gallimard.
- DE GAULEJAC, Vincent (2005), *La société malade de la gestion. Idéologie gestionnaire, pouvoir managérial et harcèlement social*, Paris, Seuil.
- DELAUNEY, Jean-Claude et Jean GADREY (1987), *Les enjeux de la société de service*, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques.
- DENIS, Jérôme (2007), « La prescription ordinaire – Circulation et énonciation des règles au travail », *Sociologie du travail*, 49(4), p. 496-513.
- ECALLE, François (1989), *L'économie des services*, Paris, Presses Universitaires de France.
- FABLET, Dominique (2004), Les groupes d'analyse des pratiques professionnelles : une visée avant tout formative, *Connexions*, 2(82), p. 105-117.
- FISHER, Walter R. (1987), *Human communication as narration : Toward a philosophy of reason, value, and action*, Columbia, University of South Carolina Press.
- GADREY, Jean (1992), *L'économie des services*, Paris, Éditions La Découverte.
- GADREY, Jean (1996), *Services : la productivité en question*, Paris, Desclée de Brouwer.
- GADREY, Jean (2001), *Nouvelle économie. Nouveau mythe ? suivi de Que reste-t-il de la nouvelle économie ?*, Paris, Flammarion.
- GARFINKEL, Harrold (1967), *Studies in Ethnomethodology*, Englewoods Cliffs, Prentice Hall.

- GIROUX, Nicole et Christiane DEMERS (1998), « Communication organisationnelle et stratégie », *Management International*, 2(2), p. 17-32.
- GOLDFINGER, Charles (1994), *L'utile et le futile. L'économie de l'immatériel*, Paris, Éditions Odile Jacob.
- GROSJEAN, Sylvie et Luc BONNEVILLE (2006), « TIC, organisation et communication : entre informativité et communicabilité » dans *Pratiques et usages organisationnels des sciences et des technologies de l'information et de la communication : actes du congrès*, Rennes, p. 131-134.
- GROSJEAN, Sylvie et al. (2010), « La polyphonie organisationnelle au service de la sécurité au travail ? » *Actes du 17^e congrès de la Société française des sciences de l'information et de la communication (SFSIC)* (23 au 26 juin 2010), Dijon.
- GROSSIN, William (1969), *Le travail et le temps : horaires, durées, rythmes : une enquête dans la construction mécanique et électrique de la région parisienne*, Paris, Anthropos.
- HOLMES, Janet et Maria STUBBE (2003), *Power and Politeness in the Workplace. A Sociolinguistic Analysis of Talk at Work*, London, Pearson Education Limited.
- HUGUES, Everett C. (1997), *Le regard sociologique. Essais choisis*, Paris, Éditions de l'EHESS.
- IEDEMA, Rick (2007), « On the Multi-modality, Materiality and Contingency of Organizational Discourse », *Organization Studies*, 28(6), p. 931-946.
- INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC (2011), *Industries productrices de services, indicateurs choisis et variation annuelle, selon l'année de référence la plus récente*, Québec, Québec, ISQ.
- LACROIX, Jean-Guy (1998), « Sociologie et transition millénariste : entre l'irraison totalitaire du capitalisme et la possibilité-nécessité de la conscientivité », *Cahiers de recherche sociologique*, N° 30, p. 79-152.
- LAVOIE, Jean-Pascal (2011), « La productivité, catalyseur pour l'avenir du Québec selon Desjardins », *Le Soleil*, [En ligne] <http://www.cyberpresse.ca/le-soleil/affaires/actualite-economique/201104/28/01-4394382-la-productivite-catalyseur-pour-lavenir-du-quebec-selon-desjardins.php> (Page consultée le 30 mai 2005)
- LE BEZVOËT, Erwan (2005), « Quelle place pour le sujet à l'hôpital pris par la logique managériale ? L'exemple des soins palliatifs », [En ligne] http://www.lahnon.org/SPIP-v1-7-1/article.php3?id_article=62 (Page consultée le 15 août 2007)
- LEBOUL, Danièle (2004), « Groupe de parole de soignants en milieu hospitalier : la souffrance, cause commune ? », *Congrès La santé mentale face aux mutations sociales*, 12-14 octobre 2004, Atelier n° 4 « Le monde du travail » [En ligne], URL : <http://www.ch-le-vinatier.com/orspere/fichiers/seminaires/33-%20LEBOUL%20Dani%C3%A8le%20-%20OK.doc>
- LORIOU, Marc (2009), « Discussions informelles au sein du groupe de travail et construction du stress. Le cas des infirmières hospitalières et des policiers de sécurité urbaine », *Communication & Organisation*, N° 36, p. 20-31.
- MEAD, George Herbert (1934), *Mind, self and society from the standpoint of a social behaviourist*, Chicago, University of Chicago Press.
- MONGEAU, Pierre et Johanne ST-CHARLES (2011), « Les approches communicationnelles des groupes dans les organisations » dans Sylvie GROSJEAN et Luc BONNEVILLE (dir.), *La communication organisationnelle. Approches, processus et enjeux*, Montréal, Chenelière Éducation, p. 253-279.
- ORR, Julian E. (1996), *Talking about Machines : An Ethnography of a Modern Job*, Ithaca, Cornell University Press.

- PÈNE, Sophie et al. (dir.) (2001), *Le langage dans les organisations. Une nouvelle donne*, Paris, L'Harmattan.
- PERRET, Bernard (1995), « L'industrialisation des services » dans Gérard BLANC (dir.), *Le travail au XXI^e siècle : mutations de l'économie et de la société à l'ère des autoroutes de l'information*, Paris, Dunod, p. 37-38.
- PETITOT, Françoise (2005), « La parole en groupe de formation » dans Denise BASS et Henri De CAEVEL, *Au fil de la parole, des groupes pour dire*, Toulouse, Éditions Érès, (Coll. « Les recherches du Grape »), p. 161-164.
- QUIDOT, Sylvain (2011), *La conversation banale. Représentations d'une sociabilité quotidienne*, Paris, L'Harmattan, (Coll. « Espaces Discursifs »).
- ROSCHELLE, Jeremy et Stephanie D. TEASLEY (1995), « The Construction of shared knowledge in collaborative problem solving » dans Claire O'MALLEY (dir.), *Computer supported collaborative learning*, Berlin, Springer-Verlag, p. 66-100.
- RUSZNIEWSKI, M. (2007), *Le groupe de parole à l'hôpital*, Paris, Dunod.
- STRAUSS, Anselm (1992), *La trame de la négociation. Sociologie qualitative et interactionnisme*, Paris, L'Harmattan.
- VINCENT, Diane (2006), « Polyphonie et interaction » dans Laurent PERRIN (dir.), « Dialogisme/ Diaphonie », *Recherches linguistiques*, N° 28, p. 127-142.
- WOLTON, Dominique (2009), *Informer n'est pas communiquer*, Paris, CNRS.
- YBEMA, Sierk. et al. (2009), *Organizational Ethnography. Studying the complexities of Everyday Life*, London, Sage Publications.
- ZARIFIAN, Philippe (1996), *Travail et communication*, Paris, Presses Universitaires de France.

NOTES

1. De manière générale, la productivité du travail représente le rapport entre la quantité de biens ou de services produits dans un temps donné (éventuellement le temps le plus court possible) et la quantité de ressources mises à disposition pour y arriver (le personnel, le temps, les outils nécessaires, etc.).
2. Cette exacerbation du productivisme trouve son origine dans la concurrence féroce que se livrent les entreprises entre elles. De Gaulejac nous rappelle que les entreprises sont en guerre (*business is war* !). « Dans ce monde, aucun autre choix n'est envisageable et tous les coups sont permis. [...] Dans ce contexte, la pression est continuelle pour améliorer la rentabilité » (2005 : 108).
3. Des 3,9 millions d'emplois répertoriés en 2010 au Québec, 3,1 millions relevaient du secteur tertiaire (Institut de la statistique du Québec, 2011).
4. Voir, notamment, De Launey et Gadrey (1987) et Gadrey (1992, 1996 et 2001).
5. Pensons notamment à la manière dont le travail est organisé, rationnellement, dans les centres d'appel, suivant une logique de « productivité-débit » (Bercot et De Coninck, 2005 : 19).
6. Pratiques et usages organisationnels des sciences et des technologies de l'information et de la communication, colloque international en sciences de l'information et de la communication, Rennes (France), 7, 8 et 9 septembre 2006, organisé par le Centre de recherches en sciences de l'information et de la communication (CERSIC) / ERELLIF EA 3207, <http://www.prefics.org/cersic/pdf/ActesColloqueCersicSept06.pdf>.

7. Ce paradigme repose sur une vision « monologique » et informative de la communication où celle-ci est d'abord et avant tout ramenée à l'idée d'une transmission d'un message qui serait porteur, en lui-même, d'un contenu (information ou donnée). La transmission est alors considérée comme l'acte de transporter une information dans le temps et dans l'espace (Debray, 2001). Il s'agit ainsi de voir la communication de manière acontextuelle, où l'information encodée et transmise est traitée suivant une seule signification possible (Giroux et Demers, 1998).

8. Les microréunions sont des séances de travail (regroupant deux personnes ou plus et pouvant durer de quelques minutes à une ou deux heures) pour clarifier un point sur un dossier, préparer une tâche, résoudre un problème. Elles sont plus orientées sur la tâche et ont un caractère informel, car elles ne sont pas programmées à l'avance. Les réunions planifiées sont des rencontres plus formelles suivant un ordre du jour très précis et qui s'inscrivent dans un rythme organisationnel (dans notre cas, une fois par mois, tous les lundis). Dans tous les cas, ces moments de rencontre, de discussion sont délimités dans le temps, un temps pendant lequel deux ou plusieurs personnes travaillent ensemble, échangent, négocient leur point de vue, s'informent, etc.

9. Précisons que les analyses détaillées d'épisodes d'interaction reposent sur l'analyse conversationnelle d'orientation ethnométhodologique (Drew et Heritage, 1992) et sur la pragmatique interactionnelle (Brassac, 2004). Or, même si nos analyses portent sur l'organisation séquentielle d'un fragment de discussion, nous relevons aussi la dimension multimodale de son organisation (Iedema, 2007). Ainsi, l'analyse du déroulement de l'interaction n'est pas seulement basée sur les ressources linguistiques, mais mobilise aussi d'autres ressources telles que les postures corporelles, les gestes et les artefacts (Brassac *et al.*, 2008).

10. Les analyses exposées ici ont été présentées en partie lors du colloque de la Société française des sciences de l'information et de la communication (SFSIC) en juin 2010 (Grosjean *et al.*, 2010). Nous offrons ici une analyse plus détaillée de ce que nous avons présenté lors de ce colloque.

11. Nous adoptons les conventions de transcription suivantes : C = la consultante ; S = la stagiaire ; / = coupure de parole, symbole repris en début de discours de la personne ayant coupé la parole ; [texte] = introduction d'éléments contextuels ; :: = allongement vocalique de la syllabe ; « surtout » = effets prosodiques ; (.) = pause brève dans le discours (environ une seconde) ; (5) = pause de 5 secondes ; [...] = coupure dans la transcription du corpus.

12. C = consultants numérotés C1, C2, C3... ; D = directrice du bureau ; A = adjoint administratif.

RÉSUMÉS

Les auteurs montrent que dans certaines organisations de service les échanges, les temps de discussion voire la « flânerie » ne sont pas nécessairement des contraintes à la productivité. Ils s'appuient sur l'analyse de deux organisations différentes, en concentrant leur argumentation autour des espaces de discussion que sont les réunions. Leur objectif est de faire contrepoids aux conceptions prédominantes de la gestion qui réduisent souvent la communication à un instrument de transmission de l'information au service d'impératifs productifs.

The aim of this article is to counter the prevailing utilitarian notions of communication held by management where it is viewed essentially as an efficient "tool" for productively sharing information. The authors show that in some service organizations, interpersonal exchanges,

discussion sessions and "dawdling" are not counterproductive. They set their analysis by focusing on discussion "spaces" such as meetings within two different organizations.

Los autores del artículo afirman que en algunas organizaciones de servicio, los intercambios, el tiempo de conversación, incluso la "ociosidad" no son necesariamente restricciones a la productividad. Ellos se apoyan en el análisis de dos organizaciones, con vocaciones diferentes, enfocando sus argumentos en torno a los espacios de discusión que son las reuniones. Su objetivo es hacer contrapeso a las concepciones predominantes de la gestión que reducen a menudo la comunicación a un instrumento de transmisión de la información al servicio de los imperativos de la productividad.

INDEX

Palabras claves : discusión, intercambio, ociosidad, productividad, sentido

Keywords : dawdling, discussion, exchange, productivity, sensemaking

Mots-clés : discussion, échange, oisiveté, productivité, sens

AUTEURS

LUC BONNEVILLE

Luc Bonneville est professeur au Département de communication à l'Université d'Ottawa.
Courriel : luc.bonneville@uottawa.ca

SYLVIE GROSJEAN

Sylvie Grosjean est professeure au Département de communication à l'Université d'Ottawa.
Courriel : sylvie.grosjean@uottawa.ca

Comment les fans réagissent-ils lors du décès de la célébrité ?

Usages des communications et des médias sociaux dans le deuil de Michael Jackson

Marie-Pierre Fourquet-Courbet et Didier Courbet

- 1 Que nous soyons fans ou non de célébrités médiatiques, les relations qu'un grand nombre d'entre nous tissons avec elles sont très particulières. En effet, alors que nous ne la connaissons pas personnellement, nous nouons avec la célébrité médiatique des relations socio-affectives parfois très intenses, qui ne s'établissent en fait que dans un sens, dans la mesure où, la plupart du temps, elle ne nous a jamais vus. Pour désigner ce phénomène, Horton et Wohl (1956) ont parlé d'« interactions parasociales » (IPS). Cherchant à mieux comprendre les IPS, plusieurs études ont montré, par exemple, que la plupart des personnes conçoivent les expériences médiatiques souvent quasiment de la même manière que les expériences « réelles ». Même si elles savent que le monde montré par les médias est généralement très différent du monde de la vie réelle, elles jugent les gens du monde des médias (acteurs, sportifs, animateurs télé, chanteurs...) de la même manière que les personnes de leur entourage réel. Parfois, elles peuvent également avoir l'impression de partager une très grande intimité avec la célébrité médiatique et de bien la connaître. De manière unilatérale, de nombreux individus établissent avec les célébrités des relations identiques à celles qu'ils établissent dans leur vie « réelle » : la célébrité peut être un simple copain, un véritable ami, quelqu'un que l'on déteste... Si certaines personnes peuvent véritablement être amoureuses d'une célébrité (Stever, 2011), d'autres peuvent entretenir des relations « pathologiques » (Maltby et al., 2006), comme elles le feraient au cours d'interactions interpersonnelles réelles (p. ex. jalousie ou délaissement brutal parce qu'elles apprennent par la presse que la célébrité est tombée amoureuse)¹.
- 2 Les IPS avec la célébrité sont particulièrement intenses chez les fans. Dans la littérature, plusieurs éléments définissent le fan. Il est tout d'abord caractérisé par la grande admiration qu'il accorde à la vedette et par la grande quantité de temps et d'argent qu'il dépense pour assouvir sa passion (Le Guern, 2009). Trois dimensions caractérisent ensuite ses motivations et son implication dans la « fandomisation »,

entendue comme le fait d'être fan (Havitz et Dimanche, 1997). Premièrement, la forte attraction pour la célébrité et ce qu'elle fait (p. ex. le chanteur et sa musique), c'est-à-dire la forte importance perçue et le grand plaisir lié à l'activité (p. ex. écouter sa musique). Deuxièmement, le fait d'être fan participe à la construction de son identité, en lui donnant la possibilité de transmettre aux autres de l'information liée à son soi et d'accroître son estime de soi. Troisièmement, la forte centralité de l'activité de fandomisation : elle fournit un style de vie particulier, permet d'établir et de développer des relations sociales et de communiquer avec d'autres personnes, également passionnées. Internet et les médias sociaux² (p. ex. Facebook) intensifient la fandomisation et les IPS en fournissant de nombreux espaces spécialement consacrés à la célébrité et des lieux de communication entre fans. Parce que les dimensions psychosociales, principalement identitaires, et communicationnelles sont fondamentales dans la fandomisation, la présente recherche porte précisément sur ces aspects.

- 3 Cette recherche est sous-tendue par un présupposé selon lequel c'est au moment du décès des célébrités médiatiques que le chercheur peut mieux comprendre, d'une part, certaines de leurs fonctions psychologiques et sociales et, d'autre part, certaines caractéristiques des IPS chez les fans (Meyrowitz, 2002). Lorsque les IPS sont particulièrement intenses, le décès de la célébrité suscite d'importants niveaux de tristesse individuelle et sociale allant même jusqu'à provoquer des suicides chez les fans, alors qu'ils ne la connaissaient pas personnellement³. Pour les fans, l'expérience de deuil se vit et se gère à trois niveaux. Dans le premier niveau, intrapersonnel, les fans vivent leur deuil de manière individuelle en développant plus ou moins d'interactions avec les médias de masse. Dans le deuxième niveau, interpersonnel, les fans interagissent avec des personnes de leur entourage direct dans le cadre de communications interpersonnelles, médiatisées ou non. Dans le troisième niveau, social, les fans interagissent avec des personnes qu'ils ne connaissent pas directement, notamment d'autres fans, par l'intermédiaire des médias sociaux sur Internet. Comme la communication joue des rôles importants à chacun de ces trois niveaux, cette recherche part du principe que c'est en étudiant, premièrement, les processus de communication interpersonnelle, médiatisée ou non, s'opérant sur les médias sociaux et, deuxièmement, la signification que les fans donnent à leurs communications et à leurs interactions sociales que l'on peut mieux comprendre certains aspects psychosociaux des IPS et du phénomène de fandomisation. Parmi ces aspects psychosociaux, un nous semble particulièrement important : le rôle de la célébrité médiatique et de la fandomisation dans l'identité sociale des fans.
- 4 C'est à la fois *grâce à* et *dans* la communication que ces interactions opèrent et se forment, que le décès s'apprend et qu'une partie importante du deuil va se gérer. En retour, les communications interpersonnelles, les médias et les communications par les médias sociaux *structurent* et *modèlent* l'expérience et la gestion du deuil. Ainsi, étudier la communication interpersonnelle lors des premiers instants où les fans apprennent le décès de la célébrité et étudier leurs communications sur les médias sociaux devrait nous permettre de mieux connaître les IPS et certains aspects du phénomène de fandomisation. Cette recherche vise également à mieux connaître les fonctions et les usages des médias, des médias sociaux et de la communication interpersonnelle dans ce contexte, notamment par rapport à l'identité sociale des fans. Nous avons choisi de suivre ces objectifs de recherche au travers de l'étude du cas de Michael Jackson (MJ), en raison de la forte ampleur des réactions socio-médiatiques et socio-affectives

associées à son décès et de la forte intensité des IPS qu'un grand nombre de fans ont entretenues avec lui.

- 5 Après avoir indiqué quelques fondements théoriques, nous expliciterons les questions de recherche et exposerons la méthodologie de l'enquête qualitative. Nous présenterons et discuterons ensuite les résultats avant de préciser les limites et les nouvelles perspectives de recherche ouvertes.

Deuil d'une célébrité, communications et identité sociale des fans : contexte théorique et questions de recherche

Processus de deuil des fans et fonctions des communications

- 6 Le deuil, « dans son sens large, représente l'ensemble des réactions qui font suite [...] au décès d'une personne proche, aimée ou significative » (Zech, 2006 : 9). Le deuil est donc l'une des expériences humaines les plus difficiles à vivre. Si les recherches en psychologie du deuil permettent de mieux comprendre la douloureuse expérience humaine accompagnant le décès d'une personne chère dans notre entourage proche, peu de recherches ont porté sur le deuil des célébrités médiatiques chez les fans et les rôles des communications qu'ils mettent en œuvre dans un tel contexte. Avant de nous intéresser au deuil dans le contexte particulier des IPS, intéressons-nous aux réactions psychologiques suivant le décès d'une personne chère.
- 7 L'affliction (*grief*) qui accompagne la perte est composée de réponses psychologiques (affectives, cognitives et comportementales), physiques (physiologiques et somatiques) et sociales dont la nature, l'ampleur et l'évolution temporelle varient considérablement selon les personnes et les situations (Stroebe et al., 1995). Il n'est pas rare de voir le deuil conduire à de graves dépressions et même à des suicides. Le modèle du double processus d'ajustement à la perte (Stroebe et Schut, 1999) explique que l'endeuillé doit, premièrement, s'ajuster à la perte de la relation et du lien avec la personne décédée. Cela implique, d'une part, la gestion des émotions négatives et, d'autre part, la réalisation d'un travail de deuil consistant, sur le plan cognitif, à donner de la signification à la perte (Freud, 1915). Deuxièmement, en parallèle, l'endeuillé doit également gérer des changements indirects, dont certains représentent des « problèmes cognitifs de fond », causés par la perte. Si la personne était chère, l'endeuillé doit souvent modifier et restaurer des modèles psychologiques liés à sa propre identité, à la définition de son soi et à ses relations avec les autres. C'est le cas des fans. En effet, plusieurs recherches mentionnent l'importance de la fandomisation dans la construction de l'identité sociale du fan et de son soi⁴, mais aussi dans ses relations sociales et ses communications avec les autres.
- 8 Malgré une abondante littérature sur le deuil, on méconnaît l'expérience vécue par les fans lors du décès de la célébrité. Quelques rares études ont porté sur le deuil de célébrités, mais, à notre connaissance, aucune analyse ne s'est penchée sur les réactions des fans au moment du décès ou juste après. Par exemple, Segré (2007) s'est penché sur le culte voué par ses fans à Elvis Presley. Dans une approche socio-ethnologique, il a mené une enquête auprès des membres de clubs de fans du « King ». L'auteur s'est notamment intéressé à leurs pratiques et à leur rapport à leur idole, 20

ans après son décès. Kear et Steinberg (1999) ont étudié le deuil de la princesse Diana en l'appréhendant comme un phénomène politico-culturel. Ils ont notamment montré comment la perte, le deuil mais aussi le spectacle populaire ont (re)construit les identités culturelles et ont médiatisé une (re)formulation des sens communs et des relations sociales, en Angleterre.

- 9 Si le sens commun affirme qu'il faut exprimer ses émotions et beaucoup communiquer dans un contexte interpersonnel lors du deuil d'une personne chère, un des objectifs de la présente recherche est de mieux comprendre le rôle de la communication interpersonnelle dans le cas des IPS chez les fans. Aussi formule-t-on une première série de questions de recherche : quelles caractéristiques propres aux IPS et au phénomène de fandomisation permet de mettre en évidence l'analyse des communications interpersonnelles des fans, en face à face ou médiatisées, lors du décès de la célébrité médiatique ? Quelles sont les fonctions de la communication interpersonnelle dans le deuil de la célébrité ?
- 10 La grande majorité des fans ont appris la nouvelle du décès de MJ par un média. Les heures qui ont suivi le décès ont vu une explosion de la consommation médiatique avec des records concernant le nombre d'envois de SMS⁵ ou la fréquentation de sites d'information ou de médias sociaux. Avec qui et pourquoi les fans ont-ils eu besoin d'autant communiquer ? Que révèle le besoin de communiquer avec des personnes spécifiques ? Nous émettrons plus loin l'hypothèse selon laquelle l'attachement affectif du fan à la célébrité masque, en fait, un second type d'attachement que le fan a établi, à la suite d'expériences passées (p. ex. au cours de son adolescence), avec une ou des personnes chères de son entourage réel avec qui il cherche particulièrement à communiquer au moment de la mort de MJ. Nous montrerons que la célébrité médiatique serait alors un « médiateur socio-affectif » qui contribuerait à entretenir des liens affectifs forts entre le fan et cette personne chère.

L'identité sociale des fans et les usages des médias sociaux

- 11 De nombreux chercheurs ont mis en évidence le rôle de la fandomisation ou de la célébrité elle-même dans la construction du soi et de l'identité sociale des fans (Havitz et Dimanche, 1997). L'approche psychosociale est particulièrement intéressante dans la mesure où elle met en évidence un double processus de construction, à la fois individuelle et sociale, du soi et de l'identité sociale. La personne construit son identité sociale, par l'intermédiaire de multiples interactions et communications sociales, en intégrant des rôles sociaux et les valeurs du ou des groupes auxquels elle appartient ou se réfère (culture, classe sociale...). L'identité prend appui sur les identifications aux modèles et aux prototypes valorisés proposés par ces groupes sociaux. Elle résulte également de multiples stratégies par lesquelles la personne défend sa visibilité sociale, cherche à se valoriser socialement, à montrer son intégration au sein des groupes sociaux.
- 12 À partir de la théorie de l'identité sociale (Tajfel et Turner, 1986), Turner et al. (1987) se penchent sur les processus socio-cognitifs impliqués dans la formation de l'identité à partir d'une autocatégorisation. Ils distinguent deux types d'identité sociale. Le premier type renvoie aux catégorisations sociales du soi en tant qu'elles sont analogues à celles des autres membres de son groupe social. Ainsi, ce type d'identité est-il « la partie du concept de soi des individus qui provient de leurs connaissances de leur

appartenance à un groupe social, associé à la valeur et à la signification émotive de cette appartenance » (Tajfel, 1981 : 255). Thoits et Virshup (1997) parlent quant à eux d'identité collective ou « *we* » *identity*. Dans cet article, il sera question d'« identité groupale » pour évoquer ce premier type d'identité sociale. Le deuxième type d'identité sociale est plus personnel. Il concerne des catégories de soi définissant la personne en tant qu'individu unique et différent des autres au sein de son groupe social. Thoits et Virshup (1997) parlent de « *me* » *identity* ou identité individuelle. À l'instar de ces derniers auteurs, nous évoquerons une « identité individuelle ».

- 13 Pour la construction et la gestion de son identité, le sujet social est donc en permanence engagé dans de multiples processus de comparaison, d'autocatégorisation et d'identification sociales (Tajfel, 1972), dans lesquels les communications avec les membres des groupes sociaux jouent un rôle majeur. Giles et Maltby (2006) précisent que le processus d'identification du fan à la célébrité ne conduit toutefois pas à « abolir sa personnalité », mais lui permet d'avoir un rôle de plus, lié à son identité, qu'il peut mettre en avant dans certaines situations, pour se démarquer de son entourage direct ou pour s'affilier à un groupe de pairs (les autres fans). La visibilité et les représentations sociomédiatiques de la célébrité sont également des composantes dont les fans tiennent compte dans la construction et la gestion de leur identité (Lits, 2009). Le rôle de la fandomisation est d'autant plus important dans les identités des fans que la célébrité est fortement médiatisée et donc fortement visible socialement (Le Guern, 2009 ; Reid et al., 2004 ; Slater, 2007). Si l'on dispose de plusieurs recherches montrant comment le fan construit son identité sociale à partir de la célébrité médiatique (Le Bart, 2004), quelques rares recherches ont porté sur la manière dont les fans gèrent leur identité lorsque celle-ci décède. Par exemple, Johnson (1999) s'est intéressé à la façon dont le deuil de la princesse Diana, en tant que processus culturel et psychique, a interagi avec des thèmes politiques et sociaux contemporains. Il a notamment montré de grandes différences entre les pro-Diana et les anti-Diana, d'une part, dans les dynamiques de deuil et de refus du deuil et, d'autre part, dans la construction des identités politiques. Mais l'identité politique n'est pas l'identité sociale au sens où nous l'avons définie.
- 14 Selon nous, le décès de la célébrité médiatique devrait explicitement atteindre le soi et l'identité sociale des fans. Il est probable qu'ils mettent alors en œuvre des processus de réagencement identitaire.
- 15 Dans les jours et les semaines qui ont suivi le décès de MJ, les médias sociaux sur lesquels les internautes écrivaient et échangeaient à son propos ont vu leur fréquentation très fortement augmenter⁶. Or, des recherches récentes mettent en évidence le rôle des médias sociaux, notamment de Facebook, dans la construction de l'identité et du soi des personnes (Georges, 2009). Les médias sociaux sur Internet devraient donc être un lieu particulièrement pertinent pour illustrer ce qui se joue en matière d'identité sociale chez les fans. Aussi formule-t-on une deuxième série de questions de recherche. Quelles sont les fonctions des médias sociaux dans le processus de deuil ? On veut notamment savoir pourquoi les fans ont eu autant besoin de communiquer par l'intermédiaire des médias sociaux. Quels rôles ont eu ces communications médiatisées dans les processus identitaires des fans ? Il s'agit notamment de mieux comprendre les processus cognitifs et affectifs impliqués dans la « gestion » de l'identité chez les fans.

Une triangulation méthodologique

- 16 Dans une perspective herméneutique, nous avons utilisé trois méthodes, apportant des résultats complémentaires : l'entretien semi-directif, la méthode des récits de réception rétrospectifs et l'analyse de traces sur des médias sociaux. Vingt-neuf fans de MJ depuis plusieurs années ont été interrogés, soit 16 hommes et 13 femmes, d'un âge moyen de 25,8 ans (de 17 ans à 36 ans). Dans le développement socio-affectif des adolescents, des IPS intenses avec des vedettes sont fréquentes jusqu'à 16 ans environ. Cependant, si un grand nombre d'adolescents sont des fans, leur passion ne dure que peu de temps et disparaît à la fin de leur adolescence (Stever, 2011). Nous avons plutôt choisi d'interroger un échantillon de fans plus âgés dont la passion pour MJ, datant de plusieurs années et perdurant après leur adolescence, est donc plus « structurée ». Leurs profils sont diversifiés en ce qui concerne les critères socioprofessionnels et géographiques⁷. Les personnes ont été contactées par quatre moyens : les réseaux de fans de MJ sur Facebook, la présence à la diffusion du film *This is it* (sorti le 28 octobre 2010 en France), le réseau interpersonnel des enquêteurs et celui des fans eux-mêmes. L'enquête, en face à face, a eu lieu de 15 à 21 semaines après l'annonce du décès de MJ, le 25 juin 2009⁸. Ce délai a été choisi en fonction de deux contraintes. La littérature sur le deuil explique que les processus de réorganisation cognitive, affective et sociale, même s'ils sont très différents d'une personne à l'autre, ne se mettent en place qu'après, en général, « quelques mois » (trois à six mois) (Parkes, 1972). Le délai choisi ne pouvait cependant pas être plus allongé dans la mesure où les souvenirs des fans quant à leurs réactions et à leurs communications risquaient de s'estomper.
- 17 Les entretiens semi-directifs d'une durée moyenne d'un peu plus d'une heure (étendue : 30 minutes à une heure 30 minutes) étaient constitués de trois parties. La personne interviewée a d'abord été interrogée sur sa passion pour MJ et sa musique pour mieux connaître le contexte et l'histoire du fan. Grâce à un comportement empathique, l'intervieweur a analysé les éléments non verbaux tels que les silences, les regards, les mimiques faciales... Il a également essayé de comprendre les sentiments inexprimés et a garanti la validité de son interprétation en posant des questions sur ces sentiments (Moustakas, 1994). Ensuite, nous avons voulu étudier les réactions des fans et la façon dont les différents types d'ajustement à la perte interviennent dans le processus de deuil, dès les premières secondes et jusqu'à cinq mois après l'annonce de la mort de MJ. Pour connaître les réactions dans les premiers instants de la réception de la nouvelle du décès, nous avons utilisé la méthode des récits de réception rétrospectifs (RRR ; Fourquet-Courbet, 2009). Les événements sociomédiatiques surprenants et fortement émotionnants sont inscrits dans la mémoire épisodique des individus sous forme de souvenir flash (Wright et Gaskell, 1995). Ce type de souvenirs est très détaillé, imagé et conserve les renseignements contextuels sur l'événement, « comme cela s'est effectivement passé ». Pour faciliter la récupération des souvenirs, la méthode des RRR consiste à réexposer les sujets aux premières images télévisuelles relatives à l'événement qu'ils ont vues, en leur demandant d'expliquer en détail comment ils ont réagi pendant la réception, puis au cours des minutes qui ont suivi. Ces récits mettent en lumière les processus socio-cognitifs et socio-émotionnels individuels et sociaux des fans qui co-construisent la signification de l'événement, seuls et en interaction avec leur entourage. Enfin, l'intervieweur s'est entretenu avec la personne afin de connaître le plus précisément possible ses cognitions, ses affects, ses interactions sociales et

médiatiques immédiatement après l'événement, dans les jours qui ont suivi et jusqu'au moment de l'entretien. Nous avons procédé à une double analyse des discours. Premièrement, nous avons mené une analyse thématique, systématiquement effectuée par deux analystes, aboutissant à une fidélité intercodeur satisfaisante. À travers les discours, nous avons voulu comprendre les intentions et accéder à la signification des expériences des personnes interrogées. Nous voulions « garder le phénomène vivant, éclairer sa présence, accentuer ses significations sous-jacentes, conserver son esprit, en étant aussi près de sa nature réelle que possible » (Moustakas, 1994 : 58-59). Les désaccords entre les analystes ont été résolus par discussion. Le point de saturation a été atteint après 21 sujets.

- 18 Pour confirmer les résultats obtenus auprès des sujets et étendre nos observations, nous avons également réalisé une analyse de contenu pour expliciter les principaux thèmes présents dans les traces écrites et les épitaphes de langue française, issues de trois médias sociaux de fans de MJ (Facebook, pages MJ et MJ Fans francophones et le site MJ France Forum) à deux périodes différentes : trois à six mois après le décès de MJ, puis 13 à 17 mois après. Une fois le filtrage des messages non pertinents (informatifs, phatiques...) effectué, un total de 1 851 messages témoignant des cognitions et des affects des fans relatifs, notamment, à leurs liens avec MJ lui-même ont été retenus pour l'analyse.

Résultats et discussion

- 19 Nous présenterons les résultats en deux parties. Dans une première partie, nous expliciterons les fonctions socio-cognitives et socio-affectives des communications interpersonnelles suivant le décès et présentons l'hypothèse du rôle de « médiateur socio-affectif » de la célébrité. Les résultats mettent ensuite en évidence deux types d'identité sociale chez les fans. Après le décès, les besoins identitaires de chaque type de fans sont différents. Chacun a des usages particuliers des médias sociaux. Après avoir présenté ces deux types de fans, nous détaillerons dans la seconde partie les principaux usages et les principales fonctions des médias sociaux.

Les fonctions de la communication interpersonnelle et le rôle de « médiateur socio-affectif » de la célébrité

- 20 Les résultats montrent que les fans ont réagi en deux phases en apprenant la mort de MJ. La première phase, dans les premières minutes qui ont suivi l'annonce du décès, s'est opérée sans communication. Ce n'est que dans la seconde phase que les fans ont ressenti un fort besoin d'établir des communications interpersonnelles, de manière médiatisée ou non. Après une brève description de la première phase, nous analyserons plus en détail la seconde en explicitant les fonctions des communications interpersonnelles. Nous montrerons, enfin, que l'analyse des communications révèle certaines particularités de l'IPS, notamment que MJ serait un « médiateur socio-affectif » entre le fan et une personne chère de son entourage.
- 21 Si certains fans ont pris connaissance du décès de MJ par la télévision, c'est par un SMS envoyé par un proche que la plus grande partie des fans a appris la nouvelle. Ces derniers ont alors immédiatement allumé leur télévision. Face aux informations annonçant le décès de MJ, les fans ont eu une réaction affective intense et brutale

qualifiée de « choc » ou de « stupéfaction » et, en parallèle, une réaction cognitive qui a consisté immédiatement à ne pas croire au décès de MJ :

J'ai pas trop réalisé. Je suis restée en état de choc devant mon écran de télévision.

J'ai attendu. Je ne savais plus quoi faire et pour moi ce fut le gros drame. C'était comme si j'avais perdu un membre de ma famille (Emma⁹, 23 ans).

- 22 Dans la première phase du choc, la quasi-totalité des fans interrogés ont été capables d'expliquer précisément ce qu'ils se sont dit, ce à quoi ils ont pensé, ce qu'ils faisaient à ce moment-là, témoignant ainsi de l'inscription de l'événement en mémoire flash. Après quelques minutes d'analyse intense et silencieuse des images et des informations, on observe deux types de processus différents selon les fans. Certains ont regardé béatement les images, comme figés et sidérés pendant de longues minutes :

J'ai tout de suite arrêté mon boulot et je me suis retrouvée face à l'écran avec le son au maximum et je suis restée scotchée mais tout le temps tout le temps tout le temps jusqu'à au moins trois heures du matin (Emma, 23 ans).

- 23 D'autres fans, plus actifs, ont immédiatement cherché à croiser des sources pour vérifier la véracité de l'information, en changeant de chaîne ou en se rendant immédiatement sur Internet pour chercher la preuve du décès, car, dans leur imaginaire, MJ était immortel, comme le sont la plupart des célébrités pour leurs fans (Giles, 2000) :

Pour moi MJ ne pouvait jamais mourir car il était irréel et intemporel. Direct je suis allé sur Internet. Si c'était vrai, une masse considérable de personnes devait déjà réagir et c'était le cas (Nicolas, 24 ans).

- 24 Différents médias ont donc été utilisés avec des fonctions précises, dans les premières minutes. Les fans ont appris la nouvelle par SMS, l'ont vérifiée par la télévision et ont cherché les premières réactions des gens comme eux via les médias sociaux.

- 25 La plupart des fans sont restés dans le déni. Tout en ne croyant pas à la mort, beaucoup ont vu leurs réactions affectives devenir de plus en plus négatives au fil des minutes. Certains ont eu de véritables réactions de panique. C'est alors qu'ils ont commencé à avoir des cognitions et des comportements bien plus désorganisés :

Ensuite je me souviens plus de ce que j'ai fait, j'ai dû traîner comme un zombie dans mon appart (Christophe, 23 ans).

- 26 Ils ont été très peu capables d'expliquer ce qu'ils ont fait pendant les quelques dizaines de minutes qui ont suivi la première phase. Ces réactions sont analogues à celles suivant le décès d'une personne chère de l'entourage réel (Zech, 2006). Assez rapidement, la plupart des fans ont cependant ressenti un fort besoin d'interagir et de communiquer immédiatement avec l'entourage. Que nous apprend l'étude des communications des fans ?

L'impérieuse nécessité de communiquer et de partager socialement les émotions

- 27 Pour les fans qui ont ressenti le besoin de communiquer, la communication avait principalement quatre fonctions : trois fonctions socio-cognitives et une fonction socio-affective. Nous les développerons successivement, fournissant ainsi des éléments de réponse à la première série de questions de recherche.
- 28 Premièrement, devant l'aspect irréel du décès de la célébrité, les individus isolés socialement ont fortement ressenti le besoin d'interactions sociales pour coconstruire la réalité et en prendre conscience. En effet, malgré le croisement des sources

médiatiques, l'exposition aux médias n'a pas suffi à véritablement faire prendre conscience de la réalité de l'événement :

J'étais dans un cauchemar, j'allais me réveiller, fallait immédiatement que je téléphone à mon meilleur ami pour voir ce qu'il en pensait (Vincent, 22 ans).

J'ai eu besoin justement d'en parler avec d'autres personnes. C'est ce qui m'a fait réaliser qu'il était vraiment mort (Mouss, 22 ans).

- 29 Cette première fonction socio-cognitive de la communication interpersonnelle, qui permet d'ancrer un événement dans le réel, a également été constatée dans la réception d'événements sociomédiatiques hors du commun comme les attentats de New York en 2001 (Coubet et Fourquet, 2003).
- 30 Certains fans ont expliqué que le fait d'avoir appris l'événement à d'autres personnes de leur entourage leur a procuré des affects positifs. En provoquant de brusques réactions chez les autres, les fans se sont sentis « importants ». Certains ont anticipé la manière dont les personnes prévenues allaient mémoriser l'événement. La deuxième fonction sociocognitive de la communication interpersonnelle est alors une fonction d'autovalorisation et de référence à soi où le fan tente immédiatement d'avoir un rôle dans la représentation et la mémorisation que l'autre se fait de ce phénomène planétaire. Par exemple, certains fans ont espéré que les personnes prévenues leur attribuent spécialement un rôle dans la narration qu'elles feront, plus tard, lorsqu'elles expliqueront la manière dont elles ont appris l'événement :

Tout en étant bouleversé, j'étais excité d'apprendre la nouvelle à mon cousin, aussi fan que moi. J'ai vu ses réactions en direct et ça m'a donné comme une importance.

Je savais que mon coup de fil allait le marquer à vie. [...] Quand il raconte ça maintenant, il cite toujours mon nom (Christophe, 23 ans).

- 31 Les résultats mettent également en évidence une troisième fonction socio-cognitive, soit celle de partage social, qui permet de créer une mémoire partagée. Elle renforce la microculture commune et le lien entre les deux personnes :

On en [du coup de fil] parle souvent entre nous. [...] ça nous a comme rapprochés (Jean, 35 ans).

- 32 À quelques exceptions près, tous les fans interrogés ont ressenti, immédiatement ou dans les minutes qui ont suivi, un fort besoin d'interaction sociale en face à face, par téléphone et/ou de manière médiatisée (Facebook), notamment dans le but d'exprimer ou de partager socialement leurs émotions négatives (Rimé, 2005) :

Fallait absolument que je parle à mes deux amies, j'étais toute seule, je les ai appelées, les deux (Laure, 24 ans).

Dans ce cas-là, t'as besoin de parler avec tes meilleurs copains, des personnes qui ressentent la même chose et qui aiment MJ comme toi ; si tu l'as pas, tu pètes un câble (David, 22 ans).

- 33 Les fans interrogés ont voulu interagir, en priorité, avec certaines personnes particulières. Un grand nombre d'entre eux ont expliqué que ces communications et interactions sociales leur ont permis de se sentir moins anxieux. Pourquoi avec ces personnes et non avec d'autres ? Que représentent-elles pour les fans ?

MJ, « médiateur socio-affectif » entre le fan et une personne chère

- 34 En parallèle des réactions liées au décès de MJ lui-même, les fans interrogés ont dit avoir repensé à leur propre passé et à certaines personnes chères de leur entourage avec qui ils ont vécu des expériences socio-affectives marquantes (événements

familiaux, relations interpersonnelles chaleureuses, enfance, moments affectivement chargés...) et liées à MJ :

Qu'est-ce que j'ai pu m'amuser avec ma voisine dans ma chambre en écoutant du MJ. On connaissait déjà toute sa vie par cœur, on collectionnait tous les articles qui parlaient de lui. Y avait comme une compétition entre elle et moi pour celle qui en savait plus que l'autre (Lou, 24 ans).

- 35 Certains ont ressenti comme une crainte et un sentiment d'injustice se rapportant à des sentiments et à des souvenirs personnels, comme si la disparition de MJ était liée à une possible disparition d'« objets¹⁰ » que le fan a symboliquement associés à MJ :

Je me disais : « C'est pas possible. C'est une partie de mon enfance qu'on est en train de me voler... » (Rayan, 33 ans).

Ce qui me rendait triste c'était en fait que jamais plus j'allais revivre ce que j'avais vécu avec mes frères quand on refaisait ses chorégraphies (Paul, 32 ans).

- 36 Pour certains, la tristesse était d'autant plus grande qu'ils confondaient la perte réelle de la vedette et une perte symbolique des souvenirs heureux de leur passé. Cette problématique renvoie aux liens que ces fans ont eux-mêmes tissés avec le temps qui passe :

Moi qui vis en permanence dans le passé, je suis nostalgique du temps où j'étais à peine adolescente. Quand il est mort, pour rien oublier, j'ai écrit mes souvenirs dans un cahier, ça me restera toujours (Marie, 28 ans).

- 37 L'interprétation des discours et des communications non verbales des fans interrogés nous a donné le sentiment qu'un grand nombre de fans ressentaient également, avec la perte de MJ, la crainte de perdre une ou des personnes chères qui ont joué un rôle affectif important au cours de leur passé et auxquelles ils sont toujours affectivement attachés (fratrie, parents, amis, amoureux) :

Ça y est c'est notre génération qui commence à disparaître. C'est une prise de conscience. Peut-être que c'est mon cousin ou moi le prochain (Patrick, 36 ans).

J'avais peur qu'il [la personne chère] ne supporte pas sa mort et qu'il se jette du haut de son immeuble (Nicolas, 24 ans).

- 38 Parmi les multiples expériences que les fans ont vécues avec la ou les personnes chères associées à MJ, certaines avaient un lien avec la musique de MJ. Nous émettons alors l'hypothèse selon laquelle MJ et peut-être plus généralement les célébrités jouent un rôle de médiation socio-affective entre le fan et une ou plusieurs personnes chères issues de l'entourage réel.

- 39 Pour Freud (1915), si les réactions affectives négatives dans le deuil sont provoquées par le décès de la personne, elles le sont tout autant par la perte de ce que la personne décédée symbolise, c'est-à-dire par la perte « d'une abstraction mise à sa place » (108). Dans nos résultats, il s'agirait de la crainte de perdre une ou certaines personnes chères de l'entourage et ce qu'elles représentent pour le fan sur le plan affectif.

- 40 Un grand nombre de fans ont cherché à entrer en communication médiatisée ou en face à face avec la ou les personnes chères, comme pour s'assurer symboliquement qu'elles étaient toujours présentes et resserrer leur relation avec elles :

J'ai tout de suite appelé [la personne chère]. J'avais l'impression que lui aussi allait disparaître et que j'allais me retrouver seul au monde (David, 22 ans).

- 41 Ensemble, ils ont alors fréquemment parlé des souvenirs qu'ils avaient en commun, témoignant de leur relation affective intense. Si le contenu de la communication concernait essentiellement MJ et sa musique, en parallèle se jouait également une solidification des liens affectifs entre le fan et la personne chère et une coconsolidation

de leurs souvenirs partagés. L'analyse des discours montre qu'une majorité de fans opèrent un glissement de sujet lorsqu'ils évoquent leurs souvenirs. En effet, au cours de certaines parties de l'entretien, ils ont souvent autant parlé de la personne chère que de MJ lui-même :

Quand j'ai téléphoné à mon frère, j'ai bien vu qu'il se souvenait bien des moments où on faisait nos chorégraphies, qu'est-ce qu'on pouvait s'amuser ensemble, ça faisait longtemps que je m'étais pas senti aussi proche de lui. Mon frère, il est important pour moi (Paul, 32 ans).

- 42 Dans l'esprit des fans, la relation affective avec les personnes « réelles » aimées et l'attachement réalisé dans un contexte émotionnellement favorable semblent s'être transférés sur les chansons et sur le chanteur, tel un effet de « transfert affectif » à la suite d'une fausse attribution (Schwarz, 1990). Nombreux sont ceux qui ont dit avoir vécu, grâce à MJ, des moments relationnels intenses avec les personnes chères. Il semblerait que plus ils pensent que c'est MJ qui a provoqué ces moments de bonheur, plus ils attribuent la cause de leurs souvenirs positifs à MJ et plus la tristesse suivant le décès de la vedette est intense. Or, pour les théoriciens du transfert affectif, les affects déclenchés par des personnes chères ou des événements particuliers (mariage, anniversaire...) et ressentis et mémorisés dans un contexte où la musique de MJ était jouée seraient davantage en jeu. Les fans semblent surévaluer le rôle affectif, en réalité secondaire, joué par MJ dans l'événement passé. Cela va dans le sens de l'hypothèse selon laquelle la célébrité médiatique serait un « médiateur socio-affectif » qui contribuerait à entretenir le lien affectif entre le fan et une ou plusieurs personnes chères. Il conviendrait de mener de plus amples recherches pour mieux comprendre le double lien affectif qui existerait dans l'IPS entre le fan et la célébrité, d'une part, et le fan et une personne aimée de son entourage, d'autre part.

- 43 À la suite du décès et malgré leur biais de raisonnement, lorsque les fans ont communiqué avec les personnes chères, les contacts ont logiquement été source de satisfaction et ont permis d'atténuer la douleur du décès de la vedette :

Ça m'a fait du bien de lui parler au téléphone. Avec MJ on partage vraiment ce truc en commun et on est devenu les meilleurs amis du monde (Philippe, 22 ans).

- 44 Pour certains fans, leur « personne chère » associée à MJ était décédée. La mort de MJ a alors ravivé les souvenirs douloureux du décès de la personne aimée. À la suite d'une analyse des expressions non verbales des fans se trouvant dans cette situation, il nous a semblé qu'une partie importante de leurs réactions de tristesse était, en fait, provoquée par le décès de la personne aimée :

C'est ma mère qui m'a fait aimer MJ. Elle est morte il y a deux ans. MJ me fait à chaque fois repenser à elle et je pleure (Flora, 30 ans).

- 45 La tristesse chez les quelques fans se trouvant dans cette situation a été particulièrement intense, confirmant l'hypothèse du rôle de « médiateur socio-affectif » joué par MJ. Dans ses travaux sur le deuil de la princesse Diana, Johnson (1999) a pour sa part estimé que la figure de la célébrité avait été l'objet de « sentiments transférés » : ces sentiments avaient plus à voir avec la propre vie de son public qu'avec la princesse elle-même. Un certain nombre de personnes pleurant pour Diana pleuraient aussi pour l'un de leurs proches décédés (qu'elles avaient peut-être associé, dans leur mémoire, à Diana). Pour illustrer ces transferts, Johnson s'est d'ailleurs inspiré de sa propre expérience et de sa tristesse ressentie lors du décès de Diana, qui le renvoyait à la douleur du deuil de sa compagne.

Les rôles des médias sociaux dans le deuil en fonction de l'identité sociale des fans

46 Les fans interrogés ont explicitement développé des thématiques discursives liées à leur identité sociale, témoignant notamment, d'une part, de l'apparition de nouveaux « besoins » identitaires à la suite du décès de MJ et, d'autre part, de la mise en place de « stratégies » et de processus tentant de les combler. Les médias sociaux ont joué des rôles précis dans ce contexte. En accord avec la théorie de Tajfel et Turner (1986) et les travaux de Thoits et Virshup (1997), les résultats mettent en évidence deux types différents d'identité sociale chez les fans, chacun étant associé à de nouveaux besoins identitaires et à des usages précis des médias sociaux. Après avoir présenté les deux types de fans et leurs nouveaux besoins identitaires apparus à la suite du décès, nous expliquerons le rôle des médias sociaux dans le réagencement de leur identité. Nous développerons ensuite pourquoi les usages fréquents et prolongés des médias sociaux sont associés à un plus long travail de deuil chez les fans cherchant à se forger une identité individuelle. Les résultats présentés dans cette partie contribuent ainsi à répondre à la deuxième série de questions de recherche.

47 Les fans du premier type se définissent essentiellement en tant que membres d'un groupe social, en mettant en avant des attributs communs avec les autres fans de MJ. Ils définissent leur soi non pas en référence directe à MJ, mais en tant que personnes appartenant au groupe des fans :

Moi ce que j'aime chez MJ c'est que c'est le seul artiste sur la planète à drainer autant de monde, tous ses fans dans le monde sont unis, on fait partie d'une grande famille (Valérie, 27 ans).

Quand je vois quelqu'un dans la rue qui est fan de MJ, je le repère tout de suite ; on est habillé pareil ou presque pareil. On se regarde, on se salue, des fois on se parle, si ça se trouve on ressent les mêmes choses, on n'est jamais seul quand on est fan de MJ (Christophe, 23 ans).

Moi j'fais pas comme d'autres, j'me prends pas pour MJ, je le respecte trop pour ça, j'suis un fan comme y en existe des milliers sur la terre (Kamel, 22 ans).

48 L'identité sociale construite par ce type de fans correspond à une identité groupale. Cette dernière notion se révèle donc adaptée pour interpréter nos résultats. Les fans ont cherché de nombreuses interactions avec les autres fans sur les médias sociaux au cours de leur deuil. Ils n'ont pas d'importants réagencements identitaires à effectuer, puisque le groupe de fans, objet fondamental de leur soi, existe toujours. C'est probablement pour cela que cette catégorie de fans semble n'avoir pas ressenti autant d'émotions négatives que le deuxième type de fans. En adéquation avec la théorie de l'identité sociale (Tajfel et Turner, 1986), ces fans se sentent affectivement proches des autres fans dans la mesure où ceux-ci appartiennent au même groupe de référence : le fan pense, écrit, témoigne de sa tristesse sur les médias sociaux... comme le fait le groupe. Ils ont pu se rassurer au contact du groupe auquel ils sont fortement attachés et à partir duquel ils définissent leur identité. Le groupe de fans leur a permis de se rassurer, de sentir l'empathie des autres personnes et de leur témoigner également de l'empathie :

Toute cette foule s'unifie pour un homme [...] Ce qui était beau, ce qui m'a fait plaisir c'est de voir [...] plein de fans et que j'étais un parmi tant d'autres (David, 22 ans).

- 49 Les fans du deuxième type mettent en avant des attributs personnels qu'ils possèdent, mais que ne posséderaient pas les autres fans, visant ainsi à construire puis à exhiber une identité personnelle unique. Cette identité sociale correspond à une identité individuelle. Pour se différencier des autres fans et comme l'a déjà mis en évidence Le Bart (2004), ceux qui se forgent une identité individuelle le font à partir d'éléments très variables tels que la connaissance particulière de la vie de la vedette, des paroles de ses chansons, de ses chorégraphies ou la possession d'objets caractéristiques :

Je pense qu'il y a peu de personnes qui connaissent aussi bien ses albums que moi, en France en tous les cas (Rayan, 33 ans).

Moi ma spécialité c'est le moonwalk, je mets au défi quelqu'un de le faire aussi bien que moi (Alexandre, 22 ans).

- 50 Dans nos entretiens, le discours de ce type de fans évoque quasi systématiquement la mise en œuvre d'un processus d'identification psychologique à MJ dans la construction de son identité. Cette idée se traduit par exemple par le fait que MJ est une « partie de lui », qu'il est « émotionnellement connecté avec lui » :

Ce qui me fait le plus plaisir c'est quand on me dit que je ressemble à MJ (Christophe, 23 ans).

Souvent quand j'ai un problème, je me dis « comment MJ réagirait s'il était à ma place ? » et je fais pareil (Anne-Gaëlle, 23 ans).

- 51 Les fans dont le soi a été construit à partir de MJ lui-même se retrouvent devant un « nouveau besoin identitaire » à gérer. Ce manque remet en cause la stabilité du soi et nécessite un réaménagement d'une partie de leurs modèles d'identité personnelle. Le décès de MJ rend nécessaire un travail de deuil sur leur propre identité, laquelle risque en partie de se fendre. Ce type de fans semble avoir particulièrement souffert et ressenti de fortes émotions négatives :

Je ne sais pas comment dire, c'était très curieux, j'avais l'impression d'avoir perdu une partie de moi (Paul, 32 ans).

- 52 Leur travail de deuil a demandé de fréquentes phases de « renfermement sur soi », dans la solitude, comme l'ont mentionné Stroebe et Schut (1999) dans le modèle du double processus d'ajustement à la perte :

J'avais besoin d'être seul, seul avec moi-même. Les autres m'embêtaient plus qu'autre chose (Hugo, 25 ans).

Dans ces cas-là, y a que la solitude qui marche pour moi (Tiphaine, 24 ans).

- 53 On trouve dans nos résultats les deux types de fans qui se différencient en fonction du mode de construction de leur identité, mis en évidence dans le contexte du sport : les fans pratiquant le *fandom* et les adeptes du *fanship* (Reysen et Branscombe, 2010). Les fans du premier type construisent leur identité en référence aux autres fans auxquels ils cherchent à ressembler et à s'identifier. Les fans pratiquant le *fanship* définissent davantage leur identité en fonction de la vedette et cherchent bien plus à avoir une identité différente de celle des autres fans.

- 54 À la suite de notre enquête, deux résultats ont particulièrement retenu notre attention. Cinq mois après le décès de MJ, la plus grande partie des fans adeptes du *fandom* ne parlaient quasiment plus de lui sur les médias sociaux et semblaient avoir bien plus rapidement « fait leur deuil » que les fans pratiquant le *fanship*. Un grand nombre de ces derniers continuaient à fréquenter activement et fréquemment les médias sociaux pour y parler de MJ. Si certaines fonctions psychosociales des communications via les

médias sociaux ont été identiques pour les deux types de fans, certaines fonctions ont été propres à chacun des deux types.

Les fonctions psychosociales des médias sociaux dans la gestion du deuil

- 55 Les fans, faisant l'objet de véritables stéréotypes sociaux (Rentfrow et al., 2009), peuvent se sentir incompris, voire subir des moqueries dans le cas d'une vedette dont l'image est aussi controversée que celle de MJ. La communauté sociale médiatique leur permet alors d'être dans un contexte où règne une certaine sécurité socio-affective et de s'extérioriser plus facilement. Sur le plan métacognitif, la première fonction des médias sociaux est de les rassurer quant à la normalité de leurs réactions affectives et cognitives en comparant ces dernières à celles des autres membres de leur groupe d'appartenance dans les médias sociaux :

En fait à ce moment-là, on se soutient mais voilà, disons qu'on s'effondre ensemble (Anthony, 36 ans).

Et je pense qu'à partir de ce moment-là le deuil a pu commencer réellement pour tout le monde, en voyant qu'ils n'étaient pas seuls (Céline, 24 ans).

- 56 Plusieurs auteurs en sciences humaines et sociales (Durkheim, 1912/2003 ; Rimé, 2005) expliquent que lorsqu'une personne se trouve devant des phénomènes émotionnels négatifs majeurs auxquels elle ne peut faire face individuellement, elle éprouve le besoin phénoménologique, pour leur donner du sens, de se référer à une entité abstraite incarnant un ordre social culturel supra-ordonné, représentant pour elle « le socle de l'humanité ». Par exemple, lorsqu'une personne vit une expérience individuelle émotionnellement négative qui se solde par des sentiments d'inopérance et d'incapacité à faire face seule à la situation, elle ressent souvent le besoin de participer activement à des rituels sociaux et de les vivre collectivement, comme pour contrecarrer son impression d'insuffisance individuelle (Cazeneuve, 1971 ; voir également Segré [2007] sur les pratiques des fans d'Elvis Presley et notamment leurs pèlerinages à Memphis). On retrouve ici le besoin anthropologique fondamental du sujet social dont les systèmes cognitifs et émotionnels individuels seraient défaillants pour interpréter un phénomène de se référer à un système social stable, incarnant un socle culturel dans lequel la mémoire collective joue un rôle fondamental (Halbwachs, 1997).
- 57 Les fans de MJ éprouveraient également le besoin psychologique de s'y « ressourcer ». Ne pouvant gérer seuls le deuil de la célébrité, ils semblent avoir ressenti le besoin de se référer à ce socle humain culturel supra-ordonné dont la présence, en permanence intacte, se situe en arrière-plan social. Par leur fonction de reliance sociale, quels que soient les continents, les religions, les ethnies ou les générations, les médias sociaux peuvent incarner, pour les fans, une telle communauté humaine sociale, véritable ordre social, socle de l'humanité et du culturel, au sens anthropologique. Avec cette deuxième fonction, les médias sociaux leur fournissent des repères socio-émotionnels et socio-cognitifs pour co-construire la signification de l'événement, leur permettant de dépasser les limites de leur gestion individuelle du phénomène et de mieux vivre le décès. Ainsi, de la même façon que les communications interpersonnelles en face à face dans le deuil (Horowitz et al., 2001), les médias sociaux apportent un « soutien d'union » satisfaisant un besoin d'affiliation et d'appartenance au groupe des fans : les fans peuvent y trouver de quoi restaurer leur identité sociale en tant que membres d'une communauté culturelle. Sur le plan affectif, les communications interpersonnelles au

sein des médias sociaux procurent, en outre, des émotions positives dans la mesure où, notamment, les fans se sentent en reliance sociale :

C'est un truc impossible à vivre seul, à gérer seul, tu deviens fou. T'as besoin d'être avec d'autres personnes, d'échanger, Facebook c'est bien pour ça (Mouss, 22 ans).

Tout ce monde qui écrivait sur Facebook, dans toutes les langues, au moins on se sent pas seul (Élodie, 30 ans).

- 58 Enfin, la troisième fonction repérée dans l'enquête concerne un « soutien d'action » permettant d'écrire, d'échanger, de se rencontrer physiquement dans des manifestations « réelles » dont l'objectif est de rendre hommage à MJ, notamment en dansant ensemble :

À ce moment-là ça m'a libérée un peu d'écrire sur Facebook, ça a eu comme une fonction cathartique (Laure, 24 ans).

J'avais trop besoin de rencontrer d'autres fans, comme pour partager des choses avec eux ; c'est grâce à Facebook qu'on s'est tous rencontrés (Christophe, 23 ans).

- 59 À la suite de rendez-vous fixés via les médias sociaux, de nombreux fans se sont réunis pour commémorer la mémoire de MJ, par exemple au cours de *flashmobs* qui peuvent apparaître comme des « grands-messes » rassemblant les fans autour de pratiques ritualisées rendant hommage à leur idole. Ces rassemblements de fans après le décès de la célébrité peuvent être qualifiés de rites culturels et culturels (Ethis, 2001). Le soutien social affectif obtenu est plus direct et personnalisé. La rencontre permet de combler plus rapidement la carence identitaire dans la mesure où le fan peut plus facilement obtenir et se réapproprier de l'information sur la manière dont les autres fans combler eux-mêmes leur propre carence identitaire. Autrement dit, l'interaction sociale directe est bien plus efficace que l'interaction sociale médiatisée pour les aider à réagencer leur identité par l'intermédiaire d'une co-construction des réponses aux besoins identitaires :

Il y en avait qui étaient comme effondrés, comme moi au début. D'autres qui gardaient la tête haute, dignes et qui chantaient et qui dansaient. Je me suis dit « autant faire comme eux, c'est plus digne de Michael ». Un fan de MJ ne doit pas être un minable (Kamel, 22 ans).

- 60 Par ailleurs, la majorité des fans interrogés disent avoir ressenti un vif besoin de danser en reproduisant les danses typiques de MJ et d'écouter sa musique en boucle :

Le jour où il est mort j'ai fait les chorégraphies, je l'ai fait naturellement parce que c'est un truc qui est en moi (Patrick, 36 ans).

Je suis allé dans ma chambre et j'ai écouté que de la musique de MJ toute la nuit, j'ai écouté tous ses albums (Philippe, 22 ans).

- 61 Pourquoi les fans ont-ils eu autant besoin de danser en reproduisant les chorégraphies de MJ ? La littérature sur le deuil explique que, dans les premières phases qui suivent le décès, les personnes surinvestissent l'objet perdu, s'identifient à lui (Field et al., 1999) et ont des comportements d'imitation (Lubchansky, 1998). Les besoins d'écouter de la musique et de danser ont d'autres fonctions émotionnelles et sociales favorables qui donnent aux réunions de type *flashmobs* des caractéristiques communicationnelles particulières.

- 62 Premièrement, la danse et la musique de MJ ont souvent été associées, dans les souvenirs du fan, à des événements socio-affectifs importants empreints d'émotions positives (mariages, réunions festives à des moments clés de son développement socio-affectif d'adolescent ou de jeune adulte). Deuxièmement, la musique possède les capacités à activer les mêmes émotions positives chez ceux qui l'écoutent (Molnar-

Szakacs et Overy, 2006). Sur le plan social, elle renforce la cohésion en créant des connexions empathiques entre les membres d'un groupe qui éprouvent les mêmes émotions au même moment (Bresin et Friberg, 2000). Troisièmement, la musique favorise la mise en mouvement du corps et la danse (Blood et Zatorre, 2001). Effectuée en groupe, comme cela a été le cas lors des *flashmobs* aboutissant à des chorégraphies de masse de MJ, la danse crée un véritable ciment social en tissant un lien physique entre les danseurs (Buckland, 2006).

63 Si ces trois fonctions, fondamentalement sociales, contribuent favorablement au réagencement identitaire des deux types de fans, elles renforcent directement l'identité groupale des fans adeptes du *fandom*. Cependant, si elles aident temporairement les fans adeptes du *fanship*, elles ne contribuent pas à combler le manque dans leur identité individuelle.

64 Une quatrième fonction des médias sociaux concerne la possibilité donnée à chaque fan de sortir de l'anonymat, de laisser une trace personnalisée et durable, comme une épitaphe sur Facebook, lui faisant penser qu'il participe à la mémoire et à l'histoire collectives de l'événement planétaire. Les fans interrogés ont eu le sentiment que cette inscription a contribué à accélérer leur résolution du processus de deuil dans la mesure où ils ont eu l'impression de construire une trace individualisée témoignant de leur identité et à laquelle ils attribuaient une forte signification :

Partout où j'allais [sur Internet] j'écrivais la même phrase sur lui, c'était ma signature, mon hommage à moi (Marie, 28 ans).

Beaucoup de gens écrivaient les mêmes choses, moi j'ai vraiment essayé de faire quelque chose de très personnel (Julien, 23 ans).

Tout ce qu'on a écrit sur lui restera gravé pour toujours sur Facebook, c'est comme si on l'avait écrit sur sa tombe, de là-haut il doit avoir les larmes aux yeux s'il lit tout ça (Tiphaine, 24 ans).

65 Une cinquième fonction d'Internet concerne la possibilité d'avoir de l'information sur MJ ou sur les autres fans à portée de main. Cette rapide accessibilité donne l'impression aux fans d'avoir en permanence « MJ avec eux », quel que soit l'endroit où ils se trouvent ou se rendent (grâce au mobile ou au portable). À la différence des rituels mortuaires classiques, cette possibilité de maîtrise de l'espace, associée à la possibilité de maîtrise du temps, contribue à individualiser la gestion du deuil, marquant en cela une rupture par rapport aux rituels de deuil anthropologiques classiques. Internet et ses réseaux sociaux donnent la possibilité d'individualiser le processus de deuil, selon le rythme et les besoins de chaque fan. Dans les rituels mortuaires classiques vécus réellement ou par l'intermédiaire de la télévision (p. ex. une messe), les personnes sont des spectateurs contraints de suivre le rythme socialement imposé du rituel, de vivre au même moment ce que les autres vivent. Ils sont, en outre, contraints de voir la tristesse des autres et donc, par empathie, de la ressentir, ce qui conduit à accroître leur sienne propre (Rimé, 2005). Avec Internet, le fan, devenant acteur, gère lui-même l'utilisation des sites et des interactions sociales basées sur le décès, sélectionne les messages qu'il a envie de lire au moment où il a envie de les lire... Ainsi, selon l'étape du processus de deuil dans laquelle chaque fan se situe, il trouve sur Internet de quoi répondre à son besoin immédiat : vivre le deuil dans la solitude, en éteignant son ordinateur, ou vivre le deuil en recherchant de l'information, mais sans interagir avec les autres ou encore en interagissant en direct ou de manière asynchrone avec les autres fans. Internet offre donc la possibilité d'« autogérer son deuil » :

Je faisais que ça. La première chose que je faisais dès le matin c'était d'aller sur son site pour voir les messages laissés la nuit (Kamel, 22 ans).

- 66 Si ces fonctions ont été mises en évidence chez tous les fans, certains usages ont été propres à chaque type de fans. Chez les adeptes du *fandom*, les médias sociaux ont plutôt été utilisés pour interagir avec les autres fans. Les inscriptions que l'on trouve le plus souvent sur Facebook font référence au caractère social de la pensée des fans et sont du genre « MJ tu nous manques à tous ». Dans le *fanship*, l'usage qui a été fait des sites Internet et de Facebook a essentiellement consisté à poursuivre le lien parasocial que chaque fan entretenait avec MJ en lui adressant directement des témoignages d'attachement individuel du genre « MJ tu me manques ». Si ce type de fan se sent appartenir au groupe de fans, cette appartenance reste virtuelle dans la mesure où, l'autre étant un autre « comme lui », il s'est défini une identité personnelle distincte de celle des autres fans (Le Bart, 2004). Ainsi va-t-il marquer sa différence dans sa manière d'écrire, dans la créativité dont il va faire preuve lors des inscriptions sur les sites. Par cet usage particulier d'Internet, il s'agit de souligner son identité individuelle, différente de celle des autres fans. Ce type de fan utilise donc les médias sociaux d'une façon très particulière, pour réagencer son identité individuelle :

J'étais la seule à lui avoir fait un poème comme ça, j'ai passé quatre jours à le faire.
Les autres écrivaient un peu n'importe quoi, à toute vitesse (Laure, 24 ans).

- 67 Un aspect des résultats a particulièrement retenu notre attention. La plupart des fans qui n'ont pas semblé être parvenus à « faire leur deuil » cinq mois après le décès avaient en commun, d'une part, d'être adeptes du *fanship* et, d'autre part, de continuer à écrire régulièrement à propos de MJ sur les médias sociaux. L'intensité de leurs émotions négatives semblait avoir peu diminué au regard de celles ressenties soit par les fans adeptes du *fandom*, soit par les fans adeptes du *fanship* qui avaient diminué de façon importante leur fréquentation des médias sociaux :

J'ai les larmes aux yeux à chaque fois que j'écris des choses sur lui (quatre mois après le décès) (Nadège, 25 ans).

- 68 Si un lien de causalité paraît difficile à établir, il est probable qu'une utilisation prolongée et fréquente des médias sociaux ait joué un rôle défavorable dans le travail de deuil de la célébrité médiatique. Comment a pu s'opérer un tel processus ?

Les usages prolongés et fréquents des médias sociaux sont associés à un ralentissement du travail de deuil

- 69 La littérature sur la psychologie du deuil (p. ex. Weiss et Richards, 1997) explique que les interactions sociales et les rituels mortuaires ne permettent pas de régler les problèmes cognitifs individuels causés par le décès de la personne. Ils ne réduisent pas directement les émotions négatives causées par la perte elle-même, mais procurent des émotions positives qui s'y surajoutent (Zech, 2006). Au final, l'état affectif a tendance à être moins négatif. Cependant, à plus long terme, seule la résolution des « problèmes cognitifs de fond » liés au décès permet de diminuer les émotions négatives. Les médias sociaux contribuent à renforcer directement l'identité groupale dans le *fandom*, dans la mesure où ils répondent directement aux besoins d'affiliation au groupe de fans. Internet offre, quasi en permanence, la possibilité de nouer un grand nombre d'interactions sociales pertinentes pour chaque fan. La mobilité technologique lui permet, à la demande, quel que soit le lieu où il se trouve, de contribuer au processus identitaire.

- 70 Cependant, nos résultats semblent montrer que les médias sociaux ne contribuent pas directement au processus de réagencement de l'identité individuelle dans le *fan*ship. Pour que ce type de fan puisse faire le deuil de la vedette, il est probable qu'il doive réaliser le même processus qu'une personne ayant perdu un proche qui lui est cher. Ainsi doit-il parvenir à répondre, par lui-même, à des questions conduisant à réaménager ses propres modèles cognitifs liés aux différentes facettes du concept de soi (Neimeyer, 2006). Pour pouvoir « donner du sens » au décès de MJ, ces fans doivent répondre à des questions liées aux deux aspects fondamentaux du concept de soi : « Quel est le rôle de MJ dans l'image que j'ai de moi ? » ; « Quel est le rôle de MJ dans l'image que les autres ont de moi ? ». Si les médias sociaux procurent une satisfaction à court terme dans le *fan*ship, il semblerait qu'à plus long terme, ils pourraient freiner la résolution du deuil principalement pour deux raisons.
- 71 Premièrement, ils conduisent à lire, à écrire et à échanger des contenus où dominent des tonalités émotionnelles négatives. Ce sont les mêmes sentiments de tristesse qui reviennent et qui sont systématiquement ressassés. Les recherches sur le deuil montrent que la rumination émotionnelle est néfaste parce qu'elle autoentretient et amplifie les émotions négatives chez la personne, freinant la résolution du problème cognitif (Nolen-Hoeksema, 2001). Retourner fréquemment et régulièrement sur les sites de fans comme Facebook conduit à générer continuellement des pensées négatives, à augmenter la fréquence des émotions négatives ressenties et à accroître leur intensité. Ce problème est d'autant plus marqué qu'Internet, offrant de nouvelles images, de nouveaux renseignements, des photos inédites de MJ, etc., conduit le fan à trouver de l'intérêt, de l'excitation à surfer et donc à passer beaucoup de temps sur la Toile :
- Après j'ai arrêté [d'aller sur Internet] parce que je me rendais compte que je devenais dingue (Jean, 35 ans).
- 72 Communiquer et exprimer ses émotions négatives dans le premier stade du deuil est souvent nécessaire pour obtenir de l'empathie et du soutien social. Cependant, prolonger cette phase devient nuisible pour la personne. Au contraire de ce que la pensée commune prétend, les recherches en psychologie du deuil montrent que l'expression des émotions négatives ne conduit pas à les réduire (Zech et Rimé, 2005). La personne ne pourra diminuer sa tristesse qu'en résolvant directement les problèmes cognitifs liés au décès, et notamment en opérant un réagencement de son identité. Ce travail cognitif sera d'autant plus efficace que la phase émotionnelle négative ne sera ni autoentretenu ni intensifiée par une rumination émotionnelle néfaste (Beristain et al., 2000).
- 73 Deuxièmement, grâce à leur chronologie et à leur structuration temporelle, les rituels mortuaires classiques offrent un calendrier permettant aux endeuillés de gérer raisonnablement leurs émotions négatives. Une fois les jours de tristesse intense passés, les rituels (cérémonie, enterrement...) ne génèrent plus directement d'émotions négatives, incitant ainsi les survivants à se « replonger » dans leur vie sociale. Les endeuillés sont alors incités à penser à autre chose, ce qui conduit à diminuer les pensées et les ruminations liées au décès. Or, avec Internet, cette fonction du rituel funéraire classique disparaît : la structuration temporelle favorable à la bonne résolution du deuil n'existe plus. La possibilité de ruminer et d'entretenir leurs émotions négatives est bien plus grande chez les usagers fréquentant souvent des pages Web rendant hommage au disparu.

74 Ces résultats sont confirmés par les analyses de contenu que nous avons effectuées sur 1 851 messages présents sur les trois médias sociaux de fans au cours des deux périodes, soit trois à six mois, puis 13 à 17 mois après le décès. Dans chacune des périodes, les trois thèmes les plus fréquemment retrouvés sont identiques, respectivement 1) une forte tristesse ; 2) un état de manque ; 3) l'amour nostalgique. Huit messages sur 10 concernaient au moins un de ces thèmes. On ne remarque pas de diminution de cette fréquence entre les deux périodes. Peu d'inscriptions montrent que les fans ont traité des questions cognitives concernant leur identité. Internet n'incite donc pas à transmettre des « modèles » qui permettraient aux fans d'orienter leur travail de deuil vers un réagencement identitaire. Les fans qui sont restés dans le déni de la mort, sans *a priori* opérer un processus de réagencement de leur identité, ont trouvé sur Internet de quoi alimenter la rumeur selon laquelle MJ était toujours en vie. Vu le grand nombre de témoignages de fans croyant à cette rumeur, cela n'a pu que renforcer leurs métacognitions et la certitude que la vedette était toujours vivante :

Je ne crois pas qu'il soit mort, il a disparu pour ne pas faire ses concerts, pour empocher les assurances, maintenant il est sur une île... (Patrick, 36 ans).

75 Pour certains fans, les usages fréquents et prolongés des médias sociaux sont associés au ralentissement du travail de deuil. Au regard des résultats des entretiens, il semble que les fans étant parvenus à réagencer leur identité individuelle aient moins fréquenté les médias sociaux que ceux qui n'ont pas mis en œuvre ce processus identitaire. Ils ont employé des stratégies de réagencement de leur identité nécessitant un travail cognitif qu'ils semblent avoir réalisé en « s'éloignant » d'Internet et de ses réseaux sociaux. Cinq stratégies de gestion de l'identité ont été mises en évidence dans l'enquête.

76 La première stratégie de gestion de l'identité est le renforcement de l'identification (Ethis, 2008). Un mythe médiatique ne mourant jamais vraiment, certains fans ont davantage solidifié leur processus identificatoire, évitant ainsi une éventuelle dissonance causée par la nécessité de changer de figure identificatoire :

Mon amour pour lui, il restera toujours pareil, je l'aime toujours autant (Rayan, 33 ans).

77 La deuxième stratégie est un renforcement de l'individualisation en tant que « vrai » fan. Le décès a, pour certains fans, renforcé le rôle de MJ dans l'image de soi. Cela leur permet, d'une part, d'assurer une certaine stabilité à l'image de soi et, d'autre part, de garder une identité personnelle propre au sein du groupe des fans, voire de se baser sur le décès pour renforcer davantage leur identité personnelle et se démarquer des autres :

Dans les années 90, 2000, MJ était un peu ringard mais moi j'ai toujours dit à tout le monde que j'étais fan de MJ et que c'était quelqu'un d'important pour moi et tout le monde le sait (Emma, 23 ans).

78 Certains avaient déjà entrepris un travail identitaire en « transférant » la valeur qu'ils accordaient à l'homme sur la valeur de l'œuvre musicale. Ce transfert sur l'œuvre musicale caractérise la troisième stratégie de gestion de l'identité :

Finalement maintenant c'est plus ses chansons qui m'intéressent que l'homme lui-même, lui on l'oubliera, elles elles resteront à jamais (Tiphaine, 24 ans).

79 Deux personnes interrogées avaient déjà, au bout de cinq mois, trouvé dans un autre style musical de quoi combler, avec une apparente réussite, leur manque identitaire. La quatrième stratégie de gestion de l'identité est donc une orientation vers d'autres styles musicaux ou d'autres vedettes :

Avant je m'habillais comme MJ. Je suis gothique maintenant (Julien, 23 ans).

- 80 Enfin, avec la cinquième stratégie, quelques fans interrogés sont restés dans le déni du décès, acceptant de vivre, sur un mode imaginaire, le fantasme de la vedette toujours vivante, dénonçant un véritable complot orchestré par MJ lui-même ou par ses proches pour lui permettre de vivre paisiblement le reste de sa vie hors du stress médiatique.
- 81 Quelle que soit la stratégie, et une fois que celle-ci a été menée à son terme, de nombreux fans ont renforcé la nouvelle facette de leur identité en inscrivant des messages qui témoignaient de ce changement sur les sites Internet, tel Facebook :

Sur mon profil Facebook, tout le monde sait que je suis gothique (Julien, 23 ans).

Conclusion, limites et nouvelles perspectives de recherche

- 82 L'enquête qualitative part du principe que c'est à la suite du décès des célébrités médiatiques que le chercheur peut mettre en évidence certaines fonctions psychosociales et certains aspects fondamentaux du phénomène de fandomisation. Au travers du cas de Michael Jackson (MJ), elle étudie les réactions de fans dans le deuil de la célébrité, dès les premières secondes et jusqu'à cinq mois après son décès. Elle porte, plus précisément, sur les usages et les fonctions des communications interpersonnelles, médiatisées ou non, et des médias sociaux.
- 83 Les résultats montrent qu'en apprenant la mort de MJ, les fans ont assez rapidement ressenti un fort besoin de communiquer, de manière médiatisée ou non. Devant l'aspect irréel du décès de la célébrité, la première fonction socio-cognitive de la communication interpersonnelle est celle d'une aide à la prise de conscience conduisant à une co-construction de la réalité. La deuxième fonction socio-cognitive de la communication interpersonnelle est une fonction d'autovalorisation et de référence à soi où le fan tente immédiatement d'avoir un rôle dans la représentation et la mémorisation que l'autre se fait de ce phénomène planétaire. En favorisant le partage et le lien social, la communication, en premier lieu, crée une mémoire partagée et renforce la microculture commune (troisième fonction socio-cognitive) et, en deuxième lieu, permet l'expression et le partage socio-affectifs des émotions négatives, offrant la possibilité, indirectement, d'en amoindrir les conséquences néfastes.
- 84 L'analyse des communications révèle également une particularité de l'interaction parasociale (IPS). MJ serait un « médiateur socio-affectif » entre le fan et une personne chère de son entourage. L'attachement à Michael Jackson « cacherait », en fait, un autre lien affectif plus latent entre le fan et une personne chère de son entourage proche.
- 85 Quels ont été les usages et les fonctions des médias sociaux ? Nous avons repéré cinq fonctions globales et des fonctions plus spécifiques. D'une manière globale, les médias sociaux 1) ont rassuré les fans quant à la « normalité » de leurs réactions (fonction métacognitive) ; 2) leur ont fourni des repères socio-émotionnels et socio-cognitifs pour co-construire la signification de l'événement ; 3) leur ont permis de dépasser les limites de leur gestion individuelle du phénomène en les reliant socialement avec un « collectif anthropologique mondial » d'autres fans. Les médias sociaux leur ont également offert un « soutien d'action » au moyen des échanges et des rencontres « réelles » ; 4) leur ont permis de sortir de l'anonymat et de laisser une trace personnalisée ; 5) leur ont donné la possibilité d'individualiser leur processus de deuil

en offrant l'opportunité d'avoir, « à la demande », de l'information sur MJ ou sur les autres fans.

- 86 Le décès de MJ a déclenché de nouveaux besoins dans l'identité sociale des fans interrogés. De manière plus particulière, grâce principalement à leurs fonctions de liens et de reliance sociaux, les médias sociaux ont contribué à réagencer l'identité sociale des fans qui recherchent une identité groupale. Cependant, pour les fans cherchant à se construire une identité individuelle, différente des autres fans (notamment par une identification à MJ), les médias sociaux ont peut-être contribué à ralentir le processus de deuil en favorisant notamment les ruminations émotionnelles et en freinant le réagencement identitaire. C'est en s'éloignant des médias sociaux que certains fans auraient réussi à réagencer leur identité sociale. Cinq processus identitaires ont été mis en évidence : un renforcement de l'identification à MJ, un renforcement de l'individualisation en tant que « vrai » fan, un transfert de l'homme sur l'œuvre musicale de MJ, une réorientation vers d'autres styles musicaux, d'autres vedettes, ou le déni du décès.
- 87 La principale limite de notre recherche concerne la difficulté à établir des liens de causalité entre l'usage des médias sociaux et le processus de deuil des fans. Les résultats montrent que les fans utilisant le plus fréquemment et le plus longuement les médias sociaux sont ceux qui ont les processus de deuil les plus complexes et les plus longs. Ce sont ces mêmes fans qui cherchaient à se construire une identité individuelle. Si ces phénomènes sont corrélés, le lien de causalité n'est qu'une hypothèse. Même si nous avons observé, au cours des entretiens, des phénomènes de ruminations émotionnelles entretenues par les médias sociaux, il est possible que ce soit les fans les plus attachés ou ceux qui cherchent à se construire une identité individuelle (et donc ceux vivant le plus long processus de deuil) qui utilisent le plus les médias sociaux. On ne peut pas non plus écarter l'hypothèse d'une interaction complexe entre ces phénomènes. D'autres recherches doivent donc être menées pour mieux comprendre les liens entre les usages des médias sociaux, l'identité sociale et le processus de deuil des fans.
- 88 Les nouvelles perspectives de recherche ouvertes sont nombreuses. Une première piste consisterait à mener une étude plus globale des fans et de leur communication. Il conviendrait alors, dans une perspective longitudinale, de les interroger le plus tôt possible après le décès, puis de les suivre dans le temps en menant différents entretiens. En parallèle, leurs messages sur les médias sociaux témoignant de leurs cognitions et de leurs affects relatifs à leurs liens avec la célébrité médiatique pourraient être analysés plus en profondeur. Il serait possible de diversifier davantage la méthodologie avec la mise en place de tests projectifs. Une deuxième piste de recherche consisterait à comparer les réactions psychosociales et les communications, notamment par l'intermédiaire des médias sociaux, de différents types de fans lors du décès de la célébrité. Les études comparatives pourraient être interculturelles, mais aussi porter sur le genre ou l'âge des fans. Il serait également intéressant de comparer les sujets selon l'ancienneté de leur fandomisation. Les nouveaux fans et les fans de longue date construisent-ils leur identité sociale de la même manière à partir de l'activité de fandomisation ? Lors du décès de la célébrité, ressentent-ils le même besoin de communiquer et de partager socialement leurs émotions, notamment avec des personnes proches ? Il existe de grandes différences entre les fans en fonction des domaines concernés (Jenkins, 1992) et le cas des fans de MJ est particulier au sein du domaine de la musique. Ainsi, les pistes ouvertes pourraient être menées dans le

domaine musical, mais également dans des domaines différents comme le sport ou le cinéma, où les liens socio-cognitifs et socio-affectifs que les fans construisent avec la célébrité médiatique (Heinich, 2011) et entre eux sont vraisemblablement qualitativement différents.

BIBLIOGRAPHIE

- BERISTAIN, Carlos Marín *et al.* (2000), « Rituals, social sharing, silence, emotions and collective memory claims in the case of the Guatemalan genocide », *Psicothema-Oviedo*, 12, p. 117-130.
- BLOOD, Anne J. et Robert J. ZATORRE (2001), « Intensely pleasurable responses to music correlate with activity in brain regions implicated in reward and emotion », *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 98(20), p. 11818-11823.
- BRESIN, Roberto et Anders FRIBERG (2000), « Emotional coloring of computer-controlled music performances », *Computer Music Journal*, 24(4), p. 44-63.
- BUCKLAND, Theresa (2006), *Dancing From Past to Present : Nation, Culture, Identities*, Madison, University of Wisconsin Press.
- CAZENEUVE, Jean (1971), *Sociologie du rite (tabou, magie, sacré)*, Paris, Presses Universitaires de France.
- COURBET, Didier et Marie-Pierre FOURQUET (2003), « Reception of live television images of a catastrophe : A qualitative study of reactions to September 11, 2001 attacks in the United States through the recall of french TV viewers », *European Review of Applied Psychology*, 53(1), p. 21-42.
- DURKHEIM, Émile (1912/2003), *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, Paris, Presses Universitaires de France.
- ETHIS, Emmanuel (2001), *Aux marches du Palais : le Festival de Cannes sous le regard des sciences sociales*, Paris, La Documentation française.
- ETHIS, Emmanuel (2008), « Des ressemblances galvanisées. Du <je suis comme elle> au <elle est comme moi>... Une sociologie de nos <identifications> aux stars du cinéma », *Sociologie de l'art - Opus*, 13, p. 91-110.
- FIELD, Nigel P. *et al.* (1999), « The relation of continuing attachment to adjustment in conjugal bereavement », *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 67(2), p. 212-218.
- FOURQUET-COURBET, Marie-Pierre et Didier COURBET (2009), « Analyse de la réception des messages médiatiques. Récits rétrospectifs et verbalisations concomitantes », *Communication & Langages*, 161, p. 117-135.
- FREUD, Sigmund (1915), *Metapsychology*, Paris, Presses Universitaires de France.
- GEORGES, Fanny (2009), « Identité numérique et représentation de soi : analyse sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0 », *Réseaux*, 154, p. 165-193.
- GILES, David (2000), *Illusions of Immortality : A Psychology of Fame and Celebrity*, London, Palgrave Macmillan.

- GILES, David et John MALTBY (2006), « Praying at the altar of the stars », *The Psychologist*, 19(2), p. 82-85.
- HALBWACHS, Maurice (1997), *La mémoire collective*, Paris, Albin Michel.
- HAVITZ, Marc E. et Frederic DIMANCHE (1997), « Leisure involvement revisited : conceptual conundrums and measurement advances », *Journal of Leisure Research*, 29(3), p. 245-278.
- HEINICH, Nathalie (2011), « La culture de la célébrité en France et dans les pays anglophones », *Revue française de sociologie*, 52(2), p. 353-372.
- HOROWITZ, Leonard M. et al. (2001), « The way to console may depend on the goal : Experimental studies of social support », *Journal of Experimental Social Psychology*, 37(1), p. 49-61.
- HORTON, Donald et R. Richard WOHL (1956), « Mass communication and para-social interaction : Observations on intimacy at a distance », *Psychiatry*, 19(3), p. 215-229.
- JENKINS, Henry (1992), *Textual Poachers : Television Fans & Participatory Culture*, New York, Routledge.
- JOHNSON, Richard (1999), « Exemplary differences : mourning (and not mourning) a princess » dans Adrian KEAR et Deborah L. STEINBERG (dir.), *Mourning Diana : Nation, Culture and the Performance of Grief*, London, Routledge, p. 15-39.
- KEAR, Adrian et Deborah L. STEINBERG (dir.) (1999), *Mourning Diana : Nation, Culture and the Performance of Grief*, London, Routledge.
- LAVERIE, Debra A. et Dennis B. ARNETT (2000), « Factors affecting fan attendance : The influence of identity salience and satisfaction », *Journal of Leisure Research*, 32(2), p. 225-246.
- LE BART, Christian (2004), « Stratégies identitaires de fans », *Revue française de sociologie*, 45(2), p. 283-306.
- LE GUERN, Philippe (2009), « «No matter what they do, they can never let you down...». Entre esthétique et politique : sociologie des fans, un bilan critique », *Réseaux*, 153(1), p. 19-54.
- LITS, Marc (2009), « La construction du personnage dans la presse people », *Communication*, 27(1), [En ligne] <http://communication.revues.org/index1292.html>. Page consultée le 9 mai 2012.
- LUBTCHANSKY, Jacqueline (1998), « Travail du deuil, douloureuse souffrance » dans Nadine AMAR et al. (dir.), *Le deuil*, Paris, Presses Universitaires de France, p. 127-142.
- MALTBY, John et al. (2006), « Extreme celebrity worship, fantasy proneness and dissociation : Developing the measurement and understanding of celebrity worship within a clinical personality context », *Personality and Individual Differences*, 40(2), p. 273-283.
- MEYROWITZ, Joshua (2002), « The majority cult : Love and grief for media friends » dans Philippe LE GUERN (dir.), *Les cultes médiatiques : culture fan et œuvres cultes*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, Coll. « Le sens social », p. 133-162.
- MOLNAR-SZAKACS, Istvan et Katie OVERY (2006), « Music and mirror neurons : From motion to <e> motion », *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 1(3), p. 235-241.
- MOUSTAKAS, Clark E. (1994), *Phenomenological Research Methods*, Thousand Oaks, Sage Publications.
- NEIMEYER, Robert A. (2006), « Widowhood, grief, and the quest for meaning : A narrative perspective on resilience » dans Deborah S. CARR et al. (dir.), *Spousal Bereavement in Late Life*, New York, Springer Publishing Company, p. 227-252.

- NOLEN-HOEKSEMA, Susan (2001), « Ruminative coping and adjustment to bereavement » dans Margaret S. STROEBE et al. (dir.), *Handbook of Bereavement Research : Consequences, Coping, and Care*, Washington, American Psychological Association, p. 545-562.
- PARKES, Colin Murray (1972), *Bereavement. Studies of Grief in Adult Life*, London, Tavistock Publications.
- REID, Scott A. et al. (2004), « A social identity model of media usage and effects », *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 16(1), p. 17-25.
- RENTFROW, Peter J. et al. (2009), « You are what you listen to : Young people's stereotypes about music fans », *Group Processes & Intergroup Relations*, 12(3), p. 329-344.
- REYSEN, Stephen et Nyla R. BRANSCOMBE (2010), « Fanship and fandom : Comparisons between sport and non-sport fans », *Journal of Sport Behavior*, 33(2), p. 176-193.
- RIMÉ, Bernard (2005), *Le partage social des émotions*, Paris, Presses Universitaires de France.
- SCHWARZ, Norbert (1990), « Feelings as information : Informational and motivational functions of affective states » dans E. Toory HIGGINS et Richard SORRENTINO (dir.), *Handbook of Motivation and Cognition : Foundations of Social Behavior*, New York, Guilford Press, p. 527-561.
- SEGRÉ, Gabriel (2007), *Au nom du King : Elvis, les fans et l'ethnologue*, Montreuil, Aux lieux d'être.
- SLATER, Michael D. (2007), « Reinforcing spirals : The mutual influence of media selectivity and media effects and their impact on individual behavior and social identity », *Communication Theory*, 17(3), p. 281-303.
- STEVER, Gayle S. (2011), « 1989 vs. 2009 : A Comparative analysis of music superstars Michael Jackson and Josh Groban, and their fans », *Journal of Media Psychology*, 16(1), p. 281-303.
- STROEBE, Margaret S. et Henk SCHUT (1999), « The dual process model of coping with bereavement : Rationale and description », *Death studies*, 23(3), p. 197-224.
- STROEBE, Margaret S. et al. (dir.) (1995), *Handbook of Bereavement : Theory, Research, and Intervention*, Cambridge, Cambridge University Press.
- TAJFEL, Henri (1972), « The devaluation by children of their own national and ethnic group : Two case studies », *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 2(3), p. 235-243.
- TAJFEL, Henri (1981), *Human Groups and Social Categories : Studies in Social Psychology*, Cambridge, Cambridge University Press.
- TAJFEL, Henri et John C. TURNER (1986), « The social identity theory of inter-group behavior » dans Stephen WORCHEL et William G. AUSTIN (dir.), *Psychology of Intergroup Relations*, Chicago, Nelson-Hall, p. 7-24.
- THOITS, Peggy A. et Lauren K. VIRSHUP (1997), « Me's and we's. Forms and functions of social identities » dans Richard D. ASHMORE and Lee JUSSIM (dir.), *Self and Identity : Fundamental Issues - Volume I*, Oxford, Oxford University Press, p. 106-133.
- TURNER, John C. et al. (1987), *Rediscovering the Social Group : A Self-Categorization Theory*, Oxford, Blackwell.
- WEISS, Robert S. et T. Anne RICHARDS (1997), « A scale for predicting quality of recovery following the death of a partner », *Journal of Personality and Social Psychology*, 72(4), p. 885-891.
- WRIGHT, Daniel et George D. GASKELL (1995), « Flashbulb memories : Conceptual and methodological issues », *Memory* 3(1), p. 67-80.

ZECH, Emmanuelle et Bernard RIMÉ (2005), « Is talking about an emotional experience helpful ? Effects on emotional recovery and perceived benefits », *Clinical Psychology & Psychotherapy*, 12(4), p. 270-287.

ZECH, Emmanuelle (2006), *Psychologie du deuil : Impact et processus d'adaptation au décès d'un proche*, Sprimont, Éditions Mardaga.

NOTES

1. Voir la revue *Communication*, volume 27, numéro 1, qui, en 2009, abordait le traitement des *people* par les médias.
2. Nous définissons les médias sociaux comme des médias basés sur les technologies numériques et Internet qui permettent aux utilisateurs, reliés en réseaux, des interactions sociales, des échanges et des productions de contenus, interpersonnels et collectifs (textes, images, vidéos, blogues, « monde virtuel », jeux...), de manières synchrone et asynchrone.
3. On compterait douze suicides et plus d'une centaine de tentatives de suicides suite au décès de MJ (site <http://www.mjjcommunity.com> consulté le 5 Décembre 2011). A noter cependant que cette information est difficilement vérifiable.
4. Ensemble des éléments qui définissent la personne (Laverie et Arnett, 2000).
5. Soit plus que pour le jour de l'An. Source : <http://www.lefigaro.fr/musique/2009/06/26/03006-20090626ARTFIG00277-la-mort-de-michael-jackson-ebranle-internet-.php>, page consultée le 7 janvier 2012.
6. Source : http://www.lexpress.fr/culture/musique/michael-jackson-va-t-il-detroner-obama-sur-le-web_773155.html, page consultée le 7 janvier 2012.
7. Cinq professionnels libéraux et cadres, sept techniciens, 13 étudiants et lycéens, un musicien, deux commerciaux et un chômeur. Vingt-sept habitent dans différentes régions françaises, un vit en Allemagne et un autre au Canada.
8. Nous tenons à remercier les étudiants du master 2 en médiations de la culture et du patrimoine de l'Université d'Avignon pour leur contribution à la collecte de données.
9. Les prénoms ont été modifiés.
10. Le terme *objet* est utilisé ici au sens psychanalytique.

RÉSUMÉS

Les auteurs de cette enquête qualitative ont étudié les réactions et les communications des fans lors du décès d'une célébrité médiatique, Michael Jackson, afin de mieux comprendre certains aspects psychosociaux du phénomène « fan ». Ils expliquent les usages et les fonctions des communications interpersonnelles et des médias sociaux des fans endeuillés et montrent notamment que la célébrité jouerait un rôle de médiateur socio-affectif entre le fan et une personne chère de son entourage. Le décès a fait apparaître de nouveaux besoins identitaires chez les fans. Selon leur identité sociale, soit groupale, soit individuelle, les médias sociaux ont joué des rôles différents dans le processus de deuil et dans leur réagencement identitaire.

The authors conducted a qualitative survey of Michael Jackson fans' reactions to his death and their subsequent communication practices in order to better understand certain psychological and social aspects of fandom. They examine the uses of and roles played by interpersonal communications and social media during the period of mourning. Their analysis shows that a celebrity can play a socio-emotional mediating role between a fan and a loved one. The death of a celebrity brings up new identity needs among fans and, correlatively, new and different roles played by the social media during the period of mourning and the process of identity realignment according to the existing identity (individual, group or social) of the fans.

Los autores de una encuesta cualitativa analizaron las reacciones y comunicaciones de los admiradores (fans) en el momento del fallecimiento de una de las celebridades mediáticas, Michael Jackson, con el fin de comprender mejor algunos aspectos psicosociales del fenómeno "fan" (admiradores). Ellos explican las utilizaciones y funciones de las comunicaciones interpersonales y de los medios de comunicación social de los admiradores enlutados y exponen que la celebridad desempeñaría, particularmente, un rol de mediador socioafectivo entre el admirador *fan* y una persona querida de su entorno. El fallecimiento hace resurgir nuevas necesidades de identidad y, correlativamente, los diferentes roles que han desempeñado los medios de comunicación social en el proceso de luto y en una nueva disposición identitaria de los admiradores *fans*, según su identidad social, ya sea de grupo o individual.

INDEX

Keywords : uses, social media, fans, parasocial interaction, social identity, celebrity

Palabras claves : usos, medios de comunicación social, admiradores, fans, interacción parasocial, identidad, celebridad

Mots-clés : médias sociaux, fans, interaction parasociale, identité sociale, célébrité, usage

AUTEURS

MARIE-PIERRE FOURQUET-COURBET

Marie-Pierre Fourquet-Courbet est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, Centre Norbert Elias UMR 8562, Équipe Culture et Communication. Courriel : marie-pierre.fourquet@univ-avignon.fr

DIDIER COURBET

Didier Courbet est professeur en sciences de l'information et de la communication à Aix-Marseille Université, Institut de recherche en sciences de l'information et de la communication (IRSIC). Courriel : didier.courbet@univ-amu.fr ; didier.courbet@orange.fr

L'ère étatsunienne du basket français

Étude des représentations culturelles à travers les unes de la revue Maxi Basket

Brice Monier et Christian Vivier

- 1 À la fin des années 1980, les représentations du basket-ball français subissent des changements radicaux, parmi lesquels la spectacularisation¹. Deux niveaux définissent ce processus. D'une part, c'est très simplement la mise en scène du geste et de l'évènement sportif. D'autre part, c'est aussi, au sens des mythologies barthésiennes, l'exagération, l'extrapolation, l'amplification rhétorique, l'emphase des passions. Le spectacle devient un paramètre déterminant d'une pratique sportive hautement révélatrice de l'américanisation qui marque la société française. L'exportation du modèle étatsunien répond moins à un programme impérialiste qu'à la simple logique du profit (Lherm, 2002). L'exemple de la National Basketball Association (NBA) témoigne de la rencontre entre le monde du commerce et l'univers sportif, faisant naître une culture de masse, marchande et standardisée, nourrie par les médias (Pfister, 2007). Les magazines spécialisés aspirent alors à présenter une discipline plus vivante et plus spectaculaire générant l'enthousiasme d'un public jeune et passionné. Dans un contexte social de recomposition (Berstein et Milza, 2001) où les frontières entre les sphères du pouvoir sont de plus en plus vaporeuses, les forces économiques et culturelles fusionnent. Le basket exhibé perd donc son caractère confidentiel, marqué par « un repli sur [lui-même], un isolement, un ostracisme, renforçant la prégnance de certains régionalismes » (Monier et Vivier, 2005 : 108), et s'affiche comme le théâtre d'un grandiose spectacle remarquablement médiatisé, grande scène où se situent nombre de scènes de la vie collective (Balandier, 1992).
- 2 Incontestablement, la spectacularisation du basket-ball donné à voir en France doit beaucoup à l'influence de la ligue étatsunienne professionnelle. La NBA est un produit qui s'exporte bien. Au sein de la « presse basket » où la concurrence s'installe, la logique culturelle capitaliste s'impose peu à peu. Comment montrer la pénétration magistrale du modèle étatsunien au cœur du paysage sportif français et de la presse spécialisée hexagonale ? Quels rôles jouent les vedettes façonnées par la ligue

professionnelle étatsunienne dans ce processus ? C'est le chantier que cette étude originale au carrefour de la sémiologie, de l'histoire de la presse sportive et du basket-ball, de l'anthropologie et de l'ethnologie espère entreprendre ici.

Méthodologie

- 3 Deux raisons essentielles président au choix du périodique analysé. D'abord, *Maxi Basket* est, pour la France, l'un des précurseurs en matière de presse sportive spécialisée dans le basket-ball. C'est l'une des premières revues de ce type à se fixer en kiosque dès septembre 1982 (Rebillard, 2003). Cet organe de presse est le plus persistant et ses parutions n'ont jamais cessé depuis 1982, contrairement à d'autres magazines aux apparitions plus sporadiques. La une, ou première de couverture, est avant tout une image. D'une part, elle est à la fois le reflet illustré et condensé du magazine et, d'une certaine manière, le sommaire de la revue ; elle en présente le contenu. Bref, elle est la vitrine du mensuel (Monier et Vivier, 2010a). D'autre part, sa une est une image photographique (parmi les 300 unes étudiées, les dessins ne sont utilisés que deux fois) qui doit séduire instantanément celui qui la découvre afin d'en faire un client potentiel. Puisque la grande majorité des unes de *Maxi Basket* est constituée d'images photographiques, il convient de mettre en place une méthodologie appropriée à l'étude de ce type de sources (Vivier *et al.*, 2003a et 2003b).
- 4 *Maxi Basket* est, au sens de Roland Barthes, un « canal de transmission » (Barthes, 1982 : 9). La source émettrice et le milieu récepteur alimentent ce que Laurent Gervereau appelle respectivement « contexte en amont » et « contexte en aval ». Le contexte en amont est « ce qui a amené le processus de production. Pourquoi cette image-là est-elle apparue ? » (Gervereau, 2004 : 54). Dès lors que cette image est créée, elle « entame [...] une nouvelle existence qui est celle de sa diffusion » (Gervereau, 2004 : 64) : cette seconde vie de l'image peut être restituée par le contexte en aval. Pascal Legendre, directeur actuel de la rédaction de *Maxi Basket*, a répondu à un questionnaire, suivi d'entretiens, afin d'appréhender les éléments de connaissance quant à ces deux « lieux de pertinence » (Nel, 2001). Mais, si le signe s'avère un concept-clé dès lors que l'on envisage d'analyser l'image (il y aurait signe chaque fois que quelque chose est mis pour quelque chose d'autre), il n'en demeure pas moins que l'image ne peut pas être réduite à un seul et simple signe. Nous avons donc choisi de la considérer comme un texte, « tissu mêlé de différents types de signes, et qui nous parle secrètement » (Joly, 2000 : 134). Ainsi, l'enjeu méthodologique de cette étude portant sur les unes de la revue *Maxi Basket* vise à saisir dans chaque image l'imbrication du message dénoté « qui est l'analogon lui-même » et du message connoté « qui est la façon dont la société donne à lire, dans une certaine mesure, ce qu'elle pense » (Barthes, 1982 : 11). La délicatesse de cette entreprise réside dans cette intention de s'engager dans une véritable recreation en parallèle de l'image pour mieux appréhender sa signification.
- 5 Dès lors, l'image photographique étant envisagée comme un complexe de signes distincts, leur identification s'est avérée indispensable pour construire l'objet de recherche et les outils qui l'accompagnent. Plusieurs classifications des signes sont proposées par les sémioticiens. L'icone (différent de l'icône), du grec *eiko* (« ressembler »), est le signe dont le signifiant a une relation de similarité avec ce qu'il représente. L'image photographique (signifiant) représentant Michael Jordan préparant son *dunk* ou smash (réfèrent) est un icone. L'indice est caractérisé par une relation de contiguïté

physique avec ce qu'il représente, une relation de causalité. Cette catégorie est propice à l'ouverture de possibles interprétations quantitatives. Un troisième type de signes est le symbole. Il entretient avec ce qu'il représente une relation arbitraire, conventionnelle. Même si son utilisation est toujours délicate en ce sens qu'elle laisse toujours une forte place à la culture et à la position du chercheur, elle est un complément qualitatif heureux à des approches chiffrées que facilite l'analyse des deux premières catégories de signes (icône et indice). Pour reprendre le cadre barthésien dans le domaine cinématographique, deux niveaux symboliques de l'image peuvent être distingués. Le premier, relatif au symbolisme historique, est celui de la signification. Chez Barthes, il est appelé sens obvie. Il s'impose au chercheur par une double détermination liée, d'une part, à l'intentionnalité du concepteur de l'image et, d'autre part, à son prélèvement au sein d'une « sorte de lexique général, commun, des symboles » (Barthes, 1982 : 45), exhibant une évidence fermée prise dans un système complet doté d'une clarté « naturelle ». Le second, nommé sens obtus parce qu'il vient en « trop », parce qu'il est fuyant et qu'il s'échappe, parce qu'il est composé de traits qui s'affichent comme l'émoussement d'un sens trop évident (sens obvie), ouvre le champ de l'interprétation à l'infini de la culture, du savoir, de l'information et même du langage (Barthes, 1953) et flirte avec la limite qui sépare l'expression du déguisement. En s'affirmant comme l'interprétation capable de distinguer ce qui est de l'ordre du domaine sportif lui-même de ce qui appartient à la mise en scène, le concept de sens obtus s'avère d'une indéniable richesse dans l'étude des compositions photographiques données à voir à la une de la revue *Maxi Basket*. Parce qu'il n'existe pas de signe pur, mais des signes à dominantes iconique, indiciaire ou symbolique, cette classification ne peut être qu'un point de départ que des croisements constants devraient permettre de dépasser. La description des messages plastiques et iconiques, l'étude des contextes de production et de réception de l'image et les analyses indiciaires et symboliques représentent les trois étapes qui guident le travail d'interprétation.

Les indicateurs de recherche

- 6 La culture, dans l'image observée, ne semble saisissable que par l'intermédiaire de ce tissu mêlant différents types de signes. Ces signes peuvent être mis en lumière grâce à divers indicateurs choisis précisément en fonction de l'objet d'étude. Ainsi, il s'agit de se demander qui fait la une et quelle culture ce *spectrum*, le sujet ciblé par la photographie au sens de Barthes (1980), véhicule-t-il.
- 7 Différents « types » de *spectra* sont relevés à partir de leur nationalité et de leur statut, d'une part, et de leur couleur de peau, d'autre part. Ainsi, leur fréquence d'apparition peut être étudiée. Quatre nationalités et statuts du sujet photographié sont retenus : le *spectrum* peut être Français, Européen (non-Français), Étatsunien de France, c'est-à-dire un joueur étatsunien évoluant dans le championnat français, ou Américain des États-Unis, autrement dit un Étatsunien jouant dans le championnat professionnel ou amateur des États-Unis. En parallèle, trois couleurs de peau sont recensées. Le *spectrum* peut être blanc, noir ou métis. Le postulat repose sur l'idée que la représentation photographique traduit à sa façon le lien entre origine ethnique, couleur de peau et culture qui les accompagne. Le lecteur principal de *Maxi Basket*, un garçon pratiquant, n'associe pas le même basket, le même mode de jeu, les mêmes valeurs, selon que le joueur exhibé est issu d'une culture européenne ou afro-étatsunienne (Sudre, 2010). En

définitive, cette analyse quantitative de la une de *Maxi Basket*, de 1982 à 2012, à la lumière de ces deux principaux indicateurs, devrait fournir des pistes explicatives permettant de définir les influences culturelles auxquelles le basket français donné à voir est soumis. Dans le but de caractériser plus en détail chacune de ces tendances, il semble essentiel de croiser ces indicateurs primaires avec d'autres, considérés comme « secondaires ».

- 8 Au nombre de quatre, les indicateurs secondaires sont regroupés par paires selon une typologie de signes visuels précise. Ainsi, deux indicateurs de signes plastiques et deux autres de signes iconiques permettent d'appréhender plus exactement la culture exhibée par la une du périodique. Dans le cadre de cette recherche, les signes plastiques retenus sont propres à l'image, c'est-à-dire qu'ils sont « spécifiques à la représentation visuelle et à son caractère conventionnel » (Joly, 2000 : 136). Il s'agit de l'échelle des plans et de la composition interne. Chaque photographie est prise selon un cadrage réfléchi au préalable. Ces plans constituent une échelle allant du plus large au plus serré. Autrement dit, l'image photographique témoigne une intention du photographe à travers le plan à partir duquel il a façonné son cliché. Plusieurs cadrages sont observés au sein des unes de *Maxi Basket*. Le plan moyen retient un ou plusieurs personnages en pied. Il concentre l'attention du *spectator* (Barthes, 1980), c'est-à-dire du spectateur de l'image, sur le ou les héros, éventuellement dans un espace qui le ou les situe sociologiquement. Le plan américain cadre une ou plusieurs personnes en tronc. Il rapproche encore davantage le public des sujets photographiés. Le plan rapproché place les acteurs à la distance qui sépare les interlocuteurs d'une conversation. De ce fait, il accentue l'intimité, permet de lire les réactions physiologiques, le jeu du visage et des épaules. Le gros plan ne retient que le visage de l'acteur qui envahit toute la photo. Il permet de lire directement la vie intérieure d'un personnage, ses émotions, ses réactions les plus intimes. C'est le plan de l'analyse psychologique.
- 9 Quant à la composition interne, on peut retenir trois façons (Joly, 2000) d'organiser la une. La composition axiale consiste à présenter le sujet principal dans l'axe du regard. Elle correspond en général à un message de lancement, d'apparition du « produit » sur le marché, pour reprendre des termes propres à la publicité (Semprini, 1996). C'est un message « épiphanique ». Message plus descriptif, la composition focalisée consiste à faire poser le regard sur le produit décentré, en jouant sur la surprise du *spectator*. Le dernier type de composition est la composition séquentielle. Elle organise un parcours en « Z » du regard sur l'ensemble de la une. C'est un type de message euphorisant.
- 10 Chacun de ces indicateurs peut être associé à une culture différente : culture publicitaire ou marketing pour la composition séquentielle, culture du détail, de l'investigation de la vie du *spectrum* pour le gros plan, etc. Deux indicateurs iconiques sont incontournables pour saisir au mieux la culture transparaissant au cœur de l'image : la tenue vestimentaire et l'attitude du *spectrum*. Que le joueur, ou le sujet, photographié soit vêtu d'un équipement sportif de match, de vêtements de ville ou de sport, ou qu'il soit dévêtu, nu ou torse nu, les interprétations qui découlent de la lecture de l'image sont foncièrement différentes. Quant à l'attitude du *spectrum*, quatre situations sont observées : il peut poser, à la manière d'un modèle ; exécuter un geste technique (passe, dribble, etc. dans une phase de jeu relativement banale) ; réaliser un mouvement spectaculaire (*dunk*, contre, etc.) et, enfin, il peut se trouver hors d'une action de jeu, alors qu'il est acteur d'une rencontre d'où est extraite la photographie.

Chacune de ces attitudes a une signification culturelle. Ainsi, le spectacle semble être *a priori* l'apanage de la culture étatsunienne. Néanmoins, l'exploitation de cet indicateur n'est ni aussi simple ni aussi directe que nous venons de l'esquisser.

Problématique de recherche

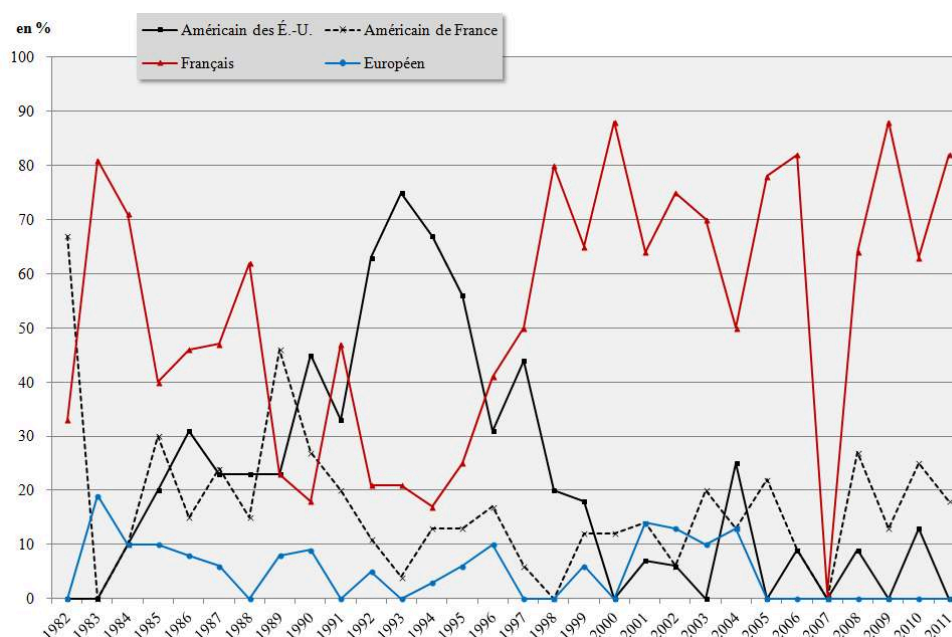
- 11 Le projet consiste donc à évaluer l'influence de la « culture basket » étatsunienne sur les représentations du jeune pratiquant français à travers l'organe dominant de presse spécialisée *Maxi Basket*. L'étude détaillée des unes de ce périodique est l'occasion de mettre en lumière les ruptures et les grandes phases marquantes qui se succèdent dans l'histoire du basket hexagonal des trois dernières décennies. Le magazine révèle et amplifie un phénomène sans doute plus général d'orientation de la pratique vers un basket-ball théâtralisé, commercialisé, télévisé et mondialisé suivant le séduisant exemple outre-Atlantique. La mondialisation se caractérise par la prise de conscience d'un monde unique, à la fois dans ses aspects politiques, économiques, sociaux, écologiques, mais aussi culturels, mettant en exergue des modes de vie, des structures de consommation et des cultures communs, selon la définition élaborée par le groupe de Lisbonne dans son étude de 1993 (Group of Lisbon, 1993). Le basket étatsunien qui pénètre en France, formidable indicateur de l'américanomanie des années 1980, serait symptomatique du lien dialectique qui unit la fabrication des biens matériels et la production de biens culturels. Plus encore, ne révélerait-il pas une bascule de l'un à l'autre qui pourrait s'expliquer, au moins en partie, par le premier recul sur le plan mondial de la production manufacturière depuis la Seconde Guerre qui sévit lors de la récession de 1991-1993 (Bairoch, 1997) ?

Interprétation

- 12 L'étude détaillée de Franck Rebillard sur la « presse basket » en France (2003) fait état d'une médiatisation accrue au début des années 1990 depuis une fréquentation assidue des chaînes de télévision hertziennes classiques jusqu'à une multiplication des magazines consacrés à cette activité sportive. Ainsi, parmi la dizaine de titres qui composent alors cette presse française spécialisée, les nouvelles revues aux noms évocateurs tels que *Mondial Basket*, *5 majeur* et *Basket* (toutes trois nées en mars 1991), *MVP Basket*, *Sports Action Basket*, *Slam* et *Slam magazine*, *Inside the NBA* et *XXL Basketball* jettent très majoritairement leur dévolu sur le basket étatsunien. Aussi, même l'un des plus anciens organes de presse spécialisée dans cette activité, *Maxi Basket*, qui a longtemps abordé prioritairement le basket français, se cristallise progressivement autour du traitement journalistique des compétitions étatsuniennes. L'étude quantitative de la nationalité et du statut du ou des joueurs présentés à la une de *Maxi Basket* confirme cette analyse. En effet, le graphique récapitulatif (tableau 1) montre globalement que, de 1985 à 1997, plus de 50 % des unes consacrent un basketteur outre-Atlantique, qu'il soit un Étatsunien jouant aux États-Unis ou évoluant dans un championnat français. L'ère étatsunienne du basket français peut être encore mieux circonscrite à partir de l'examen attentif des deux catégories de joueurs étatsuniens présentés à la une. Le groupe des joueurs étatsuniens de France, qui représente un pourcentage non négligeable de cet ensemble rassemblant tous les basketteurs étatsuniens, diminue très nettement à partir de 1990. En 1997 et en 1998, les

Étatsuniens de France ont quasiment disparu de la une de *Maxi Basket*. L'américanomanie qui gagne le basket français est alors illustrée par l'arrivée massive des joueurs étatsuniens de la NBA à la une de *Maxi Basket*. De 1990 à 1997, plus de la moitié des unes de ce magazine utilise l'image d'un basketteur pro étatsunien (professionnel étatsunien). Cette période tout acquise au basket étatsunien est donc particulièrement bornée. En effet, dans une étude précédente, il a été mis en évidence que le basket-ball exhibé par les unes de *Maxi Basket* de 1982 à 1989 est une pratique française caractérisée par sa confidentialité (Monier et Vivier, 2005). Néanmoins, le modèle culturel étatsunien, avec ses joueurs-vedettes mondialement connus, sa ligue omnipotente et son industrie du spectacle, pointe à l'horizon. Les années 1980 marquent donc le déclin du basket français et ses derniers sursauts pour défendre sa place dans le paysage sportif international et, plus précisément encore, pour éviter d'être submergé par la vague NBA.

Tableau 1. Nationalité et statut du ou des joueurs présentés à la une de *Maxi Basket* par année (1982-2012)



Place aux insignes du basket étatsunien !

- 13 La fascination pour le basket outre-Atlantique se déploie significativement à travers les emblèmes de la culture étatsunienne qui envahissent les parquets français et, peu de temps après, les premières de couverture des magazines spécialisés. Les symboles de la culture sportive étatsunienne (sens obvie) foisonnent alors dans les unes de *Maxi Basket*. La première page du numéro de novembre 1986 (figure 1) est un exemple du genre par l'accumulation de signes culturels marquants.

Figure 1. *Maxi Basket*, n° 46, novembre 1986, première de couverture, collection privée. Avec l'aimable autorisation de *Maxi Basket*.



- 14 Un joueur de grande taille (*big man*), d'origine afro-étatsunienne, est planté au milieu de la couverture, flanqué d'un sous-titre non moins détonnant, « Américains : le marché de l'emploi », signalant, pour ceux qui ne l'auraient pas compris, que l'homme vient des États-Unis. Les logos de différentes compagnies aériennes, collés à même la valise sur laquelle le basketteur est assis, évoquent sans doute le billet aller-retour États-Unis-France qui accompagne alors systématiquement les contrats signés par les joueurs étatsuniens dans l'Hexagone. Sa tenue est sans équivoque. Tous les attributs qui rappellent la culture du basket étatsunienne sont là : chaussures de marque étatsunienne, chaussettes blanches sans inscription, short floqué sur le côté droit, traditionnel tee-shirt gris d'entraînement utilisé par les universitaires sur lequel est inscrit en lettres majuscules « WISCONSIN » et « 35 », qui s'avère être un numéro de maillot dont l'utilisation est interdite dans les rencontres officielles des championnats européens ou des compétitions internationales. Casquette, textiles et chaussures posés au sol désignent la mode vestimentaire en provenance des États-Unis, tandis que le joueur semble absorbé par une musique que lui délivre un baladeur dont le casque est d'autant mieux mis en évidence que son crâne est rasé. Enfin, flotte, fondue au milieu des lettres du titre de la revue, la bannière étoilée. Que dire de plus !
- 15 Un peu plus tard, en juillet 1988, *Maxi Basket* propose en première de couverture la photographie de Skeeter Jackson, joueur étatsunien naturalisé Français, portant les couleurs de l'équipe de France (maillot bleu sur lequel est inscrit le nom du pays et bandes tricolores reprises d'ailleurs par le titrage de la revue). L'attitude de l'international en phase de récupération, bras tendus et mains tenant le bas de son short, révèle une posture adoptée fréquemment par les joueurs pros étatsuniens lors de l'exécution de lancers-francs. L'année suivante, à la même époque, la revue spécialisée française présente Michael Jordan, le « superman » de la NBA, dans une attitude

strictement identique. Le célèbre maillot rouge des Bulls de Chicago a remplacé le débardeur bleu de l'équipe de France, tandis que la star de la NBA a été convoquée à la place du meilleur joueur « américain » naturalisé Français. Les projecteurs sont désormais dirigés sur un autre continent.

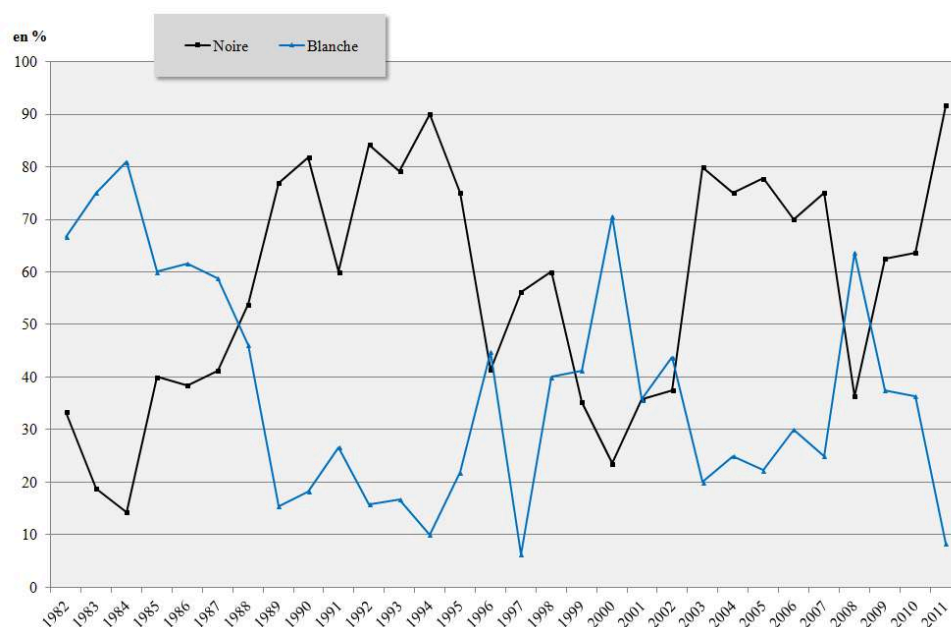
- 16 Fin des années 1980 et début des années 1990, le public français dévore des yeux le basket étatsunien. Les symboles de son hégémonie abondent. Le dribble déterminé du meneur des Pistons de Detroit, Isiah Thomas, écrasant l'effigie des champions européens, de même que l'envolée au sommet d'un gratte-ciel de l'un des joueurs des Knicks de New York représentent deux exemples parmi de nombreux autres. Symboles et emblèmes de la culture étatsunienne (logos de la NBA sur le short et le maillot des joueurs pros étatsuniens, surnom des équipes professionnelles — Pistons, Bulls, Knicks, Sixers —, marques des équipementiers, Spalding pour les ballons par exemple, titrages en anglais, etc.) remplissent alors tous les coins et recoins de la première de couverture de *Maxi Basket*.
- 17 L'arrivée sur la scène olympique du mythe que constitue le façonnage de la première *Dream Team* à l'occasion des Jeux de Barcelone en 1992 accentue encore l'invasion des emblèmes étatsuniens dans les images sélectionnées par les rédacteurs de *Maxi Basket* pour faire la une du magazine. Pour la première fois, les stars étatsuniennes ont la possibilité de se mesurer aux basketteurs du monde entier. En offrant aux sportifs professionnels la possibilité de s'engager dans les compétitions olympiques, le Comité international olympique ouvre ainsi la voie à la concrétisation d'un rêve partagé. Plusieurs numéros portent les stars étatsuniennes à la une de *Maxi Basket* (mars 1992, août-septembre 1992). Plus encore, le mensuel spécialisé semble tout aussi séduit que son public par le basket outre-Atlantique, comme en témoigne la une du numéro hors série de mars 1993 montrant un jeune afro-étatsunien au sourire franc ayant revêtu l'intégralité de l'équipement de la composition étatsunienne. De la casquette au fanion en passant par les magazines et les vignettes autocollantes à collectionner, tous les attributs et objets présentés sont à l'effigie de la *Dream Team* et portent le sigle « USA Basketball ». Une observation attentive et détaillée permet de dénombrer pas moins d'une vingtaine de fois l'affichage du vocable « USA », sans compter les titrages insérés sur la première de couverture. Les étoiles, omniprésentes sur cette image, tentent de réduire les redondances de l'anglicisme « star », utilisé néanmoins trois fois dans cette une. Une double signification symbolique s'offre alors assez naturellement (sens obvie) au lecteur. D'une part, « star » est la traduction anglaise du symbole étoilé qui, en français, évoque la vedette, l'idole. D'autre part, l'étoile est aussi l'indice iconique d'un État sur le drapeau étatsunien. Les références aux États-Unis submergent alors d'autant plus l'image que les couleurs dominantes de cette première de couverture (bleu, rouge et blanc) sont aussi celles de l'étendard étatsunien. Le jeu de confusion avec le drapeau tricolore n'est même pas envisageable ou alors tellement grossier et indécent qu'il ne peut laisser imaginer au *spectator* le moindre espace accordé, dans ces conditions, au basket hexagonal. Plus encore, l'interprétation symbolique orientée dans le sens obtus pourrait conduire à envisager l'idée selon laquelle le jeune garçon, habillé comme les stars étatsuniennes, est dans les étoiles. L'excitation qui accompagne l'événement indique l'importance de la situation pour le monde du basket, la réalisation d'un rêve sans égal. Le bonheur est tel qu'il transperce l'image au point de conduire l'émotion jusque sur le visage du *spectrum*. Faut-il ainsi lire et conclure que l'américanomanie ne peut faire que des heureux ?

- 18 De toute évidence, la mise en visibilité d'un jeune basketteur afro-étatsunien s'inscrit en résonance du phénomène général de chômage structurel né au milieu des années 1970. Au sortir du second choc pétrolier, le taux de chômage progresse encore de manière très importante pour avoisiner les 9 % en Europe occidentale et plus de 30 % pour les jeunes Français en 1995 (50 % en Espagne, 40 % en Italie, 10 % dans le nord de l'Europe) (Bairoch, 1997). Dès lors, le sport, et plus particulièrement le basket-ball, très à la mode dans les dernières décennies du XX^e siècle, pourrait se présenter comme une solution heureuse à l'avenir professionnel incertain d'une jeunesse d'autant plus en quête de sécurité. En faisant appel à un *spectrum* jeune, le magazine illustrerait la mutation d'une société ayant basculé de la fabrication de biens manufacturés vers le commerce des services (y compris les biens culturels tels que le cinéma et la télévision).

Le joueur « d'origine afro-étatsunienne »

- 19 Les insignes qui estampillent en quelque sorte l'image portée à la une ne sont pas les seules enseignes du basket étatsunien. Au-delà de tout ce qui peut évoquer le marché fructueux des produits sportifs et de leurs dérivés, le symbole indiscutable de la « culture basket » étatsunienne est, dès la fin des années 1980, le basketteur afro-étatsunien. Le schéma présentant la répartition des unes du mensuel français par année en fonction de la couleur de peau (tableau 2) confirme cette observation générale.

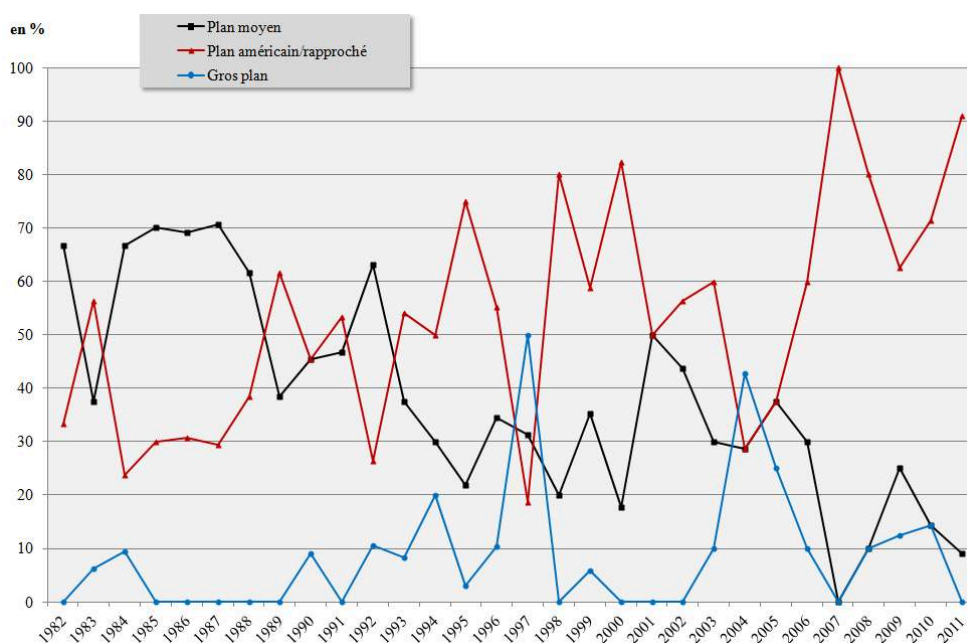
Tableau 2. Répartition par année de la couleur de peau des basketteurs présentés à la une de *Maxi Basket* (1982-2012)



- 20 De 1982 à 1988, les joueurs blancs occupent plus de la moitié des unes de *Maxi Basket*. On peut alors se demander si ce constat a une relation directe avec la crise de la NBA qui éclate au cours de la saison 1980-1981. David Andrews écrit que « les pathologies racistes historiquement associées à la masculinité noire [réapparaissent] alors dans le cadre de reportages sur les tournois professionnels de basket-ball » (2003 : 276). La NBA est présentée comme une organisation « pourrie par la drogue tout simplement parce qu'elle est trop noire » (Andrews, 2003 : 276). La domination écrasante de joueurs afro-

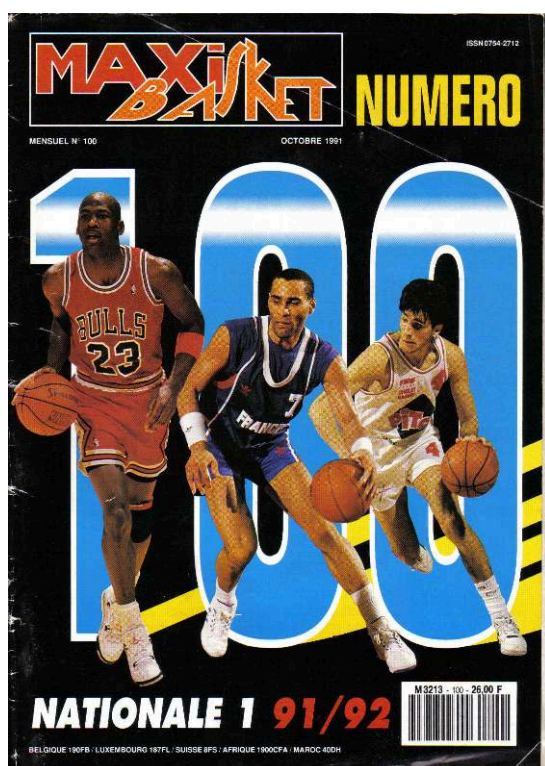
étatsuniens en serait le moteur. Sans aller jusqu'à établir un quelconque parallèle entre cette attitude raciste du public étatsunien à l'origine de l'apparition de la phase critique de la ligue professionnelle et le privilège accordé par *Maxi Basket* aux joueurs blancs, il n'en demeure pas moins que cette stratégie permet au magazine d'esquiver ainsi la crise du basket-ball qui sévit aux États-Unis. En évitant de montrer des joueurs de couleur, la revue spécialisée choisit frileusement de ne pas risquer de perdre la confiance d'un lectorat qui pourrait, selon l'exemple étatsunien, être enclin à se méfier d'un sport susceptible de perdre toute éthique. L'omniprésence de joueurs blancs à la une, même si certains sont originaires des États-Unis, en renforçant l'image d'une pratique isolée du contexte international de la discipline et, plus sûrement encore, radicalement distincte du modèle étatsunien, opère dans le sens d'une démarche permettant de rassurer l'opinion publique française sur la question.

- 21 À la fin des années 1980, la tendance s'inverse. Jusqu'en 1998, avec un premier fléchissement en 1996, le magazine donne alors à voir une pratique de haut niveau afro-étatsunienne. À partir de 1990, les basketteurs afro-étatsuniens occupent près de 80 % des unes, 82 % au moment des exploits de la première *Dream Team* en 1992, 90 % en 1994, avant de retomber à 60 % en 1998 et à 33 % en 1999 (tableau 2). Peut-être faut-il simplement signaler que cette tendance nouvelle repérée dans le magazine français ne fait que refléter la bascule radicale qui s'est opérée sur le plan du recrutement des effectifs des équipes de la NBA au cours des 40 dernières années. Alors que dans les années 1960, la majorité des professionnels évoluant aux États-Unis sont des Blancs, les années 1990 enregistrent une nette domination des joueurs d'origine afro-étatsunienne. Le gros titre de *Maxi Basket* du mois d'avril 1990, « L'or noir », est une illustration parlante, tandis qu'un gros plan de Michael Jordan répond à cette manchette détonante.
- 22 L'entreprise de réhabilitation du joueur afro-étatsunien par les médias étatsuniens (Wilson, 1997) à partir de l'image culte de la star des Chicago Bulls a été engagée dans la seconde moitié des années 1980. La construction et le remarquable succès de la *Dream Team* (n° 4 hors série, mars 1992 ; n° 110, août-septembre 1992 ; n° 8 hors série, mars 1993) semblent avoir définitivement parachevé cet épisode critique ayant mis dans l'embarras le basket pro étatsunien. Le graphique récapitulatif de la nature des plans de prises de vue en fonction des années (tableau 3) fait état d'une plus forte utilisation des gros plans de 1990 à 1997, au moment où les grandes stars du basket pro étatsunien « crèvent l'écran ». Le constat est sensiblement analogue quant aux plans américains et rapprochés, qui sont utilisés plus nettement à partir de 1989.

Tableau 3. Nature des plans par année à la une de *Maxi Basket* (1982-2012)

- 23 Ainsi, la chute progressive de l'usage du plan moyen à partir de 1987 au profit des plans américains et rapprochés semble coïncider avec l'émergence de l'américanomanie des jeunes générations et de la « starification » qui l'accompagne. Le gros plan se prête effectivement mieux à la présentation du « meilleur joueur de la planète », comme se plaît alors à dire le présentateur attitré des matchs de la NBA à Canal Plus, Georges Eddy, lorsqu'il parle de Michael Jordan. Plus encore, le 100^e numéro de la revue d'octobre 1991 (figure 2) offre une interprétation symbolique criante des représentations véhiculées à l'époque (Monier et Vivier, 2010a).

Figure 2. *Maxi Basket*, n° 100, octobre 1991, première de couverture, collection privée. Avec l'aimable autorisation de *Maxi Basket*.



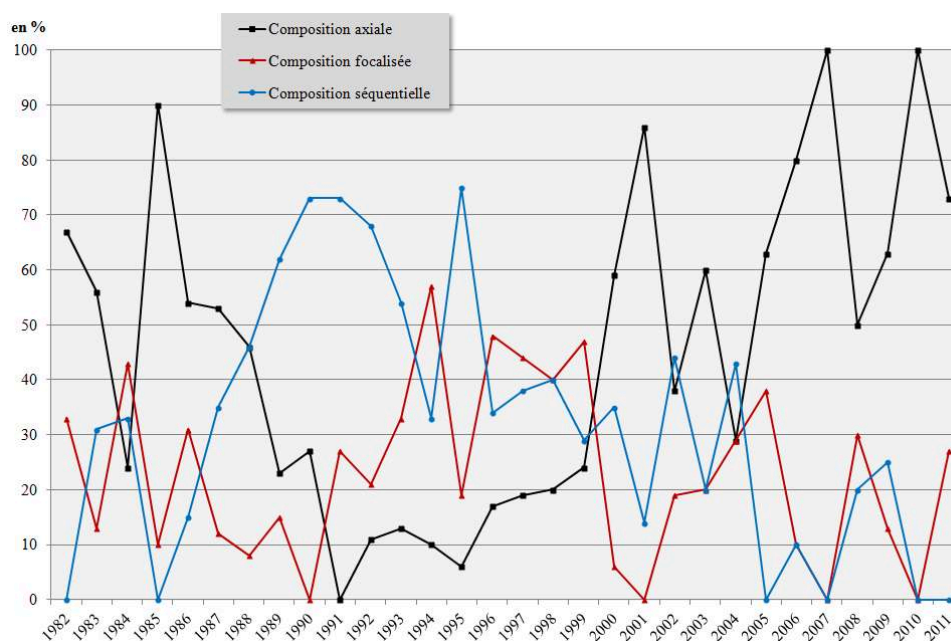
- 24 Les trois chiffres d'un bleu iridescent qui composent le nombre « 100 » se détachent du fond sombre de la page. Ils sont associés à un joueur de renom dans une attitude de dribbleur. La place que chacun de ces basketteurs occupe est éloquente. Michael Jordan, d'abord, leader des Chicago Bulls, est affublé du « 1 », comme pour signifier qu'il est le numéro un. Suit Richard Dacoury, international français et joueur emblématique du Limoges CSP, accompagné, en arrière-plan, par le chiffre « 0 ». Parachevant le triptyque, le jeune meneur de Cholet, Antoine Rigaudeau, destiné à un avenir radieux sur les terrains européens et même à flirter avec la NBA, est accompagné du deuxième « 0 ». Le message est clair. Si, dans le vivier du basket-ball mondial, il est possible de trouver une centaine de joueurs du calibre de Rigaudeau, ou encore une dizaine de joueurs du niveau d'un Dacoury, il n'y a qu'un seul Jordan. La star, afro-étatsunienne, est unique. De gauche à droite, dans le système de lecture occidental, se succèdent donc, en une manière de hiérarchie que semble dicter le média, la vedette étatsunienne, le joueur international français et le petit *frenchy*. Tous trois sont présentés dans une attitude de dribbleur, mais ils n'affichent pas tous la même sérénité. Michael Jordan, le port de corps altier traduisant une remarquable aisance balle en main, le regard haut et dirigé vers l'avant, progresse sereinement en dribble, alors que l'attitude de Richard Dacoury et d'Antoine Rigaudeau porte les stigmates de l'effort : le poids est chargé sur leur jambe gauche, les muscles sont contractés et leur regard est orienté vers le bas. Par ailleurs, les deux Français conduisent le ballon de leur main gauche, la plus faible, tandis que Michael Jordan dribble de sa main forte, soulignant là encore la facilité avec laquelle il domine son sujet quand les deux autres sont à la peine. L'attitude de chacun est révélatrice du niveau de jeu et des efforts consentis. Enfin, comme pour souligner encore plus la différence de taille, de talent et d'aura des trois basketteurs, contrastant nettement

avec la couleur opaline des chiffres, un rai blanc aux contours floutés fait alors office de toise. À l'étalon de cette marque, il apparaît nettement que plus l'image du basketballer rapetisse à mesure que le regard se déporte sur la droite et plus la couleur de peau du joueur blanchit, signifiant l'avènement médiatique du basketballer afro-étatsunien au détriment des joueurs blancs (Charlot et Clément, 2007). Finalement, tout dans cette une abonde dans le même sens : l'exemple à suivre est incontestablement le modèle professionnel étatsunien.

Le basket : un marché à investir

- 25 En Europe, le basket-ball, à l'instar d'autres sports plus populaires comme le football (Eisenberg *et al.*, 2004) et plus récemment le rugby (Chaix, 2004), est devenu un marché à investir. Plus qu'un bien culturel, il est peut-être davantage un produit commercial, en ce sens qu'il est injecté dans le circuit de la distribution commerciale. L'étude de Rebillard (2003), mettant en avant la concurrence féroce que se livrent les magazines spécialisés à partir des années 1990, est un exemple marquant de cette récupération du basket-ball à des fins commerciales. Dans cette perspective, l'analyse des unes de *Maxi Basket* autorise une approche encore plus précise du phénomène, puisqu'elle permet de mieux cerner la mutation du basket-ball vers un bien culturel commercialisé.
- 26 L'introduction massive du basket étatsunien au cœur de la revue à la fin des années 1980 est accompagnée d'une nouvelle façon de concevoir l'accroche photographique. L'analyse statistique de la représentation annuelle des unes selon le type de composition interne (axiale, focalisée ou séquentielle) met en évidence une transformation radicale à partir de 1987 jusqu'en 2000 (tableau 4).

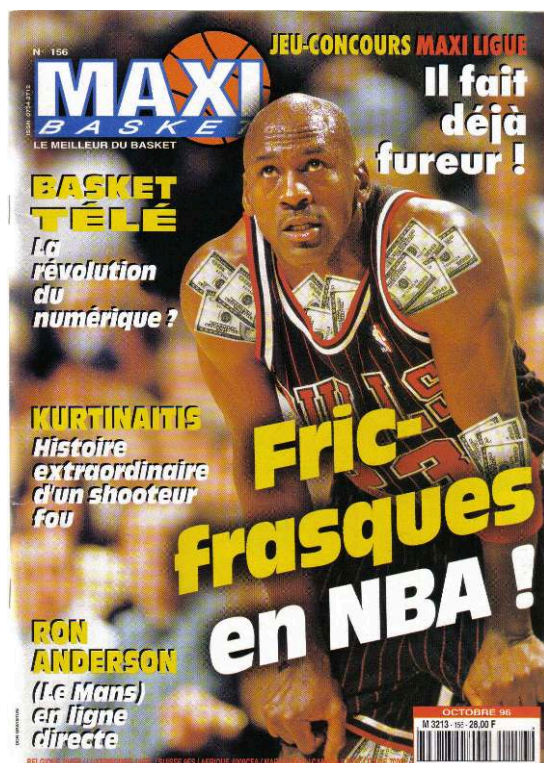
Tableau 4. Fréquence d'utilisation des natures de compositions internes (axiale, focalisée, séquentielle) par année dans les unes de *Maxi Basket* (1982-2012)



- 27 Alors que la composition axiale était le modèle le plus fréquemment choisi à la une de *Maxi Basket* de 1982 à 1988, la tendance s'inverse à la fin des années 1980. En effet, la nature de la composition interne de l'image présentée en première de couverture

change nettement. Avant que la composition axiale n'ait à nouveau dans les années 2000 la faveur des éditeurs, de 1989 à 1995, la composition séquentielle est désormais utilisée de manière prépondérante, réduisant les formes axiale et focalisée à des portions mineures (en 1990, 72,7 % des unes exploitent la forme séquentielle contre 20 % pour la forme axiale ; en 1995, les chiffres sont respectivement de 75 % pour la forme séquentielle, tandis que la forme axiale tombe à 6,2 % et que la forme focalisée est de 18,8 %). Ainsi, parce que la composition séquentielle relève d'un système d'élaboration de l'image particulièrement prisé par les créateurs d'affiches publicitaires, il est alors possible d'émettre l'idée que ce choix qui accompagne la mise en exergue du joueur noir pro étatsunien est révélateur de la bataille que se livrent les différentes revues françaises spécialisées dans le basket. La concurrence est rude. *Maxi Basket*, qui ne cesse d'améliorer chaque année le nombre de ses tirages (1982, 16 000 ; 1984, 20 500 ; 1986, 25 500 ; 1988, 30 000 ; 1990, 35 000 ; 1992, 41 000) (Rebillard, 2003), enregistre une stagnation à partir de 1992, au moment où de nouveaux magazines envahissent les kiosques (*Sports Action* [1989-1991], *Basket* [1991], *Sports Action Basket* [1992-1996], *Mondial Basket* [1991-], *5 majeur* [1991-]) (Rebillard, 2003). Si la plus ancienne revue française de basket réussit à contenir l'attaque de ses concurrents jusqu'au milieu des années 1990 (les chiffres de diffusion de *Maxi Basket* atteignent 43 500 en 1994), l'arrivée sur le marché de groupes de presse magazine en quête « d'opportunités de vente » et prompts à investir des « niches dans différents secteurs journalistiques du moment où celles-ci connaissent un rapide développement » (Rebillard, 2003 : 215) stoppe son ascension. Les chiffres de diffusion de *Maxi Basket* chutent alors de manière alarmante (de 43 500 en 1994 à 38 000 en 1995, de 27 400 en 1996 à moins de 20 000 en 2000 et 2002³). La revue résiste mal à ce surinvestissement d'une branche journalistique qui place les magazines lancés au début des années 1990 parmi les meilleures ventes (80 000 exemplaires de *Mondial Basket* sont distribués chaque mois de 1993 à 1994, 56 000 pour *5 majeur* en 1994-1995) (Rebillard, 2003). Les « coups éditoriaux » réalisés par les grands groupes de presse magazine au début des années 1990 ont immanquablement contraint la revue *Maxi Basket* à s'adapter à la loi du marché et à se tourner, en l'occurrence, vers le basket étatsunien et l'effet de mode qui l'accompagne. Dès lors, c'est sans doute tout autant la volonté d'utiliser la force économique que constitue le basketteur pro étatsunien par son statut de star que la prise de conscience médiatique de l'opportunité que représente l'exploitation de son image pour les ventes de la presse magazine qui explique le « boom » enregistré par la « presse basket » au cours des années 1990. La une proposée par *Maxi Basket* en octobre 1996 (figure 3) présentant une fois de plus Michael Jordan en est l'illustration parfaite.

Figure 3. *Maxi Basket*, n° 156, octobre 1996, première de couverture, collection privée. Avec l'aimable autorisation de *Maxi Basket*.



- 28 La star, montrée dans sa position favorite de repos à l'occasion d'une phase de jeu arrêté (mains accrochées au bas du short et bras tendus appuyés sur les cuisses), est affublée de billets de banque qui débordent de sa culotte de sport, de son maillot et de son bracelet éponge. Le montage photographique transforme le plus célèbre basketteur du monde en une machine à fabriquer des dollars. Symbolisé par la ligne de son regard posé sur le panneau d'affichage, le « compteur » de la star (peut-être aussi celui de ses agents et de ses commanditaires) semble inscrire au fond de ses yeux les dividendes engrangés au rythme des points marqués et des minutes passées sur le parquet. En se permettant un tel photomontage, les rédacteurs en chef de la revue *Maxi Basket* soulignent peut-être innocemment le rôle que jouent, d'une manière générale, les médias dans le système sportif contemporain (Andrews, 2001).
- 29 La démonstration d'Andrews (2003) reprenant les travaux anglo-saxons (Harvey, 1989 ; Jameson, 1991) exprime de quelle manière l'industrie sportive et, plus spécialement dans le cas étudié, la NBA alimentent à la fois les forces du capitalisme récent propres à la situation post-moderne, mais aussi comment elles les finalisent. De la sorte, le sport professionnel sous l'emprise des médias s'inscrit dans la logique culturelle du capitalisme moderne en pleine expansion dans la dernière décennie du XX^e siècle.
- 30 Au cours des années 1970, la crise de l'économie mondiale (baisse des taux de productivité industrielle, inflations pétrolières, mutation de l'industrie en direction des activités de pointe peu coûteuses en main-d'œuvre, etc.) a occasionné une délocalisation massive du secteur manufacturier vers les pays en voie d'industrialisation. En contrepartie, les pays aux économies développées ont inauguré un nouvel ordre : les industries de la culture (publicité, marketing et médias commerciaux). Dans cette « civilisation de l'image » (Kearney, 1989 ; Andrews, 2003)

habile à exploiter tout engouement populaire dans une perspective commerciale, le sport s'avère un instrument privilégié. Avides de nouveaux marchés, la télévision et les médias en général s'emparent de tout événement potentiel, quand ils ne le façonnent pas, à partir du moindre indice susceptible de faire de l'audience et donc d'être lucratif (Jeanneney, 2001). Ainsi, selon Andrews (2007), l'image de Michael Jordan, parfaite icône (avec un accent circonflexe cette fois) du capitalisme moderne, a été utilisée exclusivement à des fins commerciales. Elle révélerait la découverte d'un nouvel espace de profits pour la NBA (vêtements, produits alimentaires, musique, etc.) frappée des sceaux de « l'urbanité » et de la « négritude ». Andrews (2005) précise qu'il emploie le terme *négritude* sans connotation politique ni raciale.

Théâtralisation : le modèle d'un basket-spectacle

- 31 À partir du milieu des années 1980, le basket français trouve un nouveau souffle. En effet, l'étiquette de sport-spectacle est progressivement accolée à ce sport d'équipe en pleine mutation. Le jeu professionnel présenté outre-Atlantique sonne définitivement le glas du basket promoteur des valeurs morales qui avait tant séduit la YMCA à la fin du XIX^e siècle (Chavinier, 2008) et ensuite les patronages sportifs catholiques dans la première moitié du XX^e siècle (Munoz, 2003). Le modèle de la NBA surpasse désormais tous les autres. Il s'agit de produire avant tout du spectacle, source de revenu et de profits incommensurables. Bien relayé par les médias télévisuels, le basket qui enthousiasme alors la jeunesse prend un caractère de plus en plus sensationnel. Spectacle flamboyant échafaudé de gestes nouveaux, hors du commun, de figures mythiques, d'intrigues de star, d'anecdotes, de performances remarquables, de logos et de produits dérivés sources de bénéfices colossaux (Bryman, 1999), la « balle au panier » inventée par le pasteur Naismith à la fin du XIX^e siècle se trouve alors parée de tous les attributs de l'hypermodernité (Aubert, 2004). Les unes présentant les stars de la NBA en pleine action se multiplient à partir de 1988. La vedette pro étatsunienne de basketball est partout. Son omniprésence est à l'effigie de l'expansion du modèle culturel étatsunien. Provocante, à l'ego démesuré, ou simplement sympathique et altruiste, mythique parfois, la star de la NBA donne du « panache » à ce sport. Sélectionnés au filtre de l'emphase, tous les gestes, toutes les attitudes et les mimiques des sujets immortalisés sur les premières de couverture de *Maxi Basket* espèrent attiser d'intenses et d'agréables sentiments chez le *spectator* qui les croise du regard. À la manière du catch décrit par Barthes, le basket mis en évidence par les unes du magazine spécialisé propose également « des gestes excessifs, exploités jusqu'au paroxysme de leur signification » (1957 : 14). S'agirait-il finalement d'une pantomime dans laquelle chaque basketteur-vedette serait affublé d'un geste spectaculaire en adéquation avec son poste de jeu autant qu'avec son caractère et représentatif du rôle joué sur la scène de la NBA ? De la sorte, le public français serait à même de reconnaître spontanément les stars évoluant de l'autre côté de l'Atlantique et ainsi de pouvoir s'y identifier encore plus facilement à l'occasion de leur apparition hebdomadaire sur la chaîne télévisuelle privée Canal Plus. Quelques exemples pourraient remarquablement illustrer un tel constat.
- 32 Ainsi, le roi Michael survole toujours de manière fluide et emblématique les débats, comme se plaisent à le représenter les unes de *Maxi Basket* de janvier 1990, de juillet et de novembre 1992, de juillet-août 1993, etc. Charles Barkley des Sixers de Philadelphie incarne, par son *power lay up* (tir en puissance proche du panier), la force provocatrice

d'un joueur d'une combativité et d'un acharnement rares (unes de décembre 1990 et de août-septembre 1991). La première de couverture de décembre 1988 montre James Worthy, suspendu dans les airs, bras et jambes écartés, exécutant une passe inattendue dans une position incongrue hautement spectaculaire. Il en est de même pour Magic Johnson, le passeur surdoué des Lakers de Los Angeles. Quant à Karl Malone, photographié au rebond, c'est l'efficacité personnifiée (une de novembre 1991). Mais la plus belle illustration de cette association identificatrice entre une star et un geste spectaculaire revient incontestablement au monstre de puissance physique (2,17 m pour 140 kg) que représente le « Shaq » (Shaquille O'Neal). L'emploi de tels surnoms par la presse spécialisée facilite d'ailleurs la construction de véritables mythologies vivantes, à la manière des vedettes du Tour de France décrites par Barthes (1957).

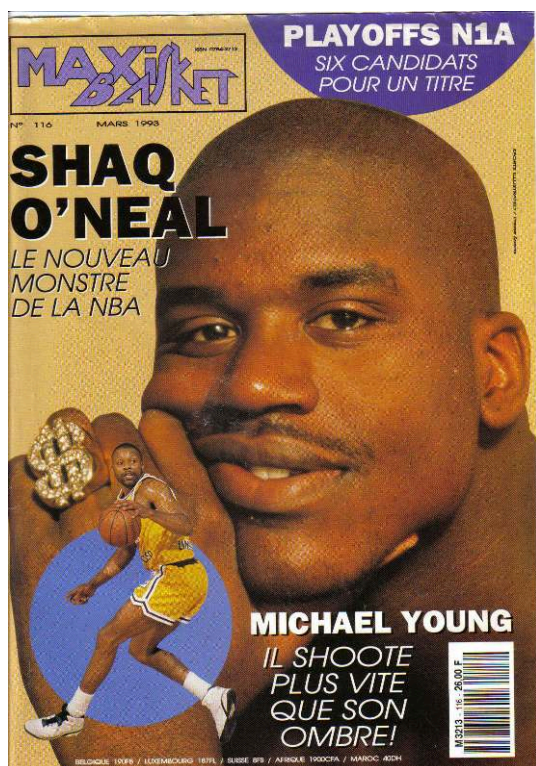
33 À partir de 1993, l'effigie du « Shaq » envahit les unes de *Maxi Basket* (juillet 1993, avril 1994, avril-mai 1995, etc.). La première de couverture de juillet 1993 (n° 120) est particulièrement intéressante en ce sens qu'elle souligne les qualités surhumaines du colosse O'Neal dans un *dunk* (la balle est lancée du haut vers le bas dans le cercle) surpuissant. La force et la violence de la marque de fabrique de l'athlète étatsunien sont alors illustrées par la présentation d'un kinogramme montrant, en huit photographies successives prises à de très courts intervalles de temps, la destruction d'un panneau de basket cédant sous l'impact du lancer du « Shaq » lors d'une rencontre de la NBA. Le *dunk* est bien sûr tout un symbole de force, d'aisance et surtout de domination que découvrent les joueurs français au début des années 1980 (Monier et Vivier, 2010b). Il est spectacle par excellence, le geste technique que rêve désormais d'exécuter tout basketteur de l'Hexagone à l'occasion d'une rencontre de championnat. Sa dénomination sous un vocable étatsunien est significative, tandis que les retransmissions des premiers *slam dunk contests* (« concours de *dunks* ») focalisent l'attention des jeunes générations. Un basket nouveau s'implante peu à peu en France et en Europe, accordant une importance capitale aux gestes spectaculaires (*dunk*, *block shoot* [« contre »], rebond, passe laser, dribbles entre les jambes, tirs à trois points, etc.) empreints de vitesse et de force toujours contrôlés. Le pari de l'instigateur du basketball visant à faire évoluer deux équipes de joueurs dans un espace restreint en privilégiant les qualités d'adresse et d'habiletés motrices tout en sollicitant un engagement physique important de chacun des protagonistes serait-il donc en passe d'être tenu un siècle plus tard ?

34 La violence inhérente à la présentation de ces gestes spectaculaires est alors forcément maîtrisée. Elle peut donc d'autant plus être exhortée par les médias et faire la une des journaux spécialisés qu'elle n'en a que l'apparence. À l'image du catch, les gestes spectaculaires emphatiques du basket étatsunien et le lot d'attitudes véhémentes qui les accompagne participent d'une forme de théâtralisation de la violence. La brutalité du geste n'est que comédie, son exagération qu'une parure témoignant d'une violence primaire toujours prête à surgir, mais que semble réussir à contenir et à transformer en énergie positive le sport compétitif moderne et les réglementations qui le caractérisent (Elias et Dunning, 1986). Les symboles de la domination d'un sport professionnel modifié et conçu pour proposer le plus merveilleux spectacle aux publics du monde entier abondent. La une emphatique de novembre 1993 (n° 123), mettant en avant Charles Barkley, est un modèle du genre. La théâtralité de la pose et, plus généralement, le montage photographique semblent indiquer la prédominance du modèle étatsunien sur le basket. Cette une résume admirablement les représentations

du basket-ball véhiculées par le mensuel spécialisé depuis le milieu des années 1980 jusqu'au milieu des années 1990.

- 35 La une de mars 1993 (figure 4) est une autre illustration de conduite emphatique alimentant l'idée selon laquelle le basket étatsunien est avant tout un spectacle, doublé d'une lutte concurrentielle entre les grands sports professionnels étatsuniens (baseball, football étatsunien, basket-ball).

Figure 4. *Maxi Basket*, n° 116, mars 1993, première de couverture, collection privée. Avec l'aimable autorisation de *Maxi Basket*.



- 36 La première de couverture exhibe une fois de plus Shaquille O'Neal. Le portrait du jeune prodige étatsunien est marqué du sceau de la provocation. Tout d'abord, le *spectrum* est un géant dont le faciès envahit la presque totalité de la première de couverture. Soulignant cette observation simplement spatiale, la légende accompagnant l'image n'hésite pas à qualifier le joueur de « monstre ». Détonnant avec la massivité du portrait du pivot pro étatsunien s'affiche, en petit et en bas à gauche de la couverture, la fluette silhouette d'un joueur, pourtant l'un des meilleurs basketteurs du Championnat de France : Michael Young. Symboliquement, le montage photographique fait en sorte de laisser à penser que les prouesses de ce joueur étatsunien évoluant dans l'Hexagone, matérialisées par le découpage du personnage en pied (plan moyen), peuvent aisément tenir dans la main de l'ogre « Shaq ». En définitive, l'image laisserait entendre que les meilleurs basketteurs européens, qui plus est des Étatsuniens, ne pèseraient pas lourd devant la suprématie des joueurs professionnels étatsuniens. L'écart de taille entre les représentations de ces deux champions est significatif de l'emphase employée à la une du magazine. Ensuite, le *spectrum* a le regard rivé sur l'objectif, qu'il fixe sans frémir, dévoilant la confiance extrême qui est sienne. Sa manière de sourire est révélatrice une fois encore de son degré d'assurance. D'une pression de la main, sans laquelle il resterait de marbre, il

semble devoir assister ses zygomatiques pour esquisser un pâle sourire. Cette posture ajoute à l'expression moqueuse du sujet photographié.

- 37 Comme l'écrit Andrews, le basket pro étatsunien s'est chargé de fabriquer un monde fantasmagorique « fait d'identités et d'histoires de vie griffées comme des produits de consommation : des histoires pleines de triomphes et de tragédies, de succès et d'échecs, de héros et de voyous » (2003 : 281). Le mensuel spécialisé français n'échappe pas à la règle. Comme ses homologues étatsuniens, il transmet ou fabrique lui-même des histoires à rebondissements dont la fonction première consiste à intéresser le maximum de lecteurs. La mise à la une de la vie d'une « star » du basket-ball étatsunien, qu'elle soit sportive ou privée, permet immanquablement d'attirer le regard avant d'espérer captiver le *spectator*-client. La présentation des unes de *Maxi Basket* sous la forme de romans-feuilletons s'avère alors un moyen commercial visant à fidéliser un lectorat. L'histoire d'Earwin Johnson, dit Magic, portée à la une du magazine spécialisé français est une remarquable illustration de ce genre de mise en scène. Le feuilleton Magic est construit en trois épisodes révélés par trois unes. Roman-photo établi à la suite d'événements marquants survenus dans la vie du célèbre joueur des Lakers, il tente de saisir affectivement le *spectator* à la manière des sagas diffusées par les chaînes télévisées : suspens, rebondissements, détresse et liesse se succédant à un rythme effréné sont les ingrédients d'une réussite commerciale assurée. Le lecteur est tenu en haleine. Il lui faut donc attendre le numéro suivant pour connaître la suite d'une tragédie qui n'en finit pas.
- 38 Tout d'abord, le feuilleton Magic débute par un désenchantement. Le 7 novembre 1991, à l'occasion d'une conférence de presse, Earwin Johnson annonce qu'il a contracté le VIH et qu'il quitte l'équipe des Lakers de Los Angeles. « L'histoire presque parfaite et vraie du petit garçon noir et pauvre devenu riche, à qui souriaient la gloire et le succès » (Loving, 1992 : 17), est interrompue brutalement par le sida. Pourtant, la une de juillet 1992 (n° 109) montre un Magic étonnamment souriant. L'image semble cultiver des thématiques aussi sérieuses que les Jeux olympiques, le sida et la ligue professionnelle étatsunienne de basket-ball, comme l'indique le sous-titrage : « Magic parle des J.O., du sida, de la NBA ». Dans un plan très rapproché, la star étatsunienne est photographiée en contre-plongée. Sur un fond sombre, quasiment noir, les contours du visage du meneur de jeu des Lakers se dessinent faiblement à la flamme d'une chandelle conférant un caractère éminemment dramatique à l'image. L'éclairage directionnel suranné tirant sur le jaune orangé « sensualise » (Joly, 2000) et accentue encore le caractère émouvant de cette une. L'ambiance avoisine la veillée mortuaire. Dans la mesure où la lumière issue de la bougie rencontre directement les traits du visage du joueur étatsunien, le *spectator* a tout loisir pour saisir avec précision le plus petit soupçon de vie et de pensée du *spectrum*. La star est ainsi mise à nu, livrée à son public. Comme surgie de l'au-delà, elle n'en est pas moins sans vie, comme l'attestent ses yeux ouverts. Un dialogue avec la vedette étatsunienne semble même possible. Le dernier, peut-être ?
- 39 Plusieurs indices iconiques permettent néanmoins d'espérer un tout autre dénouement à l'histoire. D'une part, la bouche très légèrement entrouverte esquisse un sourire que les froncements du front et les ridules des yeux et des commissures des lèvres confirment nettement. D'autre part, le regard de Magic ne fixe pas l'objectif. Ses yeux légèrement relevés donnent alors l'impression que le *spectrum* a engagé un dialogue avec un interlocuteur situé hors champ. S'agit-il d'une conversation divine ou plus

simplement d'un combat engagé entre le joueur de basket et la maladie ? De toute évidence, cette interpellation imagée fait en sorte de rapprocher le héros sportif de son public. La lecture des propos de Magic Johnson permet d'approfondir encore cette analyse. En laissant le *spectator* pénétrer son intimité, le joueur des Lakers espère ainsi « projeter de l'homme qu'il est devenu, une image positive » (Loving, 1992 : 10). De cette manière, au nom de tous les séropositifs, il souhaite démontrer la nécessité de continuer à vivre de manière active et productive. Le sujet photographié dédramatise donc la situation, laissant transparaître l'espoir de lendemains plus cléments que ne peuvent pas manquer d'attendre les amateurs les plus endurcis.

- 40 La une suivante d'août-septembre 1992 rassure enfin le public français féru de basket. Magic est bien vivant. Mieux encore, il est représenté en pleine course à la une de *Maxi Basket* au côté de Michael Jordan avec le maillot des États-Unis. Magic a donc décidé de reprendre du service et, choix prévisible, c'est avec la *Dream Team* qu'il s'est engagé. Le retournement de situation est à peine croyable. En novembre 1991, Magic annonçait son retrait du championnat de la NBA et, moins d'un an après, il décide de participer aux Jeux olympiques au sein de l'équipe étatsunienne. De tels rebondissements successifs ne sont pas pour rassurer définitivement le lecteur sur l'issue de cette histoire. Magic réintègrera-t-il une équipe de la NBA ? Les JO d'Atlanta seront-ils marqués par la dernière apparition du meneur de jeu étatsunien ? Une telle intrigue a le pouvoir d'ensorceler tout un lectorat. Plus encore, l'ensemble de la communauté des amateurs de basket-ball est tenu en haleine quant au dénouement de ce récit véridique. Finalement, le troisième épisode, la une de novembre 1992, exhibe un Magic au sommet de son art. Revêtu de son habit de lumière propre aux Lakers de Los Angeles et de son numéro fétiche, il est représenté en pleine extension face à un adversaire dominé lors d'un tir au panier. Le héros est de retour. *Maxi Basket* tente bien, quelques années plus tard, de relancer le feuilleton Magic en créant l'événement autour d'un nouveau retour. Mais l'affaire avorte très vite. La situation s'apparente plus à du réchauffé qu'à un véritable scoop. Le n° 149 de février 1996 signe la dernière apparition d'Earwin Johnson à la une du magazine spécialisé français. Dans cette jungle médiatique, une star peut aisément en chasser une autre. La seconde retraite du « roi » Michael se profile à l'horizon au moment où le basket européen prend de l'envergure. Une page est alors en train de se tourner.

Du culte du panache à une culture métissée : la fin de la suprématie étatsunienne

- 41 Le règne étatsunien au sein du basket-ball français s'essouffle à la fin des années 1990. En effet, l'année 1996 sonne le glas de son hégémonie et marque l'avènement d'une primauté des joueurs français à l'image (tableau 1). Quatre années plus tard, près de 90 % des unes présentent un *spectrum* français. Plus encore, en 2007, avec l'intégralité des premières de couverture mettant en exergue un athlète français, le magazine est au paroxysme de la représentation de basketteurs de cette nationalité. Les excellentes prestations ainsi que les résultats des équipes de France aux Jeux olympiques de Sydney expliquent, sans nul doute, le pic observé en 2000, tandis que les performances outre-Atlantique de Tony Parker (champion NBA et premier Européen élu meilleur joueur des finales NBA en 2007) justifient immanquablement l'intérêt des éditeurs aux joueurs français évoluant à l'étranger. Parallèlement, les joueurs étatsuniens passent d'une couverture de 31 % des unes en 1996 à une couverture de 6 % en 2002. En outre, entre

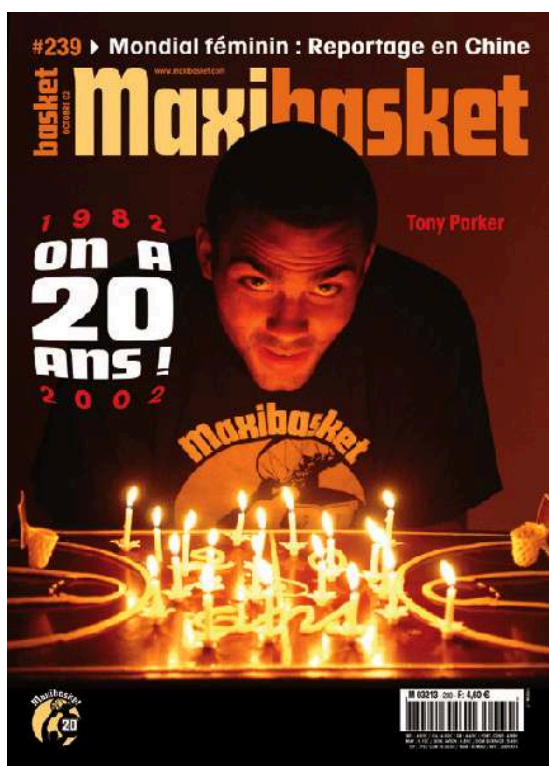
2000 et 2011, ces basketteurs n'apparaissent en moyenne que dans 6 % des « unes ». Comme Pascal Legendre l'énonce dans le questionnaire auquel il s'est aimablement soumis, « [ils] ne seront plus jamais les maîtres absolus de la planète ». Si l'ère étatsunienne du basket français périclète peu à peu à l'aube du XXI^e siècle, quel modèle culturel lui succède ?

- 42 Sans doute que cette renaissance culturelle trouve son origine à la fin des années 1980 dans l'écroulement du communisme et le triomphe du libéralisme. Dès lors, l'évidente orientation du monde en direction du capitalisme n'inviterait-elle pas à dégager un modèle alternatif jouant le rôle d'un contre-pouvoir politique, économique et culturel ? Si aucune solution ne semble s'être dégagée nettement, en revanche, des régulations et des nuances marquent tant les modes de vie que les structures de consommation. À la convergence réciproque de l'Est vers l'Occident (l'Est était censé se rapprocher de l'Occident par ses pratiques économiques et techniques tout en gardant son système social, tandis que l'Occident, en élargissant son système social et en complétant la couverture de l'État-providence, devait se rapprocher de l'Est) succède finalement une gestion mondiale non seulement du politique, de l'économique (*world economy*), du social et de l'écologique, mais aussi du culturel, ou mondialisation (*globalization*). Le consensus est désormais de mise. L'américanophobie, qui s'érige au milieu des années 1990, accentuée par les guerres du Golfe (Duranton-Crabol, 1998 ; Lasserre, 2007), poserait les bases d'une opposition naissante à la toute-puissance capitaliste. Finalement, la mondialisation ne prendrait-elle pas plus les traits d'un métissage culturel que ceux du modèle étatsunien ?
- 43 L'étude des couvertures du magazine met en relief cette réflexion. Alors que la représentation visuelle du joueur afro-étatsunien monopolisant les unes du magazine est désuète dès le milieu des années 1990, le basket-ball qu'elles exhibent n'est pas dépossédé des attributs culturels étatsuniens. Le culte du spectacle, le caractère emphatique des mises en scène, la théâtralisation des *spectra* sont encore très prégnants au sein des unes. De même, il existe toujours un flux de joueurs entre l'Europe et les États-Unis, mais une mutation s'est accomplie : les joueurs étatsuniens professionnels de la NBA ne viennent plus terminer leur glorieuse carrière sur le Vieux Continent. Dorénavant, ce sont les jeunes basketteurs français qui amorcent la leur outre-Atlantique. Les Tony Parker, Jérôme Moïso, Boris Diaw, et autres Mickaël Piétrus sont autant de joueurs français arborant désormais les symboles culturels qui étaient l'apanage de l'ère étatsunienne du basket français. D'une certaine manière, il semble possible d'observer dans ces représentations du basket-ball une succession d'entre-deux qui cautionnent l'hypothèse de l'émergence d'un métissage culturel.
- 44 Le tableau 2 montre qu'après deux périodes d'hégémonies successives des *spectra* blancs puis afro-étatsuniens à la une de *Maxi Basket*, il est surprenant d'observer qu'aucune de ces modalités de réponse ne prend le pas sur l'autre à partir de 1999. D'une certaine manière, les cultures qui y sont liées, ou dont elles sont l'allégorie, seraient amalgamées, entrelacées, conjuguées. Une précédente étude sur les unes de *Maxi Basket* a démontré que la culture ou les caractéristiques culturelles peuvent être associées à la couleur de peau du *spectrum* (Monier et Vivier, 2005). En définitive, une culture ne se fondant jamais totalement dans une autre sans n'y laisser plus que des traces, le modèle culturel qui point serait à saisir entre ces hégémonies successives. La une d'octobre 2002 (figure 5) offre un point de vue synthétique des mutations qui

s'opèrent dans les représentations culturelles du basket français révélées par *Maxi Basket*.

- 45 L'arrangement de la scène permet à plusieurs métissages d'être dévoilés. Ni totalement français, ni totalement étatsunien, le *spectrum* Tony Parker représente déjà, à lui seul, un premier consensus. TP (prononcer en anglais) est le meneur de l'équipe de France de basket-ball, mais il est également le meneur des Spurs de San Antonio et le futur vainqueur du championnat de la NBA. Il est entre deux nationalités, entre deux cultures.

Figure 5. *Maxi Basket*, n° 239, octobre 2002, première de couverture, collection privée. Avec l'aimable autorisation de *Maxi Basket*.



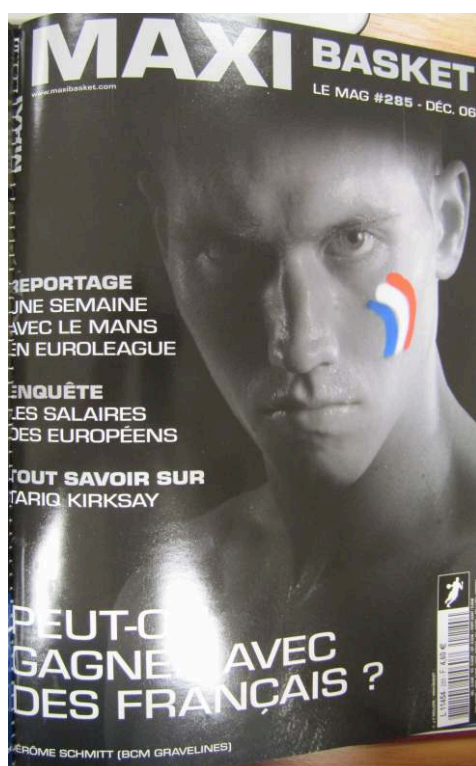
- 46 Un second compromis concerne les symboles qui gravitent autour du thème principal de l'anniversaire, plus qu'évoqué par l'image photographique de la une. Le *spectator* est invité à célébrer un grand moment dans la vie du magazine, comme dans celle de Tony Parker, puisque tous deux fêtent leurs 20 ans (*studium*). Le *spectator* participe même à l'Halloween. Le moment de parution du magazine (mois d'octobre), adjoint au faciès de TP, disgracié et fardé d'une teinte orangée — comme s'il s'agissait d'une citrouille éclairée de l'intérieur par une bougie —, n'est pas sans rappeler cette célébration traditionnelle de la soirée du 31 octobre, empruntée aux cultures anglophones (*punctum*). L'Halloween a tout du folklore, de la légende (Hobsbawm et Ranger, 1983), et peut-être même du mythe, récupéré à des fins commerciales et transformé en bien culturel, à l'image du basket-ball de l'ère étatsunienne dans les années 1990. Cette résurgence de la culture étatsunienne au sein de l'image photographique de la une d'octobre 2002 participe pleinement à la mise en exergue d'une nouvelle ère dans les représentations du basket-ball. Même si elle est inédite, cette période récente compose avec des caractéristiques des modèles précédents. Elle est empreinte, d'une certaine manière, d'une culture panachée. En définitive, l'analyse des unes laisserait entrevoir

l'apparition d'un modèle de représentations original, caractérisé par le panachage des cultures passées. Sherry Simon, professeure à l'Université Concordia de Montréal, définit l'hybridité culturelle comme « un présent en perpétuel mouvement ; un mode de circulation, d'interaction et de fusion imprévisible des traits culturels » (2000 : 20). Cette hybridité culturelle caractérise véritablement les représentations véhiculées par les unes de *Maxi Basket* à partir des années 2000. Ainsi, le nouveau modèle culturel qui point à l'horizon du XXI^e siècle serait, à la lumière de ces réflexions, une frontière en errance, un entrelacs de traits culturels s'échangeant de manière aléatoire et fortuite entre différentes « cultures basket ». Une question reste toutefois en suspens : cette frontière nomade n'est-elle qu'éphémère ou persiste-t-elle ?

L'image cocardière : retour aux sources ou symptôme d'une hybridité culturelle ?

- 47 Les unes des numéros de *Maxi Basket* publiés dans les années 2000 laissent envisager un retour à la stratégie éditoriale des débuts. Autrement dit, le magazine se concentrerait à nouveau sur un basket français ragaillardi par la médaille d'argent des tricolores aux Jeux de Sydney en 2000, même si les résultats lors des compétitions internationales suivantes sont décevants. Plusieurs signes permettent d'avancer cette idée.
- 48 D'un point de vue purement quantitatif, la représentation graphique de l'évolution de la part des joueurs français en une de *Maxi Basket* est tout à fait significative (tableau 1). À partir de 1997, leur proportion ne passe pas une fois sous la barre des 50 %. Plus encore, de 1998 à 2011, les joueurs français se réservent les deux tiers des images photographiques de première de couverture, alors que jusqu'aux trois quarts des unes des années 1990 affichaient un joueur étatsunien évoluant aux États-Unis. La bascule est manifeste. Elle l'est d'autant plus qu'elle est confirmée par une analyse plus fine, qualitative. En effet, illustrant magistralement cette idée, la une du n° 285 de décembre 2006 (figure 6) met en image un certain chauvinisme, sinon patriotisme, résurgent.

Figure 6. *Maxi Basket*, n° 285, décembre 2006, première de couverture, collection privée. Avec l'aimable autorisation de *Maxi Basket*.



- 49 Un sublime cliché en noir et blanc couvre l'ensemble de la page couverture du magazine. Rien n'est coloré sur cette image, pas même le logo de *Maxi Basket*, qui se pare des tons dominants de la une, ni les titres aux couleurs généralement accrocheuses, rien... Rien, si ce n'est un fard tricolore déposé sur la joue du *spectrum*. Seules détonnent, au cœur des nuances de gris, ces trois couleurs : bleu, blanc, rouge. Tel un taureau cocardier, Jérôme Schmitt, joueur évoluant au sein du BCM Gravelines, est lancé dans l'arène. Exhibé torse nu, l'éclat d'une faible lumière se reflétant sur la sueur qui ruisselle sur une peau imberbe, le regard assuré et empreint de pugnacité, maquillé aux couleurs de l'étendard français, le joueur d'origine alsacienne symbolise ici cette réorientation du magazine vers le basket-ball français. « Peut-on gagner avec des Français ? » osent même les éditeurs, en gros titre sur cette une.
- 50 Malgré tout, force est de constater que d'autres signes viennent contrebalancer cette interprétation. Ils tendent à montrer que les représentations véhiculées ne sont pas une simple mise en exergue d'un basket exclusivement français, mais véritablement celles d'un sport blotti au cœur d'un entre-deux, d'un métissage, d'une hybridité. La une du n° 270 d'août 2005 (figure 7) contredit magistralement cette idée d'un retour à un basket confiné à l'Hexagone, affaire de joueurs blancs qui évoluent dans le Championnat de France. Au contraire, la mise en scène montre combien le basket représenté erre entre deux mondes.

Figure 7. *Maxi Basket*, n° 270, août 2005, première de couverture, collection privée. Avec l'aimable autorisation de *Maxi Basket*.



- 51 Mike Piétrus apparaît pelotonné dans une bannière tricolore occupant l'intégralité de la une. Paré de cette seconde peau, le *spectrum* semble être utilisé ici par les éditeurs pour mettre en avant l'idée que, certes, il est un joueur évoluant dans le Championnat étatsunien (Golden State Warriors), mais qu'il est avant toute chose un basketteur français. Il est un métissage, une fois encore. Un hybride. Le *spectrum*, en tant que signe, tient lieu ici de l'hybridité, en ce sens que le joueur n'est pas là pour lui, mais bien pour signifier autre chose, pour représenter cette frontière entre deux mondes. Entre la France et les États-Unis, le va-et-vient est aussi vieux que le basket lui-même, puisqu'amorcé dès la fin du XIX^e siècle lorsque les YMCA d'outre-Atlantique exportent le basket-ball à Paris dans la plus grande discrétion médiatique (Monier, 2011). À partir des années 1960, « la <colonisation> américaine » (Bosc, 2002 : 204) est en marche. Cette circulation des basketteurs entre les deux pays prend une direction radicalement différente à partir des années 2000. Amplifiant cette représentation — et cette réalité — d'un revirement dans le flux des joueurs, les unes mettent en lumière de manière récurrente des basketteurs français expatriés, à l'image de Mike Piétrus. C'est le cas de Boris Diaw par exemple, et de Tony Parker surtout. À eux trois, ils couvrent plus du tiers des unes de *Maxi Basket* publiées depuis 2001. Les parcours sportifs de ces athlètes sont semblables (voir notamment Primault, 2007). Nés en 1982, formés au Centre fédéral, ils évoluent de deux à quatre ans dans le championnat professionnel français avant d'être repêchés par des franchises de la NBA : Parker le premier en 2001 par les Spurs de San Antonio, Diaw et Piétrus ensuite, en 2003, respectivement par les Atlanta Hawks et les Golden State Warriors. La récurrence de cette triplète à la une, associée à des images telles que Mike Piétrus emmaillotté dans le drapeau tricolore, symbolise inmanquablement l'hybridité culturelle qui marque les représentations du basket-ball

véhiculées par *Maxi Basket* depuis les années 2000. L'interrogation est donc levée : la frontière en errance persiste et découvre les traits d'un véritable modèle culturel.

Conclusion

- 52 Depuis 1982, *Maxi Basket*, par le biais des images photographiques des unes, a véhiculé différentes représentations du basket-ball français. Au moyen d'une méthodologie appropriée, l'étude réalisée a pu mettre en évidence une succession d'au moins deux ères culturelles possédant chacune ses caractéristiques propres. Grossièrement, un basket-ball blanc, exclusivement français, régional, hermétique et fermé sur lui-même est exhibé dans les années 1980 (Monier et Vivier, 2005). La décennie suivante voit poindre un basket-ball américanisé, spectacularisé, théâtralisé et emphatique qui intègre la dimension commerciale à l'objet culturel. L'association du culturel et du marketing est une caractéristique de la transition économique post-moderne qui a vu le passage de la production de biens manufacturés à la fabrication de produits culturels. Les mutations des représentations du basket-ball observées dans le magazine étudié sont une illustration de cette phase. À partir de la fin des années 1990, l'interprétation des signes, des indices et des symboles marquant les unes du périodique est plus délicate par manque de recul par rapport à l'époque concernée. L'analyse des unes de *Maxi Basket* après 2002 permet néanmoins de mettre en lumière l'émergence d'un modèle caractérisé par une hybridité culturelle. Les représentations du basket sont alors dans un entre-deux, espace où s'échangent de manière aléatoire des traits culturels, frontière nomade qui persiste au moins jusqu'à la fin des années 2000. Les images photographiques de couverture de *Maxi Basket* font désormais la promotion des joueurs français sans se focaliser prioritairement sur les championnats français comme lors des débuts du magazine. Le périodique met désormais en scène des Français d'Amérique. À l'image de Tony Parker, Boris Diaw et Michaël Piétrus, d'autres basketteurs de l'Hexagone intègrent la NBA : des joueurs partis de France pour s'imposer aux États-Unis.
- 53 Bref, l'ère étatsunienne du basket français décline véritablement à la fin des années 1990. Néanmoins, cette période, qui court du milieu des années 1980 au milieu des années 1990, aura toutefois marqué inexorablement les représentations du basket-ball dans *Maxi Basket*. Le magazine ne peut plus, désormais, se soustraire à une référence au championnat étatsunien. Pour l'heure, les bonnes performances des joueurs français évoluant dans la NBA permettent aux éditeurs de se situer à la frontière entre deux mondes, entre deux baskets, de véhiculer l'image d'un basket-ball hybride. Les années 2010 voient émerger une autre génération, celle d'un Joachim Noah, par exemple, formidable icône médiatique à l'image d'un Tony Parker des années 2000. Le grand pivot est formé aux États-Unis pour y jouer. Sans doute faudra-t-il compter sur une nouvelle mutation issue de cette génération de joueurs, français certes, mais surtout exclusivement formés aux États-Unis, au jeu bien évidemment très américanisé.

BIBLIOGRAPHIE

- ANDREWS, David (2001), *Michael Jordan, Inc. : Corporate Sport, Media Culture and Late Modern America*, New York, State University of New York Press.
- ANDREWS, David (2003), « À propos de la NBA » dans Fabien ARCHAMBAULT *et al.* (dir.), *L'aventure des « grands » hommes. Études sur l'histoire du basket-ball*, Limoges, Pulim, p. 271-292.
- ANDREWS, David (2005), « Managing and marketing blackness : The NBA and the cultural politics of embodied <Urbanité> », Communication présentée lors des conférences de l'INSEP, Paris, 29-30 novembre.
- ANDREWS, David (2007), « Basket-ball, politique et culture de rue » dans Fabien ARCHAMBAULT *et al.* (dir.), *Double Jeu : histoire du basket-ball entre France et Amériques*, Paris, Vuibert, p. 229-246.
- AUBERT, Nicole (2004), « Qu'est-ce que l'hyper-modernité ? », *Sciences humaines*, 154, p. 39.
- BAIROCH, Paul (1997), *Victoires et déboires : histoire économique et sociale du monde du 16^e siècle à nos jours*, tome 3, Paris, Gallimard.
- BALANDIER, Georges (1992), *Le pouvoir sur scènes*, Paris, Balland.
- BARTHES, Roland (1953), *Le degré zéro de l'écriture*, Paris, Seuil.
- BARTHES, Roland (1957), *Mythologies*, Paris, Seuil.
- BARTHES, Roland (1980), *La chambre claire*, Paris, Seuil.
- BARTHES, Roland (1982), *L'obvie et l'obtus. Essais critiques III*, Paris, Seuil.
- BERSTEIN, Serge et Pierre MILZA (2001), *Histoire du 20^eme siècle. Tome 3. 1973 à nos jours – Vers la mondialisation*, Paris, Hatier.
- BOSC, Gérard (2002), *Une histoire du basket français. Tome 2. 1966-1990*, Paris, Presses du Louvre.
- BRYMAN, Alan (1999), « The disneyization of society », *The Sociological Review*, 47(1), p. 25-47.
- CHAIX, Pierre (2004), *Le rugby professionnel en France : enjeux économiques et sociaux*, Paris, L'Harmattan.
- CHARLOT, Vincent et Jean-Paul CLÉMENT (2007), « Blancs et blacks : stéréotypes sportifs et stéréotypes raciaux. L'exemple du basket-ball professionnel à Pau (France) », *Sciences de la société*, 72, p. 110-131.
- CHAVINIER, Sabine (2008), *La genèse du basket français : conditions de possibilités de la diffusion du basket-ball des États-Unis vers la France : balles perdues, interceptions et passes décisives des protestants américains aux catholiques français (1893-1933)*. Thèse de doctorat sous la direction de Daniel DENIS, Paris, Université Paris 11.
- DURANTON-CRABOL, Anne-Marie (1998), « L'anti-américanisme français face à la Guerre du Golfe », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 59, p. 129-139.
- EISENBERG, Christiane *et al.* (2004), *FIFA 1904-2004. Le siècle du football*, Paris, Le Cherche midi.
- ELIAS, Norbert et Eric DUNNING (1986), *Quest for Excitement : Sport and Leisure in the Civilizing Process*, Oxford, Blackwell.
- GERVEREAU, Laurent (2004), *Voir, comprendre, analyser les images*, Paris, La Découverte.
- GROUP OF LISBON (1993), *The Limits to Competition*, Lisbon, Gulbenkian Foundation.

HARVEY, David (1989), *The Condition of Postmodernity. An Enquiry Into the Origins of Cultural Change*, Oxford, Blackwell.

HOBBSAWM, Eric et Terence RANGER (1983), *The Invention of Tradition*, Cambridge, Cambridge University Press.

JAMESON, Fredric (1991), *Postmodernism or the Cultural Logic of Late Capitalism*, Durham, Duke University Press.

JEANNENEY, Jean-Noël (2001), *Une histoire des médias : des origines à nos jours*, Paris, Seuil.

JOLY, Martine (2000), *L'image et les signes. Approche sémiologique de l'image fixe*, Paris, Nathan.

KEARNEY, Richard (1989), *The Wake of the Imagination. Toward a Postmodern Culture*, Minneapolis, University of Minnesota Press.

LASSERRE, Isabelle (2007), *L'impuissance française, 1989-2007 : une diplomatie qui a fait son temps*, Paris, Flammarion.

LHERM, Adrien (2002), *La culture américaine*, Paris, Le Cavalier bleu.

LOVING, James (1992), « Magic parle », *Maxi Basket*, 109, p. 17.

MONIER, Brice (2011), *L'image du basket-ball dans la presse sportive française (1898-1940) – L'exemple de L'Auto – D'un jeu méconnu à un sport d'envergure*. Thèse de doctorat sous la co-direction de Christian VIVIER et Jean-François LOUDCHER, Université de Franche-Comté.

MONIER, Brice et Christian VIVIER (2005), « Les influences culturelles étrangères dans les représentations du basket-ball en France à travers les <unes> de la revue *Maxi Basket* (1982-2002) » dans Angela TEJA et al. (dir.), *Sport and Cultures, Proceedings of Congress of the European Committee for Sport History (CESH), Crotone 2004*, Crotone, Edizioni del Convento, p. 104-115.

MONIER, Brice et Christian VIVIER (2010a), « Les représentations du basket-ball dans la <une> du n° 100 de *Maxi Basket* d'octobre 1991 : étude de communication d'un document-éventaire », *European Studies in Sports History*, 3, p. 121-135.

MONIER, Brice et Christian VIVIER (2010b), « Images apologétiques du basket-ball : du frenchie-smash au dunk personnifié : évolution d'un geste technique de tir de près dans la revue *Maxi Basket* (1982-1996) » dans Françoise BOSMAN et al. (dir.), *Images de sport. De l'archive à l'histoire*, Paris, Nouveau Monde éditions, p. 141-150.

MUNOZ, Laurence (2003), *Une histoire du sport catholique. La Fédération Sportive et Culturelle de France*, Paris, L'Harmattan.

NEL, Noël (2001), « Institution médiatique et iconocratie » dans Jean-Pierre BERTIN-MAGHIT et Béatrice FLEURY-VILATTE (dir.), *Les institutions de l'image*, Paris, École des hautes études en sciences sociales, p. 47-60.

PFISTER, Gertrud (2007), « Watching sport – A universal phenomenon ? » dans Manfred LÄMMER et al. (dir.), *New Aspects of Sport History, Proceedings of the 9th ISHPES Congress, Cologne 2005*, Sankt Augustin, Academia Verlag, p. 379-393.

PRIMAULT, Didier (2007), « La formation du basketteur professionnel français : du rêve américain à la conquête de l'Ouest » dans Fabien ARCHAMBAULT et al. (dir.), *Double jeu : histoire du basket-ball entre France et Amériques*, Paris, Vuibert, p. 117-141.

REBILLARD, Franck (2003), « La presse basket en France. Évolutions et diversifications des magazines consacrés au basket-ball (1982-2002) » dans Fabien ARCHAMBAULT et al. (dir.), *L'aventure des « grands » hommes. Études sur l'histoire du basket-ball*, Limoges, Pulim, p. 205-225.

- SEMPRINI, Andréa (1996), *Analyser la communication*, Paris, L'Harmattan.
- SIMON, Sherry (1999), *Hybridité culturelle*, Montréal, L'île de la tortue.
- SIMON, Sherry (2000), « Multiculturalisme et hybridité culturelle », *Le Monde*, 27 juillet, p. 20.
- SUDRE, David (2010), *Basket et culture. Les influences de la culture nord-américaine sur les jeunes basketteurs de la région parisienne*. Thèse de doctorat sous la direction de Bertrand DURING, Paris, Université Paris Descartes.
- VIVIER, Christian *et al.* (2003a), « Le Tour de France à la «une» de la presse spécialisée hebdomadaire (1903-1939) », *Maillot jaune*, Biarritz, Atlantica, p. 515-542.
- VIVIER, Christian *et al.* (2003b), « Image de la technique sportive féminine aux XIX^e et XX^e siècles. Les exemples du tennis et de la natation » dans Laurent GUIDO et Gianni HAYER, *Images de la femme sportive*, Genève, Chêne-Bourg, p. 145-166.
- VIVIER, Christian, B. MONIER et L. ROSE (2008), « Basketball and cultural representations in the media : An analysis of the French sport magazine *Maxi Basket* », *International Journal of Sport Communication*, 1(4), p. 487-511. <http://journals.humankinetics.com/ijsc-back-issues/IJSCVolume1Issue4December/BasketballandCulturalRepresentationsintheMediaAnAnalysisoftheFrenchSportMagazineiMaxiBasketi>
- WILSON, Brian (1997), « «Good Blacks» and «Bad Blacks» : Media constructions of African-American athletes in Canadian basket-ball », *International Review for the Sociology of Sport*, 32, p. 177-189.

NOTES

1. Cet article est la version française modifiée et mise à jour d'une publication américaine en langue anglaise : Vivier, C., B. Monier et L. Rose (2008), « Basketball and cultural representations in the media: An analysis of the French sport magazine *Maxi Basket* », *International Journal of Sport Communication*, 1(4), p. 487-511.
2. Malheureusement, nous ne disposons pas de chiffres plus récents, alors même que nous avons contacté la direction de la publication pour tenter de les obtenir.

RÉSUMÉS

La pratique sportive du basket-ball à la fin des années 1980 devient révélatrice de l'américanisation qui marque la société française. L'étude se propose d'évaluer l'influence de la « culture basket » américaine sur les représentations du lecteur et du pratiquant français à travers les unes de l'organe dominant de cette presse spécialisée depuis 1982, *Maxi Basket*. Les auteurs soutiennent que l'introduction progressive du basket étatsunien serait inhérente à la transition économique postmoderne ayant permis aux forces économiques et culturelles de fusionner.

The aim of this study is to evaluate the influence of American "basketball culture" on the representations of young French readers and players by analyzing the front covers of *Maxi Basket*,

the magazine that has dominated the sports press since 1982. The authors contend that the changes observed are indicative of the extent to which Americanization has influenced French society and demonstrate most clearly that the gradual introduction of American basketball is an integral part of the post-modern economic transition that favoured the blurring of the boundaries between economic and cultural forces.

La práctica deportiva del baloncesto, a finales de los años 80, es reveladora de la americanización que caracteriza la sociedad francesa. El estudio propone evaluar la influencia “cultura-baloncesto” americana en las representaciones del lector y practicante francés, mediante las “primeras planas del periódico” del órgano dominante de la prensa, *Maxi Basket*, especializada en el sector, desde 1982. Los autores afirman que la implantación progresiva del baloncesto americano estaría asociada a la transición económica postmoderna que las fuerzas económicas y culturales han permitido fusionarse.

INDEX

Mots-clés : basket-ball, France, histoire, presse sportive, représentation, sémiologie

Palabras claves : baloncesto, Francia, historia, prensa deportiva, representación, semiología

Keywords : basketball, France, history, representation, semiology, sport magazine

AUTEURS

BRICE MONIER

Brice Monier est docteur en sciences du sport, chercheur associé au laboratoire Culture, Sport, Santé, Société (EA 4660) de Besançon (France). Courriel : bricemonier@free.fr

CHRISTIAN VIVIER

Christian Vivier est professeur des universités à l'UPFR des Sports de Besançon (France), Université de Franche-Comté. Courriel : christian.vivier@univ-fcomte.fr

Le cadre éristique du débat argumentatif

L'exemple du débat sur le pluralisme et la laïcité au Québec

Gilles Gauthier

Une idée forte communique un peu de sa force au
contradictoire.
Marcel Proust

- 1 Marc Angenot (2008) avance que les débats publics contemporains tournent le plus souvent en dialogues de sourds. Il en impute le fait à une faillite de la rhétorique elle-même tributaire de « coupures cognitives » qui rendraient les logiques argumentatives hétérogènes et impossibles à arbitrer par une rationalité commune.
- 2 Je voudrais ici poser un diagnostic distinct plus simple et plus technique. J'explorerai l'hypothèse que les débats publics sont menés dans un cadre éristique qui peut les plomber : s'ils ne constituent pas de véritables échanges, ce n'est pas tant en raison d'insuffisances de la rhétorique ou de son échec à atteindre son objectif de persuasion qu'à cause de la subordination partielle du débat public à des contraintes relatives à la querelle.
- 3 Ainsi que la définit Schopenhauer (1864/1999), l'éristique est l'art de la controverse, c'est-à-dire la méthode (techniques et habiletés) par laquelle on cherche à imposer son point de vue en faisant abstraction de sa justesse et de sa validité ainsi que de la justesse et de la validité du point de vue adverse. Je veux faire valoir l'idée que l'une des composantes d'un débat est que les opposants ne cherchent pas à instaurer un dialogue véritable qui permettrait de trouver la meilleure solution à un problème social ou de parvenir à un consensus, mais, plus prosaïquement, à faire triompher leur position. Contrairement à la valorisation qui en est faite, les débats publics ne consistent pas uniquement ou fondamentalement en des espaces de concertation, mais également, et de façon tout aussi essentielle, en des oppositions de points de vue antinomiques. Leur nature interactionnelle comporte une part décisive d'antagonisme.
- 4 Schopenhauer lui-même cerne et analyse un certain nombre de stratagèmes éristiques manifestes aussi variés que l'extension, l'homonymie, la prémisse douteuse, la pétition

de principe, l'attaque *ad hominem* et la tentative de mettre l'adversaire en colère¹. Je propose de considérer que l'éristique ne consiste pas seulement en des procédés particuliers de ce type (il en est beaucoup d'autres dont ne traite pas Schopenhauer), mais aussi, sur un plan plus général, en certains modes d'arrangement et de livraison des éléments de la position défendue qui visent à assurer non pas leur légitimité et leur cohérence, mais leur mise en valeur ainsi que leur efficacité et, de la sorte, à faire prévaloir le point de vue qu'ils expriment. C'est en vertu de cette détermination plus générale que l'éristique fait en sorte que le débat n'est pas seulement une discussion ou une délibération plus ou moins rationnelle, mais aussi, plus « matériellement », une lutte ou un combat².

- 5 La reconnaissance de la dimension éristique du débat renvoie à la problématique plus globale de la raison publique. Hobbes et Kant avaient déjà valorisé l'usage public de la raison. Dans des perspectives ressemblantes, mais ouvrant sur des divergences de vues plus ou moins radicales, John Rawls (1997 et 1996) et Jürgen Habermas (2004 et 1996) en ont redynamisé l'idée en philosophie politique (voir aussi Nnodim, 2004 ; Larmore, 2003) et, de la sorte, ont fortement inspiré le concept de démocratie délibérative (voir, entre autres, Girard et Le Goff, 2010 ; Macedo, 1999). Telle qu'elle est aujourd'hui explorée, l'idée de raison publique est à forte teneur normative : elle induit comme condition de la légitimité politique la justification publique et, par là, impose la rationalité comme idéal régulateur de la discussion sur les enjeux sociaux.
- 6 Quel rapport éristique et raison publique entretiennent-elles ? Tendent-elles à s'exclure absolument l'une l'autre ? Coexistent-elles plutôt dans une indifférence relative ? Peuvent-elles être de quelque façon articulées l'une à l'autre ou même s'interpénétrer ? Doit-on *a priori* considérer que l'éristique perturbe ou corrompt le débat public ? Je ne tenterai pas ici de donner réponse à toutes ces questions. Elles se situent en aval de mon propos. Cependant, mon projet de faire voir et de caractériser la dimension éristique du débat s'appuie sur le postulat qu'elle constitue la face cachée de la raison publique. Un affrontement sur un enjeu social comporte deux paramètres. Le premier est la confrontation d'idées donnant lieu à un déploiement argumentatif. C'est à son égard que peut éventuellement peser des exigences de la raison publique. En marge de ce contenu idéal, le débat comporte également une part éristique ; il est fait de différentes positions et manœuvres dont la nature et la fonction ne sont pas de démontrer la supériorité intellectuelle d'une position sur une question donnée, mais d'en assurer la suprématie dans sa lutte contre des positions concurrentes. L'éristique n'est donc pas de l'ordre de la rationalité, mais, en opposition à la raison, elle est partie prenante au débat public. Pour le dire d'un point de vue englobant, éristique et raison publique, hétérogènes et jusqu'à un certain point aussi discordantes, sont les deux versants de l'affrontement sur un enjeu social.
- 7 Telle qu'ainsi entendue, l'éristique n'est pas assimilable à la polémique, à l'agonistique ou à la polémologie. La polémique met l'accent sur l'agressivité de la dispute, donc sur la violence ou, à tout le moins, la virulence verbale ; c'est la raison pour laquelle elle est naturellement associée aux genres du pamphlet et du libelle. Pour sa part, l'agonistique comporte une connotation « physique », d'où le rapport qui y est établi avec la gymnastique, l'animalité et la lutte pour la survie. Quant à la polémologie, elle a plus précisément trait aux conflits militaires. Parmi ces types ou modes d'altercations, le propre de l'éristique est de se centrer de façon neutre ou technique sur l'affrontement autre qu'argumentatif sans lui accoler une qualification appréciative.

- 8 Depuis Aristote, l'éristique est à peu près complètement restée dans l'ombre de la rhétorique et de l'analyse du discours polémique sans doute parce que, pour l'essentiel, elle a été assimilée à la sophistique (Wolf, 2010 ; Fait, 1998 ; Benjamin, 1983) et, de la sorte, mise à l'écart au profit de l'analyse du dialogue agressif (Walton, 1995 ; Walton et Krabbe, 1995 ; Laar Van, 2010 ; Jørgensen, 1998). L'éristique se distingue pourtant de l'une comme de l'autre. La rhétorique et l'éristique ne coïncident pas. Si certains éléments de la première peuvent contribuer à la seconde, ce n'est pas tout l'art et toute la technique d'expression et de persuasion qui sont de l'ordre de l'affrontement. De même, tous les aspects de l'éristique ne sont pas en tant que tels de nature discursive, même s'ils s'inscrivent dans un discours. Ainsi que posé précédemment, l'éristique ne se réduit pas non plus à la polémique dans la mesure où elle n'est pas le propre des discours pamphlétaires ni même de la communication typiquement conflictuelle : elle peut être présente dans toutes les formes de discussion des enjeux sociaux.
- 9 Je me donne pour tâche, dans cet article, de dégager et d'analyser quelques traits fondamentaux du cadre éristique des débats publics. Je procéderai à l'aide d'un exemple, soit celui du débat sur la laïcité au Québec suscité par la publication de deux manifestes signés par des regroupements d'intellectuels. Au début de février 2010 est rendu public le *Manifeste pour un Québec pluraliste* (MQP), auquel réagit, à la mi-mars, la *Déclaration des intellectuels pour la laïcité* (DIL)³. Bien qu'il soit passionnant, je ne m'intéresse pas au débat sur la laïcité pour lui-même. Il me sert de prétexte pour explorer les paramètres éristiques du débat public. Mon objectif n'est pas de rendre compte de manière exhaustive des deux manifestes, mais de mettre en lumière leurs aspects éristiques et, par là, de commencer à établir le cadre éristique général de la discussion sur les enjeux sociaux. Je n'afficherai donc pas de positions normatives au sujet de l'opposition entre le MQP et la DIL sur la laïcité pas plus que je ne poursuivrai l'ambition d'analyser le débat québécois sur la laïcité en tant que tel.
- 10 Ma démarche est inductive : à partir d'aspects éristiques repérés dans le MQP et la DIL, je propose des catégories communes du cadre éristique potentiellement applicables à tout débat public. Des travaux ultérieurs devront évidemment être menés afin de valider cette catégorisation. Dans le présent article, c'est elle qui sera d'emblée exposée. Comme, encore une fois, ce n'est pas le débat sur la laïcité en tant que tel que je veux analyser, mais les paramètres éristiques dans leur généralité, mon attention se porte davantage sur ceux-ci que sur les particularités de leurs occurrences dans le MQP et la DIL.
- 11 Le plus souvent, l'usage d'un procédé éristique n'est pas marqué lexicologiquement. Sa nature n'est pas libellée dans le discours où il apparaît. Cette absence de définition n'est pas propre à l'éristique. Elle peut être constatée pour un certain nombre d'autres traits de l'énonciation, comme la proposition logique ou la justification morale. Comment, alors, repérer un paramètre éristique dans un discours ? Cette mise au jour peut être effectuée en inférant des énoncés leur fonction. Tout énoncé ou tout groupe d'énoncés servant la mise en valeur et l'efficacité d'une position dans un débat plutôt que sa légitimité théorique ou sa cohérence formelle est réputé exemplifier ou, si l'on préfère, matérialiser un paramètre éristique. Cette méthode « pragmatique » est la même qui permet de repérer l'accomplissement et d'établir la catégorisation des actes de discours et des arguments⁴.

- 12 Une analyse des deux manifestes permet de dégager six grandes composantes éristiques du débat que je présente sous les rubriques suivantes :
- L'intensification d'une opposition superficielle ou marginale.
 - Le découpage de la question.
 - La théorisation nébuleuse.
 - Le positionnement par rapport à l'adversaire (et le positionnement de l'adversaire).
 - L'usage d'arguments stratégiques.
 - La considération d'un élément contextuel périphérique.
- 13 L'ordre d'exposition de ces composantes n'est pas celui de leur importance dans le débat sur la laïcité en général ni celui de leur incidence effective dans le MQP et la DIL. C'est plus simplement celui qui sied le mieux à leur explicitation.
- 14 Je m'efforcerai d'abord de dégager la teneur de ces paramètres éristiques telle qu'elle se fait jour dans le débat mettant aux prises le MQP et la DIL. Je chercherai ensuite à mesurer les effets que le cadre éristique exerce sur le débat.

Les paramètres éristiques

L'intensification d'une opposition superficielle ou marginale

- 15 Le désaccord entre le MQP et la DIL se cristallise autour d'un double enjeu concret : celui de la pertinence d'adopter une charte de la laïcité et celui de la nécessité d'interdire le port de signes religieux aux agents de l'État. Les deux manifestes ne traitent pas de ces enjeux de façon similaire du fait qu'ils ne les abordent pas à partir des mêmes préoccupations. Aux yeux des signataires du MQP, la question cruciale est celle du droit à la manifestation des adhésions religieuses dans l'espace public. Le manifeste étend l'autorisation aux agents de l'État et c'est parce qu'il considère ce droit mis en cause qu'il appréhende l'adoption d'une charte de la laïcité. Le principe directeur de la DIL est celui de la neutralité de l'État. La déclaration considère comme impérative la reconnaissance législative de cette neutralité dans une charte (ou une loi ou encore un ajout à la charte des droits et libertés) et préconise d'interdire aux représentants de l'administration publique d'arborer des signes d'appartenance religieuse. Sur ce dernier enjeu, comme nous le verrons dans la section suivante, l'antagonisme entre le MQP et la DIL fait fond sur une distinction entre deux façons de définir le problème. Leur opposition sur la nécessité d'adopter une charte de la laïcité relève, quant à la DIL, de l'exacerbation d'une divergence de vues qui n'est pas radicale.
- 16 Car, en fait, le MQP ne s'oppose pas formellement à l'adoption d'une charte de la laïcité et ne présente pas d'objection de principe. Il considère que l'adoption d'une charte n'est pas nécessaire du fait que la laïcité est déjà mise en œuvre au Québec. Surtout, le manifeste exprime la crainte qu'une charte ne soit qu'un outil juridique pour empêcher la manifestation des adhésions religieuses dans l'espace public et la restreindre à la sphère privée. Or, ce n'est pas là l'objectif affiché par ceux qui préconisent l'adoption d'une charte de la laïcité. En tout cas, les signataires de la DIL ne la justifient pas par cette raison, mais par la seule nécessité de combler un déficit législatif. Ainsi qu'il en sera rendu compte plus avant, la DIL ne prône pas la prohibition de toute manifestation publique d'appartenance religieuse ni la limitation du religieux au seul domaine privé.

Au total, le désaccord entre le MQP et la DIL ne porte donc pas tant directement sur l'adoption d'une charte de la laïcité que sur ses répercussions possibles.

- 17 Leur mésentente est essentiellement relative à une appréciation distincte des effets escomptés d'une charte. Cette divergence a, bien sûr, une certaine importance. Mais elle reste purement du domaine de l'estimation et n'a trait qu'indirectement à la question de fond du droit à l'expression de l'adhésion religieuse dans l'espace public. En cela, elle reste somme toute secondaire. Or, en braquant sur elle les projecteurs, le MQP lui donne une ampleur que la seule question d'une charte de la laïcité ne commande pas.

Le découpage de la question

- 18 Au sujet du deuxième enjeu pratique, l'affrontement entre le MQP et la DIL est plus radical. La question du port de signes religieux par les agents de l'État est l'un des points cruciaux, sinon le point crucial, du débat entre les deux groupes de signataires. Cependant, il est abordé de part et d'autre suivant des points de vue si distincts que leur opposition peut être dénaturée.
- 19 Selon la DIL, la neutralité de l'État, principe clé de la laïcité, s'incarne dans l'image projetée par ses représentants, à qui s'impose ainsi un devoir de réserve dans l'affichage de leurs convictions religieuses. La DIL préconise donc l'interdiction du port de tout signe religieux par tous les agents de l'État en exercice.
- 20 Le MQP s'oppose à cette proscription en soulignant d'abord que l'affichage d'un signe d'appartenance religieuse ne contrevient pas à l'application de normes laïques. La raison invoquée par le MQP pour s'opposer à cette interdiction est plus fondamentale. Elle a trait au fondement du pluralisme qu'il préconise, celui même qui nourrit sa crainte au sujet d'une charte de la laïcité : le droit à la manifestation des adhésions religieuses dans l'espace public. C'est la préservation de ce droit qui motive toute l'intervention du MQP. Le droit à l'expression publique de l'appartenance religieuse est à ce point primordial que le manifeste lui donne une portée universelle en voulant le voir reconnaître aux agents de l'État comme à n'importe quel autre citoyen.
- 21 Si la DIL ne convient pas de cette extension, c'est simplement parce qu'elle fait totalement l'impasse sur le droit à la manifestation des adhésions religieuses dans la sphère publique conçue dans sa généralité. Rien dans la déclaration ne va dans le sens d'une interdiction intégrale. On peut même penser, au contraire, que la position de la DIL sur le port de signes religieux hormis par les agents de l'État serait plutôt libérale. En toute logique, en effet, pourquoi prendre la peine d'en limiter l'interdiction aux seuls représentants de l'administration publique si on veut la voir s'appliquer à toute personne ?
- 22 Chose certaine, le désaccord entre le MQP et la DIL au sujet du port de signes religieux par les représentants de l'État, en lui-même fort important, reste circonscrit localement en regard du droit global à la manifestation des adhésions religieuses dans l'espace public. Seul le MQP lie les deux questions. À défaut d'apercevoir la différence de perspectives entre les deux manifestes, on peut à tort gonfler leur différend.

La théorisation nébuleuse

- 23 Le débat entre le MQP et la DIL, en plus de porter sur les enjeux pratiques d'une charte de la laïcité et du port de signes religieux par les agents de l'État, consiste également en un affrontement théorique. Ou, plus précisément, certains éléments dans les deux textes sont présentés comme relevant d'un différend idéologique : il y a, entre les signataires, des divergences de conception et de conceptualisation concernant la problématique de la place du religieux dans l'espace public. Les réseaux notionnels et théoriques élaborés dans les deux manifestes ne correspondent pas. Ce différend dans l'abstraction contribue pour beaucoup à l'affrontement. Il a trait au rapport entre pluralisme et laïcité, à la distinction entre laïcité « ouverte » et laïcité « stricte » ainsi qu'à la portée du principe de laïcité. Ces trois discussions théoriques se révèlent être plutôt imprécises et confuses.

Pluralisme et laïcité

- 24 Quand le MQP introduit sa prise de position, il apparaît opposer le pluralisme à la laïcité. Le titre même du manifeste ainsi que sa position par rapport au laïcisme (voir plus loin) donnent à penser que le pluralisme est proposé comme solution de rechange à la laïcité, comme formule ou mode d'intégration du religieux dans le social. Il s'agit là, pour l'essentiel, d'un effet de forme. Pour ce qui est du fond, si le MQP met bien l'accent sur le pluralisme, il n'en répudie pas pour autant la laïcité.
- 25 Une possible méprise à ce propos résulte de la différence de statut logique entre le pluralisme et la laïcité dans le MQP. Le pluralisme y est caractérisé comme une « vision », alors que la laïcité y est davantage vue comme un « aménagement ». En quelque sorte, le pluralisme est de l'ordre des principes, des idéaux et des valeurs et la laïcité, de l'ordre des moyens et des procédures. On comprend, par suite, comment le MQP peut qualifier favorablement le pluralisme, une « vision ouverte, tolérante [...] et plus dynamique dans sa conception des rapports sociaux », et donner une appréciation purement technique de la laïcité. Le pluralisme relève de la normativité, la laïcité de la logistique.
- 26 Mais, conséquemment, en raison même de cette différence de statut, le pluralisme et la laïcité ne donnent pas lieu à une alternative : il n'y a pas véritablement à choisir entre le pluralisme et la laïcité dans la mesure où le premier est une fin et la seconde un moyen. Dans la terminologie du MQP, l'« aménagement » de la laïcité est au service de la « vision » pluraliste ; elle lui est subordonnée. Le pluralisme est principe moteur ; la laïcité, disposition favorisante.
- 27 La DIL ne conçoit pas autrement le rapport entre pluralisme et laïcité. Elle n'explicite pas aussi expressément leur différence de statut ni la prééminence du pluralisme sur la laïcité. Elle les présuppose cependant très clairement, mais de façon toute succincte et surtout en prenant soin, du même souffle, de marquer la jonction entre les deux valeurs : « Loin d'être une négation du pluralisme, la laïcité en est l'essentielle condition. » Le titre nominatif de la DIL est d'ailleurs *Pour un Québec laïque et pluraliste*.
- 28 En quelque sorte, les deux manifestes, loin de mettre les deux notions en concurrence, en soulignent tout au contraire la complémentarité. Ils diffèrent seulement par leur insistance sur l'une ou l'autre ainsi que par la valorisation qu'ils en font. Pour le MQP, le pluralisme répond « à l'exigence de protéger la liberté de conscience et la libre

expression, de même que l'égalité de tous les citoyens » à laquelle contribue, par la négative, la laïcité, dont la tâche est « d'empêcher l'État ou certains groupes de la société de s'approprier le droit de se faire juges des opinions, des croyances ou des pratiques des citoyens ». Pour la DIL, la laïcité est plus positivement « la seule voie d'un traitement égal et juste de toutes les convictions parce qu'elle n'en favorise ni n'en accommode aucune ». La déclaration affirme l'indispensable mérite de la laïcité eu égard à la neutralité de l'État qui lui est concomitante : « Pour qu'une société soit authentiquement pluraliste, c'est-à-dire respectueuse de toutes les convictions en matière de religion, il est nécessaire que l'État et ses institutions s'obligent à une totale neutralité à l'égard de ces convictions. »

- 29 Bien qu'elle ne s'attarde pas davantage à caractériser le pluralisme, il est assez patent que la DIL endosserait la définition qu'en donne le MQP :

Laposition pluraliste [...] que nous défendons est [...] la suivante : les membres des minorités culturelles et religieuses [...] ne doivent pas être victimes de discrimination ni d'exclusion sur la base de leur différence. De plus, lorsqu'elles sont issues de l'immigration, leur intégration à la société québécoise ne doit pas exiger une assimilation pure et simple. Nous croyons que chacun peut s'intégrer à la société québécoise [...] en demeurant attaché à des croyances ou à des pratiques qui sont distinctes de celles de la majorité, tant qu'elles ne portent pas atteinte aux droits d'autrui.

- 30 Cette définition est à ce point vertueuse qu'elle ne peut que faire consensus. De même, on voit mal comment la DIL pourrait être en désaccord avec la définition que donne le MQP de l'interculturalisme, fondement pour lui du pluralisme : « le respect et la reconnaissance de la diversité, que celle-ci soit le fait de minorités ou de la majorité ». Encore ici, la définition est d'un niveau d'abstraction tel qu'elle va de soi.
- 31 Contrairement à une interprétation trop hâtive qui pourrait en être donnée, il n'y a donc pas antagonisme entre le pluralisme et la laïcité dans le débat opposant le MQP et la DIL. Ce n'est pas non plus le cas que s'affrontent deux conceptions tranchées, l'une pluraliste et l'autre laïque, de la gestion du religieux dans l'espace public. Cette représentation manichéenne entre « pluralistes », d'un côté, et « laïcistes », de l'autre, ne correspond pas au contenu effectif des deux manifestes.

Laïcité « ouverte » et laïcité « stricte »

- 32 Il y a toutefois un vrai litige entre le MQP et la DIL au sujet de la laïcité. Il porte non pas, à strictement parler, sur une conception divergente, mais sur une distinction entre deux formes de laïcité que met en avant le MQP et que récuse la DIL.
- 33 Tout en affirmant vouloir conserver « l'aménagement » qu'est la laïcité, le MQP se refuse à en faire un dogme ou un impératif moral. Dans le MQP, encore une fois, l'idéal, le principe, c'est le pluralisme. En fait, tout en reconnaissant le caractère utilitaire de la laïcité et son importance dans la réalisation de la « vision » pluraliste, le manifeste s'en méfie ou, plutôt, craint que de moyen au service du pluralisme, elle devienne une finalité recherchée pour elle-même qui se retournerait contre le pluralisme : « La volonté d'assurer absolument l'émancipation à l'égard de croyances considérées autoritaires ou passéistes, en refusant tout accommodement au nom d'un impératif laïque, comporte tous les ingrédients d'une possible exclusion, contraire à l'objectif d'intégration. » En quelque sorte, la laïcité porterait en elle le germe de son propre déni, la possibilité de son débordement. En se raidissant dans une trop grande rigueur,

elle opérerait un effet pervers. Au lieu de favoriser l'égalité de tous, elle créerait des disparités.

- 34 Afin de marquer ce dérapage contre lequel il entend réagir, le MQP propose de différencier deux types de laïcité : la laïcité « ouverte » et la laïcité « stricte »⁵. Cette dernière serait une forme dépravée de laïcité, celle de son débordement expansionniste et intransigeant. À la différence de cette laïcité « stricte », la laïcité « ouverte » ne s'érigerait pas en valeur transcendante et autosuffisante, mais serait perméable (l'adjectif *ouverte* le signifie) aux impératifs supérieurs du pluralisme.
- 35 Dans sa dénomination même, la distinction du MQP entre les deux types de laïcité est évaluative : il y aurait, d'un côté, la laïcité fermée, extrémiste, à la limite totalitaire et, de l'autre, la laïcité mesurée, accueillante et accommodante. Au-delà de cette qualification, le MQP ne fournit pas une description bien précise des laïcités « ouverte » et « stricte ». Assez curieusement, il ne donne aucune spécification de la laïcité « ouverte » à part l'associer au pluralisme, à l'interculturalisme et au respect de la diversité. Quant à la laïcité « stricte », le MQP la caractérise par la position préconisant la prohibition de la manifestation d'adhésions religieuses dans l'espace public et la limitation du religieux au domaine privé : « [La laïcité stricte] récuse les manifestations religieuses <ostentatoires> dans la sphère publique. Elle entend renvoyer le religieux hors de l'espace public [...] au nom d'une conception de la société qui préfère limiter tout signe d'allégeance religieuse au seul espace privé. » Or, de la même manière que, comme nous l'avons vu, la question du droit à l'expression publique de l'appartenance religieuse n'est pas véritablement en cause dans les enjeux de l'adoption d'une charte de la laïcité et du port de signes religieux par les représentants de l'État, elle n'est pas non plus pertinente à la dispute entre le MQP et la DIL sur la distinction entre laïcité « ouverte » et laïcité « stricte » dans la mesure où la DIL, nous l'avons également relevé, n'adhère pas à la position de la prohibition. Autrement dit, la DIL ne cautionne pas la laïcité « stricte » telle que la définit le MQP⁶.
- 36 Contrairement au MQP, la DIL ne conçoit pas que la laïcité puisse contrevenir au pluralisme dans la mesure où elle en est un impératif et où elle n'a pour seule visée que de rendre possible et d'assurer le pluralisme. En quelque sorte, suivant le raisonnement de la DIL, un lien intrinsèque intègre l'un à l'autre laïcité et pluralisme. Aux yeux de ses signataires, l'égalité et le respect de la diversité du pluralisme ont pour pendant la neutralité de la laïcité.
- 37 La DIL avalise donc la laïcité pure et simple, qu'elle ne prend d'ailleurs jamais la peine de qualifier. Pour elle, la laïcité est indécomposable. La laïcité, c'est uniquement, mais aussi totalement, la neutralité de l'État. Une neutralité intégrale. Du point de vue de la DIL, la laïcité « ouverte » du MQP n'est donc pas une laïcité du tout, puisqu'elle a précisément pour objectif d'opérer des brèches dans la neutralité :
- La laïcité dite « ouverte » [...] s'avère être en pratique une négation de la laïcité de l'État puisqu'elle permet toute forme d'accommodement des institutions publiques avec une religion ou une autre. Elle ne respecte donc pas les principes structurants de la laïcité qui sont la séparation du religieux et de l'État et la neutralité de ce dernier.
- 38 Suivant la DIL, les expressions *laïcité ouverte* et *laïcité stricte*, telles que définies dans le MQP, n'ont pas de sens : la première serait un oxymore et la seconde, un pléonasme. Dans la mesure où la DIL nie la distinction entre les deux formes de laïcité, elle ne fait pas l'objet, de son point de vue, d'un véritable affrontement entre les deux manifestes.

Aux yeux de la DIL, les termes *laïcité ouverte* et *laïcité stricte* ne désignent pas des vues antinomiques qui marqueraient un désaccord. La distinction tourne finalement à une mésentente conceptuelle, le MQP posant que les deux types de laïcité peuvent être différenciés et la DIL en disconvenant.

- 39 Cela n'empêche pas qu'elle joue un rôle important dans le débat entre les deux manifestes. Elle offre un riche potentiel éristique. Le MQP l'invoque pour discréditer d'emblée l'opposition, le laïcisme. D'abord, elle délimite un champ conceptuel qui est tout à l'avantage du MQP en associant sa position à une notion éminemment favorable et celle de l'adversaire à un point de vue affecté d'une valeur défavorable. Ce faisant, le MQP impose son terrain à la DIL et la met sur la défensive en lui imputant jusqu'à un certain point le fardeau de la preuve.

Portée de la laïcité

- 40 En plus d'en établir deux formes distinctes, le MQP avance une précision au sujet de la laïcité. Il spécifie qu'elle s'applique seulement à l'État et pas aux personnes. En fait, le MQP évoque ce trait comme s'il s'agissait d'une évidence : « Faut-il le rappeler, la laïcité s'impose à l'État, non aux individus. » Cette restriction du domaine d'application de la laïcité est fondée sur la raison même de son origine : « La laïcité, en effet, a été conçue historiquement afin d'empêcher l'État ou certains groupes de la société de s'approprier le droit de se faire juges des opinions, des croyances ou des pratiques des citoyens. » C'est cette délimitation de la portée de la laïcité qui justifie l'opposition du MQP à l'interdiction du port de signes religieux par les représentants de l'État. En tant qu'individus, ils ne seraient pas concernés par l'impératif de neutralité qui s'impose à l'État.
- 41 Tout comme elle considère que la laïcité « ouverte » est en fait une négation de la laïcité, la DIL considère que « l'idée selon laquelle la laïcité s'impose aux institutions et non aux individus qui y œuvrent est un faux-fuyant conduisant à nier le principe de laïcité ». Il va de soi pour la DIL que le champ d'application de la laïcité couvre la personne des agents de l'État autant que l'État lui-même. Conséquemment, elle juge le port d'un signe religieux incompatible avec l'exercice d'une fonction de représentant de l'État en raison du devoir de neutralité qui lui est lié.
- 42 Finalement, le fond de la question est de savoir si un fonctionnaire ou quelque autre exécutant au service d'une institution publique doit être considéré d'abord comme une personne ou uniquement dans son rôle de mandataire de l'État. Les deux manifestes n'abordent pas cette dimension théorique. Leur position sur la portée du principe de laïcité est posée comme un *a priori*.

Le positionnement par rapport à l'adversaire (et le positionnement de l'adversaire)

- 43 Par définition, un débat est de nature interactionnelle. Il met toujours aux prises des belligérants qui ne sont tels que l'un par rapport à l'autre. Les protagonistes d'un débat n'élaborent pas leur position en vase clos. Si leur position respective peut être exprimée suivant un cheminement parallèle sans qu'il soit expressément fait référence à celle de l'adversaire, elles sont toutes deux toujours formellement établies l'une par rapport à

l'autre. Souvent, c'est explicitement que les participants à un débat se déterminent en fonction de l'opposant.

- 44 C'est très fortement le cas du MQP. Son point de vue est essentiellement défini par effet de contraste et tout le long spécifié par opposition aux points de vue concurrents. Le MQP n'introduit même pas sa thèse pluraliste par et pour elle-même. Il l'expose et la circonscrit d'abord indirectement par la négative eu égard aux thèses antinomiques que lui-même lui reconnaît. La position pluraliste du MQP est ainsi, au point de départ, essentiellement réactive. Les premiers paragraphes du manifeste sont consacrés à la détermination et à la caractérisation des « deux courants de pensées » auxquels il annonce vouloir s'opposer.
- 45 L'un de ces courants est celui de la laïcité « stricte », contre lequel il fait valoir la notion de laïcité « ouverte » ; l'autre est le nationalisme conservateur. Comme je l'ai déjà mentionné, le MQP définit la laïcité « stricte » comme la volonté d'exclure les manifestations religieuses de la sphère publique pour les cantonner au seul espace privé. Comme nous l'avons également vu, il ne s'agit pas là de la position mise en avant par la DIL, qui en aucune façon ne propose d'interdire toute expression publique du religieux et de la reléguer au domaine privé. De plus, la DIL ne pose pas la laïcité comme étant antinomique au pluralisme. Elle se réclame tout au contraire de celui-ci pour fonder l'exigence de laïcité qu'elle promeut. La caractérisation donnée par le MQP au courant de la laïcité « stricte » ne coïncide pas avec la laïcité effectivement préconisée par la DIL.
- 46 Quant au nationalisme conservateur, le MQP le dépeint comme l'idéologie suivant laquelle « le Québec [aurait] fait de trop larges concessions envers la diversité culturelle [qui mettrait] en péril une culture québécoise authentique et [éclipserait] la mémoire de la majorité historique ».
- 47 C'est dans son opposition à ces deux courants que le MQP définit sa « vision pluraliste », « plus ouverte, plus tolérante et surtout plus dynamique dans sa conception des rapports sociaux », qu'il juge « occultée » et « fragilisée » par la place que les deux courants occupent dans l'espace public. Le MQP se pose ainsi d'emblée comme une position à la fois éminemment estimable et précaire par rapport à des positions bien assurées, mais fort contestables et donc, dès le point de départ, discréditées. Cette introduction par la dissemblance lui fait ainsi bénéficier d'une double prime à la valeur supérieure de sa proposition et de l'odieux porté à celle de l'adversaire.
- 48 Mais le MQP pousse plus loin l'avantage en associant dans l'opprobre les courants de la laïcité « stricte » et du nationalisme conservateur. Il établit entre eux une convergence sous deux aspects :
- D'abord, dans la mesure où les pratiques et les signes religieux des minorités sont toujours plus « visibles » aux yeux de la majorité que les siens propres, les tenants d'une laïcité stricte et ceux d'un nationalisme conservateur se rejoignent dans une même attitude d'intransigeance à l'endroit des minorités, exigeant qu'elles se plient à une vision de la société québécoise qu'elles n'auraient pas contribué à forger. Les deux courants convergent également lorsqu'une laïcité stricte est invoquée à l'encontre de citoyens membres de confessions religieuses dont les croyances sont tenues pour incompatibles avec la laïcité de la société québécoise.
- 49 Tel qu'il est formulé, le premier point de convergence donne lieu à un argument de culpabilité par association ou, à tout le moins, en est très près. Peut-être le nationalisme conservateur manifeste-t-il quelque intransigeance à l'égard des minorités, mais ce n'est pas le cas de la laïcité, ni même de la laïcité « stricte » telle que

le MQP la caractérise (la proscription de toute expression religieuse publique et sa limitation au seul espace privé). Non seulement la DIL se distancie-t-elle de cette définition de la laïcité « stricte », mais elle prend également soin de préciser (sans doute en réaction à l'argument du MQP) que la laïcité qu'elle préconise ne s'exerce pas contre les minorités ni même contre les confessions religieuses : « [La laïcité] est la seule voie d'un traitement égal et juste de toutes les convictions parce qu'elle n'en favorise ni n'en accommode aucune, pas plus l'athéisme que la foi religieuse. Le pluralisme ainsi entendu n'est ni celui des minorités, ni celui de la majorité. » En les combinant, le MQP suggère un transfert à la laïcité du sectarisme à l'égard des minorités qu'elle prête au premier chef au nationalisme conservateur.

- 50 C'est à la lumière de l'association que le MQP opère entre les deux courants de pensée auxquels il entend s'opposer qu'il est possible de comprendre en quoi, à ses yeux, sa définition du pluralisme se distingue de la laïcité. Selon cette définition, rappelons-la, les membres des minorités culturelles et religieuses ne doivent pas souffrir de discrimination et d'exclusion et, s'ils sont issus de l'immigration, leur intégration à la société québécoise ne doit pas équivaloir à une assimilation. Comme nous l'avons déjà souligné, non seulement la DIL ne s'oppose pas à cette définition, mais elle assujettit la laïcité à un pluralisme dont on ne voit pas en quoi il s'en éloignerait. De la manière dont elle caractérise la laïcité, la DIL tient une position tout à fait compatible avec la « vision » pluraliste définie par le MQP. Ce n'est pas nécessairement le cas du nationalisme conservateur dans certaines de ses formes populistes. C'est donc seulement en agrégeant la laïcité à ce nationalisme conservateur que le MQP peut définir globalement ainsi qu'il le fait sa position pluraliste et l'opposer en bloc aux deux courants dont il affirme se distinguer. Si la laïcité seule était mise en cause, celle prônée par la DIL, la conception du pluralisme du MQP ne serait pas distinctive et son opposition tomberait à plat. Le MQP a en quelque sorte besoin du nationalisme conservateur pour marquer la spécificité de son point de vue de même qu'il a besoin d'adjoindre la laïcité « stricte » à ce nationalisme pour la mettre en avant dans un débat avec les tenants de la laïcité.
- 51 Par comparaison au MQP, la DIL prend moins la peine de déterminer la position qu'elle soutient par rapport à celle de l'adversaire. La laïcité y est d'abord définie pour elle-même. Ce n'est qu'ensuite qu'elle est opposée à la laïcité « ouverte » du MQP afin de disqualifier celle-ci au titre même de laïcité. Dans le cadre de cette attaque, la DIL établit elle aussi une convergence : « Les aménagements de [la] laïcité <ouverte> convergent avec les objectifs des groupes religieux conservateurs qui cherchent à faire prévaloir leurs principes sur les lois en vigueur. » Ce regroupement, comme celui fait par le MQP entre la laïcité « stricte » et le nationalisme conservateur, tend vers la culpabilité par association. La DIL s'en prend à la laïcité « ouverte » relativement à un effet qu'elle n'a pas par elle-même, mais qui est le fait d'un tiers auquel elle est liée. L'opprobre d'abord jeté sur les groupes religieux conservateurs est ainsi déplacé, au moins par évocation, aux tenants du pluralisme. Le MQP se défend d'ailleurs de préconiser un pluralisme si lâche qu'il laisserait libre cours à tous les excès religieux : « la reconnaissance de la diversité [...] ne signifie pas qu'il faille tolérer toutes les pratiques culturelles et religieuses [...] ». Ce n'est pas parce que des groupes religieux peuvent (stratégiquement) se réclamer du pluralisme que celui-ci implique fatalement l'admission du fanatisme.

- 52 De la même manière, donc, que le lien établi par le MQP entre la laïcité « stricte » et le nationalisme conservateur a pour effet d'accuser la laïcité d'intransigeance à l'égard des minorités, le rapport fait par la DIL entre la laïcité « ouverte » et les groupes religieux conservateurs tend à taxer le MQP de tolérance vis-à-vis du sectarisme religieux. Les convergences alléguées par les deux manifestes ne relèvent pas de l'amalgame au sens strict. Elles jouent plus finement sur une alliance prétendument objective qui ouvre à l'allusion.

L'usage d'arguments stratégiques

- 53 La culpabilité par association (même seulement insinuée) n'est que l'un des arguments stratégiques présents dans le débat entre le MQP et la DIL. Les arguments stratégiques sont des arguments qui n'exposent pas les raisons fondamentales d'une position, mais qui viennent la conforter en en défendant un aspect ou, le plus souvent, en attaquant celle de l'adversaire⁷.
- 54 Le MQP énonce deux autres arguments stratégiques. Le premier est une dénégation idéologique. Le manifeste passe en revue, pour l'en défendre, les « accusations » dont sa « vision » pluraliste ferait l'objet : « de relativisme, de multiculturalisme trudeauiste, de <chartisme>, d'antinationnalisme, d'élitisme [...] ». C'est dans le but de se dédouaner en bloc de ces différentes dénonciations, sans par ailleurs toutes les spécifier davantage et expliciter en quoi il s'en distingue, que le MQP en dresse la liste. Il prétend plus précisément que le pluralisme n'est « ni relativiste ni chartiste » afin de se disculper du réquisitoire du nationalisme conservateur, dans le premier cas, et de la laïcité « stricte », dans le second.
- 55 Le deuxième argument tactique du MQP est un appel à un patronage prestigieux. Il allègue que l'interculturalisme dont il se réclame est celui-là même auquel auraient adhéré quelques figures politiques contemporaines illustres (Gérald Godin, René Lévesque, Claude Ryan et Robert Bourassa). En invoquant cette filiation, le MQP affermit sa crédibilité comme dans le recours à un argument d'autorité.
- 56 De son côté, la DIL formule trois arguments tactiques. Le premier consiste en une mise en contradiction. La DIL considère, comme nous l'avons vu, que l'idée suivant laquelle la laïcité s'impose seulement à l'État et pas aux individus conduit à une négation du principe même de laïcité. La DIL relève également que cette vue des choses n'est pas soutenue intégralement par les tenants du pluralisme :
- Cette idée n'est d'ailleurs pas respectée dans les aménagements de la laïcité « ouverte ». Le rapport Bouchard-Taylor, par exemple, propose d'interdire le port de signes religieux aux juges, aux procureurs de la Couronne, aux policiers, aux gardiens de prison et au président de l'Assemblée nationale [...] L'État, c'est donc aussi ses agents.
- 57 Le MQP reconnaît lui aussi des exceptions ayant trait non pas à des fonctions mais à des situations :
- [...] l'interdiction de signes religieux peut être justifiée si ceux-ci entraînent un dysfonctionnement du service, un problème de sécurité, un traitement discriminatoire à l'égard d'autres personnes, une atteinte réelle à leur dignité ou encore, s'ils donnent lieu à un prosélytisme.
- 58 Aux yeux de la DIL, en admettant ces exceptions, les tenants de la **position** pluraliste, dont les signataires du MQP, se contrediraient eux-mêmes.

- 59 Le deuxième argument tactique présent dans la DIL est un argument de comparaison. Afin de montrer que l'interdiction du port de signes religieux faite aux agents de l'État n'implique pas la négation de leur foi, la DIL donne l'exemple passé des membres des communautés religieuses qui ont laissé tomber leur tenue traditionnelle au moment où les institutions de santé et d'éducation ont été prises en charge par l'État québécois dans les années 1960.
- 60 Finalement, toujours au sujet de la question du port de signes religieux, la DIL se réfère à des jugements de la Cour européenne des droits de l'homme reconnaissant qu'il ne découle pas de la liberté de religion que l'État autorise des manifestations religieuses de la part de ses employés. L'argument, un mélange d'arguments de comparaison et d'autorité, est invoqué dans le but d'appuyer la prétention de la DIL que l'interdiction du port de signes religieux par les agents de l'État ne constitue pas une entrave à la liberté religieuse.

La considération d'un élément contextuel périphérique

- 61 Le MQP et la DIL clament tous deux que leur position respective se situe dans la continuité historique du Québec.
- 62 Le MQP affirme cette pérennité pour riposter à une attaque dont le pluralisme fait à ses yeux l'objet :
- Une stratégie populaire chez les critiques de la position que nous [défendons] est d'affirmer que la perspective pluraliste serait en porte-à-faux avec la trajectoire historique du Québec. Les faits indiquent au contraire que ce sont les tenants d'une laïcité stricte et d'un nationalisme identitaire qui choisissent la voie de la rupture.
- 63 En fait, l'attaque en question est uniquement menée par les tenants du nationalisme conservateur. Une nouvelle fois, le MQP lui associe la laïcité « stricte ».
- 64 Pour ne pas être en reste, la DIL prétend elle aussi se situer dans l'évolution historique du Québec. Cette allégation lui permet également de marquer que la laïcité n'est pas « une réaction défensive face aux minorités de l'immigration récente ».
- 65 Sur cette question du lien à l'histoire, l'opposition entre le MQP et la DIL est nette. Cependant, elle reste tout à fait secondaire. Dans le débat entre les deux manifestes, la continuité historique n'est à l'évidence pas un facteur important : on ne voit pas en quoi la position pouvant s'en réclamer serait supérieure à l'autre (à la limite, la capacité de rupture pourrait même être au contraire plus favorable). Le MQP et la DIL invoquent l'enracinement historique uniquement pour se rendre plus attrayants. C'est sans doute la présence dans la mêlée de ce troisième joueur qu'est le nationalisme conservateur qui confère au lien avec l'histoire cette importance. Mais il s'agit là d'un aspect qui demeure purement subsidiaire.

L'effet éristique sur le débat

- 66 Les six composantes éristiques présentes dans le débat mettant aux prises le MQP et la DIL influent sur lui de manière déterminante. Elles exercent un double effet : elles le dénaturent et le brouillent tout à la fois.
- 67 Leur analyse met en évidence avec une assez grande netteté que le désaccord entre les deux manifestes n'est pas aussi frontal que les opposants eux-mêmes le donnent à

penser. Leur dispute autour du pluralisme et de la laïcité se révèle être, tout au contraire, plus subtile que radicale. Les lignes de désaccord entre le MQP et la DIL sont plus fines, ou en tout cas moins incisives, qu'il y paraît de prime abord. Sans qu'ils en conviennent ouvertement, et même si parfois ils jouent aux duellistes, les signataires du MQP et de la DIL se rejoignent sur certains points bien précis. Globalement, les deux manifestes abordent d'un point de vue identique la relation entre pluralisme et laïcité : celle-ci est une méthode ou un mode d'organisation au service de celui-là, qui est une finalité. Sur le fond, loin de chercher à défendre le primat absolu du pluralisme ou de la laïcité, le MQP et la DIL en conçoivent l'articulation d'ensemble de manière sensiblement commune.

- 68 Sur d'autres aspects de la confrontation, les deux parties pourraient, au prix d'un effort de conciliation, opérer un certain rapprochement. Ce pourrait être le cas de la charte de la laïcité. Le MQP n'en voit pas la nécessité et craint ses possibles effets pernicioeux, mais n'affiche pas un rejet irréductible et définitif. Dans l'esprit de la DIL, une telle affirmation juridique est essentielle, mais ne viendrait pas abolir les droits religieux et toutes leurs formes d'expression publique. Il y aurait là peut-être un certain espace de négociation si les deux parties étaient déterminées à dépasser leur opposition malgré la crainte du MQP de voir une charte de la laïcité faire l'objet d'une instrumentalisation juridique. Son inquiétude qu'une charte serve essentiellement à empêcher toute espèce de manifestation du religieux dans l'espace public est en quelque sorte atténuée par le fait que la DIL, répétons-le une nouvelle fois, ne prône que la prohibition du port des signes religieux par les agents de l'État. La DIL aurait pu, à peu de frais, lever cette ambiguïté en faisant part explicitement de sa position sur les autres manifestations du religieux dans l'espace public. À défaut d'apporter ces précisions, elle laisse beau jeu à l'opposant de caricaturer sa position et entretient l'équivoque quant à son désaccord avec le MQP.
- 69 Il ne s'agit pas, en marquant de la sorte que la controverse entre le MQP et la DIL est à certains égards accentuée par le cadre éristique du débat, de minimiser leur affrontement. Tout au contraire, cela permet non pas de gommer, mais de préciser leurs points de divergence. La portée effective du débat apparaît plus nettement quand sont mis en pleine lumière ses aspects véritablement litigieux. Le port de signes religieux par les représentants de l'État est manifestement le plus important d'entre eux. Sur ce sujet bien délimité, le MQP et la DIL campent sur des positions totalement irréconciliables.
- 70 Mais là encore, la dimension éristique vient brouiller les choses et empêche de mesurer correctement la portée effective du différend. Le positionnement par rapport à l'adversaire et le recours à des arguments tactiques accentuent l'antagonisme entre le MQP et la DIL en inscrivant leur opposition dans un rapport de force formel. Ils font en sorte que la discussion devient une foire d'empoigne dont l'objectif n'est pas l'étude réfléchie de problèmes, mais la détermination d'un vainqueur et d'un vaincu. Le lien avec l'histoire renforce encore plus cette querelle.
- 71 Cependant, ce sont surtout le découpage de la question et le fondement théorique que donnent à leur position respective le MQP et la DIL qui gonflent leur dissension. Ce n'est pas du tout sur la même question qu'ils se prononcent quand ils traitent de l'expression de l'appartenance religieuse. Le MQP se porte à la défense du droit général pour quiconque de manifester ses croyances et ses pratiques religieuses dans l'espace public considéré dans sa globalité, y compris les agents de l'État. Mais la DIL ne s'oppose pas à

ce droit général. Elle prône exclusivement l'interdiction du port de signes religieux par les seuls représentants de l'État dans l'exercice de leurs fonctions. Le MQP affiche explicitement son opposition sur ce point tout en ouvrant à la possibilité d'exceptions. Mais en agglomérant la question à la problématique plus vaste de toute forme de manifestation du religieux dans l'ensemble de l'espace public, il se trouve à durcir sa divergence avec la DIL. Celle-ci fait de même et, du même coup, prête flanc à la suspicion du MQP en négligeant de marquer les limites de son point de vue. On pourrait même aller jusqu'à dire que, dans une certaine mesure, les deux manifestes évitent de se placer dans une position de conciliation : le MQP en donnant à penser que la DIL est contre toute manifestation du religieux dans l'espace public ; la DIL en laissant entendre que le MQP y est perméable sans restriction aucune. En tout cas, le fait que les deux manifestes ne livrent pas bataille sur le même terrain défigure le débat.

- 72 Sur le plan théorique, c'est essentiellement au sujet de la laïcité « ouverte » que les deux manifestes sont en réelle divergence de vues. Le MQP la met en avant pour faire barrage à la laïcité traditionnellement qualifiée de « stricte ». La DIL la considère comme une négation absolue de la laïcité. Mais qu'en est-il en deçà de l'affichage des termes et des expressions, en deçà du processus de leur nominalisation ? Si l'on peut repérer aisément quelques extensions institutionnelles de la laïcité, on voit moins clairement ce que peut être la laïcité « ouverte ». Au regard de la caractérisation par le pluralisme que lui donne le MQP, la différence entre celle-ci et la laïcité telle que traditionnellement conçue reste obscure. Conséquemment, la définition de la laïcité « stricte » n'est pas, elle non plus, très claire. Sans doute le MQP la situe-t-il au point de rupture d'avec le pluralisme. Mais c'est là un arrêté discrétionnaire qui, de toute façon, ne fait que déplacer le problème : si la distinction entre la laïcité « ouverte » et la laïcité « stricte » est perceptible dans un rapport discordant au pluralisme, quelle est la nature précise de ce rapport dans l'un et l'autre cas ? Quoi qu'il en soit, répétons-le, la DIL, loin de le récuser, adhère au principe du pluralisme et allègue que la laïcité qu'elle promeut lui est congruente.
- 73 Comme nous l'avons souligné à maintes reprises, la DIL ne cherche pas à défendre une laïcité « stricte » contre la laïcité « ouverte » du MQP ; elle préconise la laïcité pure et simple, la laïcité intégrale. À ses yeux, la laïcité est insécable. C'est uniquement le MQP qui discrimine deux types de laïcité. Cette différenciation est plus décrétée que démontrée. En raison de cette carence définitionnelle, les deux sortes de laïcité demeurent tellement abstraites que leur dénotation distinctive est évanescente. À défaut d'être véritablement substantifiées, ce sont plus des incantations que de véritables concepts. La dichotomie que leur opposition signale a beau être parfaitement incertaine parce qu'infondée, elle se présente néanmoins comme un nœud central du débat entre le MQP et la DIL. Au total, sa part éristique plombe le débat sur la laïcité en l'obscurcissant jusqu'à le réduire à un manichéisme qui le dénature.

Conclusion

- 74 Il y a fort à parier que l'éristique fasse de beaucoup de débats publics des dialogues de sourds, ainsi que le regrette Angenot en début d'article. Comme le montre l'exemple du débat sur la laïcité, la discussion sur une question peut se trouver embrouillée et jusqu'à un certain point déformée par les ressources éristiques consenties par les intervenants à tenter de faire triompher leur point de vue. D'une certaine façon, il n'est

donc pas inexact que le cadre éristique a ainsi pour effet de parasiter l'idéal habermassien de l'espace public. Il n'est pas impossible que l'usage de la raison et la concertation soient mis en échec plus ou moins sérieusement par le cadre éristique de certains débats.

- 75 Faut-il le déplorer ? Pas d'un point de vue « réaliste ». Admettre que la discussion sur les enjeux sociaux se fasse sous la forme du débat implique que le règlement des désaccords n'emprunte pas toujours totalement la voie royale de la rationalité. Car échange rationnel et débat ne sont pas parfaitement concomitants du fait qu'ils ne relèvent pas entièrement des mêmes catégories conceptuelles. L'usage de la raison reste une injonction d'ordre normatif, alors que le débat est un choc qui, s'il n'est pas physique, reste néanmoins d'une certaine « matérialité », qui, *a priori*, n'a pas à répondre à des exigences normatives. Cela n'empêche pas que la rationalité soit partie prenante au débat ; simplement, elle ne peut prétendre en faire coïncider les contours avec les siens propres. Le débat public, parce qu'il est affrontement, admet aussi l'éristique. La rationalité et l'éristique sont finalement les deux modes par lesquels on peut chercher à faire prévaloir son point de vue dans un débat. Non seulement ne sont-elles pas incompatibles, mais, le plus souvent, elles n'agissent pas de manière autonome l'une par rapport à l'autre.

BIBLIOGRAPHIE

- ANGENOT, Marc (2008), *Dialogues de sourds : traité de rhétorique antilogique*, Paris, Mille et une nuits.
- BENJAMIN, James (1983), « Eristic, dialectic, and rhetoric », *Communication Quarterly*, 31(1), p. 21-26.
- BENTHAM, Jeremy (1824/1952), *The Handbook of Political Fallacies*, New York, Harper & Brothers.
- FAIT, Paolo (1998), « L'éristique mise en formules », *Dialogue : Canadian Philosophical Review / Revue canadienne de philosophie*, 37(1), p. 131-153.
- GAUTHIER, Gilles (1990), « L'argumentation stratégique dans la communication politique : le débat L'Allier-Bertrand », *Revue québécoise de science politique*, 17, p. 113-141.
- GAUTHIER, Gilles (1992), « Autopsie d'un débat politique : l'<interpellation> Parizeau -Bourassa. Argumentation stratégique et communication politique », *Communication*, 13(1), p. 163-185.
- GAUTHIER, Gilles (1995), « L'argumentation périphérique dans la communication politique : le cas de l'argument ad hominem », *Hermès*, 16, p. 167-185.
- GAUTHIER, Gilles (2010), « L'argumentation politique conflictuelle. Le cas du débat sur la question nationale au Québec », *Revue internationale de communication sociale et publique*, 3-4, p. 53-66.
- GIRARD, Charles et Alice LE GOFF (2010), *La démocratie délibérative. Anthologie de textes fondamentaux*, Paris, Hermann.

- HABERMAS, Jürgen (1996), « Notes programmatiques pour fonder en raison une éthique de la discussion », *Morale et communication. Conscience et activité communicationnelle*, Paris, Cerf, p. 53-130.
- HABERMAS, Jürgen (2004), *Between Facts and Norms*, Cambridge, Policy Press.
- HAMBLIN, Charles L. (1970/1993), *Fallacies*, Newport News (VA), Vale Press.
- JØRGENSEN, Charlotte (1998), « Public debate – An act of hostility ? », *Argumentation*, 12, p. 431-443.
- LAAR VAN, Jan Albert (2010), « Argumentative bluff in eristic discussion : An analysis and evaluation », *Argumentation*, 24, p. 383-398.
- LARMORE, Charles (2003), « Public reason » dans Samuel FREEMAN (dir.), *The Cambridge Companion to Rawls*, Cambridge, Cambridge University Press, p. 368-393.
- MACEDO, Stephen (1999), *Deliberative Politics. Essays on Democracy and Disagreement*, New York, Oxford University Press.
- MILL, John Stuart (1843/1879), *A System of Logic, Ratiocinative and Inductive : Being a Connected View of the Principles of Evidence and the Methods of Scientific Investigation*, New York, Harper.
- NNODIM, Charles (2004), « Public reason as form of normative and political justification : A study on Rawls's idea of public reason and Kant's notion of the use of public reason in <What is Enlightenment ?> », *South African Journal of Philosophy*, 23(2), p. 39-78.
- RAWLS, John (1996), *Political Liberalism*, New York, Columbia University Press.
- RAWLS, John (1997), « The idea of public reason revisited », *Chicago Law Review*, 64(3), p. 765-807.
- RIBACKI, Karyn C. et Donald J. RIBACKI (2000), *Advocacy and Opposition : An Introduction to Argumentation*, Boston, Allyn & Bacon.
- SCHOPENHAUER, Arthur (1864/1999), *L'art d'avoir toujours raison ou Dialectique éristique*, Strasbourg, Circé.
- WALTON, D. N. (1995), *A Pragmatic Theory of Fallacy*, Tuscaloosa, The University of Alabama Press.
- WALTON, D. N. et E. C. W. KRABBE (1995), *Commitment in Dialogue. Basic Concepts of Interpersonal Reasoning*, Albany, State University of New York Press.
- WINDISCH, Uli (1987), *Le K-O verbal. La communication conflictuelle*, Paris, L'Âge d'Homme.
- WOLF, Simon (2010), « A system of argumentation forms in Aristotle », *Argumentation*, 24, p. 19-40.

NOTES

1. À certains égards, certains des stratagèmes éristiques de Schopenhauer correspondent aux *fallacies* analysées par Bentham (1824/1952), Mill (1843/1879) et, à notre époque, Hamblin (1970/1993). Cependant, aucun de ces auteurs ne caractérise les *fallacies* au regard de l'éristique.
2. Dont certains traits ont par ailleurs été mis en évidence, entre autres, par Windisch (1987) et Ribacki et Ribacki (2000).
3. Le *Manifeste pour un Québec pluraliste* a été publié dans *Le Devoir* du 3 février 2010 et est disponible sur le site <http://www.pourunquebecpluraliste.org>. La *Déclaration des intellectuels pour la laïcité* a été publiée dans *Le Devoir* du 16 mars 2010 et est disponible sur le site www.quebeclaïque.org. Les deux manifestes sont d'une longueur notablement différente. La DIL

court sur moins de 1 400 mots, alors que la version pleine du MQP en comporte deux fois et demi plus en dépassant les 3 500 mots. Une version courte, qui est de la même dimension que la DIL, en a toutefois été produite. N'empêche, le texte des tenants du pluralisme s'étend sur un plus large spectre de sujets et comporte plus de précisions et spécifications que celui des signataires de la DIL, plus succinct et ramassé.

4. Pour ce qui est des arguments, voir Gauthier (2010).

5. Le MQP n'est pas le premier à formuler cette distinction. Il la reprend du rapport de la commission Bouchard-Taylor. Dans celui-ci, cependant, la distinction proposée est établie entre la laïcité « ouverte » et la laïcité « rigide » et n'est pas développée par rapport au droit à la manifestation publique d'une adhésion religieuse, mais, plus généralement, par rapport à l'exercice de la pratique religieuse.

6. D'ailleurs, autant que l'on puisse le voir, personne au Québec ne préconise la laïcité « stricte » ainsi déterminée ; personne ne prône que soit interdite toute expression du religieux dans l'espace public et qu'elle soit restreinte à la seule sphère privée.

7. Pour une définition et une illustration plus détaillées, je me permets de renvoyer le lecteur à Gauthier (1995, 1992 et 1990).

RÉSUMÉS

L'auteur soutient que les débats publics ne sont plus de véritables échanges argumentatifs en raison du cadre éristique dans lequel ils sont menés. Le concept est emprunté à Schopenhauer, mais le sens premier de procédé discursif a été élargi. À l'aide du débat québécois sur la laïcité, six composantes du concept élargi d'éristique sont dégagées et analysées : l'intensification d'une opposition superficielle ou marginale, le découpage de la question, la théorisation nébuleuse, le positionnement par rapport à l'adversaire, l'usage d'arguments stratégiques et la considération d'un élément contextuel périphérique.

The author claims that public debates are no longer authentic argumentative exchanges because of the eristic frame in which they are held. The concept is borrowed from Schopenhauer but given a wider extension than that of a discursive process. With the aid of the Quebecois debate on secularism, six constituents of the extended concept of eristic are identified and analyzed : the intensification of a superficial or marginal opposition, the wording of the question, murky theorization, one's positioning with regard to one's opponent, the use of strategic arguments and the taking into account of peripheral contextual elements.

El autor asegura que los debates públicos ya no constituyen verdaderos intercambios argumentativos debido al marco erístico al que son llevados. El concepto es tomado de Schopenhauer pero el primer sentido del procedimiento discursivo ha sido ampliado. Con base al debate quebequense sobre la laicidad, seis componentes del concepto extendido de erística han sido identificados y analizados, es decir, la intensificación de una oposición superficial o marginal, desglose del asunto, teorización nebulosa, posición con respecto al adversario, utilización de argumentos estratégicos y consideración de un elemento contextual periférico.

INDEX

Palabras claves : erística, debate, razón pública, enfrentamiento, argumentación

Keywords : eristic, debate, public reason, confrontation, argumentation

Mots-clés : éristique, débat, raison publique, affrontement, argumentation

AUTEUR

GILLES GAUTHIER

Gilles Gauthier est professeur au Département d'information et de communication à l'Université

Laval. Courriel : gilles.gauthier@com.ulaval.ca

Radio communautaire et espace dans le Mexique néolibéral

Eduardo González Castillo

- 1 Cet article présente une étude sur la façon dont le contexte du néolibéralisme a influencé l'évolution de la radiodiffusion communautaire au Mexique. Nous empruntons au géographe David Harvey ses trois notions de spatialité — la spatialité absolue, la spatialité relative et la spatialité relationnelle — que nous appliquons respectivement à la construction de l'État et du capitalisme au Mexique, à la radiodiffusion mexicaine et à la subjectivité des radiodiffuseurs. La principale conclusion soulignera les effets du néolibéralisme sur la radio communautaire mexicaine, car, s'il est vrai que cette modalité historique du capitalisme s'est révélée plutôt un adversaire à ce type de projet médiatique, elle ne l'a pas empêché d'émerger et d'exister.
- 2 Dans la première section, nous présentons notre problématique et notre cadre conceptuel ainsi qu'un bref rappel de l'évolution du néolibéralisme au Mexique. La deuxième section porte sur les principales caractéristiques de la radiodiffusion au Mexique et sur la place qu'occupe la radio communautaire. Dans la dernière section, nous explorons les motivations des collaborateurs de différentes radios à s'impliquer dans ces projets.

Note méthodologique

- 3 La collecte des données fut menée au Mexique pendant les mois de juillet et août 2010 au moyen de différents outils : la recherche documentaire, la réalisation de huit entretiens individuels et collectifs et la distribution d'un questionnaire auprès de 67 collaborateurs des radios. Les renseignements documentaires et les entretiens alimentent les deux premières sections de cet article, alors qu'une partie des données obtenues par des questionnaires est présentée dans la dernière section.
- 4 Le questionnaire s'appuie sur les variables¹ de Likert dont l'objectif est de mesurer le degré d'accord d'une personne avec une affirmation quelconque à l'aide de choix de

réponse tels que « tout à fait d'accord », « plus ou moins d'accord », « pas du tout d'accord ». Regroupées par des tests de corrélation, ces affirmations forment des échelles capables de nous indiquer des tendances générales concernant la position des répondants par rapport à ces affirmations. L'analyse factorielle est une ressource utile pour la construction et l'étude des échelles, mais puisque les échelles utilisées dans cette recherche n'ont pas été testées avant leur application, les résultats présentés ici sont de type plutôt exploratoire².

Radiophonie et espace

- 5 Cultural FM est une radio communautaire mexicaine située dans la municipalité de Tepalcatepec, dans l'État de Michoacán. Installée dans la maison de la culture locale, Cultural FM diffuse des émissions informatives et musicales grâce à la collaboration constante de gens qui la soutiennent : des adultes, des jeunes et même des enfants qui, tout au long de la journée, se rendent au petit local que Cultural FM occupe juste en face de la place centrale du village.
- 6 Récemment, la municipalité de Tepalcatepec (et sa voisine, celle d'Apatzingan) a été fortement touchée par la violence armée qui règne dans le pays. Nous remarquons un nombre important de points de contrôle militaires voués à la surveillance des routes qui mènent à la municipalité en raison de la présence soupçonnée de groupes de trafiquants de drogue. Cette ambiance de tension a créé des conditions de travail bien délicates pour la station de radio. Dans ce contexte, Cultural FM applique une politique prudente d'autocensure avant d'aborder certains sujets (la politique, les cartels de la drogue, la corruption) afin de ne pas mettre en danger la sécurité de ses collaborateurs. Comme dans le cas d'autres radios de la région, cette autocensure concerne également les contenus musicaux. Ainsi, la totalité des radios contactées évite de mettre en ondes certains genres musicaux populaires au Mexique, dont le *narcocorrido*, qui raconte les péripéties, les tragédies et les « gloires » des trafiquants de la drogue.
- 7 Or, à vrai dire, le contexte actuel de la « guerre aux cartels de la drogue » n'est que l'une des multiples difficultés que Cultural FM a dû affronter tout au long de son histoire. Depuis sa création, les promoteurs — un groupe d'instituteurs locaux — ont fait face à des pressions constantes de la part du gouvernement fédéral mexicain et du secteur privé de la radiodiffusion, qui se sont toujours opposés au projet. On soupçonne que la radio privée d'une municipalité avoisinante a continuellement demandé au gouvernement la fermeture de Cultural FM en l'accusant d'être dans l'illégalité !
- 8 Malgré cette opposition, Cultural FM comptait, au moment notre visite, en juin 2010, 10 ans d'existence. Cette persistance a été possible grâce à l'engagement de ses collaborateurs et au soutien du gouvernement municipal, qui a toujours mis un local à sa disposition. Selon ses collaborateurs, cette radio enrichit la vie culturelle locale tout en fournissant certains avantages sociaux à la communauté : connectivité avec le monde extérieur (la radio diffuse aussi sur Internet), renforcement des rapports locaux de solidarité, épanouissement culturel de ses auditeurs. À propos de son expérience personnelle, l'une des collaboratrices de la radio affirme que la station a suscité chez les habitants un sentiment de fierté et de joie (« ¡Ya tenemos radio ! ») et a permis à plusieurs — dont elle — de surmonter les peines que la vie leur a infligées (dans son cas, le décès d'un membre de sa famille). Exprimant sa gratitude, cette femme se rappelle les paroles avec lesquelles une amie l'avait invitée à s'intégrer à l'équipe de la station

pour la première fois : « *Ven a la radio, para que se reduzca tu dolor* » (« viens à la radio pour soulager ta douleur »).

- 9 Nous chercherons à comprendre les conditions d'existence de ce type de radios dans le Mexique contemporain aux prises avec un ensemble de problèmes très complexes (violence, inégalités, régionalismes). Nous nous intéresserons plus précisément à la façon dont ce contexte influence l'évolution de ces médias et, inversement, à la façon dont les radios communautaires s'y adaptent. Pour ce faire, nous prônerons une approche qui souligne le caractère néolibéral du Mexique contemporain.
- 10 Les radios communautaires peuvent être définies comme des projets qui, à l'aide d'une appropriation collective des technologies de la radiophonie, cherchent à créer un service non lucratif de communication (Calleja et Solís, 2007). Elles font partie d'un ensemble de médias qui prolifèrent à partir de logiques autres que celle de la génération de profits (logique qui est propre aux grands groupes médiatiques) et que l'on peut qualifier, de façon plus générale, de médias non hégémoniques. Les différents chercheurs qui s'y sont intéressés soulignent la dimension politique de ces projets. Ils les considèrent souvent comme des moyens clés pour la construction de la citoyenneté ou de la démocratie (Gusse, 2006); comme des médias qui luttent pour la « décentralisation » des services médiatiques (Ke, 2000); ou comme des médias étroitement liés au changement social progressiste (Howley, 2000; Buckley, 2000).
- 11 Différents profils des médias non hégémoniques ont été établis (Carpentier *et al.* 2001; Uzelman, 2005; Howley, 2000). On distingue les médias contestataires (ou autonomes ou libres), les médias alternatifs et les médias communautaires. Les médias contestataires relèvent d'un militantisme ouvertement assumé par leurs promoteurs. Ce militantisme est généralement dirigé contre un pouvoir plus ou moins défini (l'État, le système, la mondialisation) et promeut des formes de communication explicitement contraires à celles qui dominent dans la société. Ces militants cherchent souvent à transformer la base socioéconomique capitaliste qui structure actuellement l'ensemble de la communication médiatique. Pour les promoteurs de la radio contestataire, il faut une rupture claire avec la structure économique qui soutient les médias dominants et se doter de moyens indépendants de communication (Uzelman, 2005).
- 12 Les médias alternatifs, loin de contester radicalement l'ordre établi, essaient de créer (ou d'ouvrir) des espaces de diffusion pour des contenus qui sont habituellement marginalisés (Uzelman, 2005; Ware, 2009). Pour leurs promoteurs, le problème le plus important est celui de l'ouverture démocratique des médias, et de la possibilité de diffuser des contenus habituellement ignorés ou censurés par les pouvoirs politiques (Uzelman, 2005). Il s'agit de projets médiatiques qui cherchent à se développer avec la reconnaissance (et la protection) des institutions publiques. Pour eux, la priorité est de garantir, par les moyens existants, le plein exercice de la citoyenneté en ce qui a trait à l'accès à l'information et à la liberté d'expression.
- 13 Finalement, les médias communautaires sont ceux pour qui ni la rupture avec l'ordre établi ni la diffusion de contenus alternatifs ne constituent en soi les objectifs premiers (Howley, 2000; Pichette, 1996). Ce qui importe, c'est la génération de bénéfices directs sur les conditions de vie des populations concernées. Ce sont les problèmes et les besoins concrets de celles-ci qui définissent les traits politiques de ce type de médias. Si, dans le contexte des pays de l'Amérique latine ou de l'Afrique, ces médias peuvent être associés à des finalités développementalistes, sous d'autres latitudes, ils peuvent aussi se préoccuper de la promotion citoyenne de la vie communautaire ou du

mouvement associatif³. C'est peut-être ce type de projets médiatiques qui se rapproche le plus du modèle « rhizomique » proposé par Carpentier *et al.* (2001) dans leur description des médias non hégémoniques. Selon eux, les rapports conflictuels avec le marché et l'État sont souvent aplanis par la création de connexions diffuses et changeantes (« en rhizome ») avec ces mêmes instances.

- 14 Bien que ces différents profils politiques soient utiles pour l'analyse, nous considérons que l'étude des médias non hégémoniques demande une approche moins typologique et plus contextualisée. À notre avis, pour bien comprendre les différentes contraintes et les enjeux politiques auxquels ces médias sont confrontés, il faut une étude approfondie de la façon dont leurs contextes d'action sont structurés. Une telle démarche est certes complexe dans la mesure où ces contextes d'action se situent à différentes échelles géographiques. Pour certains auteurs, la prolifération récente des médias non hégémoniques est liée aux processus de la mondialisation (Kidd et Rodríguez, 2010). Malgré le fait que la mondialisation ait surtout favorisé la montée des capitaux transnationaux dans le domaine de la radiodiffusion et des télécommunications, il est permis de dire qu'elle a aussi contribué à la prolifération des médias non hégémoniques, et ce, dans la mesure où elle a entraîné une sorte de révolution technologique qui a rendu plus simples et accessibles les technologies de communication. Le contexte régional ou national, comme nous le verrons, n'est pas pour autant négligeable.
- 15 Notre approche dans l'étude de la radio communautaire relève d'une perspective matérialiste, notamment de celle du géographe David Harvey (1985, 1989, 2006). Une compréhension plus approfondie des médias non hégémoniques contemporains demande que l'on analyse la façon dont les dynamiques spatiales et communicatives du capitalisme influencent leur développement. À l'heure actuelle, ces dynamiques renvoient au régime de l'accumulation flexible promu par les dogmes de l'idéologie néolibérale : libéralisation mondiale des marchés, subordination du public au privé, réduction de l'État (Leitner *et al.*, 2007 ; Deneault, 2010). Bien que l'installation de ces dogmes dans le Mexique contemporain soit une évidence, nous maintenons, avec Brenner et Theodore (2002), que cette installation doit être étudiée sans perdre de vue les particularités historiques du pays en question.
- 16 Dans une telle perspective, les médias non hégémoniques doivent être abordés comme des pratiques historiques comportant des composantes tant matérielles que discursives. À leur tour, ces composantes doivent être abordées à partir d'une perspective relationnelle mettant l'accent sur les divers rapports et processus auxquels ces médias participent. S'il est vrai que, en tant que pratiques culturelles, ces médias comprennent autant des activités de production que de consommation, nous examinerons dans cet article les conditions de production, tout particulièrement les conditions de travail.
- 17 Notre démarche de recherche s'est réalisée à l'aide des notions d'espace absolu, d'espace relatif et d'espace relationnel proposées par David Harvey (2006). Pour cet auteur, l'espace absolu concerne l'espace fixe (naturel ou bâti), préexistant, que le sujet expérimente comme une sorte de contrainte extérieure (même si, dans les faits, il participe à sa production). Dans la société contemporaine, c'est le processus social du capital qui constitue sa principale force structurante (Wolf, 1990). L'espace relatif est plus polyvalent : ce sont les espaces hétérogènes qui relèvent des différents processus du social : l'espace des finances, l'espace des télécommunications, l'espace de la

production artistique, etc. Cette notion peut être comprise comme étant très proche de celle de champ de Pierre Bourdieu (1979), qui souligne la diversité des logiques spatiales qui coexistent dans la société contemporaine. Enfin, l'espace relationnel est l'espace tel qu'il est « condensé » dans l'individu et dans les objets. C'est l'espace intériorisé, l'espace de la subjectivité, de l'identité, de l'histoire. Pour Harvey, l'analyse de la vie sociale contemporaine doit toujours tenir compte de ces trois spatialités.

- 18 La radio communautaire mexicaine peut être abordée à partir de ces trois notions. Pour ce qui est de l'espace absolu, nous axerons l'analyse sur la façon dont les exigences du processus d'accumulation capitaliste ont structuré l'espace « fixe » mexicain et le contexte général d'action de la radio communautaire. Sur ce plan, l'État se révèle un acteur particulièrement important. Si, d'une part, l'évolution de l'espace absolu mexicain obéit à la logique du développement inégal qui caractérise le système capitaliste (Smith, 1990), cette même logique se trouve, d'autre part, aux prises avec les dynamiques spatiales particulières, qui relèvent du processus de construction de l'État mexicain moderne et de ses dynamiques régionales. En ce qui concerne l'espace relatif, l'analyse se concentrera sur la façon dont les politiques de communication des gouvernements mexicains ont conditionné l'évolution du « champ » de la radiodiffusion et des télécommunications, notamment celui des radios communautaires. Enfin, pour étudier la spatialité relationnelle, l'analyse abordera la façon dont les collaborateurs des radios conçoivent leur participation à cette radiophonie. Cette dernière spatialité nous amènera à privilégier la composante discursive de notre étude tout en nous permettant de tenir compte du positionnement objectif de cette composante.
- 19 Le Mexique contemporain est un pays plutôt hostile au développement des médias non hégémoniques, situation qui relève de l'évolution particulière des spatialités absolue et relative de sa radiodiffusion. Or, paradoxalement, des facteurs relevant du même contexte permettent la persistance, marginale s'il en est, de ces médias.

Le Mexique néolibéral ou l'absolu fragmenté

- 20 Les transformations que la société mexicaine a vécues à partir des années 1980 expliquent, en bonne partie, les fortes oppositions qu'a dû affronter la radio communautaire. Ces transformations ont été déclenchées, d'une part, par le changement dans le modèle économique national (installation du néolibéralisme) et, d'autre part, par l'arrivée graduelle et accidentée de la démocratie électorale. Pour mieux comprendre ces transformations, nous ferons un bref rappel de la révolution de 1910 qui a profondément marqué les bases sociales et politiques de l'État mexicain « pré-néolibéral ».
- 21 De 1910 à 1920, le Mexique a connu une violente révolution dont l'un des principaux résultats a été, selon Van Young (1992), l'établissement d'un système politique « moderne ». Les tensions persistantes et les intérêts régionaux qui ont historiquement caractérisé le pays ont été aplanis et consolidés dans un projet centraliste de reconstruction nationale (Brading, 1996 ; Pansters, 1998). La structure étatique et le système politique qui en ont résulté ont souvent été décrits comme « corporatistes » et autoritaires (Martin, 2007). Ils se basaient, d'une part, sur l'intégration, consensuelle ou forcée, des différents secteurs économiques de la classe travailleuse (les paysans, les ouvriers et les petits commerçants) dans les structures du parti-État et, d'autre part,

sur le consensus et la convergence négociée de différentes oligarchies régionales autour de la construction d'un pouvoir central fort (González Castillo, 2007). Cette structure politique a fait preuve d'une stabilité étonnante et est demeurée en place pendant plusieurs décennies.

- 22 Dans les années 1980, avec son adhésion à ce que l'on appelle « le consensus de Washington », le Mexique a lancé des réformes néolibérales qui ont eu pour résultat de placer le marché au cœur des politiques économiques nationales : vente d'entreprises étatiques, détérioration des rapports corporatistes avec les classes travailleuses et, en général, transformation (graduelle) du système politique mexicain, qui accorde de plus en plus d'importance à la démocratie électorale.
- 23 De manière prévisible, la néolibéralisation de l'État mexicain postrévolutionnaire a donné lieu à une sorte de revitalisation des vieux pouvoirs régionaux. Cette revitalisation a été rendue possible grâce à la disparition des institutions qui avaient auparavant favorisé un pouvoir hégémonique central : des institutions comme l'éjido⁴ dans le milieu rural ou le syndicalisme corporatiste dans les villes. Il est permis de dire que le déclin de l'État postrévolutionnaire (et la montée concomitante de sa version néolibérale) s'est caractérisé non seulement par l'accélération de la logique du développement inégal, mais aussi par la fragmentation politique de la fédération mexicaine. Cette dynamique est devenue particulièrement virulente avec l'arrivée au pouvoir de Felipe Calderón, en 2006. Cette virulence a eu pour cause : a) la faible légitimité politique du président (son élection a été contestée par plusieurs couches de la population) ; b) les concessions politiques qu'il a dû faire aux pouvoirs régionaux afin de terminer son mandat (plusieurs États de la République étant gouvernés à l'époque par le Parti révolutionnaire institutionnel (PRI), le parti de l'opposition) ; et c) le caractère violent de l'action gouvernementale ou « guerre » contre les cartels de la drogue dont ont souffert les différents secteurs de la population civile (Álvarez Béjar, 2011).
- 24 Les conséquences de ces transformations ont été plutôt néfastes pour la population du pays en général, et pour les radios communautaires en particulier. Non seulement les régions les moins « favorisées » du Mexique ont connu l'abandon par l'État néolibéral et une crise économique (Alvarado Álvarez, 2011), mais avec la revitalisation des oligarchies régionales, les municipalités mexicaines les plus pauvres sont devenues encore plus vulnérables devant la violence grandissante. En fait, il est permis de penser que cette violence s'est en quelque sorte « diversifiée » dans ce contexte de fragmentation néolibérale en multipliant les points d'origine : des caciques régionaux⁵ aux cartels de la drogue ; des groupes paramilitaires au gouvernement fédéral (Sosa, 2011 ; Castillo García, 2008).
- 25 Les radios communautaires ont particulièrement souffert de ces conditions de violence et de fragmentation selon l'Association mondiale des radios communautaires (AMARC, 2008) : au moins six radios communautaires ou autonomes ont été victimes d'agressions entre 2006 et 2008 dans le pays. Ces attaques proviennent autant des groupes régionaux de pouvoir que des autorités locales et fédérales et comprennent aussi bien l'intimidation que les agressions armées. L'assassinat, en 2008, de deux journalistes des radios communautaires dans l'État d'Oaxaca n'en est qu'un exemple. Cette ambiance d'insécurité s'ajoute aux politiques fédérales déjà hostiles et aux intérêts privés agressifs depuis toujours dans le secteur de la radiodiffusion et des télécommunications au Mexique.

- 26 En résumé, l'installation et le développement du néolibéralisme au Mexique se sont accompagnés d'un durcissement du caractère coercitif de l'État mexicain et d'une montée de la violence sur le plan régional. Cette situation a fortement conditionné l'évolution des radios communautaires mexicaines, qui, comme dans le cas de Cultural FM, ont été obligées de faire preuve de prudence en limitant l'exercice de la liberté d'expression et l'accès à l'information.

Le « champ » de la radiodiffusion et les radios communautaires

- 27 L'évolution historique des médias électroniques mexicains a toujours relevé du domaine du privé. En effet, dès l'introduction des technologies électroniques de communication dans le pays (au début du XX^e siècle), l'État mexicain a adopté un rôle plutôt passif et a délégué le développement du secteur aux capitaux privés. Il est même possible d'affirmer que l'histoire de la radiodiffusion mexicaine a en grande partie été liée au développement d'une seule entreprise, la chaîne de télévision Televisa, dont les antécédents remontent à la création de l'une des premières stations de radio privées du Mexique, la XEW (Fox, 1997).
- 28 Or, s'il est vrai que l'État mexicain a surtout encouragé la mainmise du privé dans le secteur, il est aussi vrai qu'il s'est toujours discrètement servi des médias électroniques (dont la radio) pour l'application de certaines de ses politiques. Cette utilisation gouvernementale des médias s'est produite dans le cadre du projet d'intégration nationale du territoire et de la construction de l'État national dans la période postrévolutionnaire (Castells-Talens, 2004). Outre la télévision éducative, l'État mexicain s'est servi des radios rurales ou autochtones qu'il avait créées comme un outil important pour ce projet d'intégration. En effet, depuis leur mise sur pied dès la fin des années 1940 (Vargas, 1995), ces radios ont été porteuses des politiques officielles touchant les minorités ethniques du pays⁶. Que ce soit dans le cadre de l'indigénisme (l'idéologie d'assimilation ou d'intégration ayant guidé les politiques culturelles de l'État mexicain jusqu'aux années 1980) ou des politiques néolibérales de développement autochtone « participatif », les radios autochtones publiques ont assuré à l'État un contrôle constant des dynamiques médiatiques et informatives dans les zones indigènes du pays (Vargas, 1995).
- 29 L'histoire des radios communautaires mexicaines comme celle des radios autochtones s'inscrit dans celle d'une lutte constante pour la survie économique et la reconnaissance officielle contre l'opposition des principales entreprises privées du secteur, et ce, de connivence avec le gouvernement. Ainsi, l'instance gouvernementale responsable des télécommunications au Mexique, la COFETEL, a toujours soutenu cette opposition en refusant aux radios communautaires les permis de fonctionnement sous différents prétextes : le caractère limité du spectre radioélectrique, le manque de stabilité financière et technologique des radios communautaires, le caractère potentiellement subversif des projets. Même si certaines radios communautaires ont une longue histoire dans le pays (parfois 30 ans), la plupart d'entre elles n'ont été reconnues par l'État mexicain que très tardivement, soit à partir de la moitié des années 2000 (Calleja et Solís, 2007).

- 30 La liste d'obstacles que la radio communautaire doit franchir dans le Mexique néolibéral est longue. À la primauté historique des intérêts privés dans la gestion gouvernementale de la radiodiffusion s'ajoute la mainmise, à l'échelle nationale, d'un nombre réduit d'entreprises sur le secteur (Vidal, 2008), mainmise que le processus de convergence technologique (qui consiste en la généralisation graduelle du support numérique comme base technologique pour les différentes technologies de télécommunication) semble intensifier. Cette convergence agit comme le catalyseur d'une concurrence féroce, mettant en compétition les gros capitaux médiatiques du pays (représentés par les entreprises Telmex, Televisa et TvAzteca) et marginalisant de plus en plus les projets collectifs à but non lucratif.
- 31 D'autres facteurs viennent compliquer davantage la situation. Le régime de Felipe Calderón se caractérise par le recours répété et légaliste à la loi interdisant les projets radiophoniques sans permis (une loi par ailleurs inadéquate, car la figure des radios communautaires n'existe pas dans les règlements). Ainsi se succèdent des poursuites judiciaires et des occupations violentes des locaux des radios, surtout depuis 2008, sous prétexte que ces radios sont liées aux activités criminelles (AMARC Mexique, 2008). La « guerre » du gouvernement actuel contre les cartels de la drogue et, en général, les conditions de violence qui existent dans plusieurs régions du pays accroissent la vulnérabilité extrême des communicateurs. Selon l'organisation Reporters sans frontières, le Mexique détient à l'heure actuelle le honteux titre d'être le pays le plus dangereux pour les travailleurs des médias dans les Amériques (RSF, 2011).

Comment expliquer que les radios communautaires persistent dans un tel contexte ?

La base sociale de la radio communautaire mexicaine

- 32 La création des différentes radios communautaires au Mexique a toujours été associée à des situations bien précises : par exemple des initiatives « spontanées » de certains groupes, l'éclatement d'importants conflits sociaux et même des cas de contingence écologique. Cette hétérogénéité des conditions d'émergence vient confirmer l'affirmation d'Aleida Calleja, ex-présidente d'AMARC Mexique, selon laquelle chaque radio représente une histoire particulière et qu'il est difficile de regrouper tous ces projets dans une seule catégorie⁷. Cette diversité se manifeste également dans les objectifs des radiodiffuseurs : certaines radios mettent l'accent sur le service à la communauté, d'autres prônent la revitalisation de la culture locale et d'autres, la défense des intérêts populaires. Les caractéristiques ethniques et culturelles des régions mexicaines contribuent aussi à l'hétérogénéité identitaire des radios : certaines se définissent comme des radios autochtones, d'autres comme des radios paysannes et d'autres comme des radios métisses.
- 33 Or, malgré cette hétérogénéité, notre travail de terrain permet de déceler certaines caractéristiques communes qui concernent surtout les sources d'acquisition du savoir-faire mobilisé et les formes de financement des projets. Parmi les sources du savoir-faire, on peut mentionner :
- Le mouvement *sonidero*. Il s'agit d'un milieu culturel (musique) très marginal basé sur des pratiques d'économie populaire et qui est apparu dans les grandes villes du centre du Mexique dès les années 1950. Le mouvement est représenté par de petites entreprises

populaires (les *sonidos*). Elles sont souvent créées en collaboration avec des réseaux de migrants mexicains aux États-Unis et offrent des spectacles en échange d'argent dans les fêtes des quartiers populaires. Bien que la plupart des *sonidos* soient d'origine urbaine, elles sont aussi présentes dans les milieux ruraux et autochtones du Mexique et sont une importante source du savoir-faire des radios communautaires (González Castillo, 2003 et 2009).

- Les radios indigénistes publiques. Le système gouvernemental de radios autochtones représente un espace de formation pour plusieurs collaborateurs des radios que nous avons rencontrés.
 - Les réseaux des organisations qui luttent pour le droit à l'accès à l'information ou la liberté d'expression au sein de la société civile. Ces organisations sont une source importante du savoir-faire nécessaire au travail radiophonique. Parmi elles, mentionnons l'Association mondiale des radios communautaires (AMARC Mexique), l'organisation des radios communautaires du Michoacán (ORCEM) et l'association mexicaine qui agit pour la défense du droit à l'information (AMEDI). On doit aussi souligner la présence et la contribution de certains réseaux altermondialistes et zapatistes.
- 34 Ces trois sources sont autant d'exemples de l'hétérogénéité des dynamiques et des espaces qui caractérisent la constitution des pratiques culturelles dans le Mexique néolibéral. Bien que ces dynamiques et ces espaces soient compatibles avec l'ordre néolibéral ou en découlent, ils permettent en même temps l'émergence de pratiques culturelles non hégémoniques ou alternatives. En ce sens, ces sources peuvent être considérées comme l'expression d'un processus majeur d'appropriation populaire des technologies de communication. En se diffusant, les nouvelles technologies offrent à l'action populaire la capacité de créer et d'alimenter ses propres médias tout en contribuant par la même occasion à la démystification des technologies électroniques de communication. La base technologique de l'industrie culturelle hégémonique est donc fragmentée et réarticulée pour donner lieu à de nouveaux usages technologiques.
- 35 Ce processus de revalorisation de l'action collective populaire se trouve aussi dans les pratiques de financement des projets radiophoniques. Ainsi, la base matérielle des radios communautaires mexicaines relève notamment des pratiques d'économie populaire telles que la sollicitation d'argent dans la rue, la réalisation d'activités populaires de collecte de fonds (par exemple les soirées dansantes), le partage des équipements, les dons, les tirages au sort, la vente aux enchères de biens donnés et le travail bénévole des membres des radios⁸. Bien que ces pratiques soient réalisées dans les conditions que le néolibéralisme impose, leur caractère politiquement affirmatif n'est pas pour autant négligeable. Le fait que les promoteurs sollicitent des fonds publics municipaux, régionaux ou nationaux (même s'ils ne réussissent que très rarement à obtenir un soutien financier) n'annule pas le caractère politiquement affirmatif des projets et de l'action populaire.
- 36 La flexibilité des liens des radios communautaires avec l'économie populaire, le marché capitaliste et l'État donne à ces radios un profil « rhizomique ». Mais comment les collaborateurs des radios communautaires assument-ils politiquement leur participation ? Comment vivent-ils la spatialité relationnelle de cette radiophonie ?

La radiophonie communautaire, un espace relationnel

- 37 L'application du concept de la spatialité relationnelle à la radio communautaire mexicaine requiert une étude détaillée des discours des gens qui y collaborent. Se situant sur le plan de la subjectivité et de la conscience politique, une telle démarche demande un travail qualitatif dont l'ampleur se trouve hors de la portée de cet article. Cependant, nous aimerions développer quelques idées générales concernant cette spatialité à partir d'une brève analyse des données recueillies au moyen de questionnaires distribués dans quelques radios sélectionnées dans le cadre de cette recherche.
- 38 Ces radios communautaires se trouvent dans les États de México, de Michoacán et d'Oaxaca, choisis selon différents critères, dont l'hétérogénéité spatiale et sociale (voir le tableau 1). Les radios communautaires du Michoacán se situent dans des contextes urbains (villes moyennes) et ruraux ; les radios de l'État de México sont situées dans la mégapole nationale, la ville de México ; alors que la radio d'Oaxaca se trouve dans la zone périurbaine de la capitale de l'État du même nom. Ces trois États représentent des zones fortement marquées par la violence économique et sociale qui caractérise le Mexique des dernières années. Leur indice de développement humain est inférieur à la moyenne nationale, qui est de 0,7937 (PNUD, 2005). Au Michoacán, cet indice traduit un taux élevé d'émigration rurale vers les États-Unis et un taux très élevé de la violence liée au trafic de la drogue. La situation socioéconomique est similaire dans l'Oaxaca, qui affiche un indice d'inégalité — l'indice de Gini — supérieur (0,5259) à celui du pays (0,5006) (CONEVAL, 2005). Cet État est l'un des plus pauvres du Mexique. Quant à l'État de México, les conditions ne sont guère meilleures, et l'expérience de la pauvreté est aggravée par le taux élevé de violence, en particulier celle qui touche les femmes (OCNF, 2009).

Tableau 1. Les radios qui ont participé au projet de recherche

Station de radio	Emplacement	Année de création	Date du permis d'exploitation	Puissance d'antenne	Fréquence	Horaire de diffusion	Nombre de collaborateurs (moyenne)
Erandi	Michoacán	2001	2004	500 watts	107,9 FM	24 heures sur 24, 7 jours sur 7	45
Uandarhi	Michoacán	1982	2004	300 watts	107,9 FM	24 heures sur 24, 7 jours sur 7	100
Cultural FM	Michoacán	2002	2004	300 watts	107,9 FM	24 heures sur 24, 7 jours sur 7	20
Tsipikua	Michoacán	2000	Demande en traitement	20 watts			10
Radio Echaiz	Michoacán	2008	Demande en traitement	5 watts			26
Radio Aro	México	2006	2009	20 watts	104,5 FM	24 heures sur 24, 7 jours sur 7	30
La voladora	México	2000	2005	300 watts	97,3 FM	24 heures sur 24, 7 jours sur 7	25
Zaachila	Oaxaca	2006	2008	570 watts	96,3 FM	24 heures sur 24, 7 jours sur 7	70

- 39 Il s'agit de projets relativement récents. Toutes ces radios sauf une (Uandarhi) ont été créées entre 2000 et 2008. Dotées d'une faible puissance d'antenne, elles doivent concurrencer des stations privées dont la puissance dépasse le millier de watts. Cette concurrence est particulièrement forte dans la ville de México, où les ondes du spectre radioélectrique sont saturées par les radios commerciales⁹. En revanche, la densité démographique d'une partie de la métropole nationale (la municipalité de Netzahualcóyotl, où sont concentrées les radios communautaires) garantit une cote d'écoute relativement élevée à cette station.
- 40 Au moment de notre recherche, deux stations n'avaient pas encore obtenu leur permis d'exploitation. Ces permis sont délivrés à la suite de longues démarches qu'exacerbe l'indifférence des fonctionnaires de la COFETEL chargés des dossiers. D'ailleurs, les demandes et leur traitement peuvent devenir problématiques en raison d'antécédents judiciaires, comme c'est le cas de cinq radios communautaires qui ont connu la fermeture violente de leurs locaux ou la saisie de leurs équipements par les autorités avant l'obtention (ou la demande) du permis. Ces actions sont habituellement déclenchées à la suite de plaintes portées par les radiodiffuseurs privés, qui protestent constamment contre la prétendue concurrence déloyale de ces radios communautaires.
- 41 Qui sont les collaborateurs de ces radios communautaires ? Il s'agit d'une population dont l'âge se situe au-dessus de la médiane mexicaine, soit 38 ans contre 26 (INEGI, 2011). Ce constat peut laisser supposer que les jeunes auditeurs délaissent la radio et se tournent vers les nouvelles technologies numériques. Internet, en particulier, semble devenir le moyen de communication le plus apprécié par les nouvelles générations. Le contraste sur le plan de la scolarité est encore plus frappant : 50 % des répondants possèdent des études de niveau universitaire comparativement à 16 % chez la population nationale. Les collaborateurs des radios communautaires représentent,

donc, le secteur de la population mexicaine « adulte » et scolarisée. Quant au genre, les deux tiers de nos répondants sont des hommes, ce qui est représentatif de la société mexicaine, qui pratique l'exclusion des femmes des affaires publiques.

Tableau 2. Matrice des composantes pour les motivations des collaborateurs des radios

Variable	Composante		
	1	2	3
	<i>Intérêt pour l'autre</i>	<i>Absence de tout calcul économique</i>	<i>Épanouissement personnel</i>
M'informer sur la communauté	0,729	- 0,082	- 0,040
Contribuer au bonheur des autres	0,685	0,108	- 0,107
Partager mon savoir et mes connaissances	0,664	- 0,115	- 0,380
M'accomplir personnellement	0,657	0,092	0,395
Refuser le profit économique	0,648	0,112	0,391
Rester fidèle à mes valeurs morales	0,466	- 0,454	- 0,518
Élargir mon réseau	0,385	0,552	- 0,170
Briser mon isolement	0,238	- 0,459	0,618
Refuser la recherche d'une clientèle	0,044	0,845	0,032
Variance totale expliquée	30,19	16,52	12,74

- 42 La grande majorité (81,8 %) des répondants sont originaires du lieu où se trouvent les radios communautaires et la presque totalité (98,5 %) habite la majeure partie de l'année dans les zones couvertes par les radios. Mais qu'est-ce qui pousse ces gens à s'impliquer dans ces projets ?
- 43 L'analyse factorielle¹⁰ des réponses concernant les motivations des participants à l'enquête ne permet pas de déceler les composantes explicitement politiques (tableau 2)¹¹. Toutes les variables d'ordre politique (par exemple, « ma participation à la radio est un choix politique ») ont été rejetées de façon presque unanime par les répondants¹². Ce rejet peut s'expliquer de deux façons : d'une part, le terme *politique* colporte une image d'électorisme et de corruption ; d'autre part, étant donné que les radios communautaires doivent pratiquer une certaine prudence discursive dans le contexte mexicain actuel, certains sujets, dont la politique et le trafic de drogues, sont à proscrire des ondes de la radio parce qu'ils sont considérés comme dangereux.
- 44 La lecture du tableau 2 suggère que les motivations des répondants ne sont ni homogènes ni unidimensionnelles. Elle suggère que leur participation est perçue davantage comme une activité de solidarité et non comme une recherche de profits économiques ou de bénéfices matériels. Dans un contexte où la participation aux radios implique plus des investissements (en temps et en argent) de la part des collaborateurs que des bénéfices économiques, il est facile de comprendre qu'ils ont l'impression de « donner » plutôt que de « recevoir ».

- 45 L'analyse factorielle met en valeur le caractère collectif des projets et souligne l'intérêt que les répondants portent à l'autre et à la communauté. Cette composante corrobore la vocation sociale et publique des radios communautaires. L'analyse souligne également le caractère non instrumental de la participation. Les participants ne cherchent pas à atteindre des buts à caractère économique ou professionnel individuel de type utilitaire, mais plutôt à investir dans des projets à but non lucratif. Finalement, l'analyse signale que les bénéfices qu'en retirent les participants sont d'ordre plus moral et spirituel que financier et que la radio communautaire fonctionne comme un espace d'épanouissement individuel et d'acquisition de nouvelles habiletés.
- 46 Cette dernière composante de l'analyse factorielle suggère que les notions de solidarité, d'altruisme et d'épanouissement « spirituel » seraient au cœur du profil des collaborateurs des radios communautaires et que leur travail en serait un de résilience individuelle et collective, de reconstruction d'une vie sociale détériorée. Ces trois composantes évoquent et tracent de manière claire la spatialité relationnelle de ces radios. Dans le contexte d'une hypervulnérabilité de certaines régions du Mexique néolibéral, les radios communautaires offriraient un rempart protecteur et un instrument de récupération collective à la population en détresse. Chez les collaborateurs des radios, ce travail de résilience se manifeste dans la fierté avec laquelle ils retracent leur trajectoire et leurs apprentissages dans les radios et ce travail témoigne de l'importance que celles-ci ont dans leur vie.
- 47 La plupart des autorités locales semblent reconnaître l'influence bénéfique des radios, car elles ont tendance à les soustraire aux interventions policières ordonnées par le gouvernement fédéral. Cela confirme en quelque sorte le contexte de fragmentation spatiale dans lequel les radios communautaires travaillent, soit un contexte dans lequel l'État central n'est plus un pouvoir absolu, mais une force coercitive agissant violemment — et en parallèle avec différents pouvoirs régionaux — sur les populations les plus défavorisées du pays.

Conclusion

- 48 Tout en soulignant l'importance d'une étude contextualisée des médias non hégémoniques, notre projet nous a permis de cerner les multiples défis auxquels la radio communautaire est confrontée dans le Mexique contemporain. Ces difficultés sont plus perceptibles à partir d'une perspective mettant l'accent sur les dynamiques spatiales imposées par le néolibéralisme mexicain. Trois notions ont été particulièrement utiles pour notre démarche, soit celles d'espace absolu, d'espace relatif et d'espace relationnel. Proposées par David Harvey, elles permettent de mieux visualiser l'insertion relationnelle de la radio communautaire dans ces différents contextes de spatialité.
- 49 La notion d'espace absolu nous rappelle que l'insertion des radios communautaires doit être située par rapport à l'évolution historique de l'État capitaliste mexicain et à ses liens avec les différents pouvoirs régionaux. Les difficiles conditions du travail radiophonique ne peuvent être comprises que si on les rapporte aux processus de fragmentation nationale associés à la néolibéralisation de l'État mexicain et à la violence qui en résulte. La notion d'espace relatif permet de constater la place marginale et subalterne que la radio communautaire occupe depuis toujours par rapport au modèle dominant de privatisation et de concentration qui a cours dans le

secteur. Pourtant, il a été possible de déceler différents facteurs économiques et culturels qui, même dans un contexte aussi hostile, contribuent à la persistance et à la résilience de cette radio. Enfin, la notion d'espace relationnel montre que la radio communautaire peut être associée à un mouvement de résilience collective qui, devant la violence présente dans le pays, contribue à améliorer les conditions de vie des communautés concernées.

BIBLIOGRAPHIE

ALVARADO ÁLVAREZ, Ignacio (2011), « Enfrentan más de 80 % de alcaldías crisis por deudas », *El universal* [En ligne], <http://www.eluniversal.com.mx/notas/751515.html> (Page consultée le 14 mars 2012).

ÁLVAREZ BÉJAR, Alejandro (2011), « Militarización, movimientos sociales y procesos electorales en México », conférence prononcée dans le cadre des activités de la Chaire d'études du Mexique contemporain, Université de Montréal, 26 octobre.

AMARC Mexique (2008), *Radios comunitarias y contexto de conflicto en México*, México, AMARC México, UE, WACC et Fondation Friedrich Ebert Stiftung.

ARVM (2012), « Acerca de la ARVM », *Asociación de radio del valle de México* [En ligne], <http://laradioenmexico.mx/description/> (Page consultée le 16 mars 2012).

AVILÉS, Karina (2006), « La nueva ley de radio y tv, <el más duro golpe a la soberanía del Estado> », *La jornada* [En ligne], <http://www.jornada.unam.mx/2006/03/28/index.php?section=politica&article=006n1pol> (Page consultée le 28 mars 2011).

BERNARD, Russell (2006), *Research Methods in Anthropology : Qualitative and Quantitative Analyse*, Oxford, AltaMira Press.

BOULIANNE, Manon (2009), *Comptes-rendus sur les réseaux d'échange en proximité du Québec*, Québec, Les Presses de l'Université Laval.

BOURDIEU, Pierre (1979), *La distinction : critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit.

BRADING, David (1996), « Introducción : La política nacional y la tradición populista » dans David BRADING (dir.), *Caudillos y campesinos en la revolución mexicana*, México, FCE, p. 13-22.

BRENNER, Neil et Nik THEODORE (2002), « Cities and geographies of <actually existing neoliberalism> » dans Neil BRENNER et Nik THEODORE, *Spaces of Neoliberalism. Urban Restructuring in North America and Western Europe*, Oxford, Blackwell Publishing, p. 2-32.

BUCKLEY, Steve (2000), « Radio's new horizons : Democracy and popular communication in the digital age », *International Journal of Cultural Studies*, 3(2), p. 180-187.

CALLEJA, Aleida et Beatriz SOLÍS (2007), *Con permiso. La radio comunitaria en México*, México, AMARC México, Comunicación comunitaria A. C., Friedrich Ebert Stiftung, AMEDI, CMDPDH.

CARPENTIER, Nico *et al.* (2001), « Community media – muting the democratic media discourse ? », conférence présentée à la deuxième conférence annuelle de l'International Social Theory

- Consortium, Brighton, 5 au 8 juillet [En ligne], http://homepages.vub.ac.be/~ncarpent/paper_sussex_versie3.pdf (Page consultée le 5 juin 2011)
- CARRASCO ARAIZAGA, Jorge (2007), « Severo revés de la corte a la ley televisa », *Proceso* [En ligne], <http://legislaciones.item.org.uy/index?q=node/249> (Page consultée le 5 juin 2011).
- CASTELLS-TALENS, Antony (2004), *The Negociation of Indigenist Radio Policy in Mexico*. Thèse de doctorat, Floride, University of Florida.
- CASTILLO GARCÍA, Gustavo (2008), « El narco ha feudalizado 60 % de los municipios, alerta ONU », *La jornada* [En ligne], <http://www.jornada.unam.mx/2008/06/26/index.php?section=politica&article=013n1pol> (Page consultée le 26 juin 2011).
- CDI (2010), *Los pueblos indígenas de México* [En ligne], http://www.cdi.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=1387&Itemid=24 (Page consultée le 1^{er} janvier 2012).
- CONEVAL (2005), *Mapas de pobreza por ingresos y rezago social* [En ligne], <http://issuu.com/coneval> (Page consultée le 1^{er} mars 2011).
- CRUZ MARTINEZ, Ángeles (2007), « La ley Televisa bloquea desarrollo de radios comunitarias, según expertos », *La jornada* [En ligne], <http://www.jornada.unam.mx/2007/05/17/index.php?section=politica&article=008n1pol> (Page consultée le 17 mai 2011).
- DE LA PEÑA, Guillermo (1999), « Las regiones y la globalización. Reflexiones desde la antropología mexicana », *Estudios del hombre*, 10, p. 37-51.
- DENEALT, Alain (2010), *Offshore. Paradis fiscaux et souveraineté criminelle*, Montréal/Paris, Écosociété/La fabrique éditions.
- DURAZO-HERRMANN, Julián (2010), « Neo-patrimonialism and subnational authoritarianism in Mexico. The case of Oaxaca », *Journal of Politics in Latin America*, 2(2), p. 85-112.
- FOX, Elizabeth (1997), *Latin American Broadcasting*, Luton, University of Luton Press.
- GONZÁLEZ CASTILLO, Eduardo (2003), « Sonidero poblano. Industria cultural y cultura popular en Puebla, México », *Mirada Antropológica*, Université autonome de Puebla, 1, p. 93-116.
- GONZÁLEZ CASTILLO, Eduardo (2007), « Les régions au Mexique. Analyse et discussion du concept », *Cahiers du GREDEM*, 1, p. 1-11.
- GONZÁLEZ CASTILLO, Eduardo (2009), « Cultures musicales transnationales et capitalisme. Le milieu sonidero », *Ethnologies*, 31(1), p. 237-251.
- GUSSE, Isabelle (2006), « Diversité et indépendance des médias : une question de démocratie » dans Isabelle GUSSE (dir.), *Diversité et indépendance des médias*, Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, p. 11-54.
- HARVEY, David (1985), *The Urbanization of Capital*, Oxford, Blackwell.
- HARVEY, David (1989), *The Condition of Postmodernity*, Cambridge, Blackwell.
- HARVEY, David (2006), « Space as a keyword » dans David HARVEY et al. (dir.), *A Critical Reader*, Malden, Blackwell Publishing, p. 270-293.
- HOWLEY, Kevin (2000), « Radiocracy rulz ! : Microradio as electronic activism », *International Journal of Cultural Studies*, 3, p. 256-267.
- <http://www.inegi.org.mx/Sistemas/temasV2/Default.aspx?s=est&c=17484> (Page consultée le 30 octobre mai 2012).
- INEGI (2011), « Cuadro resumen. Indicadores de demografía y población », [En ligne]

KE, Shun-Chih (2000), « The emergence, transformation and disintegration of alternative radio in Taiwan : From underground radio to community radio », *Journal of Communication Inquiry*, 24(4), p. 412-429.

KIDD, Dorothy et Clemencia RODRÍGUEZ (2010), « Introduction » dans Clemencia RODRÍGUEZ et al. (dir.), *Making Our Media : Global Initiatives Toward a Democratic Public Sphere*, Cresskill, Hampton Press, p. 1-22.

LEITNER, Helga et al. (2007), « Contesting urban futures : Decentering neoliberalism » dans Helga LEITNER et al. (dir.), *Contesting Neoliberalism. Urban Frontiers*, New York, The Guilford Press, p. 1-25.

MARTIN, Patricia (2007), « Mexico's neoliberal transition : Authoritarian shadows in an era of neoliberalism » dans Helga LEITNER et al. (dir.), *Contesting Neoliberalism. Urban Frontiers*, New York, The Guilford Press, p. 51-70..

OCNF (2009), *Una mirada al feminicidio en México. Reporte semestral enero a junio 2009* [En ligne], <http://www.scribd.com/doc/29548438/2o-Reporte-Feminicidio-Enero-a-Junio-de-2009> (Page consultée le 1^{er} mars 2012).

PANSTERS, Will (1998), *Política y poder en Puebla. Formación y ocaso del cacicazgo avilacamachista, 1937-1987*, México, BUAP-FCE.

PICHETTE, Michel (1996), *Les médias communautaires dans le paysage médiatique actuel* [En ligne], http://classiques.uqac.ca/contemporains/pichette_michel/medias_communautaires_paysage/medias_communautaires_paysage.pdf (Page consultée le 1^{er} mars 2011).

PNUD (2005), *Informe sobre desarrollo humano México 2004* [En ligne], <http://www.undp.org.mx/desarrollohumano/eventos/images/1IDH2004Rodolfo.pdf> (Page consultée le 1^{er} avril 2011).

RSF (2011), *Informe anual 2011* [En ligne], http://prensa.politicaspUBLICAS.net/media/blogs/alatina/2012-02/2011_INFORME_ANUAL_RSf.pdf (Page consultée le 1^{er} mars 2012).

SMITH, Neil (1990), *Uneven Development. Nature, Capital and the Production of Space*, Cambridge, Basil Blackwell.

SOSA, Miguel Ángel (2011), « <Hipervulnerables> algunos municipios por Narco », *El universal* [En ligne], <http://www.eluniversal.com.mx/notas/748300.html> (Page consultée le 1^{er} avril 2011).

UZELMAN, Scott (2005), « Hard at work in the bamboo garden. Media activists and social movements » dans Andrea LANGLOIS et Frédéric DUBOIS (dir.), *Autonomous Media. Activating Resistance and Dissent*, Montréal, Cumulus Press, p. 16-29.

VAN YOUNG, Eric (1992), « Introduction. Are regions good to think ? » dans Eric VAN YOUNG, *Mexico's Regions. Comparative History and Development*, San Diego, Center for U.S.-Mexican Studies, p. 1-36.

VARGAS, Lucila (1995), *Social Uses and Radio Practices. The Use of Participatory Radio by Ethnic Minorities in Mexico*, Boulder/San Fernando, Oxford/Westview Press.

VIDAL, Bonifaz Francisco (2008), *Los dueños del cuarto poder*, México, Planeta.

WARE, Amy (2009), « Will Rogers's radio. Race and technologie in the Cherokee Nation », *The American Indian Quarterly*, 33(1), p. 62-97.

WOLF, Eric (1990), « Distinguished lecture : Facing power – old insights, new questions », *American Anthropologist*, 92(3), p. 586-596.

NOTES

1. Certaines des variables utilisées à cette fin ont été reprises de la recherche de Manon Boulianne (2009) concernant les réseaux d'échange à proximité du Québec.
2. Pour plus d'information concernant les échelles de Likert et l'analyse factorielle, voir Russell Bernard (2006 : 327-336 et 675-681).
3. Marcelo Solervicens, président d'ARMAC-International, communication personnelle.
4. Régime de propriété collective de la terre légitimé par l'État national.
5. Au Mexique, les caciques sont des groupes ou des individus qui, à partir d'une position de pouvoir, agissent comme des intermédiaires politiques entre le gouvernement fédéral et la région de leur dominance (De la Peña, 1999).
6. Selon la *Comisión nacional para el desarrollo de los pueblos indígenas*, le Mexique compte à l'heure actuelle plus de 60 langues et communautés autochtones (CDI, 2010).
7. Commentaire recueilli lors d'un entretien téléphonique.
8. La précarité de ces ressources ne nous permet pas de parler d'un budget annuel fixe pour ces projets.
9. Selon l'association des radiodiffuseurs privés de la ville de México (*Asociación de radio del valle de México*), la capitale du pays compte en 2012 un total de 60 stations de radio : 32 sur la bande AM et 28 en FM (ARVM, 2012).
10. L'analyse factorielle permet de ramener à un nombre limité les composantes statistiques de plusieurs variables. Dans cette recherche, ces composantes ont été établies à partir d'un *facteur de pondération* de 0,50 et expliquent la variance totale de 59,45
11. Les variables retenues pour la composition de ce tableau sont les suivantes : « Ma participation à la radiodiffusion communautaire... 1) est bonne ou nécessaire pour ma santé ; 2) favorise mon épanouissement spirituel ; 3) me donne beaucoup de plaisir dans la vie ; 4) me donne un sentiment d'accomplissement personnel ; 5) est une façon économique de m'amuser ; 6) me permet d'avoir des revenus ; 7) me permet de promouvoir mes services ou mes produits dans la localité ; 8) me donne la chance d'élargir ou de créer une clientèle pour mes services ; 9) relève de mon intérêt professionnel par rapport aux médias en général ; 10) enrichit mon CV ; 11) représente une stratégie de réseautage professionnel ; 12) est une obligation que je dois accomplir à cause de mon milieu de travail ; 13) me permet de faire des nouvelles connaissances ; 14) me rapproche de ma communauté ; 15) me permet de m'isoler de mon entourage ; 16) me permet d'être au courant de ce qui se passe dans ma communauté ; 17) me permet de partager ce que j'ai ou ce que je sais ; 18) me permet d'aider les autres ; 19) me permet de rendre les gens heureux ; 20) me permet d'être cohérent avec mes valeurs morales ; 21) est un choix politique ; 22) me permet de diffuser des idées politiques ; 23) me permet d'agir en fonction de mes positions politiques ; 24) me permet de m'éloigner du monde de la politique. »
12. Selon leurs valeurs centrales (mode, moyenne et médiane), les variables retenues sont : 1) *D'accord avec* « me permet d'être au courant de ce qui se passe dans ma communauté » ; 2) *D'accord avec* « me permet de rendre les gens heureux » ; 3) *D'accord avec* « me permet de partager ce que j'ai ou ce que je sais » ; 4) *D'accord avec* « me donne un sentiment d'accomplissement personnel » ; 5) *Pas d'accord avec* « c'est une façon économique de m'amuser » ; 6) *D'accord avec* « me permet d'être cohérent avec mes valeurs morales » ; 7) *Plus ou moins d'accord avec* « ça représente une stratégie de réseautage professionnel » ; 8) *Pas d'accord avec* « me permet de m'isoler de mon entourage » ; 9) *Pas d'accord avec* « me donne la chance d'élargir ou de créer une clientèle pour mes services ».

RÉSUMÉS

Cet article porte sur la radio communautaire dans le Mexique contemporain. Élaboré dans la perspective de l'économie politique, le texte insiste sur le caractère néolibéral des conditions d'existence des radios communautaires dans ce pays. Dans l'analyse, une importance particulière est accordée à la dimension spatiale de la radiophonie. L'analyse est structurée autour des concepts d'espace absolu, d'espace relatif et d'espace relationnel du géographe David Harvey.

This paper focuses on community radio in contemporary Mexico. Written from the perspective of political economy, the article focuses on the neoliberal context that conditions the existence of community radios in that country. Special attention is given, in the analysis, to the spatial dimension of broadcasting. The analysis is structured around the concepts of absolute, relative and relational space, proposed by David Harvey, geographer.

Este artículo trata sobre la radiofonía comunitaria en el México contemporáneo. Elaborado desde la perspectiva de la economía política, el texto enfatiza el carácter neoliberal de las condiciones de existencia de las radios comunitarias en el país. Se da una importancia particular al análisis de la dimensión espacial y de la radiofonía. El análisis está estructurado alrededor de los conceptos de espacio absoluto, espacio relativo y espacio relacional del geógrafo David Harvey.

INDEX

Palabras claves : radios comunitarias, México, neoliberalismo, espacio, medios de comunicación

Keywords : community radio, Mexico, neoliberalism, space, media

Mots-clés : radio communautaire, Mexique, néolibéralisme, espace, médias

AUTEUR

EDUARDO GONZÁLEZ CASTILLO

Eduardo González Castillo est postdoctorant à la Chaire d'études du Mexique contemporain de l'Université de Montréal. Cet article a été élaboré dans le cadre d'une recherche postdoctorale réalisée grâce au financement du Conseil de recherches en sciences humaines du Canada (CRSH) à la Chaire d'études du Mexique contemporain du Centre d'études et de recherches internationales (CERIUM). Courriel : edouardo.gonzalez.castillo@umontreal.ca

Débat

Photographie, information et manipulation

Emmanuelle Glon

- 1 À en croire le nombre d'expositions consacrées à la photographie, souvent couronnées d'un franc succès auprès d'un public de plus en plus demandeur, la photographie ne s'est jamais aussi bien portée. L'exposition consacrée à André Kertész a valu à la galerie du Jeu de Paume plus de 145 000 visiteurs de septembre 2010 à février 2011. Sur le plan économique, le marché de l'art semble désormais accorder à la vente de photographies une place équivalente à celle de la peinture. En novembre dernier, chez Christie's, une photographie d'Andreas Gursky¹, *Rhein II*, a été adjugée à 4,3 millions de dollars, devançant Cindy Sherman dont le cliché *Sans titre #96* avait été vendu quelques mois auparavant 3,9 millions de dollars (Doyer, 2011).

Rhein II d'Andreas Gursky (3,80 m x 2,99 m)



© Andreas Gursky / Christie's Images, Ltd, 2011

- 2 Cette situation apparemment florissante cache toutefois, au sein du secteur socioéconomique de la photographie, de grandes disparités. Si, dans le domaine de la culture et du marché de l'art, la photographie explose, le photojournalisme est quant à

lui en pleine crise : quand il n'est pas décrié pour son usage abusif de la retouche, il subit la pression des groupes médias, de plus en plus tentés par des images médiocres à moindre coût. Les magazines, comme les agences de presse généralistes, engagent désormais volontiers des photographes amateurs pour compléter leur stock. C'est en partie ce qui conduisit les agences prestigieuses Sipa, Sygma et Gamma au dépôt de bilan. Quant aux banques d'images en ligne, si elles ont aussi largement contribué à faire plonger les agences traditionnelles de photojournalisme, elles permettent toutefois à certains photographes, que ce soit dans l'actualité ou l'illustration, de tirer leur épingle du jeu.

- 3 Ainsi, la photographie de qualité ne se vendrait plus. Les technologies du numérique encouragent d'ailleurs le mouvement en nous donnant à tort, à nous autres, photographes du dimanche, l'impression que l'art photographique est à la portée de tous. Et comment en douter quand on sait que des applications du iPhone, par exemple, peuvent donner au moindre incident visuel un semblant de style ? On se demande même si les clichés « volés » de la presse *people*, dont le succès public ne se dément pas, ne sont pas en train d'imposer, en les généralisant, de nouveaux codes visuels, certes paresseux, mais légitimés par leurs qualités soi-disant réalistes, restituant la « vraie vie » : flou, décadrage, colorimétrie fadasse, etc. Un style insignifiant qui, s'il est revendiqué comme intentionnel, a parfois l'étrange pouvoir de devenir du grand art. Qui plus est, on s'habitue, dit-on, à la médiocrité. Mais ne soyons pas snobs, car l'amateurisme n'est pas une maladie. La démocratisation de la pratique photo engagée par la technologie numérique a eu au moins cette vertu qu'elle a permis à des passionnés, sans réseau professionnel de départ et sans gros capital, d'exhiber leurs talents. De même, la Cameflex et l'invention d'une pellicule ultra-sensible, la Gevaert 36, avaient permis à de « simples » critiques de cinéma et à de futurs représentants de ce que l'on appela « la nouvelle vague » de faire du cinéma dans la rue, donc sans les studios, et de se débarrasser ainsi d'un corporatisme artistiquement aliénant, facteur d'une esthétique rigoriste et standardisée.
- 4 En réaction au plongeon commercial du photoreportage, du moins sous sa forme traditionnelle, certaines galeries en ligne comme Photoartsize proposent des photographies de reportage en les présentant comme des photographies d'art. Cette transition, selon nous, illustre une étonnante ambiguïté, tout à fait propre à la pratique de la photographie, qui pose d'emblée le problème de sa fonction informative. Comment définir épistémologiquement une photographie ? De cette question dépend celle de la légitimité ou non de la retouche d'image et du photomontage. Une photographie de reportage retouchée est-elle encore informative ? Corrélativement, que révèle la pratique de la manipulation photographique sur la fonction esthétique de la photographie ?

Des deux usages de la photographie

- 5 L'image photographique possède en effet deux dimensions ou plutôt deux types de fonction : celle, épistémique, d'informer, à cause de son mode de production particulier permettant d'enregistrer le réel, et celle, esthétique, d'offrir sur un mode réflexif, au même titre que les arts plastiques, de nouveaux modes représentationnels par l'agencement d'indices perceptifs et sensoriels. C'est cette ambivalence qui rend d'ailleurs la légitimité de la retouche photographique si instable. Que l'auteur d'une

photographie d'art procède à des retouches n'a rien d'illégitime, cela constitue même un prolongement du travail créatif, en cohérence avec lui. Appliquée sur une image de reportage, en revanche, la retouche sera condamnée. Pourquoi ? Parce que la fonction épistémique d'une photographie, comme témoignage visuel d'un événement, se doit d'en restituer tous les indices originels ; retoucher une telle image équivaldrait dès lors à une trahison. De même que le négationnisme, qu'il soit pratiqué par des hommes ou des États, est ce qui trahit des faits en dissimulant, en détruisant ou en détournant volontairement les indices historiques d'un génocide, une photographie retouchée, en modifiant après coup les indices représentationnels qui la composent, trompe le spectateur sur l'apparence des choses qu'elle est pourtant censée capter et, partant, restituer fidèlement, et engage du même coup la signification des faits et donc la vérité. En août 2006, l'agence Reuters avait licencié le photographe libanais Adnan Hajj, son correspondant au Proche-Orient depuis 10 ans, pour avoir ajouté, du reste assez grossièrement, des panaches de fumée avec Photoshop sur une photographie qu'il avait prise lors d'un raid israélien sur Beyrouth².

- 6 Mais pour un amateur de photographie, même peu éclairé, cette vision est une vision naïve de celle-ci. N'est-elle pas au contraire, par essence, une trahison des faits et ce pouvoir « captateur » qu'on lui prête, une illusion ? Que vaut l'idée de « capter le réel » quand la mise au point et le réglage de la vitesse d'obturation, de la sensibilité et de la profondeur de champ imposent à la lumière un nombre infini de combinaisons ? L'appareil photographique, depuis au moins l'invention du négatif par Talbot en 1840, fut d'emblée, pour reprendre l'expression de Arthur Danto (1989), un mode de transfiguration du banal. Ainsi, grâce au jeu de la sensibilité des surfaces sensibles, des altérations photochimiques et de la lumière extérieure, la photographie, dans ses balbutiements, prenait d'emblée ses distances avec ce réel dont pourtant on la disait trace. Dès lors, de quelle nature est la différence entre l'appareil photographique lui-même et un logiciel de retouche d'image tel que Photoshop ? Il n'y aurait qu'une affaire de degré. Nous sommes donc forcés de conclure que pratiquée avec soin, la retouche d'image, au lieu de corrompre l'apparence des faits, peut au contraire en restituer la richesse, la variété et la tonalité originelles, si l'on pense notamment aux arbitrages du contexte de saisie qui, à Beyrouth, à Kigali, à Sarajevo ou à Kaboul, ne permettent pas toujours de figurer ses réglages.
- 7 La légitimité ou non de l'usage de la retouche dans le domaine du reportage implique évidemment que l'on puisse déterminer ce qu'est précisément une retouche. Quand peut-on affirmer qu'une photographie a subi une retouche ? On considère en général que faire varier la chrominance ou la tonalité d'une image ne relève pas de la retouche. Au contraire, ajouter, supprimer ou remplacer un élément, à l'aide du grattoir ou du pinceau, ou, plus fréquemment de nos jours, d'un logiciel tel que Photoshop, est un acte de manipulation d'image assimilable à de la retouche. Il semblerait donc que la retouche d'image soit essentiellement un mode de falsification du contenu représentationnel, tandis que les corrections appliquées à la chrominance et à la tonalité, en n'affectant que les propriétés formelles de l'image, ne seraient pas considérées comme de la retouche et donc comme moralement suspectes.
- 8 L'usage de la photographie se trouve alors tiraillé entre deux fonctions qu'il faudra préciser : sa fonction épistémologique et sa fonction esthétique. Concernant la légitimité ou non de la manipulation d'images, le secteur de la publicité profite astucieusement de ce « flou artistique » entre la dimension informationnelle et la

dimension esthétique de la photographie. Ainsi, les « artistes publicitaires » adeptes du photomontage comme Jean-Paul Goude ne sont pas considérés comme des manipulateurs, au sens moral du terme, mais comme les héritiers du surréalisme, des créateurs. Un créateur, au contraire d'un photoreporter, utilise le réel à ses propres fins.

- 9 De même, *Rhein II*, œuvre monumentale éditée en six exemplaires, a été réalisée à partir de plusieurs prises de vue dont les négatifs ont été scannés puis assemblés numériquement ; certains éléments comme des bâtiments à l'arrière-plan ont été effacés afin de simplifier les formes et d'atteindre l'équilibre géométrique de l'abstraction. Semblable à l'image 3D, la composition paraît plausible, mais le lien entre la représentation et le référent qui s'était noué lors de la prise de vue a été rompu par le travail en postproduction. L'empreinte de la réalité s'est estompée au profit d'une œuvre originale infiniment reproductible, mais sans référent réel.
- 10 Dans le domaine de la publicité également, un créateur n'est pas inféodé aux faits, puisque les faits sont ses subordonnés. La manipulation ne saurait donc engager sa légitimité morale ; seule compterait sa légitimité artistique comme « bon manipulateur ». L'invisibilité éventuelle des procédés de manipulation d'image n'est donc pas un problème moral, mais au contraire la preuve de son talent de créateur dont il est susceptible de tirer gloire comme artiste. Ce « malentendu » permanent n'est pas sans saveur. *L'Express*, qui s'en est fait une spécialité, avait révélé que la campagne d'affichage 2008 réalisée par Goude pour les Galeries Lafayette exhibant le corps évanescent de Frédéric Beigbeder n'était pas le sien mais celui d'un mannequin. Laetitia Casta, précédente égérie de Goude pour la même maison et pourtant mannequin de profession, avait subi le même sort.

Fonction informative et générativité naturelle

- 11 Mais que l'on retouche une image pour tromper ou au contraire témoigner, que vise-t-on exactement ? Sur lequel de ces aspects porte la fonction épistémique de l'image photographique ? À l'évidence sur ce qu'elle représente, à savoir sur son contenu représentationnel et non pas sur ses aspects formels. L'essentiel pour qu'une photographie de reportage soit informative est que l'expérience visuelle qu'elle cause en nous corresponde à celle que le photographe avait de la scène réelle, ce dernier occupant implicitement la fonction de témoin des faits. Autrement dit, la capacité de restitution de la photographie tient à la ressemblance empirique qu'il y a entre le *depictum* (ce que l'image représente) et son modèle, soit la scène photographiée. Ce que nous appelons « ressemblance empirique » renvoie à une certaine façon, non extensionnelle, de concevoir la ressemblance qui définit la relation entre une image et ce dont elle est l'image non pas en termes conceptuels, c'est-à-dire de partage de propriétés externes, mais en termes causaux, c'est-à-dire d'expérience visuelle commune. Une photographie est par excellence ce que Flint Schier appelle une image « naturellement générative » (1986 : 43-64. Notre traduction). Une représentation est dite naturellement générative si nous avons la capacité de la reconnaître en vertu de notre capacité naturelle à reconnaître les objets et non par la maîtrise de conventions. Aussi, notre capacité à identifier le contenu d'une photographie repose essentiellement sur nos ressources cognitives ordinaires. Si nous sommes capables de reconnaître une orange, nous n'aurons nulle difficulté, dans des conditions bien sûr de restitution

optimale, à en reconnaître une dans une photographie. Ainsi, pour qui sait ce qu'est un lance-roquettes en général, on n'apprend pas à en reconnaître un dans une photographie comme on doit au contraire apprendre à identifier la Vierge dans une icône byzantine, même si on sait par ailleurs ce qu'est la Vierge³. Dans le premier cas, l'intervention de nos compétences visuelles ordinaires suffit seule à saisir le sujet, sans l'aide supplémentaire de connaissances extérieures, par exemple sur la perspective employée pour la réalisation de l'image du lance-roquettes. En ce qui nous concerne et pour notre plus grand bien, c'est d'ailleurs en regardant des photographies de lance-roquettes que nous avons appris ce qu'était un lance-roquettes, comme du reste nous avons appris à reconnaître un éléphant en regardant des dépicions d'éléphants. Nous dirons alors que c'est en fonction de notre aptitude naturelle à reconnaître les objets en général que nous pouvons reconnaître leurs équivalents représentationnels dans une photographie.

- 12 Mais si la photographie a pu jouer un rôle épistémique majeur dans notre société, comme le montre la photographie de reportage, c'est avant tout à cause de son dispositif d'enregistrement. Car une représentation picturale peut elle aussi être naturellement générative : certes, l'identification d'Élisabeth d'Autriche dans le tableau de François Clouet exige des connaissances préalables d'ordre historiographique, mais l'identification d'un visage n'exige pas quant à elle de telles connaissances, mais seulement nos capacités recognitionnelles génériques. De même, une photographie est une dépicion en tant qu'elle est une représentation des qualités visibles de l'objet dépeint dont l'expérience dépend de nos modes de perception usuels.

Élisabeth d'Autriche, François Clouet, 1571



© Musée du Louvre, Paris

- 13 Maintenant, peut-on raisonnablement attribuer à *Élisabeth d'Autriche* de François Clouet un rôle épistémique ? À l'évidence, oui. Ce tableau nous informe non seulement sur les modes de représentation propres à l'art de cour français de la fin du XVI^e siècle, mais aussi sur l'évènement lui-même représenté, notamment sur ses codes vestimentaires. Il est frappant de voir à quel point ce portrait est « photographique », entre l'extrême concision du trait, l'impression de profondeur créée par la position de trois quarts du

personnage, le souci du détail et le jeu des contrastes entre d'un côté le léger flou des mains et de l'autre la netteté du visage. Ainsi, si un tableau comme celui-là peut nous informer sur son sujet (et pas seulement sur les pensées qui présidaient à sa réalisation), c'est avant tout parce qu'il appartient à la classe des images naturellement génératives.

- 14 Encore faut-il préciser de quel type d'information dépend la fonction épistémologique de la photographie dont nous parlons. Deux types d'information sont susceptibles d'être fournis par une dépicition, d'une part des *informations formelles* qui ont trait à la composition de l'image considérée comme image et d'autre part des *informations factives* qui, elles, concernent le contenu représentationnel de l'image considérée comme témoignage fiable du réel. L'expérience esthétique de la dépicition repose en grande partie sur le premier type d'information, alors que les informations factives sont au cœur de la fonction épistémologique que nous accordons aux photographies de reportage. Toutefois, nous pouvons très bien tirer des informations factives sur Élisabeth d'Autriche à partir du portrait que fit d'elle François Clouet. Cependant, l'accès à ces informations sera largement déterminé par l'intervention humaine, en raison de l'absence de « mécanique » dans l'exécution, faisant du tableau un document non fiable. De même, l'accès aux informations factives présentes dans l'expérience de *Rhein II* sur le paysage du Rhin aura été fortement compromis par les manipulations numériques qu'Andreas Gursky aura imposées aux clichés de départ.

Dépendance naturelle et dépendance intentionnelle

- 15 Pourtant, *Élisabeth d'Autriche* de François Clouet n'est pas un *enregistrement* d'Élisabeth d'Autriche. La fiabilité de l'information délivrée par la photographie repose en effet essentiellement sur le caractère *mécanique* de sa technique d'enregistrement. Une photographie, de ce point de vue, est sans équivalent. Jamais un tableau ne pourra accéder, de par sa nature même, à la valeur épistémique d'une photographie dont l'usage semble reposer exclusivement sur l'enregistrement du réel, quelles que soient les retouches numériques ultérieures ou, s'il s'agit d'un appareil argentique, la variété des procédés photochimiques éventuellement utilisés en chambre noire. Quand nous regardons *Élisabeth d'Autriche*, nous regardons le résultat d'une intervention humaine *intentionnelle*, en l'occurrence de l'activité représentationnelle d'un peintre qui nous donne sa version d'Élisabeth d'Autriche, plus ou moins contrainte par une tradition. Ainsi, ce n'est pas d'Élisabeth d'Autriche elle-même que dépend notre perception du tableau, mais du peintre lui-même. Quand bien même Élisabeth avait été bossue et atteinte de la petite vérole, Clouet pouvait décider — et il l'aurait probablement fait — de la peindre autrement, telle par exemple qu'elle est représentée actuellement dans son *Élisabeth d'Autriche*. Un peintre, s'il s'imaginer avoir devant lui un requin échoué, alors qu'il ne s'agit que d'une souche d'arbre, peindra un requin. Mais le photographe ? Est-ce qu'une photographie de souche d'arbre devient une photographie de requin dès lors que le photographe croit avoir photographié un requin ? Certes, on pourrait très bien imaginer une situation où, pour une exposition d'art photographique intitulée *Requin*, la photographie de la souche d'arbre serait intentionnellement utilisée comme image de requin. Nous serions là devant un type de cas semblable à *Brillo Box* de Warhol ou à *Fontaine* de Duchamp, respectivement des boîtes de savon et un urinoir, à savoir des objets de consommation courante détournés de leur fonction d'origine pour

devenir, par le truchement de l'intention de l'artiste, des objets d'art. Or, si on se réfère à la genèse causale de la photographie, celle-ci n'a pas pour contenu représentationnel un requin, mais une souche d'arbre. En vertu de sa technique d'enregistrement, la photographie nous donne à voir des choses telles qu'elles étaient ou telles qu'elles se sont déroulées au moment de la pression du doigt du photographe sur l'appareil. Pour cette raison, contrairement à la peinture ou à la 3D, une photographie ne peut enregistrer des choses non existantes ou passées : *« je peux dessiner et écrire sur des choses qui ne se sont jamais passées ou pas encore passées mais seules les choses réelles peuvent laisser des traces et une trace peut seulement être de quelque chose du passé, jamais du futur »* (Currie, 1999 : 288. Notre traduction).

- 16 C'est pour cette raison aussi qu'une photographie accidentelle est possible : un photographe peut avoir photographié ce qu'il n'avait pas vu ou ce qu'il n'avait pas l'intention de photographier. Nous pouvons trébucher et prendre sans le vouloir une photographie de nos pieds, et pas des mariés. Aussi, c'est par hasard que David Bayley, le héros de *Blow Up* (Michelangelo Antonioni, 1966), découvre, agrandissement après agrandissement, qu'il a photographié un assassinat. Mais est-ce qu'une peinture accidentelle est possible ? Est-ce qu'un peintre pourrait sans le vouloir peindre un homme mort ? Imaginons un cas de peinture automatique tel que le peintre, laissant glisser à l'aveugle le pinceau sur la toile, s'exclamerait, au bout de quelques heures : *« Tiens ! j'ai peint un mort ! »* Mais le peintre pourrait s'y adonner n'importe où, alors qu'il fallait que David Bayley soit dans ce parc à ce moment précis pour que les images enregistrées lui restituent la situation, soit qu'il avait un cadavre sous le nez, à quelques mètres devant lui, dont il était désormais, malgré lui, le témoin oculaire.
- 17 Le pouvoir discriminatoire du dispositif de la perception humaine, notamment visuelle, est tel que si le monde avait été différent, l'expérience, à savoir l'*output* des mécanismes perceptifs, aurait elle aussi été différente. Le lien causal qui unit le monde extérieur au dispositif de la vision est de la forme d'une *dépendance contrefactuelle naturelle* telle que si le monde avait été différent, mon expérience aurait également été différente. La vision est donc une expérience dont le contenu est contrefactuellement dépendant des propriétés visibles de ce qui est vu et non des croyances de l'agent percevant. Or, la photographie a techniquement la capacité de préserver ce lien entre l'objet et sa photographie. Une photographie de *x* exhibe les propriétés visibles de *x* de telle sorte que si les propriétés visibles de *x* étaient différentes, l'image photographique correspondante et, partant, mon expérience visuelle de la photographie seraient corrélativement différentes.
- 18 Toutefois, la notion de dépendance contrefactuelle naturelle n'est pas suffisante pour faire de l'expérience de la photographie une manière de percevoir : le thermomètre à mercure est un dispositif d'enregistrement de la chaleur dont les variations, celles de la colonne de mercure, dépendent elles aussi du monde réel, à savoir de la quantité de chaleur ambiante. Le thermomètre à mercure est donc un appareil qui respecte la relation de dépendance naturelle à l'égard du monde qu'il décrit. Pour autant, le thermomètre n'est pas un mode d'accès perceptif *direct* à la réalité ; sa lecture repose sur des opérations inférentielles associées à des connaissances spécifiant les relations physiques entre le mercure et la chaleur. En revanche, contrairement à la photographie, un thermomètre à mercure ne respecte pas le principe de la générativité naturelle : les capacités recognitionnelles que nous possédons pour, de manière sensorielle, saisir le degré de chaleur ambiante ne sont pas les mêmes que celles que

nous utilisons pour lire un thermomètre. Autrement dit, la photographie est, de la classe des dépicions, la seule à pouvoir satisfaire à la fois :

- la relation de dépendance contrefactuelle naturelle entre l'objet et sa représentation ;
- le principe de la générativité naturelle entre la représentation de l'objet et l'expérience du spectateur.

- 19 Si le pouvoir épistémologique de la photographie implique que les deux conditions soient respectées, on dirait bien que sa dimension esthétique implique quant à elle qu'elles ne le soient pas. En 1922, Man Ray utilise une technique qu'il s'approprie et baptise la « rayographie ». Utilisée avant lui notamment par László Moholy-Nagy et faisant écho aux précédentes « schadographies » du dadaïste allemand Christian Schad, cette technique consiste à placer un objet directement sur la surface sensible et à l'exposer brièvement à la lumière. Il s'agit d'une technique de captation sans appareil photo, utilisée encore aujourd'hui notamment par Pierre Savatier⁴. Avec cette technique, la condition (a) est satisfaite, puisqu'il y a bien enregistrement du réel, mais pas la condition (b), étant donné que mon expérience des objets réels produite par le contact de la lumière sur le film est totalement différente de ma vision de la photographie. En ce sens, il s'agit moins, à proprement parler, d'un enregistrement que d'une empreinte. Quant à *Rhein II*, s'il respecte (b), il ne respecte pas (a) : les processus perceptifs mis en œuvre pour saisir l'objet représenté, une portion du Rhin, sont des processus perceptifs ordinaires, semblables à ceux que nous aurions sollicités pour identifier son référent réel. Or, ce référent réel étant absent, *Rhein II* ne respecte pas la relation de dépendance contrefactuelle naturelle entre l'objet et sa représentation.

Rayogramme, Man Ray, 1927



© Bibliothèque nationale de France, Paris

Tromperie, trace et testimonie

- 20 Un peintre n'a nul besoin de Photoshop ; il peint ce qu'il veut, la retouche étant partie intégrante du processus d'exécution de la toile. Si les logiciels de retouche d'image existent, c'est parce que les images photographiques, à quelque degré que ce soit, sont soumises au réel extérieur, un réel qui, à l'occasion, peut ne pas nous convenir. Aussi, ce n'est pas parce que les photographies sont des traces de leur sujet qu'elles ne sont pas trompeuses. Au contraire, c'est bien parce qu'elles sont censées enregistrer la réalité qu'elles peuvent tromper.

- 21 Photoshop mis à part, un photographe peut très bien modifier des contrastes ou choisir un angle de prise de vue de manière à nous faire prendre l'objet photographié pour la représentation de quelque chose d'autre. Cette pratique est routinière et n'engage pas nécessairement la responsabilité morale d'un photographe ou d'une agence à *partir du moment où la dimension épistémique de la photographie (sous sa forme factive) n'est pas engagée*. Au contraire, la pratique du photomontage, comme, dans certains cas, de la retouche, pose un problème éthique dès lors, là aussi, qu'il s'agit d'informer. Un cas connu et l'un des tout premiers est un portrait en pied d'Abraham Lincoln datant de 1860, à cette nuance près, justement, qu'il ne s'agissait pas de ses pieds, ni de son corps du reste, mais seulement de sa tête. Le reste appartenait, un comble, au fervent esclavagiste John Calhoun !

Abraham Lincoln, 1860 et John C. Calhoun, 1852



© Library of Congress. *Quand John Calhoun, défenseur de l'esclavage, offrait sa prestance physique à son plus célèbre opposant et abolitionniste, Abraham Lincoln, auteur non identifié (Washington).*

- 22 Depuis l'invention du négatif, le photomontage a toujours servi le pouvoir à titre d'instrument de propagande ou, dans nos démocraties, d'outil, disons plus « cosmétique », du mécanisme des relations publiques. Le photomontage fut et demeure une pratique courante du totalitarisme, quand, par exemple, Hitler, Staline (dont c'était une habitude) ou encore Mao faisaient supprimer sur des photographies officielles d'anciens collaborateurs que l'adversité, la disgrâce ou quelque infortune avaient bannis. Dans nos démocraties, les artifices de la retouche et du photomontage, relayés par certains médias, contribuent habilement à peaufiner ou à réparer une image, sous ses aspects les plus prosaïques parfois, que l'on pense aux poignées d'amour du président Nicolas Sarkozy⁵ ou à l'imposante bague en diamants de Rachida Dati, alors ministre de la Justice et dont la réputation « bling bling », d'abord encouragée, finit par inquiéter en haut lieu (Mandonnet, 2008. Internet, associé à l'accessibilité des modes de manipulation de l'image numérique, fait de la retouche et du photomontage un phénomène disséminé et banalisé. À titre d'exemple, citons des

événements aussi variés que, d'un côté, le fruste photomontage réalisé et diffusé sur Internet par un anonyme, mais repris par les chaînes de télévision du monde entier, exhibant le visage mutilé du cadavre d'Oussama ben Laden (Klein, 2011)⁶ et, de l'autre, l'infolettre de l'ancien secrétaire d'État Roger Karoutchi dénonçant, début 2008, la proposition de Denis Baupin, alors adjoint à la mairie de Paris, visant à taxer le périphérique et les autoroutes franciliennes (que nous nous permettons de reproduire ci-dessous)⁷.

Le périphérique et les autoroutes franciliennes



- 23 « Un (bref) examen de cette photographie indique assez clairement que les trois voitures, au centre, ont été rajoutées... mais, si l'on peut dire, à contre-sens ! Félicitons toutefois l'auteur(e) de cet ouvrage pour sa maîtrise de la perspective » (Infolettre de Roger Karoutchi, janvier 2008)⁸.
- 24 Parfois, le peu de talent mis à exécuter ces montages nous dédommage en partie de l'offense induite par ces basses manœuvres, que ce soit dans la presse d'actualités, la publicité ou les campagnes politiques. Certains sites et blogues se sont spécialisés dans la dénonciation, souvent amusée, de ces tromperies. Reste évidemment l'ensemble anonyme des cas très habiles que nous n'avons pu identifier...
- 25 La dimension épistémologique de la photographie proviendrait directement du mode de production causal de celle-ci. Les peintures comme les photographies nous donnent de l'information sur l'apparence des choses dont elles sont les dépications. Pour autant, les premières n'en sont pas des *traces* (Walton, 1984). De même, une biographie écrite peut nous donner des détails variés et nombreux sur les événements qu'elle décrit, mais comme les peintures, elle ne véhicule de l'information que par l'intermédiaire des intentions de l'auteur. En ce sens, les biographies écrites, les tableaux peints ou les images 3D sont des *testinomies* de leur sujet, alors que les images photographiques en sont des *traces*.
- 26 Cette distinction entre testinomie et trace introduit plusieurs conséquences, en particulier concernant le statut épistémique de la photographie par rapport à des modes représentationnels testinomiques. De par sa technique d'enregistrement, une photographie est telle que son contenu peut nous fournir de l'information sur son

réfèrent réel. Autrement dit, la photographie, de par sa nature même, est susceptible de nous informer directement sur le monde que l'appareil a capté. Kendall Walton (1984) a ainsi affirmé qu'une photographie n'était pas tant une représentation qu'une « présentation » des choses. Cas illustré par le film *Blow Up*, l'image photographique nous permet de recueillir de l'information visuelle sur des choses inaccessibles, étant donné certains contextes, par le simple canal de la perception naturelle. Corrélativement à cela, une photographie ne peut dépeindre *directement* une fiction. Macbeth fut incarné de nombreuses fois ; Orson Welles, notamment, lui prêta son physique, sa voix et ses gestes. De la photographie de Welles incarnant Macbeth, Walton dirait plutôt qu'il s'agit d'une *présentation* d'Orson Welles représentant Macbeth. De même, la photographie de Jacques Dutronc en Van Gogh serait une présentation de l'un, mais une dépeinture de l'autre, un mode d'accès perceptuel à Jacques Dutronc et une mise en scène symbolique, produit de l'imagination créatrice de Maurice Pialat concernant Van Gogh.

- 27 Si la photographie possède le pouvoir de nous informer sur le monde réel en préservant ce lien de dépendance, précieux pour le photojournaliste, servile pour l'artiste, entre l'objet photographié et sa photographie, alors la photographie serait, au même titre, par exemple, qu'un télescope, un mode de contact perceptif avec le monde. Nous verrions « à travers » une photographie comme nous pouvons voir à travers un télescope. Par conséquent,

[...] si les photographies sont transparentes au sens où nous voyons les objets à travers elles, alors nous ne situons pas l'intérêt esthétique dans leurs propriétés représentationnelles puisque celles-ci sont simplement un mode de contact perceptuel avec l'objet dépeint. Cela implique que la photographie ne serait pas un art représentationnel (Friday, 1996 : 31. Notre traduction).

- 28 L'idée que les photographies seraient des présentations et non des représentations de choses, semblables au télescope ou au miroir, est une conception ontologiquement forte. Le miroir, en effet, est un dispositif dont la surface physique de projection, pourtant en deux dimensions, nous restitue de manière quasi parfaite un espace en trois dimensions. Mais le plus fascinant est que cette surface ne peut être perçue comme telle. Les miroirs ont pendant longtemps été de précieux outils pour les peintres, qui s'en servaient comme mode de projection en perspective ou pour restituer sur la toile leur propre visage. L'analogie avec le miroir est cependant discutable. Intuitivement, la photographie semble moins « illusionniste » que le miroir, en partie parce qu'étant une image *fixe*, elle ne respecte pas la congruité temporelle (Warbuton, 1988) qu'il y a entre ma perception d'un évènement et l'évènement lui-même. Par ailleurs, le pouvoir épistémique fort que Walton accorde à la photographie, selon lequel cette dernière, comme les miroirs, serait un mode d'accès direct aux objets réels, achoppe sur nos croyances naïves dont la force d'inertie menace son efficacité. Car si le miroir fut un instrument précieux pour les peintres qui étudiaient l'univers spatial, il l'est aussi pour la psychologie cognitive qui étudie notre physique naïve. Il est en effet assez curieux que l'expérience de ces objets, qui font pourtant partie de notre quotidien, ait si peu d'incidence sur notre usage de l'orientation spatiale et des mécanismes de la projection, soumis en l'occurrence à de nombreuses erreurs. *Vénus au miroir* de Diego Vélasquez, par exemple, est considéré généralement comme une restitution plausible de l'espace projeté (Bertini et al. 2003).

Vénus au miroir, Diego Vélasquez (1647-1651)



© National Gallery, London

- 29 Or, si nous voyons le reflet d'un visage parfaitement centré dans un miroir, alors le propriétaire de ce visage devrait nous y voir également. Aussi, dans *Vénus au miroir*, le miroir est ainsi disposé par rapport à Vénus que Vénus devrait nous voir comme nous voyons son visage dans le miroir, ce qui est impossible non seulement parce que *Vénus au miroir* est un tableau peint, mais aussi parce que l'observateur du tableau est positionné relativement à Vénus de telle façon qu'il ne pourrait voir son reflet dans le miroir tel que le lui tend Cupidon. En fait, notre imagination prend, pour ainsi dire, le point de vue de Vénus pour le nôtre. *L'effet Vénus* ferait partie des quatre types d'erreurs propres à notre conception naïve du phénomène physique de la projection spatiale.
- 30 Contrairement à une peinture de Paul Klee ou à une sculpture de Rodin, la photographie, néanmoins, est bel et bien une représentation *transparente*, au sens où, comme les miroirs, son espace physique, la surface colorée en deux dimensions, se confond avec son espace sémantique, à savoir ses propriétés figuratives. Mais le caractère transparent de la dépeinture photographique ne fait pas d'elle pour autant une présentation des choses qu'elle dépeint, semblable au miroir ou au télescope.

Manipulation et esthétique photographique

- 31 Il n'y a tromperie que si le statut de « trace » empirique du réel, corrélative à sa dimension épistémique, est considéré comme un aspect pertinent de l'ontologie de l'image photographique. L'essentiel pour que la fonction épistémologique factive de la photographie soit préservée est que la capacité de celle-ci à nous délivrer de l'information sur l'objet photographié survive à l'intervention humaine (Lopes, 2003). À l'inverse, dans le domaine de l'art, la main du créateur prime sur l'enregistrement, comme si le photographe ne pouvait acquérir son statut d'artiste, longtemps contesté, qu'en révoquant le pouvoir mimétique de la photographie à l'égard de la réalité extérieure, pouvoir mimétique sur lequel, pourtant, il continue de s'appuyer. Sur le plan informationnel, la manipulation par la retouche ou le photomontage relève d'une démarche logique : la propagande politique consiste à effacer ce qui existe ou, au contraire, à faire advenir ce qui n'existe pas, partant du principe que l'opinion prendra la photographie pour ce qu'elle est : un enregistrement fiable du réel, un substitut perceptif de la réalité des choses que, faute d'être là, nous n'avons pu voir de nos

propres yeux. Pour le photoreporter, l'usage de la manipulation graphique contribue parfois à compenser les défaillances techniques survenues lors de la prise de vue. Le publicitaire et l'artiste, de leur côté, peuvent aussi, de manière cohérente, utiliser le photomontage, quand il est clairement exprimé, pour provoquer le public et, accessoirement, faire parler de soi.

La diplomatie selon Benetton : Hu Jintao et Barack Obama (2011)



- 32 La toute dernière campagne d'affichage de Benetton, en 2011, use du réalisme photographique pour mettre en scène des situations cocasses ou absurdes. Sur le plan *perceptif*, la manipulation graphique est invisible, puisque le *depictum* se confond visuellement d'une part avec le support physique de l'image elle-même, selon le principe de la transparence, et d'autre part avec le modèle (ce à quoi l'image réfère), selon le principe de la générativité naturelle qui détermine la perception des images relativement à la perception des objets. Les conditions de manifestation du photomontage sont donc essentiellement contextuelles : il est en effet peu probable que le président des États-Unis et le président chinois puissent s'éprendre d'une si vive affection, en tout cas en public. Il fallait donc savoir à l'avance à qui nous avions affaire pour pouvoir identifier le référent de l'image comme un « ensemble vide ». Il reste que le projet intentionnel qui présidait à la réalisation de l'image est cohérent avec l'emploi du photomontage : créer un espace fictionnel en tout point semblable, visuellement, avec celui de la réalité pour mieux souligner, par contraste, le décalage symbolique entre cette fiction et le monde, en l'occurrence celui de la politique : ces deux-là, en effet, ne doivent pas s'aimer beaucoup...
- 33 En revanche, sur le plan esthétique, la manipulation photographique a quelque chose de paradoxal, puisqu'elle implique toujours une étape d'enregistrement, transitoire mais néanmoins active, pour la réalisation de l'œuvre. Pourquoi, dès lors, enregistrer ? Corrélativement, la manipulation, qu'il s'agisse de saturer les couleurs ou d'effacer un élément, portera donc nécessairement sur le contenu représentationnel, soit l'espace figuratif. Or, si, en Occident, l'art fut essentiellement figuratif, c'est parce qu'il avait pour but de restituer, toujours plus fidèlement, l'apparence du monde réel. L'intérêt accordé au contenu représentationnel n'avait de sens qu'au regard de la mimesis considérée comme une fin. Mais pour le photographe, la mimesis est un fait accompli.
- 34 Nous n'avons pas pour but de discuter la légitimité de la photographie au sein des arts contemporains. La photographie, dit-on, parle du monde alors que l'art parle de l'art ; elle est reproductible, alors qu'une œuvre d'art est unique ; elle est l'art de la technique alors qu'en art, il n'y a que des idées ; elle aime le beau alors que pour l'art, le beau c'est du commerce, etc. Un tel réquisitoire, quelques exemples empruntés aux arts non

photographiques suffiraient à le réfuter. Quoi qu'il en soit, à en croire Christie's, Sotheby's et consorts, si la photographie n'est pas de l'art, elle fait bel et bien partie de son commerce... La photographie, comparée à la vidéo expérimentale, à la musique électronique ou encore aux installations numériques, est un art déjà ancien, plus ancien que le cinéma, mais plus récent que le design et l'architecture. Mais la diversité de ses usages illustre un phénomène tout à fait intéressant qui contribue à parasiter sérieusement toute définition claire et unifiée de l'art. D'une part, parce que la photographie a démocratisé l'art et contribué à célébrer des artistes de toute discipline dont la réputation, sans elle, n'aurait pas dépassé les limites imposées par le cénacle de ses experts. D'autre part, parce que la photographie elle-même, que l'on trouve aujourd'hui aussi bien dans une galerie d'art que dans un magazine à grand tirage, tend à briser l'ancrage institutionnel classique et son corrélat, l'élitisme, de l'art contemporain. Comme tant d'autres, l'œuvre d'Annie Leibovitz est composée de clichés de commande hyperesthétisants, d'Élisabeth d'Angleterre à Demi Moore, mais aussi d'images intimes et de photoreportages, et on la trouve au Centre international de la photographie de New York comme dans *Vanity Fair*. De même, l'art vidéo et la musique électronique ne s'exhibent plus seulement dans les galeries et les salles de concert au programme pointu, mais dans les clips et dans les clubs, pouvant ainsi s'exposer à une très forte audience. L'art contemporain, en outre, a parfois commencé dans la rue, que l'on pense à Jean-Michel Basquiat ou, plus récemment, au graffeur britannique Banksy, qui cumule les poursuites judiciaires et les commandes privées... Si la confusion institutionnelle et la démocratisation sont le fait de l'art contemporain, alors la photographie est bel et bien un art d'aujourd'hui.

BIBLIOGRAPHIE

BERTINI, Marco et al. (2003), « The Venus effect : People's understanding of mirror reflections in paintings », *Perception*, 32(5), p. 593-599.

CURRIE, Gregory (1999), « Visible traces : Documentary and the content of photographs », *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 57(3), p. 285-298.

DANTO, Arthur (1989), *La transfiguration du banal. Une philosophie de l'art*, Paris, Seuil.

DOYER, François-Luc (2011), *Next-Libération*, 10 novembre [En ligne], <http://next.liberation.fr/arts/01012370756-voici-la-photo-la-plus-chere-du-monde>, Page consultée le 5 novembre 2012.

FRIDAY, Jonathan (1996), « Transparency of the photographic image », *British Journal of Aesthetics*, 36(1), p. 30-42.

KLEIN, Gilles (2011), « Ben Laden mort : des médias trompés par un photomontage », *Arrêt sur Images*, 2 mai [En ligne], <http://www.arretsurlimages.net/contenu.php?id=3996>, Page consultée le 5 novembre 2012

LOPES, Dominic (2003), « The aesthetics of photographic transparency », *Mind*, 112(447), p. 335-348.

MANDONNET, Eric (2008), « Le Figaro retouche une photo de Dati à la Une », *L'Express*, 20 novembre [En ligne], http://www.lexpress.fr/actualite/politique/le-figaro-retouche-une-photo-de-dati-a-la-une_706998.html. Page consultée le 5 novembre 2012

PIPPIN, Steven (1998), *Mr. Pippin : Laundromat locomotion*, New York, Steidl.

SCHIER, Flint (1986), *Deeper into Pictures : An Essay on Pictorial Representation*, Cambridge, Cambridge University Press.

WALTON, Kendall (1984), « Transparent pictures : On the nature of photographic realism », *Critical Inquiry*, 11(2), p. 246-277.

WARBUTON, Nigel (1988), « Seeing through <seeing through photographs> », *Ratio*, 1(1), p. 62-74.

NOTES

1. Parmi les photographes célèbres et exposés dans les galeries les plus prestigieuses, Andreas Gursky forme avec Cindy Sherman et Richard Prince le trio des habitués du marketing de la photo : en 2006, *99 Cent* (1999) s'envole à deux millions de dollars ; en février 2007, le diptyque *99 Cent II* (2001) est vendu à Londres par Sotheby's 2,9 millions de dollars, après un passage éclair par la société Philips du Pury à New York qui l'avait vendu pour 2,2 millions de dollars, et, en 2008, le cibachrome *Los Angeles* (1998) trouve preneur chez Sotheby's pour 2,5 millions de dollars. Source : *The Telegraph*, 15 novembre 2011.
2. Ce licenciement eut lieu dans un contexte de très forte pression politique sur les agences couvrant l'évènement, le Liban et Israël s'accusant mutuellement de complot médiatique. Hajj fut donc « lâché » par son agence qui, en outre, supprima les 920 photographies qu'elle possédait de lui dans sa banque d'images.
3. Notamment parce que le mode de représentation des peintures byzantines était fondé sur la perspective hiérarchique, qui soumettait la grandeur des éléments de la scène à l'importance symbolique des sujets représentés, quelle que soit leur position dans l'espace bidimensionnel de l'image.
4. Le rayogramme n'est pas la seule technique photographique sans appareil photo. Autre « héritier » de Man Ray, Steven Pippin avait, dans une laverie automatique du New Jersey, transformé des batteries de machines à laver en sténopés afin d'obtenir une décomposition photogrammatique du trot d'un cheval ou d'un homme en train de marcher. Héritière de la chronophotographie d'Edward Muybridge, chaque machine, équipée d'une chambre noire, prenait une image de l'individu ou de l'animal alors qu'il traversait la laverie ! (Pippin, 1998)
5. *Paris Match*, édition du 9 août 2007, information révélée par *L'Express*.
6. Ajoutons que l'Agence France-Presse (AFP) s'était pourtant procuré le logiciel Tungstène destiné à détecter toute modification d'image par altération ou duplication à partir d'une analyse statistique et physique de l'image. Les chaînes de télévision françaises n'étaient donc pas censées ignorer qu'il s'agissait d'un montage.
7. Disponible à cette adresse : <http://www.infolettre.fr//gabarit/newsletterview.php?news=9402>.
8. Photomontage répertorié notamment par *Photoshop Disasters*, [En ligne] <http://www.psdisasters.com/>.

RÉSUMÉS

La photographie est à la fois un art et une source d'information. En raison de cette ambivalence, la retouche photographique n'aura pas la même légitimité selon que l'on est un artiste, c'est-à-dire un créateur, ou un reporter, c'est-à-dire un témoin des faits. Le secteur de la publicité profite habilement de l'ambivalence fonctionnelle de la photographie, entre création fictionnelle et trace du réel. L'auteure se demande en quoi consiste exactement cet « enregistrement » du réel par la photographie et, corrélativement, ce que révèle la pratique de la manipulation photographique sur la fonction esthétique de la photographie.

Photography has two dimensions : it is both an art form and a source of information. Because of its ambivalent nature, photo fakery does not have the same legitimation depending on whether one is an artist, i.e., a creator, or a reporter, i.e., a witness of factual events. The advertising industry takes skilfully advantage of this functional ambivalence, between created fiction and traces of reality. This raises the question of what exactly is meant by the capacity of photography to “register reality” ? Correlatively, what can we learn from the practice of photo fakery about the aesthetic function of photography ?

La fotografía es a la vez un arte y una fuente de información. Dada esta ambivalencia, el retoque fotográfico no tendrá la misma legitimidad si se trata de un artista, es decir, un creador, o de un reportero, es decir, un testigo de los hechos. Es así como la publicidad aprovecha hábilmente la ambivalencia funcional de la fotografía, entre creación de la ficción y huella de la realidad. La autora se interroga sobre en qué consiste exactamente este “registro” de lo real mediante la fotografía y, correlativamente, lo que revela la práctica fotográfica sobre la función estética de la fotografía.

INDEX

Palabras claves : fotografía, información, retoque fotográfico, publicidad, generatividad

Mots-clés : photographie, information, retouche photographique, publicité, générativité

Keywords : photography, information, photo fakery, advertising, generativity

AUTEUR

EMMANUELLE GLON

Emmanuelle Glon a obtenu son doctorat en philosophie à l'Université Paris-Sorbonne et à l'Institut Jean-Nicod (Centre national de la recherche scientifique – CNRS). Elle est membre du collectif cinéma ETNA à Paris, chargée de mission, audit du site Web du CNRS et membre de l'équipe TRANSVERSALE du Centre Maurice Halbwachs. Courriel : emmanuelle.glon@gmail.com

Recherches

Les logiques d'interprétation des enfants selon leur expérience de visite dans les musées de sciences et dans le cadre des loisirs

Thérèse Martin

- 1 Même si les musées contribuent à la diffusion de formes de savoir et de culture, il est exclu de les considérer comme des institutions éducatives. Les musées sont rangés dans le secteur de l'éducation non formelle, par opposition aux institutions scolaires telles que l'école (Jacobi et Coppey, 1996), alors qu'ils sont l'objet de visites scolaires. Sachant que la visite scolaire peut présenter le risque de réduire les potentialités culturelles du musée à une « scolarisation » de la visite, il nous a paru intéressant d'explorer la visite dans le cadre de loisirs.
- 2 Notre intention est de privilégier l'expérience de visite des enfants en étudiant ce qu'ils « fabriquent » dans l'espace de médiation de l'exposition, et en ayant pour préoccupation de leur donner la parole, comme le suggère le philosophe Michel de Certeau (2005) à propos de la culture « ordinaire ». Le choix du cadre des loisirs a d'abord été motivé par l'idée que le musée a tout intérêt à revendiquer la spécificité d'une culture muséale en tant qu'« outil de culture » (Davallon, 1998).
- 3 Le report des caractéristiques du « média » à l'exposition a ouvert de nouveaux horizons à l'étude du phénomène de visite. En considérant le musée comme média (Davallon, 1992), nous pouvons étudier ce qui se joue dans l'espace de la médiation, c'est-à-dire dans l'entre-deux, entre l'environnement créé par les concepteurs (ou le monde synthétique) et les visiteurs. L'exposition, en tant que dispositif communicationnel et social, est construite avec de vraies choses disposées dans un espace concret que les visiteurs explorent en entrant en contact avec le monde auquel appartiennent ces choses. Selon Davallon (2005), ils entrent en relation avec un univers symbolique (ou, pour reprendre son expression, le « monde utopique ») qui est propre à susciter l'imagination.

- 4 Les travaux de Roger Silverstone (1998) nous aident à mieux cerner cet espace de médiation dans les expositions de sciences que nous avons choisies comme terrain d'expérimentation. Ce chercheur évoque le musée en tant qu'espaces dans lesquels des objets et leur mise en scène sont offerts au public et lui proposent un « éventail de possibilités discursives » (p. 176). Il s'est alors intéressé — en ce qui concerne les formes de communication dans l'exposition — aux « espaces [de la rhétorique, du jeu, de la performance] dans lesquels les visiteurs participent à la construction du sens, et [aux] diverses manières de le faire qui leur sont offertes » (p. 181).
- 5 Selon la définition qu'en donnent Bernard Lamizet et Ahmed Silem (1997), cet espace de médiation serait un lieu qui se prête à l'appropriation : « les structures de la communication font de l'espace social un espace qui fait l'objet d'une appropriation par tous ceux qui en font partie » (p. 364-365).
- 6 Toutefois, vu sous l'angle de la construction du sens, « le sens n'est pas immanent aux objets, mais se construit par des sujets interprétants dans des processus, grâce à des langages et des dispositifs » (Gellereau, 2007 : 29). Par conséquent, s'intéresser à l'interprétation des visiteurs revient à chercher à comprendre ce qui se joue dans l'espace de médiation en tant que lieu de construction de sens et qui contribue à mieux saisir leurs stratégies d'appropriation.
- 7 Afin de mieux comprendre le phénomène d'appropriation culturelle dans les institutions muséales, notre recherche s'est centrée sur le jeune « public » ou, plus précisément, sur les « visiteurs-enfants ». Ceux-ci sont intégrés dans une catégorie sociale — celle de la famille —, car les enfants ne visitent jamais seuls un musée, mais accompagnés. De plus, ils sont pris en compte plus largement comme acteurs déjà dotés de compétences sociales et communicationnelles pour agir et réagir aux situations dans lesquelles ils se trouvent.

La démarche méthodologique

- 8 Si l'étude du phénomène de visite conduit à focaliser sur l'espace de médiation, le défi méthodologique reste entier afin de rendre compte de l'interprétation dans l'action, d'autant plus dans le cas des enfants. L'exploration des méthodes usuelles en muséologie (l'observation, le questionnaire d'enquête, l'entretien) n'a pu apporter une entière satisfaction. Nous n'avons pas exploré la méthode de l'entretien itinérant (Dufresne-Tassé et Lefebvre, 1996), car pour des enfants, il est difficile, tout en découvrant l'exposition, de prendre de la distance par rapport à leur ressenti spontané, surtout s'il s'agit d'expositions dont la médiation est esthétique.
- 9 Afin de répondre à une exigence d'ordre épistémologique, nous avons opté pour une approche empirique compréhensive s'inspirant d'une démarche ethnographique. Les notions de « médiation » et de « dispositif » ont été convoquées pour mieux saisir la visite comme phénomène d'appropriation. Chercher à comprendre les démarches interprétatives des jeunes visiteurs nous conduit au cœur de certaines approches de la médiation dont l'intérêt se porte sur la part active des publics dans la construction du sens, ici le délicat « bricolage » (emprunté à De Certeau) des jeunes visiteurs au musée. Ces démarches ont été rendues visibles par la mise en œuvre d'un dispositif communicationnel qui consiste à proposer aux enfants une mise en situation du rôle de « guide » et donc de « médiateur » de l'exposition pour la chercheuse.

- 10 Ce dispositif est enrichi par ce qui a été retenu de la phase exploratoire et qui participe à l'éclairage du phénomène d'appropriation. Il s'agit du suivi d'observation de la visite en famille par comparaison avec la « visite guidée » des enfants, de l'étude du parcours de visite avec le chercheur, de l'entretien à la fin de la mise en situation de guide pour avoir des renseignements complémentaires se rapportant aux différents facteurs qui peuvent entrer en jeu dans l'interprétation (familiarité avec le sujet, avec la visite d'expositions, avec le lieu tel que la Cité des enfants à la Cité des sciences et de l'industrie). Les enfants dont la visite guidée a été étudiée sont âgés de sept à 11 ans. Cette tranche d'âge commence à sept ans, âge où les enfants sont en mesure de s'exprimer auprès d'un adulte et de lire les cartels, si nécessaire, et se limite à l'âge de 11 ans pour rester dans la catégorie des enfants (Jacobi, 2000).
- 11 Le terrain choisi est celui de deux expositions temporaires à thème, à Paris, qui présentent une trame narrative censée servir de fil conducteur à la visite et qui visent à sensibiliser les enfants au domaine des sciences. Les quatre salles de la première exposition, *Le festin des dinosaures*, au Palais de la découverte, font appel à l'émotion par la mise en scène de dinosaures grandeur nature et des sons simulant leurs cris ; elle comporte aussi une salle didactique qui donne de plus amples renseignements sur les dinosaures (dont le *T. rex*) et sensibilise au métier de paléontologue. La seconde exposition, *Ombres et lumière*, à la Cité des enfants de la Cité des sciences et de l'industrie, décline les multiples manières de jouer avec la lumière et la production d'ombres, en ayant pour référent la « théorie d'Archibald¹ » qui se rapporte aux trois composantes servant à produire une ombre : une source de lumière, un objet et une surface. Sa mise en scène, par l'intermédiaire de la métaphore de la maison du personnage d'Archibald, passionné par les ombres, vise à toucher la sensibilité du public par sa dimension artistique.

La démarche d'analyse des récits de médiation

- 12 La méthode d'analyse s'appuie sur le récit comme langue des opérations dans le domaine de la culture ordinaire (De Certeau, 2005). En tant que médiateurs, les enfants procèdent à des mises en relation entre l'exposition (les objets, le lieu, l'institution) et le visiteur (Gellereau, 2005).
- 13 Dans ce contexte d'expositions de sciences, on pouvait s'attendre à ce que les enfants s'inspirent de la trame narrative prévue par les concepteurs : cependant, les bribes de récit des enfants sont à rapprocher d'une description d'objets ou d'activités. Le *Dictionnaire d'analyse du discours* (Charaudeau et Maingueneau, 2002) renvoie, à propos de la description, à l'ouvrage de J.-M. Adam et F. Revaz (1996) sur les sept opérations de la description. Ces opérations nous ont paru adaptées pour rendre compte des récits morcelés des enfants. Elles permettent de déterminer les processus des enfants, plus précisément la manière dont ils dénomment l'objet (ou un ensemble d'objets) par l'opération d'ancrage ou d'affectation, le décrivent en précisant son aspect (opération d'aspectualisation), le mettent en relation selon les dimensions spatiale, temporelle ou par comparaison, et la façon dont ils reformulent leurs propos pour saisir de manière synthétique ce qu'ils ont présenté.
- 14 C'est autour de trois axes que l'analyse des récits de médiation des enfants a été effectuée afin de mettre en évidence l'interprétation des enfants et de dégager leurs modes d'appropriation.

- 15 Le premier axe a pour objectif d'élaborer les cadres d'interprétation à partir desquels les enfants perçoivent l'espace synthétique de l'exposition, dans la mesure où la compréhension de la « réalité » du monde repose sur la sélection de cadres qui donnent un sens à chaque situation, selon les travaux d'E. Goffman (1991). Cet axe participe ainsi à l'étude de l'expérience de visite sur l'ensemble des dimensions qui la traversent, en mettant en évidence les façons dont les enfants s'approprient les espaces discursifs de l'exposition de sciences et de techniques en tant que lieux de construction de sens, à savoir l'espace de la rhétorique, du jeu, de la performance (Silverstone, 1998).
- 16 Sachant l'importance des facteurs intervenant dans l'appropriation du sens chez le visiteur, nous avons procédé, dans le deuxième axe de notre analyse, à une mise à plat des différents éléments sur lesquels s'appuient les enfants pour construire leur « monde utopique » lors de la visite.
- 17 Le troisième axe a pour objectif d'analyser l'interprétation des enfants en considérant l'expérience de visite sur l'ensemble du parcours. Il a permis de dégager quatre figures d'enfant-interprète. Il consiste, par une approche longitudinale, à déterminer les configurations de la visite en fonction de composantes que nous avons déterminées, sachant que la démarche d'appropriation d'un enfant peut revêtir différentes configurations.

Les démarches interprétatives mises en évidence

- 18 À propos du premier axe, les cadres d'interprétation qui ont été dégagés apportent un éclairage sur l'interprétation des enfants en fonction de chacun des espaces discursifs des expositions. Les relations établies par les enfants avec l'espace de la rhétorique² donnent des indications sur leur manière d'aborder l'approche conceptuelle de l'exposition, qui inclut le propos de l'exposition, le titre de celle-ci et les notions abordées, ainsi que la cohérence d'ensemble. L'analyse des relations des enfants avec cet espace montre notamment qu'ils s'appuient sur leur sens de l'observation (par des opérations d'aspectualisation). C'est le moyen qu'ils privilégient pour interpréter, surtout quand les parents n'ont pas été les médiateurs lors de la visite en famille. L'observation s'accompagne du questionnement que suscitent les objets, et de comparaisons entre objets à l'échelle d'une salle ou de l'exposition. Cela les conduit à procéder à un raisonnement hypothético-inductif et à tenter de trouver une cohérence sur l'ensemble de l'exposition (voir l'annexe 1, « Les relations établies par les enfants avec l'espace de la rhétorique »).
- 19 C'est en se remémorant les renseignements des cartels (pour les cas où les parents les ont lus) que les enfants présentent les objets ou montrent les activités. Ils formulent une explication en fonction de ce qu'ils ont compris par l'action (par essais-erreurs) ou à l'aide des cartels remémorés. En revanche, pour le cas des enfants qui n'ont pas eu connaissance des contenus des cartels, la compréhension de l'exposition s'appuie sur des sources extérieures à l'exposition (repris dans l'axe 2) en convoquant leurs propres références sur le sujet provenant d'autres médias ou issues de témoignages de copains ou de leur école.
- 20 Pour ce qui concerne l'espace discursif du jeu de l'exposition de sciences, les enfants « se lancent » dans cet espace de jeu, quittent le monde réel pour s'approprier le monde synthétique de l'exposition, tout en minimisant la prise de risque (Silverstone, 1998).

- D'une part, cet espace leur donne l'occasion de vivre une expérience ludique par l'intermédiaire de l'interactivité présente dans les manipulations interactives, selon Gilles Brougère (2005), qui s'inspirait lui-même de Goffman. Cette expérience ludique s'explique par le changement de cadres d'interprétation, par le passage du cadre primaire (cadre fictif du monde de l'exposition représenté) au cadre secondaire (réel).
- 21 D'autre part, l'activité de visite suscite le plaisir qui apporte une contribution à l'acte. Par exemple, dans l'exposition *Ombres et lumière*, certaines activités sollicitant l'expression, l'imagination ou permettant de conserver des traces comme souvenir (« ombromaton ») sont sources de plaisir et contribuent à la convivialité de la visite. Le plaisir de la visite se rattache alors au fait qu'elle soit partagée (voir l'annexe 2, « Les relations établies par les enfants avec l'espace du jeu »).
- 22 Quant à l'espace de la performance, il est défini par Silverstone (1998) comme propice à la mise au jour des dynamiques de la production de sens chez les visiteurs. En effet, la mise en évidence des changements de cadres d'interprétation s'explique par les relations intersubjectives qui s'installent entre enfants et chercheur et qui contribuent au réajustement du point de vue. D'abord soumise à l'émotion, la perception de la scène par les enfants évolue vers un regard distancié et une prise de conscience de l'effet sur les jeunes visiteurs. Aussi, l'espace de la performance suscite des échanges de points de vue, notamment sur la mise en scène des objets, qui conduisent ainsi les enfants à s'intéresser au rôle des concepteurs (voir l'annexe 3, « Les cadres d'interprétation des enfants suscités par l'espace de la performance »).
- 23 En contexte de médiation esthétique plus propre aux expositions temporaires³, nous nous sommes intéressée à l'interprétation de l'exposition par les enfants en lien avec l'espace de l'esthétique. C'est à travers différentes approches — à savoir l'influence de la perception, les émotions mobilisées, la sensibilité esthétique intégrant l'implication affective, puis l'imaginaire — que nous avons envisagé d'élaborer les cadres d'interprétation relatifs à cet espace (Caune, 2008). Concernant la mobilisation des émotions, le cadre de l'esthétique, qui est un cadre d'interprétation, est convoqué par les enfants surtout au moment de la découverte de l'exposition, quand ils pénètrent dans une ambiance propre à la médiation esthétique qui suscite d'intenses émotions liées à la mise en scène des dinosaures ou qui active leur sensibilité à la dimension artistique de l'exposition, dans le cas d'*Ombres et lumière*.
- 24 Ces ambiances impliquent les enfants affectivement et mettent au jour leur jugement de goût. Les passerelles entre l'espace de l'esthétique et celui de la rhétorique qu'ont empruntées les enfants montrent qu'ils n'éprouvent pas seulement : ils cherchent aussi à comprendre et veulent emprunter des chemins vers la connaissance en effectuant des liens, ne serait-ce que par l'imagination, entre sensation et pensée. Ainsi, l'imagination donne lieu à des idées d'invention, de fabrications à faire chez soi. Elle leur procure aussi du plaisir. Par son intermédiaire, nous assistons à des procédés d'articulation entre différents mondes, le monde « synthétique » et celui des scientifiques. Ou bien, quand les enfants décrivent des œuvres à travers un cadre « d'objectivation », à des articulations entre le monde artistique et le monde scientifique (Martin, 2009) (voir l'annexe 4, « Les relations établies par les enfants avec l'espace de l'esthétique »).
- 25 Les références sur lesquelles s'appuient les enfants (axe 2) se rapportent à leur propre univers (par exemple leur petite enfance, leur centre d'intérêt lié à la thématique, leurs expériences de visites antérieures), à la situation de visite (les contraintes de flux, de la

durée selon la disponibilité des parents) et au partenaire de visite (ici, la chercheuse) (voir l'annexe 5, « Les références citées par les enfants »).

- 26 Le troisième axe d'analyse — la construction de figures d'enfants-interprètes — consiste à établir les différentes configurations possibles de la démarche interprétative des enfants, en s'appuyant sur leurs expériences concrètes de visite observées et en déterminant les composantes caractérisant l'interprétation des enfants. La sélection des éléments les plus significatifs et l'examen de leurs articulations permettent l'élaboration d'une figure.
- 27 Ces composantes sont principalement l'intention de visite, le mode d'appropriation, la prise en compte (ou non) du propos de l'exposition, donnant des indications sur leur intérêt (ou non) pour l'approche conceptuelle de l'exposition, et le ou les espaces discursifs de l'exposition privilégiés par les enfants dans la relation établie avec l'exposition. Les enfants étant en situation de « médiateur », et donc en situation de construction de sens pour d'autres visiteurs (ici la chercheuse), il est possible de caractériser les figures des interprètes par les trois désignations de la médiation : la médiation comme transition, comme intermédiaire et comme lien qui « montrent le rôle de la production de sens » (Gellereau, 2004). La médiation comme transition se manifeste à travers les opérations de mise en relation, entre les objets ou les espaces de l'exposition, par l'intermédiaire des outils et des supports de médiation de l'exposition. La médiation comme intermédiaire est définie comme le passage d'un monde à un autre et la médiation comme lien concerne entre autres le lien entre les enfants et l'institution muséale. À cela s'ajoute le parcours de visite, qui est en mesure d'apporter un éclairage sur la compréhension chez l'enfant de la cohérence d'ensemble de l'exposition, quand l'enfant prend conscience du parcours par l'annonce du commencement et de la fin de la visite.
- 28 Ce dispositif a permis une mise à plat de la construction de la médiation par les enfants en situation de guide. L'analyse a conduit à l'élaboration de quatre figures d'enfants-interprètes et leurs déclinaisons qui révèlent les modes d'appropriation de l'exposition par les enfants.
- 29 La première est la figure de l'enfant-interprète apprenant, en quête de connaissances, selon trois approches : par l'observation ou l'expérimentation, ou selon une maîtrise du propos de l'exposition qui va jusqu'à la prise de conscience des intentions des concepteurs. Puis, la figure du butineur explorateur correspond à une curiosité du visiteur, qui explore, avide de découvertes, qu'elles soient issues ou éloignées du propos de l'exposition. Ensuite, la figure du co-constructeur est celle de l'enfant qui découvre l'exposition à travers les relations établies avec d'autres visiteurs, par des échanges de connaissances ou du ressenti esthétique qui permettent de coconstruire la visite. Enfin, la figure de l'inventeur-passionné apparaît chez l'enfant qui, ayant un centre d'intérêt personnel, fait de sa passion le fil conducteur de la visite. Cette passion peut être antérieure à la visite, en fonction des activités de loisirs de l'enfant, ou bien c'est l'exposition qui suscite un centre d'intérêt (la scénographie ou les jeux). La mise à profit de cette passion dénote un caractère inventif chez les enfants. Cette figure de l'enfant-interprète « inventeur » illustre la manière de saisir l'occasion (en référence à la culture ordinaire selon De Certeau) pour s'approprier l'exposition en dehors des « normes » assimilées aux contraintes de l'espace de médiation relatives aux stratégies communicationnelles des concepteurs.

Conclusion

- 30 En nous appuyant sur les caractéristiques du média comme dispositif social et technologique, nous avons pu appréhender ce qui se passe dans l'espace de médiation entre visiteurs-enfants, exposition et concepteurs et mieux saisir ce qui participe véritablement à la réalisation de cette rencontre entre les visiteurs et le média-exposition. Nous contribuons ainsi aux recherches relatives à la notion de médiation et à l'interprétation dans l'action par l'intermédiaire d'un dispositif communicationnel reposant sur la prise de parole des enfants, produisant de la sorte un récit et un dialogue avec son visiteur, la chercheuse. Dans la perspective des sciences de l'information et de la communication, la médiation devient particulièrement pertinente pour mieux saisir ce qui se joue dans les dimensions communicationnelle et sociale de la visite. C'est à la fois par l'approche méthodologique (la création d'un dispositif communicationnel), par l'analyse des mises en relation émergeant des récits construits par les enfants, ainsi que par les trois désignations de la médiation permettant de conceptualiser les figures des enfants-interprètes, que la médiation contribue de façon primordiale à révéler et à analyser l'interprétation des visiteurs-enfants.
- 31 Il est à noter que cette recherche s'inscrit plus largement dans une approche phénoménologique visant à comprendre les relations établies par les enfants avec le monde, ici avec le « monde synthétique » de l'exposition en contexte muséologique, ce qui revient à comprendre la construction par les enfants du « monde utopique » de l'exposition lors de la visite. La médiation a permis de mettre en évidence l'idée de partage lors de la visite à travers les relations établies, et de mieux connaître la culture muséale des enfants.

BIBLIOGRAPHIE

- ADAM, Jean-Michel et Françoise REVAZ (1996), *L'analyse des récits*, Paris, Seuil.
- BROUGÈRE, Gilles (2005), *Jouer/apprendre*, Paris, Éditions Economica, Coll. « Éducation ».
- CAUNE, Jean (2008), *Pour une éthique de la médiation : le sens des pratiques culturelles*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, Coll. « Communication, médias et sociétés ».
- DE CERTEAU, Michel (1990/2005), *L'invention du quotidien. Arts de faire 1*, Paris, Éditions Folio essais.
- CHARAUDEAU, Patrick et Dominique MAINGUENEAU (2002), *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Seuil.
- DAVALLON, Jean (1992), « Le musée est-il vraiment un média ? » *Publics & Musées*, 2, p. 99-124.
- DAVALLON, Jean (1998), « Cultiver la science au musée ? » dans Bernard SCHIELE et H. KOSTER (dir.), *La révolution de la muséologie des sciences : vers les musées du XXI^e*, Québec, Presses de l'Université Laval, p. 397-434.

- DAVALLON, Jean (2005), *L'exposition à l'œuvre : stratégies de communication et médiation symbolique*, Paris, L'Harmattan.
- DELARGE, Alexandre (2001), « Pratiques interprétatives en muséologie », *Étude de communication*, n° 24, p. 57-69.
- DUFRESNE-TASSÉ, Colette et André LEFEBVRE (1996), *Psychologie du visiteur de musée. Contribution à l'éducation des adultes en milieu muséal*. Montréal, Hurtubise HMH.
- GELLEREAU, Michèle (2004), Construire un monde culturel commun. Pratiques langagières et formes de médiation. vol. 1, parcours de recherche et synthèse des travaux. Habilitation à diriger des recherches en sciences de l'information et de la communication sous la direction de Bernard DELFORCE, Villeneuve d'Ascq, Université Lille 3.
- GELLEREAU, Michèle (2005), *La mise en scène de la visite guidée : communication et médiation*, Paris, L'Harmattan.
- GELLEREAU, Michèle (2007), « Pratiques culturelles et médiation » dans Stéphane OLIVESI (dir.), *Sciences de l'information et de la communication : objets, savoirs, discipline*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, p. 31-42.
- GOFFMAN, Erving (1991), *Les cadres de l'expérience*, Paris, Éditions de Minuit.
- JACOBI, Daniel et Odile COPPEY (1996), « Introduction – Musée et éducation : au-delà du consensus, la recherche du partenariat », *Publics et Musées*, 7, p. 10-22.
- JACOBI, Daniel (2000), « Tentatives de conclusion (et si on y regardait de plus près... ou de plus loin) », *Les enfants et les musées : actes des rencontres* (Conservatoire de l'agriculture, Chartres, 1^{er} décembre 1999), Chartres, Éditions Le Compa, p. 227-236.
- LAMIZET, Bernard et Ahmed SILEM (1997), « Médiation », *Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication*, Paris, Éditions Ellipses, p. 436-437.
- MARTIN, Thérèse (2009), « Entre sciences et esthétique, les manières de faire du public d'enfants dans le cadre du jeu de rôle de guide en contexte muséal » [DVD], *Les 30^{es} Journées internationales sur la communication, l'éducation et la culture scientifiques et industrielles*, Chamonix, © ACECSI.
- MARTIN, Thérèse (2011), L'expérience de visite des enfants en musée de sciences dans le cadre des loisirs : les logiques d'interprétation et enjeux d'un dispositif communicationnel. Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication sous la direction de Michèle GELLEREAU, Villeneuve d'Ascq, Université Lille 3.
- SILVERSTONE, Roger (1998), « Les espaces de la performance : musées, science et rhétorique de l'objet », *Hermès*, 22, p. 175-188.

ANNEXES

1. Les relations établies par les enfants avec l'espace de la rhétorique

1.1 Les relations établies par les enfants avec l'espace de la rhétorique de l'exposition *Le festin des dinosaures*

Les enfants interprètent le propos de l'exposition à partir de la mise en scène :

[...] on voit comment ils chassaient surtout [...] on voit comment il se défend, il bouge la queue. Là-bas, cela doit être une défense (Victor).

La pertinence du titre est discutée ; Fabio reste dubitatif, considérant que toutes les scènes ne sont pas représentatives d'un festin :

[...] oui, « Le festin des dinosaures »... Mais je sais pas pourquoi... il y a des passages où euh... on dirait pas vraiment qu'ils parlent du festin des dinosaures.

Il reprend les scènes présentées et les analyse en vérifiant le lien, présent ou non, avec l'idée de festin (en rapport avec le mode de nourriture) :

[...] là (scène 1) on voit que c'est le festin, parce qu'on voit que le nid il est en train d'éclore, ils vont vouloir le manger mais là je ne vois pas vraiment ils sont... C'est de l'attaque et de la défense, c'est pas un festin quoi !

Le propos peut être resitué par rapport aux différents aspects traités portant sur les dinosaures. Ludovic indique ce que l'on peut découvrir en visitant l'exposition :

[...] cette exposition, elle sert à voir euh... à regarder ce qui se passe, à regarder par exemple à regarder comment est les dinosaures, qu'est-ce qu'il fait et puis qu'est-ce qu'il mange.

Quelques citations montrant l'interprétation des enfants pour définir les caractéristiques du prédateur ou du charognard.

À sa façon, Priscillia définit ce que sont un charognard et un prédateur :

[...] les charognards c'est ceux qui mangent les restes des animaux morts, les prédateurs c'est plutôt ceux qui les tuent.

Mais Priscillia a conscience que la question à savoir si le *T. rex* est plutôt un prédateur ou un charognard reste toujours entière, même si elle l'imaginait volontiers comme prédateur :

[...] je pensais que c'était un prédateur le *T. rex* mais... en plus qu'on sait pas vraiment...

Son mode de déplacement en fonction de la longueur des pattes ainsi que le nombre de griffes sont des indications pour trancher sur l'attribution du caractère de charognard ou de prédateur :

[...] ça s'explique... son fémur était plus grand que son tibia, et il avait quatre griffes, il en avait trois devant et une derrière comme on peut voir (Nicolas).

1.2 Les relations établies par les enfants avec l'espace de la rhétorique de l'exposition *Ombres et lumière*

Les descriptions de l'affiche sur le déplacement de l'ombre selon les heures de la journée montrent les différentes approches.

Étienne entre dans le détail des heures et, de ce fait, il a une approche fragmentée du phénomène, sans le rattacher à une évolution globale sur la journée. L'objet est cité en tant qu'objet (l'arbre représenté sur la photographie n'est pas cité). Il établit un lien entre l'ombre et l'objet (sa provenance) par comparaison avec la taille et selon son évolution suivant les heures de la journée. Dans ce début de description, l'orientation de l'ombre et la position du soleil ne sont pas évoquées, c'est seulement par une dimension de l'aspectualisation (la qualification de l'ombre par sa taille) et la mise en relation temporelle (taille variable en fonction de l'heure précise) qu'Étienne engage sa description de l'affiche. Les qualificatifs pour la taille sont progressifs de petit, à long (grand), puis à immense — sans se référer à la cause, ici extérieure à l'image :

[...] alors là ce sont les ombres, à 6 h 22, l'ombre est allongée, elle est plus grande que son objet, 7 h 49, toujours plus longue, 9 h 51, plus petite, 12 h 30, il n'y en a presque plus, 14 h 44, toujours plus petite, après c'est plus long, plus long et immense.

C'est à la suite de la demande de précision de la chercheuse que l'enfant fait référence au soleil :

[...] le soleil fait comme ça, donc quand il est tout derrière, ça fait une immense ombre, quand il est au-dessus, cela fait une petite ombre.

[...] là, le soleil il est derrière la plante, alors cela fait ça. Vu que c'est le soir (Étienne).

Emma ne s'en tient pas strictement à ce qui est représenté sur l'affiche, car elle introduit le soleil dans sa description :

[...] le soleil, il est d'abord à l'est, il a tourné et après il est à l'ouest ; par exemple, à 6 h il était à l'est et à 21 h 10, il est à l'ouest [...] regardez, là ça tourne, par exemple à midi, c'est comme ça et ça tourne [...] la terre... elle tourne autour du soleil en même temps de tourner sur elle-même [...] c'est l'ombre (qui tourne). L'ombre est à l'ouest mais le soleil est à l'est et à 21 h 10, le soleil est à l'ouest et l'ombre est à l'est.

2. Les relations établies par les enfants avec l'espace du jeu

2.1 Les relations établies par les enfants avec l'espace du jeu de l'exposition *Le festin des dinosaures*

Dans une ambiance parfois morbide, l'espace ludique est représenté par l'intermédiaire d'un jeu global pour approcher la thématique de l'exposition sous la forme d'un jeu de piste autour de la question posée : « T. rex charognard ou prédateur ? ». Les enfants se prennent au jeu et recherchent par exemple des indices permettant de déceler lequel des deux dinosaures a attaqué l'autre. Comme si elles jouaient aux détectives, les deux sœurs (Charlotte et Julie) sont à la recherche de traces d'agression (des morsures) et mettent beaucoup de soin à établir l'existence de preuves (voir ci-dessous les cadres d'interprétation des enfants suscités par l'espace de la performance de l'exposition *Le festin des dinosaures*).

L'activité ludique contribue aussi à la convivialité de la visite à travers les souvenirs évoqués. En particulier pour Victor, le plaisir remonte à sa petite enfance avec sa passion pour les dinosaures :

[...] quand j'étais petit j'en étais amateur [...] vers euh... déjà tout petit, j'adorais les dinosaures vers quatre ans. J'en ai fait de belles parties. À quatre ans, je posais des questions aux parents.

2.2 Les relations établies par les enfants avec l'espace du jeu de l'exposition *Ombres et lumière*

L'interactivité, présente dans les manipulations interactives relevant des situations de tâtonnement expérimental et principe fondateur de la création de la Cité des sciences et de l'industrie, est resituée dans le cadre de l'expérience ludique.

Une activité comme l'« ombromaton » a un tel succès qu'en période d'affluence, les enfants attendent patiemment leur tour avant de pouvoir réaliser l'ombre de leur profil. Ils ont du plaisir à expliquer le fonctionnement de l'activité et à montrer le résultat obtenu :

[...] regarde (Julien montre le profil de son ombre sur un des écrans de télévision à côté de l'ombromaton) [...] tu cliques sur le début, il t'explique, après ton image elle va aller là... dans cette collection [...] c'est moi ça. [...] ah il est là son portrait, ça c'est Olivier et ça c'est moi.

3. Les cadres d'interprétation des enfants suscités par l'espace de la performance

3.1 Les cadres d'interprétation des enfants suscités par l'espace de la performance de l'exposition *Le festin des dinosaures*

Deux sœurs confrontent leurs points de vue : les subjectivités des enfants entrent en jeu dans l'espace de la performance. Elles sont à la recherche d'éléments de la scène qui permettraient d'argumenter pour l'une ou l'autre explication de la présence du sang, laissant apparaître une volonté de rigueur. Ces extraits révèlent les changements de cadres d'interprétation, par des balancements entre le cadre de la réalité et celui de la fiction, selon leur imagination.

Pour la plus jeune des fillettes, Charlotte, le *T. rex* est en train de chasser l'ankylosaure et il lui mord la queue ; c'est pour cela qu'il a du sang sur ses dents :

[...] il est en train de chasser celui-là pour lui mordre la queue [...] Non il a pas donné de coup. Par contre lui là il a réussi à le mordre hein, quand même. [...] Ben... Il saigne, il a du rouge sur ses dents.

Pour Julie, c'est plutôt l'ankylosaure qui a tapé très fort le *T. rex* avec sa queue :

[...] mais apparemment, il l'a pas mordu, il l'a juste tapé très fort.

Elles argumentent ensuite en fonction de la fabrication même des dinosaures :

[...] non mais oui ! Tout ça c'est de la peinture le rouge ! Mais il l'a pas mordu parce que ça se voit pas (Charlotte).

[...] si apparemment il a tapé très fort et ça l'a fait saigner un petit peu, ça l'a fait saigner (Julie).

[...] oui mais il l'a pas tapé, ils ont juste représenté que les dents rouges ça veut dire qu'ils l'ont mordu, qu'il l'a mordu (Charlotte).

[...] mais non parce qu'ils ont pas pu faire de trous ! Ils ont reconstitué avec les os dedans (Julie).

3.2 Les cadres d'interprétation des enfants suscités par l'espace de la performance de l'exposition *Ombres et lumière*

Les enfants, en situation de communication dans leur rôle de guide, veillent à prendre en compte leur visiteur pour faciliter sa compréhension. Ils réajustent leur discours par une reformulation plus précise, par un vocabulaire approprié au fur et à mesure de leurs explications.

La manipulation « grossir les ombres ». Deux bateaux sont fixés chacun sur un axe. En glissant un bateau sur son axe, on peut constater qu'en le rapprochant de la source de lumière, son ombre projetée sur une toile est grossie et inversement.

Li : là en fait c'est pour voir... si on se rapproche il devient petit et du fur et à mesure qu'on s'écarte de la toile, et ben il s'agrandit. Donc là il s'agrandit... il se rétrécit. C'est la même chose avec celui-là.

Li : [...] en fait plus tu es loin, plus on voit mieux.

D : loin de quoi ?

Li : loin de la toile... et plus près de la lumière, on voit en plus gros, plus loin de la lumière, on voit plus petit.

Une manipulation (« ombre et reflet ») plus délicate à comprendre, invite à décrire plus en profondeur la situation pour cerner les effets induits par l'éclairage, et ainsi ce qui relève de l'ombre ou du reflet. Un miroir dans lequel est découpé le contour du visage d'un clown est placé verticalement. L'éclairage sur ce miroir produit d'un côté le reflet sur un plan horizontal et de l'autre côté, l'ombre de la découpe du visage.

4. Les relations établies par les enfants avec l'espace de l'esthétique

4.1 Les relations établies par les enfants avec l'espace de l'esthétique de l'exposition *Le festin des dinosaures*

Les enfants témoignent des émotions qu'ils ont ressenties en découvrant l'exposition :

[...] au début j'avais un peu peur mais après ça passe [...] quand on regarde les trucs de loin, on voit tous les mouvements, on s'approche petit à petit. Même si c'est que des dinosaures, c'est un peu impressionnant (Victor).

Si Fabio confie que les scènes de l'exposition sont très impressionnantes, encore plus que les films documentaires sur les dinosaures,

c'est bien parce qu'on est devant, on est très devant cela fait c'est... choc quoi ça choque quand on voit comme ça... ç'a l'air tellement réel, il y en a, ils ferment les yeux et tout euh... c'est bien [...] Mais moi personnellement quand je suis rentré j'ai pas eu la frousse, mais bon je me suis dit quand même « ouah qu'est-ce que c'est que ça ? ».

Les réactions anthropomorphiques constituent aussi un cadre d'interprétation chez les enfants. L'époque des dinosaures que se représente Charlotte l'amène à qualifier la vie de « triste » pour certains dinosaures, et les animaux de « méchants » par le fait qu'ils s'entredévorent :

C'est pas joli à voir parce que tout le monde dévorait les feuilles... après y avait plus rien. Aussi c'était un petit peu triste pour les dinosaures qui étaient beaux parce qu'il y avait eu une météorite qui est descendue du ciel pour venir s'écraser sur la terre des dinosaures.

C'est aussi à travers leur implication affective que les enfants interprètent. Ils sont attirés par la taille du *T. rex* et par sa force, la puissance de ses mâchoires :

[...] moi il y a des dinosaures que je préfère c'est tous ceux qui sont pareils que ceux-là [...] il me plaît parce que aussi euh je l'aime bien, il est grand. [...] on le reconnaît parce que parfois il a toujours du sang sur ses dents, parce qu'il mange toujours les autres (Charlotte).

4.2 Les relations établies par les enfants avec l'espace de l'esthétique de l'exposition *Ombres et lumière*

Parmi les cas étudiés, on citera le cas singulier de Sammy dont l'approche est d'explorer le dispositif scénographique de l'exposition. Il est attiré par ces artefacts de la mise en scène, que ce soit la dimension sonore ou les jeux d'ombres en passant dans le couloir. Il est entre autres sensible à l'acoustique, son sens de l'ouïe a été en éveil :

[...] ben c'est les bruits, les ombres, euh... aux bruits qui sont par exemple, la grenouille, le chat, les oiseaux, euh tout ça... ça me plaît. Ça fait euh un peu maison hantée.

Julien a été très touché par le poème qu'il a écouté dans la cabane du jardin, au point d'en faire part à deux reprises, tellement l'émotion avait été forte. Il en donne quelques bribes qu'il a mémorisées en rapport avec l'amitié, sentiment qui justifie probablement son intérêt pour ce poème et le fait qu'il le trouve « joli » :

[...] Et c'est joli le poème du petit monsieur. [Le poème parle] des nuages, du soleil, un moment il dit « ami ».

Étienne ne manque pas non plus d'humour pour renchérir sur la mise en scène de l'« ombromaton », dont il montre le fonctionnement. Il en profite pour ajouter des qualificatifs pour décrire la photographie qui va apparaître :

Voix hors champ : Ah te voilà. Quelle belle ombre ! [...] Moi il me connaît. [...] Donc là il va me donner ma photo toute fraîche, elle est toute chaude, elle est bonne celle-là. Vous pouvez vous le faire si vous voulez.

Pour interpréter, il est aussi en mesure de jongler avec les entrelacements entre arts et sciences, propres à la conception de cette exposition.

Emma décrit les premières photos situées à l'entrée du couloir en mentionnant les ombres et leur taille en fonction des personnes, tout en les resituant selon la position du soleil :

[...] Là, c'est l'homme qui marche, le soleil est vers là, ça va faire... l'ombre est plus grande ; par exemple, là, y a deux personnes, l'ombre est plus grande que les deux vraies personnes. Là, c'est l'ombre, là c'est l'ombre et derrière ben... la personne... sera plus euh... et ainsi de suite, c'est pareil.

Dans la vitrine du cabinet de curiosités, les ombres des figurines produites au fond de la vitrine ont bien été remarquées par Étienne, qui commente l'une d'entre elles en expliquant l'un des paramètres de la théorie d'Archibald :

[...] alors après, là, ils montrent des ombres. Là, il y a une lampe, là, il y a un chameau. Et ça le grossit, vu que c'est loin. Quand on fait du cinéma avec des ombres, il faut savoir ça : plus tu recules... plus l'ombre est... plus le truc, la figurine est près de là, plus l'ombre est grosse.

L'ambiance suscite aussi l'imagination :

[...] une maison hantée... t'as des bruits et tu sais pas d'où ils viennent, c'est sombre, y a pas de lumière ; t'entends des grincements de porte, euh et après, après on va dire des fantômes et tout ça, mais bon (Sammy).

En voyant cette vitrine, Étienne imagine des films muets et des films d'ombres :

[...] Alors ça, c'est des « trucs » pour faire des films muets. C'est des trucs... vous voyez ? Là, ça peut faire, par exemple, un œil. Vous voyez ? [...] Voilà. Là, ça peut faire un... c'est un sac à pommes de terre. Et ça peut faire un filet, dans un film. Des « trucs » pour les films d'ombres.

5. Les références citées par les enfants

Les références citées par les enfants s'inspirent de leurs propres connaissances sur le sujet, issues des livres.

À propos de la scène 2, un dinosaure représenté couché avec des traces de griffes et de sang et deux plus petits à proximité, Fabio, sans prononcer le mot *prédateur*, décrit la fonction de prédation en se référant à ses lectures :

[...] ils l'ont attrapé, cela se voit aux blessures qu'il a, c'est des griffes, ils l'ont agrippé, quelque chose comme ça. S'ils l'avaient trouvé mort, il aurait peut-être pas eu de blessures... et puis je sais que dans certains documents que j'ai vus, beaucoup de dinosaures qui tuaient d'autres dinosaures ils les gardaient pour eux, ils le laissaient pas pour les autres.

D'autres références citées par les enfants sont issues de la lecture des cartels. Lors d'une observation scrupuleuse, Nicolas est en mesure d'identifier des indices relatifs à la période correspondant à la disparition des dinosaures, mentionnant ce qu'il a retenu des cartels lus par son père et par lui-même :

[...] dans le fond j'ai remarqué, et ils expliquent aussi des choses intéressantes, c'est que la fin des dinosaures est proche par exemple parce qu'on y remarque les conifères, les magnolias, des chênes là. La végétation est nouvelle parce qu'on peut reconnaître des choses qui sont familières comme des chênes, des conifères, des magnolias. Ça montre qu'on passait à une autre ère.

Je tiens à remercier les participants de leur contribution à cette recherche.

NOTES

1. Affichée sur le tableau noir : « La théorie d'Archibald : pour faire apparaître une ombre, il faut : une source de lumière, un objet dans la lumière, et une surface sur laquelle on peut voir l'ombre ».
 2. Selon Silverstone (1998), la rhétorique construite par le musée est constituée « *des objets, des commentaires et de plus en plus fréquemment d'images, d'installations [...]* » (p. 183). « *L'objet est mis en scène dans l'espace et dans le temps. Il représente une intention spécifique* ». (p. 175).
 3. La mise en exposition temporaire est, de toutes les missions de base du musée, celle qui mobilise le plus des démarches relevant de l'interprétation au sens de médiation et donc de prise en compte du visiteur (Delarge, 2001).
-

RÉSUMÉS

Dans le cadre des pratiques culturelles muséales et des loisirs, l'auteure de cette note de recherche s'intéresse à l'expérience muséale des enfants, plus précisément à leurs modes d'appropriation de l'exposition. Elle vise à décrire et à comprendre leur interprétation lors de leur expérience de visite. L'analyse des récits obtenus a permis d'élaborer les cadres d'interprétation des enfants relatifs aux espaces discursifs de l'exposition ainsi que quatre figures d'interprètes déclinées selon des modes d'appropriation.

Within the frameworks of leisure and of cultural practices of museums, the author of this research brief is interested in the children's experience of museums, especially their modes of appropriation. Her aim is to describe and to understand the children's interpretation during a scheduled visit of exhibits. The analysis of the children's verbal accounts enabled the author to delineate the frameworks in which they interpret the discursive spaces of the exhibits, as well as to recognize four types of child-interpret in varying modes of appropriation.

En el marco de las prácticas culturales de los museos y recreaciones, la autora de esta nota de investigación se interesa en la experiencia de los niños en los museos, particularmente en sus modos de apropiación de la exposición. El artículo tiene como objetivo describir y comprender la interpretación en el momento de la visita de los niños en la exposición. El análisis de los relatos obtenidos ha permitido elaborar los marcos de interpretación de los niños en lo que concierne a los espacios discursivos de la exposición, así como, cuatro figuras de expresión articuladas, según algunos modos de apropiación.

INDEX

Palabras claves : apropiación, interpretación, mediación, museo, niños

Keywords : appropriation, children, interpretation, mediation, museum

Mots-clés : appropriation, enfants, interprétation, médiation, musée

AUTEUR

THÉRÈSE MARTIN

Thérèse Martin est membre du Groupe d'études et de recherche interdisciplinaire en information et communication (GERIICO) à l'Université Lille 3. Cette note de recherche est tirée de sa thèse déposée en 2011. Courriel : therese.martin@wanadoo.fr

Les médias, l'autre et moi

L'éducation aux médias comme terrain d'analyse et de pratique de la relation à l'altérité

Marlène Loicq

- 1 Les études sur les médias et les pratiques culturelles (Maresca *et al.* 2011 ; Donnat, 2009) sont nombreuses et variées. Elles prennent souvent comme point de départ leur omniprésence dans la vie sociale. Ces recherches, quantitatives, auxquelles on reproche la faiblesse explicative des formes que prennent ces pratiques et des effets qu'elles exercent sur la vie sociale des individus, sont souvent accompagnées de données plus qualitatives sur la perception, l'acceptation ou le rejet d'un support médiatique, le plus souvent la télévision (Frau-Meigs, 2011 ; Glevarec, 2009). Elles conduisent finalement à mieux connaître le public que l'objet média et la relation entre eux deux. Pour leur part, le paradigme interactionniste et les théories de la réception font de cette relation non plus un moment unique, mais le résultat d'un processus plus large de mise en sens ou, plutôt, de resignification étendu à l'ensemble des pratiques culturelles, du contexte social et de l'identité individuelle du sujet. D'où l'importance de comprendre le type d'expérience que les jeunes et les adultes ont avec les médias, car elle joue certainement un rôle déterminant dans leur relation au monde, et *a fortiori* à des périodes où l'affirmation de soi est un enjeu de socialisation. La construction identitaire est un processus dynamique et permanent. Berger et Luckmann (1966/1997) distinguent les socialisations primaire et secondaire qui se nourrissent de toutes les formes d'information et d'expériences du monde, qu'elles soient médiatisées par un canal naturel ou technique. Autrement dit, l'identité des individus, à la fois sociale et culturelle, est structurée par leurs interactions avec le monde, qu'elles soient « réelles » ou « virtuelles ».
- 2 Les individus sont donc des êtres réflexifs capables de composer leur identité à partir de l'horizon expérientiel élargi auquel ils ont accès grâce aux médias (Giddens, 1991). Les médias multiplient alors les options possibles et ce pluralisme a certainement une influence sur les modalités mêmes des constructions identitaires (Camilleri, 1999), lesquelles appellent la présence nécessaire d'un autre. Un *alter* auquel chacun s'identifie ou duquel il se distingue ; un autre qui l'aide à dresser les frontières du soi, une altérité qui, dans sa similitude et sa différence, lui permet de se composer dans sa

singularité (Ricoeur, 1990). Or, phénomène homogénéisant ou vitrine de la pluralité des représentations du monde, les tensions définitoires et les conflits de pouvoir qui se jouent dans l'espace public médiatique (Maigret et Macé, 2005) offrent une place centrale à l'autre et le mettent en scène. La rencontre de l'altérité constituante se fait alors dans toute la mesure contradictoire des médias de masse (Hall, 1997, 2008), dans l'interaction que ceux-ci convoquent et au cours de laquelle se construisent les identités (Lipiansky, 1992). De ce constat jaillissent les questionnements problématiques sur le rapport médiatisé à l'autre (Denooz et Thiéblemont-Dollet, 2011). Quelles places et quels rôles occupent les médias dans la construction identitaire ? Quels types de relations à l'autre permettent-ils de tisser ?

- 3 Ces dimensions peu explorées des médias offrent l'occasion de proposer des approches nouvelles pour penser les pratiques culturelles et les *médiacultures* (Maigret et Macé, 2005) ; d'impulser une réflexivité probante pour cerner la question des représentations ; de donner des outils analytiques et pratiques pour rendre plus réfléchi l'engagement des individus dans l'usage qu'ils font des médias. L'éducation aux médias, intégrée dans les politiques éducatives de différents pays, reconnue comme porteuse d'enjeux majeurs des sociétés modernes, nous apparaît comme un terrain pertinent à l'exploration de ces dimensions. En effet, les résultats de notre recherche doctorale (Loicq, 2011) montrent une convergence certaine des problématiques interculturelles et des enjeux de l'éducation aux médias, révélant ainsi le bien-fondé de leur rapprochement systématique. Dans cette note de recherche, nous mettons en question la capacité de l'éducation aux médias à se prêter à l'analyse des relations interculturelles par les médias, à la fois comme déterminantes dans la constitution identitaire, d'un soi et d'un autre, mais aussi dans l'usage d'une communication réussie avec la différence. Pour ce faire, et dans une perspective d'exploration de faisabilité, nous avons élaboré un projet de recherche-action. Cette note décrit donc la méthodologie choisie pour un projet en cours et vise essentiellement à révéler la pertinence de rapprocher l'interculturel et les médias, et ce, au sein d'une éducation aux médias qui se présente comme terrain adéquat à l'analyse des relations des individus aux médias. Nous ne présenterons donc pas de résultats à proprement parler, mais des éléments de discussion induits par les premières données récoltées lors de cette phase exploratoire.

La méthodologie

- 4 Dans une approche pluridisciplinaire de compréhension de la relation jeune-média-monde, nous avons opté pour une démarche qualitative. Riche de nombreuses méthodologies d'organisation du réel, la recherche qualitative offre un large éventail d'outils et de méthodes pour constituer un objet de science (Denzin et Lincoln, 2000). Le paradigme participatif, ancré dans une épistémologie qui inclut des savoirs expérientiels, propositionnels et pratiques, permet de saisir son objet de recherche dans la collaboration et le contexte de son existence. Ainsi, cette démarche nous permet d'élaborer à la fois des savoirs, limités à l'expérience, mais fondés sur le vécu et la subjectivité critique, laissant une large place à la réflexivité tout en mettant l'accent sur l'importance accordée aux aspects pratiques qui ont conduit à un changement. Cette approche offre à la fois une connaissance scientifique, analytique, en plus d'être un projet éducatif (aux médias), pratique.

- 5 Pour répondre aux deux objectifs de cette recherche (l'investigation concertée de la nature de la relation au monde par l'intermédiaire des médias dans une démarche analytique et un apprentissage des médias par un engagement actif des sujets), nous avons adopté une démarche qui allie des actions réflexive et pragmatique. Cette démarche vise la transformation des sujets par l'acquisition de savoirs pratiques et la constitution de savoirs pour les scientifiques qui s'y engagent, et s'ancre dans un paradigme participatif auquel elle emprunte les postures, les outils et les méthodes de la recherche-action tels qu'ils sont énoncés par Heron et Reason :

The arguments for a participatory worldview are articulated based on a subjective-objective ontology ; an extended epistemology of experiential, presentational, propositional, and practical ways of knowing ; a method based on cooperative relations between co-researchers ; and an axiology that affirms the primary value of practical knowing in the service of human flourishing (1997 : 274).

- 6 Les volets analytique et pratique sont guidés par l'objectif de compréhension et d'*empowerment* des étudiants dans leur relation aux médias (Carlsson *et al.*, 2008), et plus particulièrement dans le rôle joué par la mise en scène de l'altérité dans les expériences, les connaissances et les représentations qu'ils peuvent s'en faire, en vue de la gestion des interactions présentes ou futures. Nous avons mené cette activité autour du thème de l'étranger, l'une des figures symboliques possibles de l'autre. La recherche-action a pour force d'alterner des périodes de production et d'action avec des moments de réflexion critique. Autour du thème de l'étranger, les participants-acteurs¹ ont élaboré, d'une part, une réflexion sur leur rapport à l'image de l'étranger sous les différentes formes médiatiques qui leur étaient familières et, d'autre part, une démarche pratique de production d'un discours médiatique sur ce même thème.

Présentation du terrain

- 7 Cette recherche s'est effectuée avec des étudiants de troisième année (intégrant la filière communication) dans le cadre de notre cours Éducation aux médias, outils et pratiques, donné durant une session complète (13 semaines) en 2010 à l'Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3. Nous avons sélectionné cette tranche d'âge, de 18 à 25 ans, parce qu'elle réunit des utilisateurs autonomes, nomades et actifs de tous les types de médias (bien que les médias audiovisuels et individuels en soient, pour des raisons économiques, culturelles et sociales, les plus représentés).
- 8 Lors de la première séance du cours, nous avons proposé le projet aux 19 étudiants inscrits. Dès la séance suivante, nous avons amorcé le travail participatif avec 17 étudiants de statuts et de conditions de vie différents (14 filles et 3 garçons), dont quatre individus d'origine étrangère. Malgré l'acceptation unanime du plan de cours, deux étudiantes d'origine asiatique et récemment arrivées en France ont quitté le groupe.

Présentation des outils

- 9 Dans le but d'enregistrer divers renseignements relatifs à la problématique, et toujours dans une démarche exploratoire, nous avons mis en place divers outils de collecte de données. Ce projet a été réalisé à partir des conditions de la recherche-action et en cohérence avec le domaine de l'éducation aux médias qui se construit à la fois dans une dimension analytique et réflexive et par une pratique de production. Tout d'abord,

dans le cadre de l'approche analytique, la méthode du carnet de bord a été utilisée pour saisir la nature des usages médiatiques des participants. Chaque étudiant devait quotidiennement prendre en note ses différentes pratiques médiatiques, en indiquer la durée, les conditions d'utilisation (seul, en groupe, en public, en privé, etc.), les raisons (pour le travail universitaire, professionnel, le plaisir, la détente, la communication, etc.) et relever le message principal dans le cas de communications médiatiques ou les avantages ou les obstacles dans le cas de communications médiatisées. Une partie de son carnet était aussi réservée aux commentaires libres. Cette méthode a conduit, ensuite, à des discussions de groupe sur les conséquences de la diversité des pratiques médiatiques adoptées et a donné lieu à des entretiens individuels semi-directifs.

- 10 En ce qui a trait à la dimension pratique, c'est dans un travail collaboratif de production que les participants et les participantes ont été confrontés au thème du projet. Ils ont dû passer par plusieurs étapes, dont, tout d'abord, le design et la préproduction d'un produit médiatique. Ensuite, ils ont dû mener à bien sa réalisation sur des supports variés (principalement radio, télévision, cinéma), en faire la présentation à l'ensemble du groupe et, enfin, élaborer une réflexion personnelle, sous forme de dissertation, sur le traitement de l'étranger dans les médias et les conditions de sa mise en discours dans le cadre de leur production.
- 11 Pour clore cette activité, nous nous sommes enquis, par des entretiens individuels et collectifs avec les participants (Blanchet et Gotman, 2005), des transformations perçues sur le mode d'appréhension de l'idée d'étrangéité.

Éléments de discussion

- 12 De ce projet exploratoire, nous avons pu recueillir plusieurs données intéressantes quant à la faisabilité d'une recherche-action en éducation aux médias portée par des problématiques interculturelles. Dans un premier temps, l'approche réflexive menée grâce aux carnets de bord et aux discussions de groupe a conduit à une connaissance partagée des notions mêmes de discours et d'étrangéité et soulevé des questionnements du type : qui est étranger ? Quand et comment y fait-on référence ? L'étrangéité est-elle donnée ou subjective ? Comment concevoir l'autre ? Etc. Nous nous sommes alors engagés dans une réflexion critique d'ordre juridique, philosophique, artistique, etc. sur ce que l'on dit de l'étranger et sur la place qu'il occupe dans les discours médiatiques français. À l'initiative des étudiants étrangers, nous avons eu des échanges non plus seulement concentrés sur les médias, mais élargis à l'ensemble du monde social.
- 13 Cependant, la méthode du carnet de bord est exigeante, à la fois pour les participants et pour les analystes qui y trouvent une quantité d'éléments d'information divers qu'il n'est pas toujours aisé de synthétiser. Associée à une réflexivité pouvant se rapprocher du journal intime, elle semble être moins plébiscitée par les tranches d'âge ici sélectionnées. Néanmoins, certaines étudiantes étrangères ont eu l'occasion d'engager un lien de confiance et d'échange recherché, lequel n'est pas toujours accompli dans leur nouveau contexte social.
- 14 Dans un second temps, l'approche pratique a rendu plus évidents la notion de point de vue, le principe de la représentation et l'ancrage spécifique d'une parole dans un lieu et un temps donnés. Par ce travail de production et en choisissant divers formats et

genres (message publicitaire, émission de parole, campagne de prévention, etc.), les participants ont mesuré les contraintes imposées par les dispositifs médiatiques et les fonctions du discours, sur lequel nous avons mené une réflexion préalable. Les étudiants ont alors non seulement été engagés dans des pratiques interculturelles et médiatiques, mais ont aussi mené des réflexions poussées à leur égard. Ils ont ainsi accumulé des savoirs pratiques et théoriques par un apprentissage réflexif et engageant.

- 15 Finalement, il s'avère que la notion de point de vue a été retenue comme fondamentale pour percevoir l'autre ; et celle de discours pour en comprendre la mise en scène, c'est-à-dire le processus même de mise en altérité. Ces deux notions sont apparues fondamentales pour penser la communication interculturelle et pour développer une éducation interculturelle portée par une compétence de communication.
- 16 Si la question de l'étranger a été en tout temps délicate à aborder, l'exemplification par les produits culturels et la monstration par les outils médiatiques semblent soulager une partie de la tension sous-jacente. Le groupe avec lequel a été mené le projet, lui-même culturellement hétérogène, a véritablement été confronté à des situations de communication interculturelle dans ses diverses conditions de contact et d'échange.
- 17 Nous avons alors pu relever deux niveaux d'intervention. D'abord, le thème même, traité par l'intermédiaire des productions culturelles, semble donner un appui, voire une excuse pour se questionner sur l'autre. Il engage chacun dans un travail réflexif et analytique. Ensuite, le projet offre la possibilité d'entrer en conversation avec cet autre, étranger, mais aussi partenaire de l'action éducative (virtuellement ou dans la classe). Il s'agit alors d'une analyse fondée sur la participation et l'échange, eux-mêmes interculturels.
- 18 Si les réflexions sur ce projet, exploratoire, sont partielles et provisoires, elles réaffirment cependant la disponibilité et la pertinence de l'éducation aux médias pour mettre en question la relation entre les jeunes, les médias et le monde, dans une approche à la fois réflexive et pragmatique. Ce domaine pluridisciplinaire offre une approche nouvelle pour penser les *médiacultures* à partir de la réflexivité des acteurs, pour apporter du changement et conduire à l'*empowerment* attendu par rapport aux médias et pour explorer de manière ethnographique ou socioanthropologique les pratiques et la réception. L'éducation aux médias étant elle-même articulée autour d'approches théoriques et pratiques, elle se présente alors comme un champ pluridisciplinaire propice à l'exploitation du potentiel interculturel des médias et particulièrement adéquat à soutenir la recherche-action.

BIBLIOGRAPHIE

BERGER, P. et T. LUCKMANN (1966/1997), *La construction sociale de la réalité*, Paris, Armand Colin.

BLANCHET, A. et A. GOTMAN (2005), *L'enquête et ses méthodes : l'entretien*, Paris, Armand Colin, Coll. « Sociologie ».

- CAMILLERI, C. (1999), « Identité personnelle, identité collective : les différentes formes de contact et d'échange » dans J. DEMORGON et E. M. LIPIANSKY, *Guide de l'interculturel en formation*, Paris, Retz p. 158-165.
- CARLSSON, U. et al. (dir.) (2008), *Empowerment Through Media Education, an Intercultural Dialogue*, Göteborg, Nordicom.
- DENOOZ, L. et S. THIÉBLEMONT-DOLLET (dir.) (2011), *Le moi et l'autre*, Nancy, Presses Universitaires de Nancy.
- DENZIN, N. K. et Y. S. LINCOLN (dir.) (2000), *The Sage Handbook of Qualitative Research*, Thousand Oaks, Sage.
- DONNAT, O. (2009), *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique*, Paris, La Découverte.
- FRAU-MEIGS, D. (2011), *Socialisation des jeunes et éducation aux médias*, Toulouse, Érès.
- GIDDENS, A. (1991), *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*, Stanford, Stanford University Press.
- GLEVAREC, H. (2009), *La culture de la chambre. Préadolescence et culture contemporaine dans l'espace familial*, Paris, La Documentation française.
- HALL, S. (2008), *Identités et cultures. Politiques des Cultural Studies*, Paris, Amsterdam.
- HALL, S. (dir.) (1997), *Representations. Cultural Representations and Signifying Practices*, Thousand Oaks, Sage.
- HERON, J. et P. REASON (1997), « A participatory inquiry paradigm », *Qualitative Inquiry*, 3(3), p. 274-294.
- LIPIANSKY, E. M. (1992), *Identité et communication*, Paris, Presses Universitaires de France.
- LOICQ, M. (2011), *Médias et interculturalité : l'éducation aux médias dans une perspective comparative internationale*. Thèse de doctorat en cotutelle soutenue le 1^{er} décembre 2011 à l'Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3 et déposée à l'Université Laval (Québec) en janvier 2012, sous la co-direction de Guy LOCHARD et Estelle LEBEL.
- MAIGRET, E. et E. MACÉ (dir.) (2005), *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Paris, Armand Colin/INA.
- MARESCA B. et al. (2011), « Dépenses culture-médias des ménages en France au milieu des années 2000 : une transformation structurelle », *Culture études*, Ministère de la Culture et de la Communication [En ligne], <http://www.culture.gouv.fr/deps> (Page consultée le 10 octobre 2011).
- RICOEUR, P. (1990), *Soi-même comme un autre*, Paris, Seuil.

NOTES

1. Conformément au paradigme participatif qui considère les sujets comme des cochercheurs, et avec consentement de leur part, nous communiquons les noms des étudiants ayant participé au projet : Claire Arnaud, Franck Babeau, Claire Chatrenet, Simon Clair, Anne Coupat, Delphine Dubourg, Laura El Feky, Madalina Gubas, Laura Hylton, Marie Lagrue, Emilie Laurent, Xavier Leray, Martha Pearce, Amélie Petit, Jessica Taclet, Elena Tislenko et Charline Wöhrel.

RÉSUMÉS

Les médias ont largement intégré la vie sociale et personnelle des individus, particulièrement des jeunes. Ils offrent un horizon élargi d'expériences dans la construction permanente de leur identité. Cette note de recherche suggère que l'éducation aux médias est un terrain propice dans l'exploration des pratiques médiatiques, des *médiacultures* et de la maîtrise des outils impliqués dans la définition de soi et de l'autre. De la réflexivité à la pratique, en passant par l'analyse, l'auteure relate les étapes d'une recherche-action menée sur le thème de l'étranger.

The media have deeply integrated the social and personal lives of individuals, especially the younger generations. They provide a wide range of experiences upon which to base the permanent process of identity construction. This research brief suggests that media education is a fertile ground to explore media practices, "mediacultures" and the mastery of those tools involved in the construction of one's self and that of the other. Combining reflexive perspective and analysis, the author describes the stages of an action research project conducted on the topic of "the foreigner".

Los medios de comunicación han integrado ampliamente la vida social y personal de los individuos, particularmente la de los jóvenes. Estos ofrecen un horizonte extenso de experiencias en la construcción permanente de su identidad. Esta nota de investigación sugiere que la educación en los medios de comunicación es un terreno propicio para la indagación de las prácticas mediáticas, *médiacultures* y dominio de los instrumentos utilizados en la definición de sí mismo y del otro. La autora del artículo, pasando de la reflexividad a la práctica y, previamente por el análisis, describe las etapas de una investigación-acción llevada a cabo sobre el tema del extranjero.

INDEX

Palabras claves : educación en los medios de comunicación, identidad, investigación-acción, *médiacultures*, prácticas mediáticas

Keywords : action research, identity, media education, media practices, *mediacultures*

Mots-clés : éducation aux médias, identité, *médiacultures*, pratique médiatique, recherche-action

AUTEUR

MARLÈNE LOICQ

Marlène Loicq est docteure en communication. Elle a obtenu un doctorat en cotutelle en sciences de l'information et de la communication à l'Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3 et un doctorat en communication publique à l'Université Laval (Québec). Courriel : marleneloicq@gmail.com

Entre blogues et *web diaries*

Le blogue « privé » comme méthode pour obtenir des données qualitatives sur la sexualité

Marie-Ève Lang

- 1 Internet est reconnu comme un moyen de choix pour obtenir des renseignements sur des sujets sensibles, comme la sexualité (Gray *et al.*, 2002 ; Suzuki et Calzo, 2004). Très peu de recherches ont porté sur la façon dont les jeunes utilisent le Web pour obtenir de l'information à ce sujet (Buhi *et al.*, 2009) et elles datent pour la plupart du début des années 2000 (Jones et Biddlecom, 2011). Plusieurs se limitent aux populations nord-américaines et certaines se contredisent, notamment sur les aspects de l'utilité du Web et de sa fiabilité (Hetsroni, 2007). D'autres mettent l'accent surtout sur les effets défavorables possibles d'Internet (Döring, 2009) de même que sur la capacité des jeunes à trouver de l'information pertinente au sujet de la sexualité (Buhi *et al.*, 2009).
- 2 Les études privilégient le sondage et très peu une approche qualitative, alors qu'il est difficile de quantifier les raisons qui motivent les jeunes à chercher certains renseignements sur Internet (Gray *et al.*, 2002).
- 3 D'autres études « observent » électroniquement le comportement des jeunes sur le Web. Smith *et al.* (2000), par exemple, ont voulu quantifier la qualité et l'accessibilité de l'information sur la sexualité que l'on peut trouver sur Internet. Ils ont demandé à des collégiens de répondre à deux questions à l'aide d'un navigateur Web, dont celle-ci : « *You have symptoms which make you suspect that you have a sexually transmitted disease. Find a Web page that describes the symptoms of STDs* » (p. 687). Le nombre de tentatives des participants et le temps déployé étaient enregistrés pour déterminer l'accessibilité de l'information. Buhi *et al.* (2009) ont adopté une méthode similaire. Avec une équipe d'infirmières, de spécialistes de la santé et d'intervenants en santé sexuelle, ils ont établi une liste de 12 scénarios « réalistes » (non réels) où des jeunes vivent des situations difficiles et cherchent des renseignements précis sur le Web. On a demandé aux 34 étudiants universitaires participants de se projeter dans les différents personnages des scénarios et d'effectuer des recherches sur Internet. De plus, ils étaient invités à exprimer, dans un micro ouvert, les raisons qui motivaient leur choix

de navigation, lesquelles étaient enregistrées. Le nombre de clics et le temps de recherche étaient comptabilisés.

- 4 Si ces deux méthodes permettent de mesurer l'efficacité des participants à trouver rapidement de l'information sexuelle sur Internet, elles laissent ouverte la question « Qu'est-ce que les jeunes cherchent sur Internet ? ». Comme les situations sont « scénarisées », les résultats ne sont que relativement utiles. Si la situation était réelle et correspondait à un authentique désir de savoir, le temps consacré à la recherche d'information serait fort probablement différent. De plus, les mises en situation font appel aux connaissances des étudiants participants, ce qui peut créer le sentiment de « passer un examen ».
- 5 L'utilisation du blogue comme outil de collecte de données est récente en sciences sociales (Snee, 2008 ; Hookway, 2008). Les quelques recherches qui ont eu recours au blogue ont surtout porté sur l'étude des différentes communautés virtuelles sur le Web. Le blogue était moins un *outil* qu'un *terrain* à explorer : celui d'une communauté déjà blogueuse et déjà désireuse de divulguer et de rapporter des éléments de sa vie privée sur le Net.
- 6 Très peu d'études ont intégré le blogue dans la démarche même de collecte et *demandé* aux participants de tenir un blogue sur un sujet précis. Le seul champ d'études où, à notre connaissance, on trouve une telle pratique est celui de l'enseignement, et plus particulièrement de l'enseignement des langues secondes (voir notamment Yang, 2009). Il s'agissait d'intégrer la tenue d'un blogue au curriculum, et l'exercice constituait plus un devoir qu'une méthode de collecte de données (les blogues ne faisaient pas l'objet d'une analyse).
- 7 Notre utilisation du blogue¹ pour obtenir des renseignements sur un sujet précis et délicat par une communauté non constituée et non blogueuse semble une première, et ce, malgré l'immense avantage que procurent le Web et une méthode centrée sur le *blogging* (Snee, 2008 ; Hookway, 2008). La méthode qui s'en rapproche le plus serait celle du *web diary*. Le *diary* traditionnel est un journal de bord ou un journal intime sollicité dans le cadre d'une recherche (Elliot, 1997). La variante Web du *diary* présente l'avantage d'être accessible partout (ou presque) et de fournir une variété de renseignements en temps réel, puisque les entrées sont datées électroniquement et accessibles instantanément.
- 8 Le *web diary* sert, dans la plupart des cas, à enregistrer les comportements précis et ponctuels, comme cela a été le cas pour Horvath *et al.* (2007). Ces derniers voulaient obtenir un relevé détaillé des activités sexuelles d'hommes homosexuels et désiraient du même coup évaluer la précision et la fiabilité des entrées fournies au moyen de cette méthode (comparativement à celle des sondages), de même que l'appréciation générale des participants à l'égard de cette nouvelle approche. Ces derniers ont d'ailleurs évalué favorablement la méthode en raison de la facilité de son utilisation, de la protection de la confidentialité qu'elle permettait et de sa valeur scientifique perçue.

Notre méthode

- 9 Afin de pallier les différents écueils méthodologiques des études précédentes et de nous rapprocher de l'expérience « réelle » des jeunes, d'une part, et de mettre à profit les nouvelles technologies de l'information, d'autre part, nous avons élaboré un outil de

collecte de données qualitatives relatives à la recherche d'information sur la sexualité sur le Web. Avec l'aide d'un informaticien, nous avons créé un site Internet et demandé à des adolescentes et à des jeunes femmes² de 17 à 21 ans de tenir un blogue sur leur expérience (présente ou passée) d'utilisation du Web pour s'informer sur la sexualité. Nous avons voulu, d'abord, dresser la liste des sujets sélectionnés par les participantes, noter les renseignements obtenus (ou non) et déterminer l'outil de recherche utilisé (forums de discussion, portails, blogues, vidéos, sites gouvernementaux, sites pornographiques, etc.). Ensuite, nous les avons interrogées sur la façon dont elles intégraient ces renseignements dans leur vie et sur l'importance qu'elles leur accordaient.

- 10 Divers moyens ont été mis à leur disposition pour s'exprimer : entrée de texte, enregistrement vidéo ou enregistrement audio, liens URL et photos téléchargées du Web.
- 11 Afin de respecter la vie privée des participantes et d'encourager la confiance, seuls la chercheuse et son informaticien avaient accès au blogue, dont les entrées étaient protégées par un mot de passe.

Figure 1. Page d'entrée du blogue

- 12 La méthode du blogue « privé » peut se jumeler à d'autres méthodes, comme celles de l'entrevue semi-dirigée ou du groupe de discussion. Le blogue peut alors servir de base aux entrevues individuelles, à titre de canevas général ou de point d'entrée pour approfondir un thème particulier. Ainsi, notre blogue a d'abord servi de base aux entrevues avec les participantes et nous a ensuite permis de cibler un aspect précis de leur expérience de la sexualité, soit l'agentivité sexuelle³.

Le blogue privé

- 13 La méthode du blogue privé utilise l'interface Web des médias sociaux et leurs recours à divers formats électroniques.

Figure 2. Page d'insertion des entrées

- 14 Les participantes peuvent bloguer au moment qu'elles jugent opportun, dans le confort et l'intimité de leur foyer, ce qui contribue à réduire la peur de se sentir jugées par les chercheurs et la gêne que pourrait susciter un sujet aussi délicat. Selon Hookway (2008), l'utilisation du blogue en recherche permet de recueillir des renseignements plus fiables sur des sujets sensibles, comparativement aux sondages ou aux entrevues.

Figure 3. Profil de la participante (page présentant les entrées antérieures)

- 15 La méthode du blogue privé facilite grandement les échanges lors des entrevues individuelles ou des groupes de discussion. L'information contenue dans le blogue peut servir de point de départ à la conversation et ainsi donner l'impression que « la glace est déjà brisée » entre la chercheuse et les participantes. Les entrevues peuvent de la sorte, si besoin est, pallier les lacunes du blogue privé en posant des questions plus ciblées et permettre du même coup d'évaluer la méthode du blogue, en recueillant les commentaires des participantes sur son utilisation.
- 16 En plus de ces avantages, le recours au blogue privé présente plusieurs points d'intérêt. En voici quelques-uns.

Le blogue privé permet l'expression de l'agentivité personnelle et politique des participantes

- 17 Le concept d'« agentivité personnelle » fait référence à la capacité d'agir de façon compétente, raisonnée, consciencieuse et réfléchie (Smette *et al.*, 2009). Il renvoie, d'une part, à l'idée d'action et, d'autre part, à l'idée de responsabilité : on montre une part d'agentivité lorsqu'on se sent « agent » de ses propres actions (Bulot *et al.*, 2007). À l'instar d'Allen (2008), qui, par la méthode des *photo diaries*, a voulu savoir comment des élèves d'une école postsecondaire apprenaient au sujet de la sexualité à l'école⁴, et de Zukic (2008), qui a étudié les écrits autobiographiques de jeunes femmes musulmanes lesbiennes⁵, nous considérons que la méthode du blogue privé permet aux participantes d'exercer à la fois leur agentivité personnelle (liberté d'interpréter le concept de sexualité) et politique (liberté d'interroger le discours hégémonique).
- 18 Une telle méthode, estime Allen, « *enables young people to actively participate in the meaning made of [the contents]* » (p. 368). En effet, puisque les participants d'Allen ont eu la liberté de déterminer le contenu et la composition des images qu'ils devaient prendre pour l'étude, on leur permettait, d'une certaine façon, d'interpréter librement certains concepts, dont celui, pourtant primaire, de sexualité : « *Despite being primed that the focus of the research was <sexuality>, participants chose to capture moments of school life that they explicitly characterised as non-sexual* » (p. 569). Plus encore, selon Allen, la méthode a permis de diminuer de façon draconienne la perspective *top-down* qui existe la plupart du temps entre chercheurs et participants.
- 19 La méthode du blogue privé permet également aux participants d'augmenter l'expression de leur agentivité personnelle. En effet, à l'instar d'Allen, nos participantes ont la possibilité d'interpréter le concept de sexualité. Elles ont pu, par exemple, décider si, pour elles, la sexualité incluait les relations interpersonnelles avec leurs copains ou les discussions avec leurs parents. Elles ont également pu déterminer ce qui constituait un apprentissage ; elles ont donc eu la liberté de faire ou non la distinction entre divertissement et information.

Le blogue privé permet l'expression de soi et les confidences chez une population précise

- 20 Selon Stern (1999), Internet constitue « *a safe place* » (p. 5) où les filles peuvent s'exprimer librement « *without fear of endangering themselves, their relationships, or their <realities>* » (p. 39). Le Web serait un endroit où elles peuvent construire leur identité et

leur réalité sociale de façon active, en utilisant leurs propres mots et leurs propres moyens (Grisso et Weiss, 2005).

- 21 Plus encore, parce que le site Web que nous avons conçu reprend la navigation dans une forme très proche des médias sociaux, les participantes acceptent relativement facilement les exigences de la méthode, malgré l'effort qu'elles représentent (Hookway, 2008). D'ailleurs, plusieurs d'entre elles ont spontanément reconnu avoir trouvé du plaisir à alimenter le blogue. Cet élément est crucial : dans une étude sur les motifs qui poussent les gens à tenir ou à lire des blogues, il a été montré que le plaisir associé à cette activité constituait le facteur le plus important de motivation (avant même toute perception de son utilité) (Hsu et Lin, 2008).
- 22 Pour certaines participantes, la méthode a encouragé d'autant plus facilement les confidences qu'elles étaient conscientes que le blogue était privé et que la chercheuse « n'était pas là pour [les] juger », ce qui suggère que les risques d'autocensure ont ainsi pu être diminués.
- 23 Les résultats que nous avons obtenus vont en ce sens. Parmi la trentaine de jeunes femmes qui ont accepté de tenir leur blogue, plusieurs ont abordé, et avec candeur, des sujets délicats qui auraient difficilement pu être développés dans une rencontre en personne, compte tenu du niveau de gêne qu'ils peuvent provoquer. Relations sexuelles douloureuses, masturbation, homosexualité, avortement, pornographie, virginité, craintes d'avoir contracté une infection transmise sexuellement, etc. : tous ces sujets ont été abordés dans le blogue, et ce, dès les premières semaines.

Le blogue privé encourage l'apprentissage et la réflexivité chez les participantes

- 24 Selon Yang (2009), l'utilisation de blogues dans le processus permet une réflexion plus critique que celle que peuvent susciter les entrevues et les groupes de discussion. Dans son étude sur l'utilisation de blogues dans un curriculum universitaire chez des étudiants en enseignement de langues secondes, les deux tiers des participants ont déclaré « *that it was easy and comfortable to post comments and challenge their peers on the blog instead of discussing the issues in a face-to-face context* » (p. 17), ce qui a fait en sorte que les commentaires ont été plus réfléchis.
- 25 Si le blogue privé ne permet pas l'affichage de commentaires entre les participantes (puisque'il est privé), il exige néanmoins que les réflexions soient mises par écrit. La chercheuse, parce qu'elle peut interagir avec les participantes (notamment par courriel), peut les amener à pousser plus loin leur réflexion. Cette interactivité peut s'avérer bénéfique : « *[Participants] reported that due to such challenges set by the instructors their thinking went deeper and became more critical* » (Yang, 2009 : p. 17).

Le blogue privé est susceptible d'augmenter la littératie liée au Web auprès des filles

- 26 Selon Farmer (2008), toute activité qui inclut une composante Web permet aux adolescentes et aux jeunes femmes d'augmenter leur compréhension et leur connaissance de cet outil, un avantage important qui peut leur permettre notamment d'être plus compétitives lors de l'entrée sur le marché du travail.

- 27 Le blogue privé aurait comme avantage « auxiliaire » d'augmenter la littératie liée au Web chez les participantes. Par exemple, après avoir obtenu les outils nécessaires et réalisé qu'elles ont les compétences pour le faire, certaines d'entre elles pourraient décider de créer leur propre blogue, une compétence recherchée par plusieurs employeurs.

Le blogue privé permet d'inclure l'étude des images dans le devis de recherche

- 28 Le fait d'utiliser une méthode qui permet d'intégrer, par le moyen d'hyperliens, des images, des sites Web et des vidéos comporte de nombreux avantages, dont celui d'obtenir des données plus riches. Liebenberg (2009) estime que le fait de demander aux participants de prendre en photo des scènes de leur vie personnelle (ou, dans notre cas, d'en sélectionner sur Internet) leur fournit l'occasion d'être réflexifs et les encourage à verbaliser les raisons pour lesquelles telle ou telle image leur est significative. Au moment de l'entrevue, leur pensée et leur expérience seront mieux articulées et leur discours, plus explicite sur la façon dont ils interprètent leur propre réalité, ce qui encourage du même coup leur agentivité personnelle.

Le blogue privé enrichit les études précédentes sur la sexualité

- 29 Il existe peu d'études qui ont intégré à leur devis une analyse qualitative de la recherche de renseignements sur la sexualité sur Internet. La méthode du blogue privé utilise une approche qui valorise la mémoire, l'expression d'opinions et la manifestation des comportements habituels de recherche sur le Web, ce qui complète et enrichit les études sur la capacités des participants à fouiller sur le Net.
- 30 Lorsque la méthode du blogue privé se jumelle à l'entretien, l'enrichissement n'est que plus grand. Le blogue a représenté pour nos participantes des espaces de réflexion sur la place de la sexualité dans leur vie et, au moment des entretiens, elles ont poursuivi leur réflexion sur d'autres éléments, comme la distribution du pouvoir dans leur vie de couple et leur niveau d'agentivité sexuelle.

Défis liés à la méthode

- 31 Malgré les nombreux avantages que procure la méthode du blogue privé, celle-ci, comme toute autre méthode, présente certains défis, dont celui de la capacité des participants d'écrire sur une base régulière et celui, corollaire, de la capacité du chercheur à réagir également sur une base régulière aux blogues de ceux-ci.
- 32 Comme le blogue demande un plus grand investissement en matière de temps et de travail qu'une simple entrevue d'une heure, le recrutement d'un nombre suffisant de participants s'avère plus difficile. Le nombre d'abandons représente également un défi majeur.

Conclusion

- 33 La méthode du blogue privé offre plusieurs avantages : elle permet d'obtenir des données riches, pointues et pertinentes. Nos blogueuses ont participé de façon franche et enthousiaste et ont fourni des données qui, en raison de la nature privée et volontaire de la méthode, étaient comparables à la confiance, ce qui constitue un gage de fiabilité que n'obtient pas toujours l'observation directe et invasive. Mais, surtout, la méthode propose une façon simple, peu coûteuse et efficace de pallier les diverses lacunes des précédentes études sur la recherche de renseignements sexuels sur Internet par des jeunes. Comme le souligne Hookway (2008), « *[w]ith adequate research parameters in place, blogs can have an important and valuable place in the qualitative researcher's toolkit* » (p. 107).
- 34 Enfin, puisqu'il s'agit d'un outil « personnalisable », c'est-à-dire adaptable aux besoins particuliers de différentes recherches, et spécialement celles qui exigent un haut degré de confidentialité, la méthode du blogue privé gagnerait à être mieux connue des chercheurs en sciences humaines et sociales.

BIBLIOGRAPHIE

- ALLEN, Louisa (2008), « Young people's <agency> in sexuality research using visual methods », *Journal of Youth Studies*, 11(6), p. 565-577.
- BUHI, Eric R. et al. (2009), « An observational study of how young people search for online sexual health information », *Journal of American College Health*, 58(2), p. 101-111.
- BULOT, V. et al. (2007), « Agentivité : se vivre ou se juger agent ? », *L'Encéphale*, 33(4), p. 603-608.
- DÖRING, Nicola M. (2009), « The Internet's impact on sexuality : A critical review of 15 years of research », *Computers in Human Behavior*, 25(5), p. 1089-1101.
- ELLIOT, H. (1997), « The use of diaries in sociological research on health experience », *Sociological Research Online*, 2(2) [En ligne], <http://www.socresonline.org.uk/2/2/7> (Page consultée le 4 mai 2010).
- FARMER, Lesley (2008), *Teen Girls and Technology : What's the Problem, What's the Solution ?* New York/Londres, Teachers College Press/ALA Editions.
- GRAY, Nicola J. et al. (2002), « Adolescent girls' use of the Internet for health information : Issues beyond access », *Journal of Medical Systems*, 26(6), p. 545-553.
- GRISSE et WEISS (2005), « What are gURLs talking about ? Adolescent girls' construction of sexual identity on gURL.com » dans Sharon R. MAZZARELLA,, *Girl Wide Web : Girls, the Internet, and the Negotiation of Identity*, New York, Peter Lang, p. 31-49
- HETSRONI, Amir (2007), « Adolescents' perceived usefulness of information on sexuality : A cross-cultural comparison of interpersonal sources, professional sources and the mass media », *Atlantic Journal of Communication*, 15(2), p. 134-152.

- HOOKWAY, Nicholas (2008), « <Entering the Blogosphere> : Some strategies for using blogs in social research », *Qualitative Research*, 8(1), p. 91-113.
- HORVATH, Keith J. *et al.* (2007), « A daily Web diary of the sexual experiences of men who have sex with men : Comparisons with a retrospective recall survey », *AIDS Behavior*, 11, p. 537-548.
- HSU, Chin-Lung et Judy Chuan-Chuan LIN (2008), « Acceptance of blog usage : The roles of technology acceptance, social influence and knowledge sharing motivation », *Information & Management*, 45, p. 65-74.
- JONES, Rachel K. et Ann E. BIDDLECOM (2011), « Is the Internet filling the sexual health information gap for teens ? An exploratory study », *Journal of Health Communication*, 16(2), p. 112-123.
- LANG, Marie-Ève (2011), « L'agentivité sexuelle des adolescentes et des jeunes femmes : une définition », *Recherches féministes*, 24(2), p. 189-209.
- LIEBENBERG, Linda (2009), « The visual image as discussion point : Increasing validity in boundary crossing research », *Qualitative Research*, 9(4), p. 441-467.
- SMETTE, Ingrid *et al.* (2009), « Responsible victims ? Young people's understandings of agency and responsibility in sexual situations involving underage girls », *Young : Nordic Journal of Youth Research*, 17(4), p. 351-373.
- SMITH, Meghan *et al.* (2000), « The content and accessibility of sex education information on the Internet », *Health Education & Behavior*, 27(6), p. 684-694.
- SNEE, Helene (2008), *Web 2.0 as a Social Science Research Tool*, Social Sciences Collections and Research, ESRC Government Placement Scheme, Londres, The British Library.
- STERN, Susannah R. (1999), « Adolescent girls' expression on Web home pages : Spirited, sombre, and self-conscious sites », *Convergence : The Journal of Research into New Media Technologies*, 5(4), p. 47-52.
- SUZUKI, Lalita K. et Jerel P. CALZO (2004), « The search for peer advice in cyberspace : An examination of online teen bulletin boards about health and sexuality », *Applied Developmental Psychology*, 25, p. 685-698.
- YANG, Shih-Hsien (2009), « Using blogs to enhance critical reflection and community of practice », *Educational Technology & Society*, 12(2), p. 11-21.
- ZUKIC, Naida (2008), « Webbing sexual/textual agency in autobiographical narratives of pleasure », *Text and Performance Quarterly*, 28(4), p. 396-414.

NOTES

1. Cette recherche a été rendue possible grâce au soutien financier du CRSH, de CTVglobemedia et du Fonds de soutien au doctorat de la Faculté des lettres de l'Université Laval. Nous tenons également à remercier chaleureusement Mme Estelle Lebel pour ses judicieux conseils et Vincent Fortin pour son aide à la programmation du site Web qui a accueilli les blogues.
2. Si nous nous sommes intéressée uniquement à l'expérience de la recherche d'information sur la sexualité par des femmes, c'est en raison du « deuxième degré » de notre recherche doctorale, qui concerne le développement de l'agentivité sexuelle des jeunes femmes. L'expérience de l'acquisition de l'agentivité sexuelle chez les jeunes femmes diffère grandement de celle des garçons en raison d'une socialisation différente. Ce « deuxième thème » de notre recherche doctorale a justifié que l'intérêt soit porté exclusivement sur les usages du Web des filles.

Cependant, la méthode aurait très bien pu se prêter à une étude sur les usages du Web par les garçons ou à une étude comparative entre les sexes.

3. Pour une définition du concept d'agentivité sexuelle et pour une description de la méthode utilisée pour obtenir des données à ce sujet, voir Lang (2011).

4. Allen a fourni aux participants des appareils photo pour qu'ils photographient les comportements qu'ils jugeaient sexuels dans leur quotidien afin d'encourager un dialogue réflexif lors des entrevues et des groupes de discussion.

5. Zukic (2008) montre que le fait d'écrire sur sa propre condition permet plus facilement la confiance et l'expression de « l'agentivité politique ». Elle définit le concept comme « *the reworking and the reappropriating of [...] culturally organized spaces* », ce qui renverse ou du moins transforme les relations de pouvoir (p. 403).

RÉSUMÉS

Dans le cadre d'une recherche doctorale portant sur la façon dont les adolescentes et les jeunes femmes âgées de 17 à 21 ans utilisent le Web pour s'informer sur la sexualité, l'auteure présente la méthode qualitative qu'elle a élaborée et qui est basée sur l'activité du carnetage (*blogging*). Elle discute ici des caractéristiques particulières et des avantages d'une telle méthode.

Drawing from her doctoral project on the uses of the Internet by teenage girls and young women between the ages of 17 and 21 to gather information on the subject of sexuality, the author presents her method for gathering qualitative data called "private" blogs. Here, she discusses the particular characteristics of the method and its benefits.

La autora del artículo, en el marco de una investigación doctoral sobre la manera en que las mujeres jóvenes y las adolescentes, de edades entre 17 y 21 años, utilizan la Web para informarse sobre la sexualidad, presenta un método cualitativo, elaborado por ella, que está basado en la actividad de bitácora (blog). La investigadora presenta las características particulares y las ventajas del método.

INDEX

Palabras claves : adolescentes, bitácora, blog, Internet, método cualitativo, sexualidad

Keywords : blogs, Internet, qualitative methods, sexuality, youth

Mots-clés : adolescence, blogue, carnetage, Internet, méthode qualitative, sexualité

AUTEUR

MARIE-ÈVE LANG

Marie-Ève Lang est doctorante en communication publique et membre du Groupe de recherche sur les images et les représentations sociales (IDEA) du Département d'information et de communication, à l'Université Laval. Cette note de recherche est tirée de son projet doctoral.
Courriel : marie-eve.lang.1@ulaval.ca

La recherche des communautés virtuelles

Une analyse communicationnelle des conversations du forum en ligne

Silvia Branea

- 1 Nous pouvons dire au sujet des émigrants roumains qu'ils ont « une double présence » — ils sont à la fois *là-bas* (le pays qu'ils habitent plus ou moins temporairement) et *ici* (leur pays d'origine) (Trandafoiu — <http://search.ebscohost.com>). Lorsque nous observons l'intensité de la communication en ligne entre les Roumains canadiens et les Roumains de Roumanie, nous pouvons dire qu'entre ces deux espaces physiques (*là-bas* et *ici*), il existe un troisième espace, virtuel, qui n'est ni *ici* ni *là-bas*, mais à la fois *ici* et *là-bas*.
- 2 Les communautés virtuelles qui apparaissent sur Internet donnent un nouveau sens au terme *communauté*. Elles offrent à leurs membres un sentiment d'identité et d'appartenance qui peut favoriser des relations interpersonnelles de proximité et assurer un soutien continu entre des personnes qui habitent dans différentes parties du globe.
- 3 À travers les communautés virtuelles, plusieurs collectivités, groupes ou individus « *essayent de définir leurs propres frontières pour présenter leurs identités dans un espace qui, en effaçant toute barrière, pourrait détruire la capacité même de différenciation et de référence à l'altérité* » (Dinescu, 2008 : 323. Traduction libre). Ces délimitations ou frontières sont imposées à la fois de l'extérieur et de l'intérieur. De l'extérieur, les frontières sont imposées par l'appareillage technologique, par les nations et les institutions qui autorisent certains droits d'usage tout en restreignant de manière implicite d'autres usages. De l'intérieur,

les frontières de l'espace virtuel sont auto-imposées par certaines collectivités qui, en délimitant leurs propres frontières au sein des frontières déjà établies par le fonctionnement du réseau, peuvent affirmer leur propre individualité, marquer de façon positive leur différence, et construire un imaginaire collectif (Dinescu, 2008 : 323. Traduction libre).
- 4 Le forum de discussion constitue un mode de communication fréquemment utilisé par plusieurs groupes, collectivités ou individus. Considéré comme l'un des modes de

communication asynchrone les plus usuels sur Internet, il met l'internaute en contact avec une grande quantité d'information. La technologie de l'hypertexte accroît la capacité de lire et d'écrire des messages en temps réel, tout en créant une base de données composée de l'ensemble des textes qui se trouvent dans les ordinateurs interconnectés (Raufman and Ben-Cnaan, 2009).

- 5 L'une des formes particulières du forum de discussion se situe dans la zone des relations intra et interethniques. Dans le cas des forums interethniques, les tons et les termes utilisés sont parfois identiques : on commence par l'énonciation, la description d'un problème et l'on aboutit à des attitudes inflexibles au ton impératif (« on doit faire » ; « on doit réagir »). Lorsque les contacts entre des ethnies ne sont pas directs, les discussions et les débats sont plus durs. Par contre, les points de vue exprimés dans les forums peuvent adopter l'argumentaire du « bouc émissaire » lorsque les discussions se font entre internautes appartenant à des communautés ethniques qui partagent une histoire commune.

L'identité hybride

- 6 Thomas K. Fitzgerald (1992) a abordé la question de l'identité chez les émigrants qui ont connu des difficultés économiques et psychologiques dans leur pays d'adoption. Mark Valenta (2009) a étudié plusieurs communautés d'émigrants en Norvège et il a remarqué que les réseaux d'amis de la plupart des émigrants se sont établis selon des critères d'appartenance ethnique autour de la question du maintien d'une identité hybride. Valenta qualifie ces émigrants « d'équilibristes » parce qu'ils essayent de maintenir un équilibre entre leur propre culture, devenue minoritaire, et la culture majoritaire du pays adoptif, en jonglant avec ces deux systèmes codifiés de sens dans leur vie courante. Devant leurs compatriotes d'origine, ils soutiennent soit avoir conservé intégralement leur culture, soit l'avoir adaptée aux normes du pays adoptif, mais uniquement pour des aspects mineurs, superficiels.
- 7 Nous trouvons les mêmes propos chez les participants au forum « Je veux quitter le Canada et rentrer en Roumanie ». Beaucoup insistent pour dire qu'ils trouvent au Canada tout ce dont ils ont besoin pour préserver leur identité roumaine. Par exemple, ils peuvent acheter des *mici* et des *sarmale* dans les restaurants roumains des grandes villes canadiennes ou ils peuvent retrouver leurs amis roumains pendant leurs temps libres. Cependant, ils admettent que pour se sentir acceptés par les Canadiens, ils doivent « ajuster » leur identité afin de la rendre compatible avec la culture dominante. Il en résulte une identité hybride, une identité roumano-canadienne.

Le cadre d'analyse

- 8 La distance culturelle apparaît dans la foulée de la tendance à établir de nouvelles frontières entre l'individu et l'altérité. Erik Erikson utilise le terme *distançiation* pour décrire ce phénomène (Ladmiral et Lipiansky, 1989), qu'il définit comme le désir de consolider ce qui caractérise le « moi » tout en accentuant les différences par rapport aux « étrangers ». Le processus de distançiation commence dès l'enfance, en même temps que les processus de construction de l'identité personnelle et de groupe : « *Le phénomène identitaire structure les relations interpersonnelles comme espace social ; il a comme*

effet de maintenir une tension et un équilibre entre la similitude et l'altérité, l'unité et la diversité, la continuité et la différenciation » (Ladmiral et Lipiansky, 1989 : 129).

- 9 Notre analyse des discussions qui se déroulent dans les forums en ligne s'inscrit dans l'approche communicationnelle dite « constructiviste » en ce qu'elle permet de saisir les réalités sociales en tant que constructions historiques et quotidiennes par des acteurs individuels et collectifs (Mucchielli et Guivarch, 1998). Le principe fondamental du constructivisme appliqué au domaine de la communication affirme que le sens d'une situation ou d'un événement n'est pas donné *a priori*, mais émerge d'une construction collective par les acteurs qui se trouvent dans cette situation ou au cœur de l'évènement, une construction qui se réalise dans et au moyen des communications entre eux. Cette approche a surtout été développée par des auteurs préoccupés par l'épistémologie et la méthodologie postmodernes (par exemple, Green *et al.* 2006).

Objectifs et méthodologie

- 10 Cette étude veut examiner comment certains participants aux débats dans les forums roumains en ligne perçoivent les différences culturelles entre eux et les Canadiens d'origine. Les messages analysés ont été affichés sur le site Hotnews.ro pendant plus d'une année (de septembre 2008 à mars 2010) en réponse au thème « Je veux rentrer en Roumanie. Qu'en dites-vous ? ». Les opinions, pour ou contre, exprimées par des personnes qui avaient immigré depuis plusieurs années au Canada, se sont attachées à plusieurs aspects, dont le niveau de vie au Canada et en Roumanie, les récents changements en Roumanie, particulièrement concernant l'admission de la Roumanie dans l'Union européenne, et les systèmes d'assurance médicale des deux pays. Au total, les messages remplissent 399 pages qui contiennent, en moyenne, 20 messages par page.
- 11 Nous nous sommes intéressée à la perception, exprimée dans le forum Hotnews.ro, qu'ont les internautes roumano-canadiens d'eux-mêmes en tant que membres d'une minorité au Canada. Ces internautes sont majoritairement des jeunes hommes scolarisés (études universitaires), et la discussion, voire la confrontation a surtout porté sur la langue, la politique, l'économie et le mode de vie.
- 12 Le matériau analysé comprend des fragments de messages qui font référence, de façon explicite ou implicite, aux relations entre les immigrants roumains et la population hôte (les Canadiens). Nous avons privilégié les fragments touchant l'ethnicité, la culture, l'identité, les ressemblances ou les différences entre Roumains et Canadiens et les relations interpersonnelles au Canada ou en Roumanie. Dans notre choix, nous avons tenu compte de la plasticité des termes, de l'expressivité et de la longueur des messages.
- 13 Hotnews.ro est l'un des plus importants sites d'information roumains. En date du 6 mars 2010, le forum du site enregistrait 18 960 membres et affichait les sections suivantes : « Actualité », « Santé », « Rendez-vous avec les parents », « Tell me what's e-happening on the internet » (« Dis-moi ce qui se e-passe sur Internet »), « J'ai vu – j'ai entendu – j'ai lu », « Conseils gastronomiques » et « Forum des étudiants ».
- 14 Les textes analysés ne sont pas représentatifs de l'ensemble et ils ont été choisis en raison de leur diversité et de leur complémentarité. Les points de vue exprimés sur les

caractéristiques de l'identité canadienne sont minoritaires par rapport à ceux sur les avantages ou les désavantages de vivre en Roumanie et au Canada.

- 15 L'analyse portera principalement sur les réponses à la question « Comment est structuré le discours des acteurs qui communiquent (implicitement ou explicitement) et qui parlent de leur identité ? ». Nous avons privilégié trois dimensions : la construction de l'identité canadienne, la perception de la culture canadienne comme une culture « proche » ou une culture « étrangère » et, finalement, le rapport à l'identité roumano-canadienne. Nous nous appuyons sur l'étude de Ladmiraal et Lipiansky (1989) dans notre tentative de mettre en évidence le processus de construction de l'identité par l'autodéfinition, la comparaison et l'établissement ou non d'un rapport favorable avec les Canadiens d'origine. La description de l'équilibre et de la tension propres à toute construction identitaire aura pour but de détecter, dans la mesure du possible, la présence ou non de la distance culturelle entre les Roumains et les Canadiens. L'analyse de la distance culturelle se fera à l'aide des éléments suivants : similitude et altérité, unité et diversité, continuité et différenciation.

L'analyse des dialogues du forum « Je veux rentrer du Canada en Roumanie »

- 16 Les différences culturelles apparaissent très tôt. L'un des internautes adopte un ton ferme dans sa critique du multiculturalisme au Canada qui représente, à ses yeux, une « *expérience sociale d'amplitudes beaucoup plus larges que l'expérience communiste* » (le 10 janvier 2009, 06 :15, message n° 684).
- 17 Selon un autre internaute, la distance culturelle entre les Roumains du Canada et ses « minorités visibles » (non européennes) est plus grande que celle existant entre eux et les Canadiens d'origine européenne, en raison de leur proximité géographique et historique :
La population originaire, de provenance européenne qui a créé la société canadienne, est progressivement remplacée, par le gouvernement, avec une collection de groupes ethniques de Chine, d'Inde, d'Afrique et du monde islamique dénommés *visible minorities* [minorités visibles] (le 11 février 2009, 01 :55, message n° 753).
- 18 Un troisième n'est pas d'accord avec les principes du multiculturalisme (une communauté de communautés, l'unité dans la diversité), qu'il qualifie de « nouvelle religion » :
La religion officielle au Canada s'appelle multiculturalisme et en théorie elle affirme l'égalité de toutes les cultures. En pratique, le soi-disant principe nommé *Affirmative action* permet au gouvernement de favoriser les minorités visibles dans de divers domaines y compris obtenir un boulot (le 23 janvier 2009, 15 :04, message n° 710).
- 19 Le rapport des internautes d'origine roumaine avec les Canadiens est double : d'un côté, il y a l'étranger « proche » — le Canadien d'origine européenne — et, de l'autre côté, l'étranger « éloigné » — le Canadien des « minorités visibles ». La reconstruction (déconstruction) de l'identité par rapport au Canadien européen s'opère par similitude, unité et continuité, alors que celle par rapport au Canadien des « minorités visibles » s'opère par la différenciation, la délimitation d'avec l'étranger auquel on ne veut pas s'associer dans l'espace public :

Dans le système des écoles publiques, les enfants sont endoctrinés depuis leur bas âge dans l'esprit du multiculturalisme en développant un sentiment de culpabilité pour leur appartenance à la culture européenne (qui est accusée de tous les maux — y compris la destruction de la planète) ; les médias et l'université sont des porteurs enthousiastes de cette idéologie ; la liberté de la parole est déjà perdue — le soi-disant discours politique correct [*politically correct*] est imposé à tous les niveaux [le 23 janvier 2009, 15 :04, message n° 710].

- 20 Les commentaires suivants soulignent la similitude des comportements roumains et canadiens dans des situations de la vie quotidienne :

Si je viens en Roumanie les pantalons abîmés (comme si j'avais trébuché, en marchant sur le trottoir) et que j'entre dans une banque pour me renseigner sur un crédit, à l'hôtel de ville ou n'importe quel endroit où travaillent des Roumains aisés, sais-tu quelle sera la réponse ?[...] Crois-tu que si tu t'habilles comme un bum [mendiant] et que tu entres dans une banque canadienne tu auras plus de succès ? (le 10 septembre 2009, 15 :38, message n° 1344).

Si au Canada ou en Roumanie on habite dans un grand immeuble, personne ne te salue ; si on habite dans une maison et qu'on parle avec les voisins et ils te connaissent alors c'est possible d'être salué. Je n'ai vu aucune différence (le 17 septembre 2009, 02 :25, message n° 1362).

- 21 Les deux groupes (Canadiens d'origine roumaine et d'origine européenne) partagent un autre trait identitaire commun, soit celui des proverbes pour exprimer certaines « vérités » du sens commun, par exemple, le proverbe très connu « Le renard, ne pouvant pas atteindre les raisins, dit qu'ils sont trop verts et bons pour des goujats ».

- 22 Si certains comportements sont similaires, certaines différences d'attitudes sont attribuables à la culture d'origine anglaise de la majorité des Canadiens :

C'est une caractéristique de la société canadienne [...] provenant des Anglais. Ils ont un proverbe selon lequel il vaut mieux ne rien dire que de dire une méchanceté (le 10 septembre 2009, 15 :38, message n° 1344).

- 23 De l'avis d'un internaute plus âgé, la question de l'adaptation d'un immigrant roumain à la société canadienne dépend, en partie, justement de l'âge « ni trop jeune, ni trop vieux ». Pour ceux et celles qui se trouvent à un âge mitoyen, le Canada offre beaucoup de similitudes avec le pays d'origine et une continuité dans la trajectoire d'une vie :

Après un certain âge [l'homme est retraité] beaucoup de personnes ne peuvent pas s'adapter à un environnement si différent — comme le Canada par exemple — aussi facilement que pendant leur jeunesse et les priorités sont tout à fait différentes par rapport à l'âge de 30 ans disons. L'émigration, d'habitude, ne fait pas partie d'elles (le 29 juin 2009, 00 :58, message n° 1091).

Pour des personnes plus jeunes, le Canada peut sembler ennuyant et je peux comprendre pourquoi. Si on n'est pas habitué au rythme de vie de Bucarest, par exemple, extrêmement alerte, dans une agitation continue (et on aime cela), les villes canadiennes vont sembler trop tranquilles. La société canadienne est extrêmement tranquille, ce qui rend une grande partie de la vie quotidienne prévisible (le 15 mars 2009, 19 :11, message n° 821).

- 24 Cependant, l'âge mitoyen n'est pas un facteur déterminant, comme l'atteste Dana (pseudonyme), une résidente de Vancouver récemment arrivée au Canada et qui est surtout préoccupée par des situations qui concernent son enfant (l'administration des parcs publics, les relations entre les enfants dans un espace public).

- 25 Elle a, en général, une attitude critique à l'égard des espaces publics et des gens de son pays d'adoption. Elle oppose certains aspects (défavorables) du Canada à d'autres (favorables) de la Roumanie. Cette opposition est présentée de façon explicite (les parcs

extraordinaires du troisième secteur de Bucarest) ou de façon implicite (les enfants roumains se lient d'amitié très vite dans les parcs sans attendre, au préalable, des ententes formelles conclues entre leurs parents) :

Je suis maintenant à Vancouver, BC, Canada. Le Canada, dans ma vision, peut-être aussi à cause du fait que j'ai un enfant de presque deux ans, est la suivante : ici les enfants ne se lient pas d'amitié dans les parcs, mais à l'intérieur, dans des endroits de jeu spécialement aménagés et qui coûtent beaucoup d'argent ; ils ont des collègues de *playdate*, ils n'ont pas d'amis ; les parents n'ont pas d'amis non plus, mais ils ont « des membres du même groupe » de jeu (s'ils ont des enfants) ou de la communauté, s'ils n'ont pas d'enfants (le 7 avril 2009, 21 :18, message n° 890).

- 26 Comparativement aux autres, le message de Dana est le plus pessimiste, plus univoque concernant la distance culturelle entre les Roumains et les Canadiens.
- 27 La position la plus critique est exprimée par *Vizitator_pax vobiscum*, qui s'attarde à un point bien précis : la pratique répandue de la délation au Canada :
Une autre caractéristique qui m'a choqué dans le pays considéré par l'ONU comme ayant le plus haut niveau de vie : le phénomène de la délation (que vous avez mentionné dans votre commentaire). TOUS les habitants de ce pays sont des informateurs fanatiques et compulsifs. Incroyable mais vrai ; il paraît qu'ils transforment cette occupation secondaire dans un hobby, un fait qui démontre leur vrai caractère (le 16 juillet 2009, 00 :28, message n° 1115).
- 28 Selon lui, cette pratique révèle certains traits fondamentaux des Canadiens — la stupidité, l'inculture et l'hypocrisie — qui seraient irréconciliables avec ceux des Roumains — la loyauté, la sincérité, l'intelligence et la culture personnelle. Le ton est tranchant et sans appel.

Des opinions extrêmes et des opinions modérées

- 29 La circulation des messages dans un forum ou un groupe de discussion contribue à construire la réalité non seulement par l'échange d'information entre les internautes, mais aussi en dévoilant certains points de vue plus ou moins implicites. Non seulement la composition des messages peut reconfigurer les cadres de la réalité (*frames*), les internautes, en raison de l'apparent anonymat que procure le forum, peuvent exprimer des idées et des croyances plus critiques, voire plus radicales que dans une situation de dialogue face à face. Nous avons tenté de classer nos fragments de messages dans les catégories binaires « modéré » et « extrême ». Vu le niveau de culture relativement élevé des internautes du forum Hotnews.ro, nous nous attendions à trouver des opinions plutôt modérées, tolérantes, en accord avec la position du politiquement correct.
- 30 Nous considérons comme une opinion extrême celle qui marque une distance culturelle maximale entre les Roumains et les Canadiens et qui « construit » l'identité canadienne en l'affublant des attributs de « l'étranger » et du « différent ». Associer l'identité canadienne aux minorités visibles (les groupes ethniques de la Chine, de l'Inde, de l'Afrique et du monde musulman) représente un exemple d'une opinion extrême. Cette association renvoie à une attitude explicite d'intolérance envers les minorités dans la société canadienne et à l'égard de la politique multiculturelle de ce pays. Un deuxième exemple met en opposition de façon irréconciliable les relations interpersonnelles conviviales entre Roumains et les relations interpersonnelles distantes entre Canadiens d'origine, tout particulièrement entre les adultes et les enfants. Un dernier exemple

oppose le Canadien, cet « étranger », cette « personne douteuse », au Roumain, à la fois « loyal », « sincère », « intelligent » et « cultivé ».

- 31 Les opinions modérées se révèlent plus tolérantes, épousent les visions interethniques et accentuent les similarités entre les Roumains et les Canadiens. La construction des identités roumaines et canadiennes fait appel à des composantes linguistiques, géographiques et ethniques ou raciales communes, dont la plus manifeste est leurs origines européennes. Cette référence aux racines européennes communes est particulièrement forte lorsque les internautes évoquent la présence des « autres » minorités visibles.
- 32 Par contre, ces mêmes internautes « modérés » établissent des distinctions selon leur appartenance à des classes sociales, leurs champs d'activités professionnelles, leurs quartiers résidentiels et certaines valeurs culturelles.
- 33 Les Roumains et les Canadiens seraient également tolérants, également hypocrites et, pour les gens plus âgés et ayant connu la vie rurale, également moins adaptés à la vie urbaine trépidante.
- 34 Lorsque nous comparons la longueur des textes et l'intensité dans l'affirmation des points de vue des internautes, nous remarquons une prédominance des opinions modérées et tolérantes ainsi que l'absence, comme nous l'avions présumé, d'une forte distance culturelle entre Roumains et Canadiens. Ce résultat peut s'expliquer, en partie, par le caractère non représentatif de l'échantillon des textes analysés, mais aussi par le profil particulier des participants au groupe de discussion sur Hotnews.ro. Ceux-ci appartiennent, comme la majorité des membres des réseaux d'information, à une population plus scolarisée, plus sensibilisée aux attitudes modernes, tolérantes, et qui comprend que la différence culturelle ne doit pas être considérée comme dangereuse ou limitative, mais plutôt comme nécessaire dans un monde où la richesse culturelle est de plus en plus vue comme centrale pour la stabilité et pour le développement d'une société.

BIBLIOGRAPHIE

BHABHA, F. (2009), « Between exclusion and assimilation : Experimentalizing multiculturalism », *McGill Law Journal*, 54(1).

BRAMADAT, P. et D. SELJAK (dir.) (2008), *Christianity and Ethnicity in Canada*, Toronto, University of Toronto Press.

CITOYENNETÉ ET IMMIGRATION CANADA, « Le multiculturalisme canadien : une citoyenneté ouverte à tous et à toutes » [En ligne], <http://www.cic.gc.ca/francais/multiculturalisme/citoyennete.asp> (Page consultée le 23 mai 2011)

DINESCU, L. S. (2008), « Frontiere din spațiul virtual » dans R. CONSTANTINESCU (dir.), *Identitate de frontieră în Europa lărgită*, Iași, Polirom.

- FITZGERALD, T. K. (1992), « Media, ethnicity and identity » dans P. SCANNELL (dir.), *Culture and Power*, Newbury Park (CA), Sage, p. 112-133.
- FORNADE, Dan, « Români din Canada. Scurt istoric al emigrației » [En ligne], http://membres.lycos.fr/romanianamericana/romanianamericana/100_ro-can_ro.htm
- GREEN, J. L. et al. (2006), *Complementary Methods in Education Research*, Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
- GURAK, L. J. (2005), « The promise and the peril of social action in cyberspace » dans M. A. SMITH et P. KOLLOCK (dir.), *Communities in Cyberspace*, New York, Routledge.
- LADMIRAL, J. R. et E. M. LIPIANSKY (1989), *La communication interculturelle*, Paris, Armand Colin.
- MAVRIKAKIS, C. (2000), « Politiques culturelles de la visibilité », *Journal of Canadian Studies*, 35(3).
- MUCCHIELLI, A. et J. GUIVARCH (1998), *Nouvelles méthodes d'étude des communications*, Paris, Armand Colin.
- RAUFMAN, R. et R. BEN-CNAAN (2009), « Red Riding Hood : Text, hypertext, and context in an Israeli nationalistic Internet forum », *Journal of Folklore Research*, 46, p. 43-66.
- SILVERMAN, D. (2004), *Interpretarea datelor calitative. Metode de analiză a comunicării și interacțiunii*, Iași, Polirom.
- THUDEROZ, C. (2002), *Negocierile. Eșeu de sociologie despre liantul social*, Chișinău, Știința.
- TRANDAFOIU, Ruxandra (2006), « Communicating diasporas : Identity discourses and symbolic homes through the use of communication technologies by Romanian migrant workers » [En ligne], <http://search.ebscohost.com>.
- VALENTA, M. (2009), « Immigrants' identity negotiations and coping with stigma in different relational frames », *Symbolic Interaction*, 32(4), p. 351-371.
- VASILESCU, I. P. (1997), « Români despre ei înșiși. Studiu de teren » dans M. ZLATE (dir.), *Psihologia vieții cotidiene*, Iași, Polirom.
- WEINFURT, K. et F. MAGHADDAM (2001), « Culture and social distance : A case study of methodological cautions », *Journal of Social Psychology*, 141(1), p. 101-110.

RÉSUMÉS

Le but de l'analyse des discussions qui ont pour thème « Je veux rentrer du Canada en Roumanie » sur le forum en ligne roumain Hotnews.ro sera de décrire la façon dont certains des participants aux débats perçoivent les différences culturelles entre eux et les Canadiens et la façon dont les Roumains au Canada construisent leur identité par rapport à l'identité canadienne. L'analyse couvre la période de septembre 2008 à mars 2010.

The aim of the analysis of the messages posted on the Romanian online forum Hotnews.ro, under the topic "I want to leave Canada for Romania" to describe the ways in which some of the participants perceive the cultural differences between them and Canadians and the ways in which Romanians living in Canada construct their own identity in reference to the Canadian identity. The analysis covers the time span of September 2008 to March 2010.

El objetivo del análisis de las discusiones, mediante el forum en línea rumano Hotnews.ro que tiene como tema "Je veux rentrer du Canada en Roumanie" (Deseo entrar a Rumania, a partir de Canadá) será el hecho de describir la manera en que algunos participantes a los debates perciben las

diférentes cultures entre ellos y los canadiensés y, la manera como los rumanos de Canadá construyen su identidad en relación con la canadiense. El análisis cubre el período de septiembre de 2008 a marzo de 2010.

INDEX

Mots-clés : culture, en ligne, forum, identité, interethnique

Palabras claves : cultura, en línea, forum, identidad, interétnico

Keywords : culture, forum, identity, interethnic, online

AUTEUR

SILVIA BRANEA

Silvia Branea est maître assistante à la Faculté de journalisme et de communication du Département de communication

et maître assistante et docteur agréée à la Faculté des langues étrangères, master en études canadiennes à l'Université de Bucarest. Courriel : brsalt@gmail.com

Débats non formels et engagement des acteurs territoriaux autour du développement de zones arides, fragiles et menacées en Tunisie

Balkis Mzioudet Faillon et Vincent Meyer

- 1 En matière d'enjeux de développement territorial couplés à des actions et à des stratégies de communication, le sud-est de la Tunisie représente un terrain d'étude particulier. Parmi les transformations en cours, celles liées au changement des pratiques agricoles et pastorales, et ainsi des modes de vie des populations, dans un contexte de lutte contre la désertification (LCD) font débat. Ce dernier a — par ses formes — des répercussions importantes sur l'économie d'une société encore rurale. C'est ce débat et ces contradictions — entre autres, les objectifs territoriaux divergents, la promotion de l'industrie ou des pratiques agricoles, la préservation du patrimoine naturel et le développement territorial — que nous allons détailler en nous appuyant sur les acquis du programme de recherche franco-maghrébin *Langages, objets, territoires, et hospitalités* soutenu par l'Agence universitaire de la Francophonie et sur un microterrain considéré comme une vitrine du développement écologique et socio-économique : la délégation de Menzel Habib dans le gouvernorat de Gabès. Cette zone souffre d'une grande aridité climatique en raison des faibles pluies et de la forte activité éolienne. Elle se caractérise aussi par une activité économique au ralenti (faible productivité agricole, absence d'activités industrielles et touristiques), ce qui a encouragé l'exode de la population vers les zones côtières ou à l'étranger. La parcellisation des terrains, la forte pression pastorale et l'extension des terres agricoles aggravent encore la situation.
- 2 Si, dans ce monde rural « *en profonde mutation, de nombreux travaux convergent pour montrer le rôle décroissant de l'agriculture (en termes d'emploi et de revenu) et corrélativement l'importance croissante des autres secteurs d'activités* » (Sghaïer et Picouet, 2000 : 83), la population rurale doit de plus en plus exercer des activités extra-agricoles pour augmenter ses maigres revenus. Cette pluriactivité a engendré un déplacement des

membres de la famille rurale vers les villes et une rupture progressive à l'égard des pratiques agricoles. Ces différents éléments contraignent les structures administratives, institutionnelles et de recherche, tout comme la population, à s'organiser pour pallier les insuffisances et les risques inhérents à des zones maintenant qualifiées d'arides (du point de vue du climat), de fragiles et de menacées (sur le plan socio-économique, démographique et politique). La Tunisie s'est aussi investie dans la préservation de l'écosystème par la promotion de l'engagement des citoyens. Certaines zones sont devenues de quasi-laboratoires cumulant les dispositifs et les actions de LCD¹. Les chantiers prioritaires consistent à sensibiliser la population au respect de l'environnement et aux risques par des campagnes d'information et de prévention pensées dans le cadre d'observatoires de LCD.

- 3 Dans ce contexte, notre contribution met au jour, en premier lieu, les effets d'un débat qui se construit et qui agit au jour le jour dans les interactions les plus banales de la vie quotidienne et dont l'objet est la non-transparence adoptée par les institutions de tutelle, qui se manifeste par l'absence d'une rétroaction informationnelle et d'un dialogue avec la population. Les éléments de ce débat, mêlant rumeurs et conversations ordinaires, comprennent aussi le mauvais ciblage des actions et le non-respect des valeurs territoriales (par exemple le changement des habitudes agricoles d'une région à vocation pastorale vers une agriculture arboricole). Comme l'action des institutions de tutelle et des chercheurs associés aux observatoires est l'objet de méfiance, les questions portent également sur la place et l'intérêt de chaque acteur dans ce débat.
- 4 En second lieu, on détaillera les controverses qui l'animent. Les oppositions ou les revendications qui naissent entraînent un déficit informationnel et communicationnel. En ce sens, s'il convient de rompre avec une « culture du secret » ou de rétablir la « transparence », il est tout aussi important de réduire les écarts ou les oppositions entre les perceptions expertes et non expertes. Ces dernières — presque paradoxalement — relancent la communication et permettent de renforcer l'engagement des acteurs autour d'une valorisation territoriale. Ainsi, ces controverses, pour reprendre le propos de Michel Callon (2006a),

[...] mettent clairement en évidence les jeux d'oppositions et d'alliances suivis par les acteurs pour identifier, contenir et éventuellement dévier les contraintes qui pèsent sur eux ou pour imposer des logiques inattendues. [...] dans une controverse, rien n'est plus important que les mécanismes par lesquels se fixent l'identité des participants, les rôles qu'ils jouent et les sujets qu'ils abordent (p. 146 et 150).
- 5 Cette implication des citoyens dans des débats non formels permet toutefois d'organiser un autre dialogue plus en adéquation avec les exigences du territoire où d'autres savoirs experts sont reconnus. Autrement dit, considérer la population locale comme experte de son territoire contribue à la réussite des stratégies de communication mises en œuvre (Sidi Hida, 2006). Ainsi le débat se fonde-t-il en priorité sur la participation et l'engagement de non-experts qui sélectionnent avec soin ceux avec qui ils vont ou doivent partager leurs connaissances. Exploiter au mieux la diversité des savoirs et des connaissances et les mettre à la disposition des nouveaux décideurs sera un enjeu majeur dans le développement de ces zones où la participation citoyenne comme la démocratie directe restent encore des valeurs instables.

Communication et dispositifs d'observation

- 6 Les données recueillies essentiellement par une démarche ethnographique (observation participante périphérique et entretiens) montrent que les paysans refusent de manifester leur désapprobation par rapport aux programmes de développement qui ne répondent pas à leurs besoins et relèvent surtout de discours politiques. On peut donc noter une première contradiction qui est que malgré les moyens mis en œuvre — création d'observatoires — pour informer la population, il persiste un mauvais ciblage des récepteurs. Cette identification biaisée des destinataires et des consommateurs de l'information et de leurs besoins s'avère rapidement fortement préjudiciable : défaut de confiance, boycottage, détournement des pratiques (Calandre, 2006).
- 7 Si nous parlons de débat non formel, c'est que l'accès au débat public en Tunisie signe aussi (et encore) des rapports de pouvoir et de dépendance. Il s'organise principalement, pour notre terrain, lors d'événements proposés par les chercheurs comme des journées de sensibilisation et des campagnes d'information (dispositifs de débat formel) auxquelles les paysans préfèrent ne pas assister. En effet, alors qu'ils doivent intervenir dans la mise en place de projets territoriaux pour impliquer des non-scientifiques dans le débat et encourager la responsabilisation de chacun dans le projet, les chercheurs se heurtent à un refus. Celui-ci est aussi motivé par une crainte des paysans de se voir dépossédés de leur savoir, car les chercheurs profiteraient de ce dernier sans reconnaissance en retour. Les chercheurs qui travaillent à traduire le langage non scientifique en langage scientifique (Callon, 2006b) peinent donc à les faire participer. Comme les traditions et les connaissances non expertes circulent à travers les symboles, les rites, les codes, les messages, etc., réussir à concilier tradition et modernité reste un défi des acteurs du développement. Aussi la restitution de l'information aux paysans devient-elle centrale dans la mesure où ces derniers s'interrogent sur l'usage et l'avenir de leur savoir-faire.

Collecter de l'information ? Pourquoi ? Pour qui ?

- 8 L'observatoire Menzel Habib est une plate-forme d'apprentissage réunissant des scientifiques pluridisciplinaires (économistes, biologistes, informaticiens, etc.) ainsi que des étudiants, des agents administratifs, notamment des représentants politiques locaux, des agents ministériels et des représentants d'organismes et d'associations sociales. Rémi Clignet (1998) fait ressortir les divergences dans les intérêts des chercheurs, des pouvoirs publics et des organismes de financement (investisseurs et bailleurs de fonds) à la suite de la mise en place d'observatoires :

Les difficultés de mise en place et de fonctionnement d'un observatoire varient selon que les décideurs sont surtout impressionnés par le caractère spectaculairement « scientifique » de l'instrument ou qu'ils reconnaissent que les recettes politiques dont ils se servent habituellement ont cessé d'opérer. Même dans un pays industriel, on ne vend pas son projet de recherche de la même manière à un bailleur de fonds soucieux de montrer qu'il finance une science de qualité et à un bailleur anxieux d'avoir une réponse à un dilemme concret (p. 287).
- 9 Dispositif-clé, cet observatoire n'est pas axé uniquement sur la collecte d'information territoriale (études géologiques, atmosphériques, par exemple), sur les populations et

sur les espèces animales et végétales, mais devient aussi un dispositif pour valoriser le partage de connaissances associant stratégies d'acteurs, données sur les ressources naturelles et politiques territoriales. Pareil dispositif a donc la triple caractéristique :

- de coconstruire un statut collectif censé représenter un intérêt général supérieur fondé sur un principe de bien commun pour lutter contre la désertification ;
 - de parler et d'agir au nom des populations, de « traduire » leurs demandes et leurs besoins en montrant que leurs intérêts sont aussi ceux des acteurs engagés ;
 - de restituer et de publiciser les résultats auprès des autorités, des décideurs concernés et, bien évidemment, de la population touchée.
- 10 Les chercheurs et les agents administratifs et institutionnels tentent de mettre en place des stratégies territoriales propres à Menzel Habib. Travailler à intégrer les politiques de développement dans les habitudes des citoyens n'est pas chose aisée. Les convaincre, par exemple, que l'arrachage abusif ou le surpâturage sont néfastes pour l'environnement nécessite leur participation et leur engagement dans les projets. Une population avec un niveau de scolarité assez modeste exige une traduction particulière de l'information scientifique et des démarches administratives². Comme l'indiquent Michel Callon et Bruno Latour (2006) :
- Un acteur grandit à proportion du nombre de relations qu'il peut mettre, comme on dit, en boîtes noires. Une boîte noire renferme ce sur quoi on n'a plus à revenir [en ce cas, la nécessité de lutter contre la désertification]. Plus on met d'éléments en boîtes noires — raisonnements, habitudes, forces, objets —, plus l'on peut édifier de constructions larges (p. 19).
- 11 En ce sens, l'observatoire est conçu comme une boîte noire dans laquelle interagissent d'une manière souvent discrète et imperceptible des acteurs humains et non humains. Ainsi l'étude des débats informels entre les différents acteurs fait-elle apparaître des actions auparavant invisibles, des dysfonctionnements et des blocages³ qui s'expriment, par exemple, par le détournement des pratiques agricoles, l'arrachage abusif, l'absentéisme répété des paysans aux journées de sensibilisation, les échecs des campagnes de vaccination du bétail. Réduire les divergences, les incohérences dans les décisions et les incompréhensions exige de repenser la gestion informationnelle. Traduire l'information pour qu'elle soit accessible et comprise par le plus grand nombre nécessite la mise en place d'espaces de négociation et de débat pour déterminer ce à quoi doit servir l'information collectée dans l'observatoire et à qui elle doit revenir.
- 12 Il est donc essentiel de mettre l'accent sur le processus informationnel et la qualité des données collectées. Par rapport à cette collecte d'information de l'observatoire, nous avons sérieusement différentes stratégies appliquées par les acteurs territoriaux (culture du secret, rumeur, filtrage, rétention et déformation de l'information) et ces stratégies sont autant d'obstacles communicationnels. Si cette culture du secret, les mensonges et les rumeurs nuisent à l'information, elles orientent surtout les stratégies et les jeux de pouvoir des acteurs. Travailler d'une manière isolée, ne pas échanger de renseignements et ne pas arriver à un consensus entre population, agents institutionnels et administratifs et chercheurs sont des situations qui rendent les projets de développement précaires. Par ailleurs, le conflit persiste non seulement à cause de la divergence de stratégies des institutions, mais aussi en raison des inégalités dans l'attribution d'aides et de subventions à des personnes privilégiées par les autorités locales (*omdas*) qui ont déjà bénéficié de dons. En outre, à une échelle plus grande, la prolifération des partis politiques, après la révolution tunisienne, ne

participe pas à rétablir un débat public, à se déclarer acteur sur un territoire ou à marquer ses différences et à s'engager de façon durable. Le renouvellement de leur discours et l'apport de solutions appropriées à une population usée et désabusée devraient pourtant être leurs priorités.

Une autre forme d'expertise ?

- 13 Sur ce type de terrain, pour reprendre un propos de Jean-Yves Trépos (1996), le non-expert « *échoue à se faire admettre comme expert* » (p. 32). La résistance des scientifiques à coopérer, reconnaissant uniquement la légitimité de leur savoir, accentue également le déséquilibre avec un savoir « non scientifique ». Certains chercheurs⁴ interrogés ne comprennent pas le comportement des agriculteurs, par exemple pour ce qui est de l'entretien des parcelles. Ils jugent que les méthodes scientifiques sont les seules méthodes efficaces pour la LCD. Pour laisser une autre forme d'expertise s'exercer, un expert doit être prêt à céder une partie de sa marge de manœuvre. La disparité entre savoirs expert et non expert ravive les tensions et les conflits entre les acteurs du développement. En outre, les agriculteurs et les bergers ne comprennent pas les recherches et les projets réalisés dans leur région. Les autorités et les institutions locales reportent la responsabilité des échecs sur l'absence d'implication citoyenne dans les débats formels et reprochent aux paysans leur désintérêt qualifié parfois d'insouciance. Ce manque de dialogue révèle encore davantage le décalage entre les traditions ancestrales et l'expertise scientifique. Nous avons interrogé des vétérinaires sur l'absence des éleveurs lors des journées de vaccination d'espèces caprines contre la fièvre de Malte (soit 6 113 têtes vaccinées sur 15 000 prévues, selon les propos du délégué de Menzel Habib). En 2008, et avec un taux de couverture de vaccination assez faible de 40,75 %, les éleveurs préféraient soigner leurs animaux contre la bronchite (ou le *nahaz*) par un breuvage à base de poivre. Ainsi devient-il essentiel de penser l'intégration du savoir-faire des paysans de Menzel Habib et, par la suite, valoriser l'engagement de tous les acteurs dans les projets de développement territorial.
- 14 Le défaut dans l'organisation des campagnes de vaccination (étant donné que 4 767 têtes ont été déplacées pour la transhumance), la méconnaissance de certains éleveurs de la date et du lieu de rassemblement en raison d'une mauvaise circulation de l'information et des accusations portant sur les effets néfastes des vaccins (viande moins tendre et ayant un goût chimique) encouragent le « boycottage » de toute campagne de sensibilisation. Le différend entre la population locale et les associations agricoles et les groupements de développement s'amplifie donc à cause de l'incompréhension née de l'inefficacité des projets et d'une absence de contre-expertise reconnue. Revaloriser le savoir expert par un savoir « non expert » est possible grâce au respect de tous les acteurs territoriaux et à une restitution de l'information. La redéfinition de stratégies territoriales claires revient aussi à redonner sens aux valeurs ancestrales et aux us et coutumes comme ceux de la tribu de Béni-Zid.
- 15 Les paysans, par la conservation de leurs pratiques ancestrales, apportent leurs jugements qualitatifs sur les effets à long terme pour ensuite enrichir les bases de données de l'observatoire Menzel Habib. D'ailleurs, évoluant dans cet environnement, ils sont les experts de leur milieu. Par exemple, les expériences et les connaissances des agriculteurs en matière de gestion des ressources aquifères sont riches. Ils procèdent à des aménagements hydrauliques des eaux de ruissellement en construisant des *tabias*

(dressements biologiques) et des barrages. Mais Trépos (1992) montre que les mouvements d'une contre-expertise, « [...] dans la mesure où leur légitimité sociale n'est pas complètement fixée, connaissent également des remises en cause [...] » (p. 61).

- 16 Cela est encore plus difficile quand les sujets dominants traitent des conditions climatiques, de la phytoécologie, de la pédologie ou de la cartographie des terres et des parcours naturels. C'est sans doute aussi la raison pour laquelle les agriculteurs, les éleveurs et les porteurs de projets revendiquent tous l'inutilité des réunions avec les agents institutionnels et associatifs. Leur absence dans les séminaires et les manifestations organisés par le chercheur en est la meilleure illustration ; ce sont des lieux où aucune contre-expertise ne peut se déployer.

Vous m'avez parlé des réunions avec les agents administratifs et chercheurs à Menzel Habib, pourriez-vous m'en parler davantage ? (Enquêteur)

Écoute, ils nous font asseoir sur des chaises et invitent de hauts responsables pour discuter des choses que moi je ne comprends pas. Deux heures assis à parler... et on attend les résultats. Les réunions, c'est pour les autres gens et pas pour nous. Ils parlent avec les chiffres, l'argent, des investissements... Je ne comprends pas trop les chiffres, les tableaux, des augmentations, des diminutions, des objectifs à atteindre. C'est quoi tout ça ? (Agriculteur)

- 17 Le recours aux stratégies de prévention pour la LCD doit tenir compte de la culture et des habitudes territoriales. En effet, interdire à une population, d'origine pastorale, de faire paître ses animaux dans certains périmètres a fait l'objet de conflits violents et de fortes résistances. Nous sommes bien dans ce que décrivait déjà Salah Omrani (1982), à savoir que les tensions et les conflits socio-économiques entre structures institutionnelles, de recherche, administratives et la population ne sont pas simplement dus à l'aridité climatique, à la fragilité de la situation, mais aussi aux promesses non tenues, au non-respect des traditions ancestrales qui se traduisent par un défaut de transparence informationnelle.
- 18 La proposition de nouveaux outils ou pratiques est donc vécue comme une situation de stress à la fois pour le chercheur et le paysan. On comprend très vite les réticences à déplacer « *certaines compétences humaines ou sociales dans les objets techniques* » (Akrich *et al.*, 2006 : 198). En effet, le paysan peut, dans ce cas, réagir d'une manière inattendue ou résister au changement. Ainsi les scientifiques doivent-ils expliquer le bien-fondé de leurs recherches à travers des arguments persuasifs et solides tout en privilégiant la transparence et la simplicité. Pour expliciter, par exemple, les avantages d'une charrue minimisant les risques de déplacement de sols fertiles, les chercheurs se sont appuyés sur des expériences à la fois dans les laboratoires et sur des terrains tests dans la région de Menzel Habib, et sur les agents associatifs locaux, qui sont plus proches de la population.

Controverses et confiance territoriale

- 19 Pour le dire un peu brutalement, la traduction que la population locale fait des différents dispositifs qui accompagnent la LCD peut se résumer à cette citation de Luc Boltanski et Laurent Thévenot (1991) :

[...] les grands ne font pas le bien commun, mais leur propre bonheur ; leur richesse n'est pas dans la condition du bien-être de tous, elle ne sert que leur bien-être propre ; le travail qu'ils accomplissent n'est pas utile au bien commun, il est au service de leur vanité ou de leur ambition personnelle (p. 275).

- 20 Menzel Habib est perçu comme un territoire de médiation par les acteurs du développement. Les interactions langagières en son sein donnent encore le primat à l'oralité, mais aussi au tacite, aux allants de soi ; ainsi les pratiques « non expertes » peinent-elles finalement à être traduites et deviennent l'objet de controverses qui ne se déploient jamais au grand jour. En effet, compte tenu de la complexité des difficultés de cette population, un énoncé, un diagnostic, un jugement ou un acte professionnel pose forcément problème. Comme l'indique Michel Callon (2006b), « *[t]raduire c'est rapporter un énoncé à un autre, une catégorie à une autre. Traduire c'est référer* » (p. 211). Si tout ne peut pas être traduit, c'est d'abord que tout ne peut pas être dit. Le dicible, comme l'exprime Pierre Bourdieu (1980)
- [...] dans un certain champ est le résultat de ce que l'on pourrait appeler une mise en forme : parler, c'est mettre des formes [...] le discours doit ses propriétés les plus spécifiques, ses propriétés de forme, et pas seulement de contenu, aux conditions sociales de sa production, c'est-à-dire aux conditions qui déterminent ce qui est à dire et aux conditions qui déterminent le champ de réception dans lequel cette chose à dire sera entendue (p. 138).
- 21 Il se réalise donc un travail d'euphémisation « *pouvant aller jusqu'au silence [...] une formation de compromis, une combinaison de ce qui était à dire, qui prétendait à être dit, et de ce qui pouvait être dit* » (Bourdieu, 1980 : 138).

Suivre les controverses : LCD ou survie socio-économique

- 22 Il est particulièrement intéressant de « suivre » les disputes, les controverses et les différends et la manière dont les acteurs les déploient ou les euphémisent. En effet, pour appuyer le propos d'Akrich *et al.* (2006), ils constituent « *un outil d'analyse majeur, car la lisse ordonnance des choses se trouve défaite, livrant du même coup la composition de ce qui est engagé dans les situations pacifiées et montrant l'ampleur du travail nécessaire pour faire tenir ensemble ces éléments* » (p. 194).
- 23 Si la controverse la plus importante se déploie autour du changement des pratiques agricoles qui a aussi influencé l'évolution de la confiance (Mzioudet Faillon, 2011), la plus significative est sans doute la polémique autour du risque de désertification. Avec l'intervention de nouveaux acteurs, le désengagement progressif de l'État et l'échec de certains projets territoriaux, les décideurs locaux, les chercheurs et les institutions devraient chercher des stratégies cohérentes et adaptées au contexte de ces territoires arides, fragiles et menacés. Le gouvernement s'est focalisé dans les années 1970 sur la question écologique, mais a négligé la dimension socio-économique.
- 24 Ainsi la construction d'une vision partagée du risque de désertification est-elle loin d'être évidente. Les perceptions du risque de désertification sont différentes d'un acteur à un autre. Celles des paysans, par exemple, s'appuient sur leurs expériences personnelles et l'observation de l'écosystème. Se référer à leurs coutumes et à leurs conventions sociales, c'est simplement faire preuve de « bon sens ». Les scientifiques, eux, se réfèrent aux modèles internationaux, aux calculs statistiques, météorologiques, biologiques, etc. et font ressortir des indices et des seuils.
- 25 « *Moi, je lui dis longueur, lui me dit largeur* » est un proverbe évoqué par deux agriculteurs qui montre l'incompréhension et la déception des paysans à l'égard des méthodes scientifiques employées par les laboratoires et les structures administratives

et institutionnelles. Les agriculteurs, les bergers et les éleveurs sont conscients du risque de la désertification et des effets néfastes de la déforestation, du surpâturage, du déboisement, par exemple, mais accusent les scientifiques et les décideurs d'amplifier ce phénomène par des recherches inefficaces. Ils se pensent impuissants devant l'ampleur du problème et remettent leur destin à Dieu.

Comment réagiriez-vous si les associations agricoles, la délégation ou l'État éliminaient toutes ces aides ? (Enquêteur)

On se remet à Dieu le Tout-Puissant. Moi, je suis pratiquant et je fais mes cinq prières tous les jours. Dieu ne laisse jamais les gens mourir de faim. Je ne me fie qu'à Dieu, ni chercheurs, ni administration, ni rien du tout (Agriculteur).

- 26 Toutefois, si les paysans dénoncent les échecs répétés et les politiques défaillantes du gouvernement et des laboratoires, ils convoitent aussi les aides nationales et internationales. Ils déclarent également qu'ils sont prêts à laisser les chercheurs faire des études sur leur territoire à condition que les changements ne soient pas radicaux et ne bouleversent pas leurs traditions ancestrales.
- 27 La perception de la désertification dépend également du niveau de vie de l'acteur. Les citoyens aisés de Menzel Habib sont plus sensibles à ses risques et collaborent souvent avec les chercheurs comparativement aux plus démunis. Ils s'engagent et s'impliquent dans les programmes de LCD en respectant les quotas, en participant plus régulièrement aux journées de sensibilisation et en suivant les consignes des agents de développement. Actifs, ils s'opposent au fatalisme des citoyens pauvres. D'ailleurs, les grands agriculteurs ont su profiter du projet d'irrigation et, grâce à leurs capacités d'autofinancement, concurrencent ceux de Sidi Bouzid et de Sfax. En revanche, les personnes moins aisées et soucieuses de satisfaire leurs besoins à court terme se trouvent piégées et condamnées à vendre du matériel d'irrigation. Cela a ravivé les incompréhensions entre citoyens et l'opposition aux politiques territoriales. Faut-il aller jusqu'à partager l'analyse de Sophie Ponthieux (2006), pour qui « *l'arriération et la pauvreté sont [...] principalement la conséquence de valeurs qui conduisent à l'incapacité de développer des relations de confiance* » (p. 46) ?
- 28 La deuxième controverse se déploie autour de l'incompréhension des attentes de chacun et de la divergence quant aux priorités. Selon Salah Omrani (1982), les divergences et les controverses se sont multipliées surtout à partir de l'époque coloniale. Depuis, les autorités locales et le service du paysannat encouragent le changement d'une économie pastorale en faveur d'une économie agricole intensive. Émietter les terres d'une manière inéquitable amplifie le désaccord foncier. Entre certaines collectivités territoriales comme les élus du conseil de gestion qui ont bénéficié de cette politique, des fractions⁵ de population et des tribus qui se voient exproprier de leur héritage et un État encourageant la privatisation des terres, l'aménagement est perçu comme arbitraire. D'ailleurs, l'incompréhension des paysans les a poussés à planter des arbres la nuit et à la hâte dans le but d'accéder aux titres de propriété. La controverse agricole et foncière se focalise ainsi sur la répartition des terres collectives. En effet :
- [...] pour la direction des forêts, ces terres doivent rester collectives et il n'est pas question de les apurer. Les ayants droit voient dans ce régime « une fiction inventée contre eux » et cherchent par tous les moyens à défendre leurs intérêts, chaque collectivité est soucieuse de préserver ses droits sur ces terres (p. 209).
- 29 Autre objet de controverse : dresser des priorités. Améliorer la qualité de l'eau et l'accès à la santé publique, construire des écoles dans les zones reculées, lutter contre

les épidémies caprines, créer de l'emploi, par exemple, représentent autant d'enjeux pour cette population. Les divergences entre les objectifs et les moyens à court terme des citoyens et ceux à long terme des institutions de tutelle et des chercheurs sont difficiles à gérer. Si les uns mettent en avant l'efficacité des solutions techniques devant le désintérêt de la population pour les projets mis en place, les autres insistent sur la corruption, l'opportunisme, le contournement des règles et la non-transparence informationnelle. Il est donc nécessaire d'instaurer des espaces de négociation pour retrouver la confiance.

Pourquoi il y a une rupture ? Est-il au niveau de la perception du risque ? C'est-à-dire, il y a ceux qui pensent au court terme et ceux qui pensent au long terme (Enquêteur).

Bien sûr, c'est logique, c'est sa priorité et pourquoi l'autre [le chercheur] pense à long terme ? Parce qu'on s'inspire de ce qui se passe à l'échelle mondiale qu'on le veuille ou non (Chercheur du LESOR⁶).

- 30 Les controverses apparaissent surtout lorsque les acteurs ont tendance à tenter des comportements opportunistes en privilégiant leurs intérêts personnels aux dépens des autres. Comme la population locale est fortement assistée par l'État, son engagement est lié aux aides et aux subventions procurées. Les aliments, comme l'orge et le maïs, sont de moins en moins subventionnés et les éleveurs se sentent fragilisés et dépendants de la crise mondiale et du désengagement progressif de l'État (voir le cas de Henchir Snoussi)⁷. Par conséquent, la forte absence des citoyens dans les campagnes d'information se fait sentir et s'explique par leur incompréhension de l'utilité des campagnes de sensibilisation et par leur méfiance à l'égard de tout représentant de l'État. Sur notre terrain, la confiance territoriale se définit bien comme une situation de dépendance et d'inquiétude (Williamson, 1993).

Créer un climat de confiance ?

- 31 Reposant sur la vulnérabilité et la dépendance, la confiance n'empêche pas l'acteur de calculer ce qu'il va gagner et ce qu'il va céder afin de privilégier son intérêt personnel au détriment des autres (Williamson, 1993). Pour Robert Putnam (1995), elle est considérée comme un capital social et un « *outil mobilisable pour l'action publique [...]* » (p. 43). Au-delà des dimensions rationnelle et sociale de la confiance, le côté éthique suppose la bienveillance, l'honnêteté et la bonne foi des interactants (Koenig, 1999).
- 32 Au sein de la communauté scientifique, les chercheurs échangent dans un climat de confiance réciproque. Comme les laboratoires appartiennent aux institutions de tutelle, les relations sont surtout réciproques et étroites entre chercheurs et agents administratifs. On l'aura compris, ce n'est pas le cas avec la population. La transparence et l'honnêteté dans la transmission de l'information restent capitales dans la reconstruction de la confiance (Accetto *et al.*, 1990 ; Van Delft et Lotterie, 1993). Les agents institutionnels devraient ainsi assurer une communication continue avec les paysans de Menzel Habib. Une confiance amoindrie par les échecs répétés et les promesses non tenues est difficile à reconstruire. Longtemps écartés des projets de développement, les paysans sont maintenant mis sur le devant de la scène. La majorité déclare qu'elle n'est pas dupe des projets à venir.
- 33 Les bergers, les éleveurs de bétail, les agriculteurs et les porteurs de projets entretiennent donc des relations de confiance rationnelles avec les autres acteurs. Ainsi

cette population fortement assistée par les subventions et les dons nationaux et internationaux éprouve-t-elle une confiance de plus en plus tendue vis-à-vis des structures gouvernementales à cause de la conjoncture socio-économique (flambée des prix des combustibles, manifestations et grèves ouvrières, fuite d'investisseurs) et de l'actualité géopolitique (révolutions arabes, guerre civile en Libye, immigration illégale massive, par exemple). Pour bénéficier des avantages socio-économiques, ils se fondent sur un calcul fait entre ce qu'ils vont gagner et ce qu'ils vont déboursier à la suite de leurs engagements (argent, effort, concession morale, cession de terrain, par exemple). Dans cette situation, les chercheurs ne peuvent que concevoir la confiance comme un engagement fragile et vulnérable ouvrant sur une situation incertaine. Ces impressions sont appuyées par le malaise qu'éprouvent certains chercheurs lorsqu'ils se rendent dans la région de Menzel Habib pour leurs enquêtes. En effet, la population les voit comme impuissants et inopérants devant ses détresses. Accusés d'être les complices d'un gouvernement corrompu, les chercheurs, qui sont en contact direct avec les agriculteurs et les bergers, compatissent avec les citoyens. L'inefficacité des stratégies et l'inadaptation des solutions par rapport au contexte expliquent le désarroi de tous les acteurs devant l'immense défi de la LCD. La population s'est parfois exprimée avec violence et brutalité pour manifester son exaspération : agression de bergers et de troupeaux transhumants, assassinat d'un agent chargé de surveiller les terres collectives.

- 34 On l'a vu *supra*, la reconnaissance des compétences de l'acteur est un facteur déterminant du développement des projets et un moteur d'émergence de la confiance. Toutefois, celui qui est prêt à s'engager dans une relation de confiance s'apprête également à céder une partie de sa marge de manœuvre. Pour résumer, et à partir de nos enquêtes menées dans la région de Menzel Habib, les acteurs définissent la confiance comme une situation incertaine, puisqu'il est difficile de prévoir le comportement d'autrui, notamment l'opportunisme. James Coleman (1990) souligne que la confiance permet de souder le groupe, d'accroître la motivation de ses membres et de faciliter le dialogue en cas de défaut communicationnel. Ici, il peut renforcer l'opportunisme collectif. Ce manque de communication entre tous les acteurs est vécu comme une contrainte qu'il faut lever urgemment, à défaut de quoi la reconstruction de la confiance sera périlleuse.
- 35 Pour ce faire, il reste encore la possibilité pour les acteurs d'adopter une approche participative qui encourage les uns et les autres à débattre ensemble et à créer des espaces de négociation qui ouvrent sur des logiques contractuelles. En outre,
 [...] il est à noter qu'un engagement écrit (signature d'un formulaire, d'un reçu, d'un bulletin d'engagement) est plus fort qu'un engagement oral. Lorsqu'il est écrit, l'engagement semble également renforcé par le fait d'être public (aux yeux d'autres personnes, éventuellement du même quartier, de la même ville, et pas seulement des expérimentateurs et des participants signant l'engagement eux-mêmes) (Rubens, 2011 : 40).
- 36 Le contrat étant le garant par excellence en cas de désaccord, la confiance est complémentaire aux calculs des intérêts individuels (Joly *et al.*, 1998).

S'engager pour mieux communiquer

- 37 Dans ces zones arides, fragiles et menacées plus que sur d'autres terrains sans doute, comme l'indiquent Boltanski et Thévenot (1991), « *les êtres qui se croisent ne participent*

pas d'un même engagement » (p. 51) et dans la LCD, il est essentiel de « produire des associations qui durent plus longtemps que les interactions leur ayant donné naissance » (Akrich *et al.* 2006 : 18). On a vu que la LCD pousse tous les acteurs territoriaux à élaborer des stratégies informationnelles et communicationnelles pour aider les occupants des terres de Menzel Habib à préserver leur environnement, d'une manière durable, et à valoriser leur territoire. Or, proposer un reportage sur les problèmes écologiques et réunir tous les acteurs pour débattre les risques du surpâturage ou des maladies arboricoles, par exemple, sensibilise certes les acteurs aux projets de développement, mais ne garantit pas leur implication. Celle des paysans ne doit pas se limiter à la collecte informationnelle, mais plutôt viser à les engager et à les faire participer aux actions de LCD, ce qui, compte tenu du contexte, doit débiter par des micro-actes.

- 38 Devant les défis que pose la LCD, la communication ne devrait donc pas se limiter à la sensibilisation des acteurs. D'après les travaux de Françoise Bernard et de Robert-Vincent Joule (2004), la communication engageante permet à la personne de changer de comportement tout en améliorant ses connaissances, notamment dans le domaine des questions environnementales. Cette communication s'insère dans une logique participative et coopérative. Ainsi mettre en exergue idées, information, connaissances, traditions, stratégies et pratiques favorise-t-il l'engagement des acteurs.

Adopter des comportements favorables

- 39 Faire référence à la communication engageante nous permet de mettre l'accent sur le changement de comportements qui pourrait se faire à partir des campagnes de sensibilisation organisées et existantes sur ce territoire⁸. Nous savons déjà que l'information échangée lors de ces temps formels entre acteurs n'a pas nécessairement d'effets sur leurs actes. Le débat non formel brouille en plus les différents messages. Il faut donc réfléchir à augmenter la persuasion des sujets pour accompagner un changement de comportements (Bernard et Joule, 2004).
- 40 Le dynamisme de la communication contraint les acteurs territoriaux à mettre en avant la pluridisciplinarité pour la LCD. Robert-Vincent Joule *et al.* (2007) proposent d'engager et d'impliquer tous les individus dans cette cause écologique et socio-économique et de les inciter à envisager de changer leurs comportements. L'engagement dans la LCD suit une stratégie de communication rassemblant tous les acteurs du développement : citoyens et structures administratives, institutionnelles et scientifiques. Celle-ci vise à aider les paysans à adopter des comportements favorables à la préservation de leur écosystème et au renforcement de la confiance. Dans le cadre de la LCD dans la région de Menzel Habib, il semble bien que
- [...] les méthodes incitatives puissent être efficaces dans le domaine de l'environnement ; cependant, leurs effets ne sont pas durables. Ainsi, dès que la récompense incitant les personnes à modifier leur comportement est retirée, les anciennes habitudes reprennent le dessus (Rubens, 2011 : 40).
- 41 L'engagement dans la durée reste essentiel quand la gestion de l'écosystème doit aussi être une solution pour aménager le territoire. À cause de la disparition d'arbres et de plantes autochtones, due au déboisement abusif dans la région de Menzel Habib, chacun détruisait les forêts notamment celles de Ségui, Oued Zitoun et Hajri, pour vendre le bois. Aujourd'hui, certains agriculteurs et bergers connaissent les multiples

avantages de cette végétation favorisant le développement d'autres espèces. Toutefois, et en raison de l'absence de substituts et de la précarité socio-économique, ils continuent à surexploiter ces ressources naturelles.

- 42 Avec l'aide des agents du Groupement de développement agricole, les bergers, les agriculteurs et les pasteurs ont appris à travailler ensemble. Leur combat consiste à préserver les terres de Menzel Habib contre les dangers du surpâturage et du déboisement abusif. Les interactions entre les variables édapho-climatiques⁹ et le couvert végétal sont influencées par les conséquences anthropozoïques (relatives à l'apparition de l'homme). La réduction des effets de la sécheresse sur les steppes sableuses de la Jeffara¹⁰, grâce à l'atténuation des caractéristiques édaphiques et à la sensibilisation des acteurs de terrain, a favorisé le recouvrement végétal.

Responsabiliser les acteurs

- 43 Cette responsabilisation des citoyens pour faire face à des situations urgentes reste possible. Offrir des récompenses et des subventions permet certes aux paysans de s'engager et de collaborer avec les chercheurs et les structures administratives et institutionnelles. Par contre, lorsque les motivations sont moins saillantes ou lorsque les contraintes sont imposées et superflues (changement des anciennes charrues contre de nouvelles plus écologiques, proposition d'aliments de substitution pour le bétail, etc.), le risque de désengagement est élevé et amoindrit la confiance entre acteurs (Mzioudet Faillon, 2011).
- 44 Selon Françoise Bernard (2007), responsabiliser les sociétés est un processus qui passe par la valorisation des valeurs et la participation des acteurs. Sinon, comment persuader les différents acteurs du bien-fondé des politiques territoriales ? En effet, informer et sensibiliser le plus grand nombre sont des vecteurs évidents des stratégies préventives¹¹, mais l'enjeu ici est de passer d'une représentation de l'engagement collectif avec une faible confiance et une réserve de controverse à une modification d'un comportement individuel utile à tous. Dans les campagnes de sensibilisation observées, la persuasion par des textes explicatifs, des graphiques, des schémas, des photos et des témoignages a un effet encore limité sur le comportement des acteurs.
- 45 Joule *et al.* (2007) soulignent les deux principes élémentaires de la communication engageante qui pourraient s'appliquer pour notre terrain. D'abord, l'obtention d'actes préparatoires consiste à simplifier l'information pour la rendre plus facilement assimilable par la population cible. Grâce aux campagnes préparatoires de sensibilisation, les individus acceptent plus facilement les actes. Ensuite, leur exposition à une argumentation persuasive augmente leur engagement. En effet, le message, le contexte, la source, le récepteur et les canaux de communication sont des facteurs renforçant la persuasion. Mickael Pallak et William Cummings (1976) considèrent que l'engagement public est plus efficace que celui qui est privé. Par conséquent, les autorités locales (délégation de Menzel Habib et groupements de développement) et les chercheurs devraient s'intéresser de près aux techniques de médiation et de négociation impliquant une forme contractuelle écrite en coprésence des autres acteurs territoriaux.
- 46 Cette forme de l'engagement reste importante dans la mesure où, selon Carl Hovland *et al.* (1957), l'écrit, sous forme d'un texte public, a plus d'influence sur l'engagement des

acteurs que lorsqu'il est privé. On l'a déjà noté, les acteurs éprouvent toutefois une méfiance vis-à-vis des services publics et de l'administration. Longtemps, le gouvernement tunisien a été accusé de répressions ; les représailles et la corruption ont favorisé l'abus de pouvoir à des fins privées, le refus d'accès à l'information et l'injustice de prospérer. De là, la liberté dans la prise de décision demeure essentielle, puisque cette forme d'information laisse à l'individu le choix de s'engager et d'être responsable de ses actes et de ses jugements :

[...] c'est lorsque l'engagement est fort, c'est-à-dire écrit plutôt qu'oral, qu'il est un élément déterminant pour obtenir des changements significatifs et durables. Les incitations, quelles qu'elles soient, sont efficaces à court terme (et tant que la récompense existe) mais les comportements ne perdurent pas lorsqu'elles disparaissent (Rubens, 2011 : 39).

Supposons qu'il vient ici récupérer sa terre est-ce que vous acceptez ? (Enquêteur)

Non, il a signé un contrat. La récupération de la terre n'est possible qu'après la fin du contrat ; après les trois ans. Les autres qui n'ont pas signé des contrats, il faut les convaincre chaque année de l'orge. En fait, il y [en] a beaucoup qui veulent intégrer leurs terres dans le régime des forêts (Responsable GDA)¹².

- 47 Les attitudes souhaitées doivent donc faire l'objet d'une formalisation ou contractualisation même élémentaire : la signature d'un « pacte » écrit — dans une société où prime encore l'oralité — est paradoxalement le seul élément susceptible de renforcer l'engagement individuel.

Conclusion

- 48 En définitive, faire comprendre à un éleveur, à un pasteur ou à un berger, qui, comme ses ancêtres depuis des siècles, exerce l'élevage et le pâturage, que son bétail est responsable de la désertification ouvre une confrontation culturelle et idéologique inédite entre citoyen, chercheur et administrateur. Reconstruire la confiance devient donc indispensable pour valoriser au-delà des problèmes écologiques ces zones arides, fragiles et menacées (créer des circuits touristiques, aménager des sites, par exemple). Rémi Clignet (1998) et Isabelle Droy *et al.* (2000) la considèrent même comme déterminante pour l'élaboration de projets de développement. Si ces projets restent essentiels pour notre terrain et dans le Sud tunisien en raison des problèmes écologiques, du manque d'infrastructures et de l'instabilité socio-économique, les transitions politiques récentes comme la destitution de délégués et la prolifération de partis politiques accentuent encore l'incertitude.
- 49 La confiance est plus que jamais essentielle pour reconstruire les relations entre acteurs, restaurer un débat à partir des connaissances expertes de la population, dresser des priorités qui limitent le sentiment d'opportunisme des acteurs et renforcer les engagements individuels devant les échecs répétés d'une politique territoriale fondée sur une action collective inopérante. Dans le contexte actuel, les acteurs sont poussés à entrer dans des relations de confiance avec une pression liée aux objectifs, au temps, au manque de ressources (Bornarel, 2004), mais aussi dès lors, comme le mentionne Williamson (1993), avec des comportements opportunistes privilégiant l'intérêt personnel aux dépens des autres (surtout pour une population locale toujours fortement assistée par l'État).
- 50 Les projets de développement mis en place dans la région de Menzel Habib ont provoqué des bouleversements dans les habitudes agricoles, politiques et socio-

économiques. Les divergences dans les perceptions du risque de désertification, entre une population et des structures administratives, de recherche et institutionnelles en quête d'amélioration écologique, sont patentes. Le blocage informationnel souvent mentionné par les paysans ravive la brèche entre savoir expert et savoir non expert d'une part, et remet en cause la légitimité des résultats scientifiques, d'autre part. Adopter une approche participative encouragera sans doute les acteurs à débattre ensemble et à créer des espaces de négociation et de confrontation entre les savoirs.

- 51 Il ne s'agit pas ici, tant s'en faut, de proposer un discours enchanté sur les possibilités d'un débat public qui engagerait différemment les acteurs, mais de poser les bases de la communication à un moment où, depuis le début, la révolution tunisienne, les grèves répétées, la multiplicité des partis politiques, la montée des prix des produits agroalimentaires, les intempéries fréquentes (neige, pluie, chaleur, tempêtes de sable, etc.), le chômage, l'insécurité et la corruption renforcent encore les besoins d'une population de plus en plus agacée.

BIBLIOGRAPHIE

- ACCETTO, Torquato *et al.* (1990), *De l'honnête dissimulation*, Paris, Verdier, Coll. « Terra d'altri ».
- AKRICH, Madeleine *et al.* (2006), *Sociologie de la traduction, textes fondateurs*, Paris, Les Presses de l'École des mines, Coll. « Sciences sociales ».
- BERNARD, Françoise (2007), « Communication engageante, environnement et écocitoyenneté : un exemple des <migrations conceptuelles> entre SIC et psychologie sociale », *Communications et Organisation*, 31, p. 26-41.
- BERNARD, Françoise et Robert-Vincent JOULE (2004), « Lien, sens et action : vers une communication engageante », *Communication et Organisation*, 24, p. 347-362.
- BOLTANSKI, Luc et Laurent THÉVENOT (1991), *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard.
- BORNAREL, Frédéric (2004), « La confiance contrainte : résultat d'une recherche conduite dans un cabinet de conseil en management », *XIII^{ème} conférence de l'AIMS* (Normandie, 2 au 4 juin 2004) [En ligne], <http://www.strategie-aims.com/events/conferences/10-xiiieme-conference-de-l-aims/communications/474-la-confiance-contrainte/download> (Page consultée le 15 mai 2011).
- BOURDIEU, Pierre (1980), *Questions de sociologie*, Paris, Éditions de Minuit.
- CALANDRE, Natacha (2006), *Pratique et perception des risques nutritionnels : la mère face aux malnutritions infantiles au Vietnam*. Thèse de doctorat en économie et gestion du développement agricole : agro-alimentaire et rural, sous la direction de P. Lucie SIRIEX et Nicolas BRICAS, Montpellier, École nationale supérieure d'agronomie.
- CALLON, Michel (2006a), « Pour une sociologie des controverses technologiques » dans Madeleine AKRICH *et al.*, *Sociologie de la traduction, textes fondateurs*, Paris, Les Presses de l'École des mines, Coll. « Sciences sociales », p. 135-157.

- CALLON, Michel (2006b), « Quatre modèles pour décrire la dynamique de la science » dans Madeleine AKRICH *et al.*, *Sociologie de la traduction, textes fondateurs*, Paris, Les Presses de l'École des mines, Coll. « Sciences sociales », p. 200-251.
- CALLON, Michel et Bruno LATOUR (2006), « Le grand Léviathan s'apprivoise-t-il ? » dans Madeleine AKRICH *et al.*, *Sociologie de la traduction, textes fondateurs*, Paris, Les Presses de l'École des mines, Coll. « Sciences sociales », p. 11-32.
- CLIGNET, Rémi (1998), « Notions d'observatoires, réalités du Sud », dans Rémi CLIGNET (dir.), *Observatoires du développement, observatoires pour le développement*, Paris, ORSTOM, p. 281-291.
- COLEMAN, James Smoot (1990), « Social capital in the creation of human capital », dans Frédéric BORNAREL (2005), « Relations de confiance et renforcement du contrôle : Résultats d'une étude conduite dans un cabinet de conseil », *XIV^{ème} conférence internationale de management stratégique*, Pays de la Loire, Angers, 2005, En ligne], http://www.strategie-aims.com/events/prices/2/theses/7/thesis_assets/7/download (Page consultée le 14 mars 2012).
- DROY, Isabelle *et al.* (2000), « Les observatoires ruraux à Madagascar 1995-1998 : une méthodologie originale pour le suivi des campagnes » [En ligne], http://www.reseau-impact.org/IMG/pdf/ror_mada_stateco7_dec2000.pdf (Page consultée le 28 mars 2012).
- HOVLAND, Carl *et al.* (1957), « The effect of <commitment> on opinion change following communication » dans Lolita RUBENS (2011), *Être engagé, informé ou hypocrite : quels leviers pour favoriser les comportements pro-environnementaux ?* Thèse de doctorat en psychologie sous la direction de P. Patrick GOSLING et Annie MOCH, Nanterre, Université Paris Ouest Nanterre La Défense.
- JOLY, Pierre Benoit *et al.* (1998), « Coordination et incitations dans les contrats de recherche : le cas des accords public/privé », *Revue Économique*, 49(4), p. 1129-1149.
- JOULE, Robert-Vincent *et al.* (2007), « How can people be induced to willingly change their behavior ? The path from persuasive communication to binding communication », *Social and Personality Psychology Compass*, 1, p. 493-505.
- KOENIG, Christian (1999), « Confiance et contrat dans les alliances interentreprises » dans Christian THUDEROZ *et al.* (1999), *La confiance : approche économique et sociologique. La sociologie des entreprises*, Paris, La Découverte, p. 127-150.
- MZIOUDET FAILLON, Balkis (2011), *Informé et communiquer en confiance ? Dispositifs et territoires en zones arides : le cas de l'observatoire Menzel Habib (Tunisie)*. Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication sous la direction de Vincent MEYER et Mongi SGHAÏER, Metz, Université Paul Verlaine, Centre de recherche sur les médiations.
- OMRANI, Salah (1982), *Le territoire des Béni-Zid (Sud tunisien) : modes de production et organisation de l'espace en zone aride*, Thèse de doctorat de 3^e cycle sous la direction de Jean-Trist LE COZ, Montpellier, Université Paul-Valéry Montpellier 3.
- PALLAK, Mickael et William CUMMINGS (1976), « Commitment and voluntary energy conservation » dans Lolita RUBENS (2011), *Être engagé, informé ou hypocrite : quels leviers pour favoriser les comportements pro-environnementaux ?* Thèse de doctorat en psychologie sous la direction de P. Patrick GOSLING et Annie MOCH, Nanterre, Université Paris Ouest Nanterre La Défense.
- PONTHIEUX, Sophie (2006), *Le capital social*, Paris, La Découverte, Coll. « Repères ».
- PUTNAM, Robert (1995), « Bowling alone : America's declining social capital », *Journal of Democracy*, 6(1), p. 65-78.

RUBENS, Lolita (2011), Être engagé, informé ou hypocrite : quels leviers pour favoriser les comportements pro-environnementaux ? Thèse de doctorat en psychologie sous la direction de P. Patrick GOSLING et Annie MOCH, Nanterre, Université Paris Ouest Nanterre La Défense.

SGHAÏER Mongi et Michel PICOUET (2000), *Observatoires des relations populations-environnement en milieu rural tunisien : pour une gestion durable des ressources naturelles. Rapport scientifique*, Médenine, DYPEN II, IRA.

SGHAÏER Mongi et al. (2009), *Élaboration d'un plan d'action de développement local durable et de lutte contre la désertification (Rapport PALLCD) dans la délégation de Menzel Habib, Gabès, Gouvernorat de Gabès*.

SIDI HIDA, Bochra (2006), « Les ONG de développement : logiques d'acteurs et stratégies de développement : le cas du Maroc » [En ligne], www.uclouvain.be/cps/ucl/doc/dvlp/documents/DT_25_Bouchra.pdf (Page consultée le 25 mars 2012).

TRÉPOS, Jean-Yves (1992), *Sociologie de la compétence professionnelle*, Nancy, Presses Universitaires de Nancy.

TRÉPOS, Jean Yves (1996), *La sociologie de l'expertise*, Paris, Presses Universitaires de France, Coll. « Que sais-je ? ».

VAN DELFT, Louis et Florence LOTTERIE (1993), « Torquato Accetto et la notion de <dissimulation honnête> dans la culture classique », dans Louis VAN DELFT et Florence LOTTERIE (dir.), *L'honnête homme et le dandy*, Tübingen, G. Narr, p. 35-57.

WILLIAMSON, Oliver Eaton (1993), « Opportunism and its critics », *Managerial and decision economics*, 14(2), p. 97-107.

NOTES

1. La LCD est un phénomène qui met en avant la dégradation des sols et des espèces à cause des problèmes écologiques. Depuis les premiers programmes de LCD mis sur pied par l'UNESCO en 1950, les politiques s'intéressaient uniquement au déséquilibre des écosystèmes vivants et négligeaient le facteur humain et les systèmes de vie. Récemment, la mise en place d'observatoires a suscité l'intérêt d'économistes et de sociologues. Ces derniers ont maintenant intégré les interactions entre les populations et l'environnement à leurs études sur la désertification pour mettre l'accent sur les effets des comportements des citoyens sur l'écosystème.
2. Dans l'enquête, nous avons nous-mêmes rencontré maintes difficultés dans l'approche de cette population ; l'absence d'un retour informationnel et la méfiance à l'égard de tout représentant de l'État expliquent les silences, le refus d'être interrogé et presque systématiquement une déformation de l'information.
3. Par exemple, les chercheurs ont proposé de nouveaux outils et de nouvelles méthodes agricoles pour le labourage. Rapidement, ces charrues cylindriques ont ravivé les tensions avec les agriculteurs. Par ailleurs, les nouvelles pratiques comme l'élevage d'escargots et de lapins ou la plantation de champignons de Paris ont presque immédiatement été vouées à l'échec.
4. Dix chercheurs interviewés dans quatre laboratoires de l'Institut des régions arides de Médenine.
5. Les chercheurs dans les régions arides utilisent le terme fraction pour désigner l'ensemble de familles élargies.
6. Laboratoire d'économie et des sociétés rurales de l'Institut des régions arides de Médenine.

7. Henchir Snoussi est un terrain de 300 habitants situé dans la délégation de Menzel Habib. Il fait l'objet d'expérimentations depuis février 1997 pour étudier le comportement d'espèces autochtones : l'*Acacia tortillis*, le *Calligonum azel*, le *Periploca laevigata*, le *Rhus tripartitum* et l'*Atriplex*. La fraction tribale Ouderna, qui détient la majorité des terres collectives, participe au projet d'amélioration des parcours pastoraux. L'État procure aux ayants droit 80 kg d'orge par habitant et par an en contrepartie de l'exploitation des propriétés par les chercheurs et les agents institutionnels et administratifs. Toutefois, l'usage excessif de l'eau (en quantité et en qualité) et la variation des compensations, surtout dans les années de grande sécheresse, menacent ce projet de défense et d'amélioration pastorales (Sghaïer *et al.*, 2009).

8. Pour relativiser les propos sur le désengagement constaté de l'État, il faut aussi signaler ses efforts pour lutter contre ce fléau grâce à une sensibilisation des acteurs territoriaux (organisation de colloques, de séminaires, d'ateliers et de stages de formation, échanges d'experts et intégration de la primauté de la dimension écologique dans les cours d'enseignement secondaire et universitaire, par exemple).

9. Facteurs édaphiques : facteurs externes liés au sol et qui ont une influence profonde sur la répartition des êtres vivants.

10. La Jeffara tunisienne est une plaine pastorale située entre les montagnes de Matmata et la frontière tuniso-libyenne. Elle couvre une centaine de kilomètres carrés. Cette région fait l'objet de maints projets de développement pour lutter contre la désertification sur les plans économique, social et écologique (Djerba, Gabès, Zarzis, Ben Guerdane, Matmata).

11. La distribution d'affiches illustrées par des photos et des schémas, des messages publicitaires à la télévision et des témoignages d'agriculteurs à la Radio Tataouine permettent déjà d'engager le processus de sensibilisation de la population cible.

12. Groupement de développement agricole.

RÉSUMÉS

Les auteurs analysent la confiance territoriale et les questions de communication dans la zone aride, fragile et menacée de Menzel Habib, dans le Sud-Est tunisien. La désertification et les difficultés socio-économiques, le désengagement progressif de l'État et les événements de la révolution tunisienne de 2011 ont amplifié le désarroi de la population. Instaurer un débat avec la population, pallier le défaut informationnel et limiter un blocage communicationnel passent par la reconnaissance d'un statut d'expert à cette dernière et une revalorisation de son savoir trop longtemps négligé.

The authors analyze the questions of trust and communication in the arid, fragile and threatened zone of Menzel Habib, in southeastern Tunisia. Desertification, socio-economic difficulties, the disengagement of the State, and the events of the 2011 Tunisian revolution have amplified the population's distress. To establish a relationship of trust with the population, to correct a defective information flow and to limit the debilitating effect of a communication blockage, all parties involved must recognize the too long neglected expertise of the local population and its grounded knowledge.

Los autores de este artículo analizan la confianza a nivel territorial y los aspectos relativos a la comunicación en la zona árida, frágil y amenazada de Menzel Habib, en el sureste de Túnez. La

desertificación y las dificultades socioeconómicas, el abandono progresivo del Estado y el fracaso de algunos proyectos que obstaculizan las relaciones de confianza y los acontecimientos de la revolución tunecina de 2011, han amplificado el desasosiego de la población. Instaurar un debate con la población, atenuar la falla de la información y limitar un bloqueo en la comunicación requiere el reconocimiento de un status de perito en esta última y una valoración de su saber, demasiado tiempo ignorado.

INDEX

Palabras claves : compromiso, confianza, controversias, debates, pericia, Túnez

Keywords : commitment, controversy, debate, expertise, trust, Tunisia

Mots-clés : confiance, controverse, débat, engagement, expertises, Tunisie

AUTEURS

BALKIS MZIOUDET FAILLON

Balkis Mzioudet Faillon est docteure en sciences de l'information et de la communication et chercheuse au Centre de recherche sur les médiations (EA 3476) à l'Université de Lorraine.

Courriel : balkismzioudet@gmail.com

VINCENT MEYER

Vincent Meyer est professeur des universités et chercheur au Centre de recherche sur les médiations (EA 3476) à l'Université de Lorraine. Courriel : vincent.meyer@univ-lorraine.fr

Lectures

Christian AGBOBLI (dir.) (2009), *Quelle communication pour quel changement ? Les dessous du changement social*

Québec, Presses de l'Université du Québec

Éric Dacheux

RÉFÉRENCE

Christian AGBOBLI (dir.) (2009), *Quelle communication pour quel changement ? Les dessous du changement social*, Québec, Presses de l'Université du Québec

- 1 Cet ouvrage collectif réunit 18 textes regroupés en quatre parties. Le tout est précédé d'une courte présentation (trois pages) et se conclut par une suite de notices biographiques des auteurs. Le projet de cet ouvrage est d'aborder « la question du changement social à la lumière de différentes perspectives communicationnelles et selon le regard aiguisé d'experts, de spécialistes et de praticiens de la communication dans un contexte de changement » (p. 3). Pour ce faire, la première partie (quatre textes) porte sur les approches théoriques de la communication et du changement social, la deuxième (six textes) a trait aux approches technologiques du changement social, la troisième (six textes) aborde la question des médias dans un contexte de diversité culturelle croissante, enfin, la dernière (trois textes) traite « de la recherche francophone et émergente en communication » (p. 4).
- 2 Comme on pouvait le craindre à la lecture du plan, on est confronté à ce que les ouvrages collectifs peuvent avoir de pire : niveau scientifique plutôt moyen avec des textes de qualité très inégale (de l'indigent texte sur le Sommet de l'information aux très bons travaux de F. Millerand ou I. Mahy), parties non articulées entre elles, absence d'une mise en perspective théorique mettant en exergue les convergences et

les divergences entre auteurs, présence d'une catégorie fourre-tout (la quatrième) où l'on mélange la carpe (l'innovation organisationnelle) et le lapin (les intellectuels dans l'espace public), présentation indigente qui ne définit même pas ce qu'est le changement social, si bien que la distinction entre innovation, changement et évolution n'est jamais travaillée, absence de bibliographie commune ou indicative, etc. Une thématique passionnante gâchée par un travail éditorial inachevé.

AUTEURS

ÉRIC DACHEUX

Éric Dacheux est professeur à l'Université Blaise Pascal (Clermont-Université) où il a fondé le groupe Communication et solidarité (EA 4647). Courriel : eric.dacheux@univ-bpclermont.fr

Pascal BARREAU (dir.) (2011), *Coacher : de la théorie à la pratique*

Rueil-Malmaison, Éditions Lamarre, Coll. « Fonction cadre de santé »

Alexandre Eyries

RÉFÉRENCE

Pascal BARREAU (dir.) (2011), *Coacher : de la théorie à la pratique*, Rueil-Malmaison, Éditions Lamarre, Coll. « Fonction cadre de santé »

- 1 Ce collectif qui accueille les contributions de professionnels du domaine s'intéresse à un phénomène encore récent, mais qui a pris de plus en plus d'ampleur en France ces dernières années : le *coaching*. Comme l'écrit très justement Martine Perrasse, de nos jours, « les rayons des librairies débordent de livres sur le *coaching*. [...] En quelques années, le *coaching* au début réservé à une élite bien pensante s'est démocratisé. Les mauvaises langues diront popularisé. Et tant mieux si le *coaching* s'offre au plus grand nombre » (p. XV).
Le large succès éditorial remporté par tous les ouvrages qui traitent de ce phénomène s'explique en partie par la plasticité de ce concept qui sert à caractériser les balbutiements et les errements d'« une discipline en construction. À la croisée de multiples champs théoriques, [le *coaching*] s'adapte aisément aux vicissitudes de notre vie actuelle (p. XV).
- 2 Composé de deux parties complémentaires — l'une plus théorique, l'autre opérant un retour sur des pratiques professionnelles de *coachs* —, cet ouvrage donne à voir une succession de « prismes colorés d'une réalité changeant au gré de notre regard et de notre humeur » (p. XV). Il se conçoit donc comme un kaléidoscope dans lequel on est saisi d'émerveillement « à chaque page. D'énigme en surprise, les articles se suivent sans jamais se ressembler. Ni manuel, ni guide, les articles peuvent se lire [...] sans nuire au sens général de l'ouvrage » (p. XV).
- 3 La composition même de ce livre traduit la volonté de ses auteurs de théoriser à partir de leurs pratiques et de nourrir la théorie de nombreux exemples issus de leurs expériences quotidiennes de professionnels du *coaching*.

- 4 Foncièrement pluridisciplinaire, le *coaching* est « *avant tout une invention de l'homme, pour tous les hommes* » (p. XV). Dans l'introduction de l'ouvrage, Pascal Barreau situe l'actuelle croissance exponentielle du *coaching* dans une période de profonde transformation de la société française, qui n'a jamais « *été autant tournée vers la performance. Et comme il ne peut y avoir d'amélioration du résultat sans apprentissage, l'homme doit donc constamment s'inscrire dans une dynamique de développement* » (p. XVII).
- 5 L'auteur rappelle à juste titre qu'être *coach* est un véritable métier dont on acquiert les règles et les spécificités au cours d'un processus de formation. Or, de nos jours,

[i]l est devenu monnaie courante d'être coach sans avoir expérimenté la phase incontournable de l'apprentissage du métier. Cette culture « du tout, tout de suite » [...] prône l'immédiateté sous toutes ses formes. Si hier il était de bon ton de donner du temps au temps, aujourd'hui tout doit aller très vite. Nous sommes passés de l'ère de la maturité à celle de la prématurité. Ce n'est pas sans conséquence (p. XVII).
- 6 La multiplication de ceux qui se donnent pour des *coachs* sans avoir ni la formation disciplinaire (ou plutôt pluridisciplinaire) requise ni le bagage technique suffisant pour exercer cette profession d'aide et de conseil devient un épiphénomène préoccupant. En effet, il n'y a

plus un salon sans sa kyrielle de coaches. Là, ils conseillent sur votre look, ici c'est sur le choix de vos meubles, là-bas sur votre alimentation... Rien n'échappe au regard du coach. Le concept « coaching » fait vendre. Enfin, soyons sérieux, le coaching n'est pas un fourre-tout. Ravalé à de simples prestations de service, il se désincarne et pourrait bien à terme lasser (p. XVII).
- 7 Prenant l'exemple des entraîneurs et des managers sportifs, Barreau établit un parallèle entre la fonction qui consiste à encourager son équipe et à la soutenir (avant, pendant et après une compétition sportive) et le rôle du *coach* qui doit accompagner ses clients sur le chemin de leur développement personnel et dans leur action de réalisation de leurs projets personnels. Ainsi,

le coach aide ses clients à transformer les étapes décisives en réussites. Le coaching n'est pas une activité unidimensionnelle. Chaque individu étant différent, le coach par ses connaissances théoriques et expérientielles adapte ses modalités d'intervention aux besoins de chaque client. Il l'assiste autant que nécessaire sans jamais imposer ses opinions (p. XVII).
- 8 La contribution de Marie-Christine Giraud, intitulée « Le coaching : une discipline transthéorique, une pratique particulière », ouvre la première partie de l'ouvrage collectif. Ayant attribué à Socrate (l'inventeur de la maïeutique ou art d'accoucher les esprits) la paternité du coaching, l'auteure prend soin de rappeler qu'au

XXe siècle, la révolution technologique a entraîné un bouleversement des mentalités. Les entreprises, par souci de performance, doivent s'adapter sans cesse aux imprévisibilités du marché. Manager au XXe siècle relève d'une haute complexité. Le chef n'est plus celui qui sait, mais celui qui fait adhérer son équipe à un projet (p. 4).
- 9 Les *coachs* sportifs aux États-Unis ont très tôt compris (dès les années 1970) que pour gagner une compétition, il ne suffisait pas de travailler la technique et les muscles, mais qu'il fallait aussi faire de la préparation mentale, soigner la motivation et veiller à gérer convenablement le stress et les émotions. L'idée a ensuite été reprise par les chefs d'entreprise qui souhaitaient accroître les performances de leurs salariés et, par extension, celles de leur entreprise et a fini par gagner la sphère des clients privés souhaitant être accompagnés dans leurs démarches personnelles.

- 10 Giraud définit le *coaching* comme
 un métier de relation d'aide, sorte de thérapie pour « individu bien portant » traversant un épisode de sa vie plus difficile ou en étant en questionnement. Le coaching analyse le présent afin de préparer le futur, sans s'intéresser aux blessures du passé. [...] Le coaching consiste à explorer avec une personne une situation qui lui pose problème, c'est-à-dire de passer d'un état actuel non satisfaisant à un état souhaité. [...] Le coaching est un processus d'accompagnement ayant pour objectif l'optimisation du potentiel d'un ou de plusieurs individus (p. 4).
- 11 Le *coach* doit bâtir sa démarche d'accompagnement sur une écoute bienveillante et sans jugement de l'autre et doit également respecter une certaine déontologie. S'il n'a pas d'obligation de résultat, le *coach* a en revanche une obligation de moyens et doit tout mettre en œuvre pour accompagner le *coaché* dans son désir de changement.
- 12 Lise Gailhoustet-Lafon rappelle dans sa contribution quelques-uns des grands outils utilisés dans le *coaching*. La programmation neurolinguistique (PNL) « s'intéresse aux interactions entre ce que nous pensons, ce que nous ressentons et ce que nous faisons » (p. 37) et vise à modéliser les réussites et à favoriser l'autonomie. L'analyse transactionnelle est quant à elle une théorie selon laquelle « l'être humain dispose d'une marge de liberté et d'autonomie et est responsable de ses actes » (p. 40), alors que l'analyse systémique « n'est pas une théorie de la personnalité qui aurait une extension groupale, ni une théorie du fonctionnement du groupe ou de l'équipe, mais une approche du changement » (p. 46).
- 13 La dernière contribution de l'ouvrage, celle de Nicolas Mathieu, réaffirme la prépondérance de la notion de liberté dans la relation qui se noue entre un *coach* et un *coaché* : « la mission que se donne le coach dans cette perspective n'est donc pas de changer son client mais de le mettre dans une situation où il pourra choisir de changer » (p. 243). La personne que l'on *coache* est invitée à réfléchir en permanence aux choix dont elle dispose. Le *coach* doit également s'interroger sur la liberté (ou la potentialité libératoire) qu'il représente pour son client.
- 14 Évoquant la question de la responsabilité pour autrui (dont parlait autrefois Emmanuel Lévinas), Mathieu explique que « du point de vue du coach, il y a [...] une co-responsabilité de la construction du sens et des réinterprétations des situations » (p. 247). L'enjeu pour le *coach* est ainsi de permettre à son client de retrouver un espace de responsabilité pour qu'il puisse faire des choix libres [et] [...] assumer l'entrée dans une dynamique de changement libre [qui] devient transposable dans d'autres espaces de sa vie pour une plus grande autonomie et une plus grande liberté (p. 248).
- 15 L'expérience du *coaching* peut donc se définir comme une expérience d'humanisation (ou de réintroduction d'une certaine dimension humaine) pour le *coach* comme pour son client.
- 16 La conclusion, très stimulante, de Barreau, rappelle que la diversité des *coachs* existant sur le marché est là pour répondre à la diversité des personnes susceptibles d'être *coachées* dans le respect de leur singularité et de leurs spécificités. Filant une métaphore marine et maritime, il explique qu'étymologiquement, le *coach* était la personne chargée de conduire à bon port et dans le plus grand confort possible les voyageurs sous sa responsabilité.
- 17 Pour Barreau, en définitive,
 le coaching est un dialogue intimiste. Sans alliance absolue, pas de sécurité possible ; deux êtres en présence, liés par le souci de l'autre. Le coach est un jardinier de l'accompagnement d'un nouveau genre. Il ne juge pas, ne rationalise pas, n'instrumentalise pas. Alors que fait-il ? Il laisse parler sa générosité dans un

agir loin de toute intervention brusque. Il puise son efficience dans un hymne à la vie décrit par Lao Tseu dans son Dao De Jing :

Laisser être. Laisser croître.

Laisser être. Ne pas accaparer.

Entretenir. Ne pas assujettir.

Présider à la vie. Ne pas faire mourir (p. 251).

- 18 Préoccupé par la vie, le *coach* est ainsi celui qui traite de la question de l'altérité et qui aide le *coaché* à construire son existence et un autre rapport au monde et aux hommes. C'est en cela que la lecture de ce livre constitue une expérience vivifiante.

AUTEURS

ALEXANDRE EYRIES

Alexandre Eyries est chercheur associé au laboratoire I3M (information, milieux, médias, médiations) à l'Université de Nice Sophia Antipolis. Courriel : alex.eyries@yahoo.fr

Québec, Presses de l'Université Laval, Coll. « Quand la philosophie fait Pop ! »

Vincent BILLARD (2011), *iPhilosophie. Comment la marque à la pomme investit nos existences*

Alexandre Eyries

RÉFÉRENCE

Vincent BILLARD (2011), *iPhilosophie. Comment la marque à la pomme investit nos existences*, Québec, Presses de l'Université Laval, Coll. « Quand la philosophie fait Pop ! »

- 1 Dans les domaines spécifiques de l'informatique et des technologies de pointe, rien n'est jamais durablement établi, aucune certitude ne demeure bien longtemps dans ce monde mouvant où les découvertes, les avancées techniques et les innovations se chassent les unes les autres. Dans ce secteur de marché, la compétition est particulièrement rude et il est dans l'ensemble assez rare qu'une entreprise prenne durablement l'ascendant sur ses concurrents directs.
- 2 C'est pourtant dans ce champ ultra-concurrentiel qu'une entreprise, Apple, parvient, sous la houlette de Steve Jobs, à se singulariser et à dominer le marché de l'industrie électronique grand public, notamment grâce à une démarche marketing fondée sur l'innovation, l'ergonomie et l'esthétique très appréciée de ses produits qui, associées dans des campagnes publicitaires originales, facilitent l'identification des consommateurs à la marque.
- 3 L'essai de Vincent Billard est la première interrogation philosophique écrite en français sur la marque californienne au logo représentant une pomme. Cet ouvrage se propose d'essayer de comprendre ce que les iPod, les iPhone, les iMac et les iPad — objets aujourd'hui mondialement célèbres — apportent de radicalement nouveau dans le monde contemporain.

- 4 Dans l'avant-propos de son ouvrage intitulé « Pièce jointe : la leçon donnée par l'iPhone », Billard commence par contextualiser son propos et se situer à la fois en tant que philosophe et en tant que consommateur fasciné par les objets électroniques subtils mis au point et fabriqués par les ingénieurs et les développeurs de la société Apple :

Commençons simplement par une petite anecdote. J'ai été un acheteur assez tardif de l'iPhone, le célèbre téléphone d'Apple. Lors de la parution du premier modèle en 2007 j'avais bien sûr suivi de près son actualité, comme tous les passionnés de technologie. [...] Ce qui m'avait retenu de l'acheter était clair : le modèle alors proposé ne [...] pouvait donc pas utiliser les tout nouveaux et très performants réseaux de 3^{ème} génération des opérateurs (p. 1)

- 5 Comme tous les objets industriels complexes émanant de cette entreprise de haute technologie, l'iPhone jouit d'un immense pouvoir d'attraction auprès du grand public qui n'est même pas rebuté par le caractère extrêmement onéreux d'un tel objet. Véritable objet de désir, l'iPhone crée à lui seul un effet d'attente, un effet de suspens. Le monde entier est en effet très vite suspendu à l'annonce de la sortie d'un nouvel appareil de cette gamme précédé du « i » caractéristique de la marque.
- 6 Steve Jobs (récemment décédé, laissant des millions d'adeptes inconsolables), « *le charismatique patron d'Apple* » (p. 2), était un maître ès conférences de presse savamment scénarisées au cours desquelles il présentait chaque année le dernier-né de ces appareils de haute technologie et suscitait vis-à-vis du public un désir de possession, une pulsion consumériste irrépressible. L'attente avant l'achat du premier iPhone est présentée par Billard comme trop longue et presque douloureuse :

Je décidai, malgré mes ultimes réticences, d'acheter — enfin — le dernier iPhone. Je ne le regrettai pas. Le mois suivant son acquisition fut un vrai bonheur. J'éprouvais enfin le plaisir que tant d'autres avaient ressenti avant moi à utiliser sa si agréable et si intuitive interface, et à tenir dans ma main ce bijou de technologie, marqueur social s'il en est de réussite et de modernité (p. 2).

- 7 Le rapport qu'entretient Billard avec son iPhone est d'abord corporel, sensuel, tactile bien avant d'être d'ordre philosophique ou spéculatif. Il y a, dans la manipulation de l'appareil, un vrai plaisir physique et une émotion esthétique devant un objet fascinant « *par son extraordinaire design* » (p. 2).
- 8 Il décrit ainsi la jouissance voluptueuse associée à la prise en main de cet objet remarquable :

Je me surpris plusieurs fois à le regarder du coin de l'œil sur mon bureau pour vérifier ses harmonieuses proportions. Je le prenais longuement dans ma main pour éprouver son agréable contact, me rincer l'œil infiniment sur ses courbes parfaites, jouir de son poids idéal, ni trop léger ni trop lourd, et goûter sans mesure le plaisir de posséder cet engin futuriste, parfaitement pensé, dans le décor ordinaire de mon existence, négligemment posé entre des objets prosaïques bien moins ouvragés et mes vieux bouquins de philosophie (p. 2).

- 9 L'iPhone est donc un support à la fois de contemplation esthétique et d'analyse philosophique, voire ontologique. D'entrée, l'outil technologique complexe est situé dans l'entre-deux des appareils élémentaires et utilitaristes et des ouvrages philosophiques nourrissant une interrogation sur la nature profonde de l'humanité, sur le rapport à la temporalité et à la finitude qui bornent la condition humaine. L'iPhone représente donc une forme de perfection formelle et technologique ainsi qu'une preuve du « *point d'achèvement indépassable* » (p. 3) atteint par l'industrie humaine qui est parvenue à réaliser un chef-d'œuvre en tous points insurpassable. Évoquant le

(provisoirement) dernier modèle d'iPhone commercialisé par Apple, Billard admet avoir reçu une véritable leçon d'esthétique donnée par l'entreprise de Steve Jobs :

Moi qui croyais sincèrement savoir à quoi m'en tenir dans ce domaine, moi qui connaissais les œuvres d'art et fréquentais les ouvrages d'esthétique, j'avais donc été joué par un maître, par un génie beaucoup plus fin que moi, capable de créer une beauté profonde, une élégance supérieure, une harmonie envoûtante là où les yeux ordinaires comme les miens ne voyaient d'abord que des formes carrées disgracieuses, des contours brusqués et choquants (p. 6).

- 10 La société Apple, fleuron de l'informatique et de la haute technologie, serait donc aussi passée maître dans l'art de construire de beaux objets d'une grande complexité et d'une technicité élevée. C'est en tout cas le postulat de Billard :

La leçon d'Apple est de pouvoir faire naître de la beauté, une beauté lumineuse et captivante, dans ce qui n'est somme toute qu'un objet de consommation courante, produit massivement à grande échelle, pour une utilisation ordinaire par des millions d'individus (p. 6).

- 11 C'est à partir de ce postulat initial que l'auteur construit sa réflexion autour des implications humaines (humanistes) et philosophiques des produits de la haute technologie, de la micro-informatique et des industries de pointe, en affirmant que l'iPhone constitue le compromis idéal entre beauté et fonctionnalité.
- 12 Évoquant le lancement de l'iPod (premier-né de la gamme des produits en « i ») — à peine un mois après la tragédie du 11 septembre —, Billard explique que ce baladeur numérique est devenu très vite une émanation de « *la volonté populaire de continuer à s'amuser et de profiter de la vie* ». Ce symbole de la vie insouciant et facile, du plaisir de vivre et de s'amuser a été décliné en de multiples modèles colorés correspondant aux multiples couleurs de la vie.
- 13 L'iPad, dernière invention de la firme à la pomme, représente un phénomène très intéressant du point de vue de la philosophie. En effet, dès le départ, la tablette tactile d'Apple offrait « *la possibilité de consulter des ouvrages entiers du bout du doigt, d'emporter avec soi une bibliothèque immense et de l'augmenter en permanence au gré du désir, en achetant des livres sur [...] l'iBooks store* » (p. 108). L'iPad contribue ainsi à réinventer à la fois l'imprimerie, le papier et l'encre, transformant en profondeur notre propre rapport au livre et à la littérature. Les livres numérisés qui figurent sur l'iPad permettent de révéler l'essence véritable de ce qu'est un livre (c'est-à-dire un réceptacle d'informations déposées par l'auteur et extractibles par le lecteur à qui elles sont destinées) et de marquer une profonde rupture épistémologique avec le livre dont on a cru, durant des siècles, qu'il était circonscrit à sa forme papier.
- 14 Les passionnés de l'informatique, c'est-à-dire ceux que l'on appelle du côté anglo-saxon des *hackers* ou des *geeks*, ont l'habitude de nommer et de regrouper tous les produits en « i » de la marque à la pomme sous la désignation générique « iDevice ». Ce terme signifie « engin », « machine » ou, lorsqu'il est plus particulièrement question d'appareils mobiles, « périphérique ».
- 15 Billard montre très justement que la notion de simplicité, si souvent associée aux produits émanant de la société Apple, constitue en matière de conception un véritable trait de génie et une innovation considérable qui contribuent à renouveler en profondeur toute l'histoire du design. Cette « *simplicité des produits Apple se ressent dans leur facilité d'utilisation* » (p. 194). En effet, pour l'utilisateur d'un produit Apple, qu'il s'agisse d'un iPod, d'un iPhone ou d'un iPad,

[...] c'est simple car cela ne demande aucune connaissance particulière. L'utilisation est évidente et immédiatement intuitive. Le « miracle » de simplicité produit par Apple consiste pour l'essentiel dans le fait de la perception absolument « naturelle » de ce qui se passe à l'écran, par exemple en faisant défiler au doigt le menu d'iPhone ou les titres de musique sur un iPod. Il y a une impression de « glisse » naturelle sur l'écran (p. 194).

- 16 Lorsque les organes fonctionnent bien, on ne ressent absolument pas le travail qu'il y a « derrière » ; les processus vitaux sont totalement invisibles et imperceptibles. Toutes proportions gardées, c'est à cette même impression de simplicité qu'Apple parvient en « créant des objets dont la simplicité d'utilisation fait totalement disparaître le processus informatique extrêmement complexe qu'il y a derrière pour les faire fonctionner » (p. 195). Le véritable génie d'Apple, à l'instigation du visionnaire et regretté Steve Jobs, consiste à avoir toujours une ou plusieurs longueurs d'avance sur les entreprises de pointe qui constituent des concurrents directs et sérieux. La particularité de l'entreprise Apple réside donc dans cette impression de spécificité et d'unicité qui entoure et nimbe le moindre des objets de désir (d'une très haute technicité) construits par cette société.
- 17 En effet :
Dans ce domaine, comme dans beaucoup d'autres le travail d'Apple est exemplaire, car cette singularité dans l'utilisation intuitive de son appareil électronique n'existait tout simplement pas avant : si on retrouve cette même impression, ce même rendu aujourd'hui chez d'autres téléphones ou lecteurs numériques de marques concurrentes, c'est parce qu'Apple l'a initié et en a produit une incarnation tellement efficace qu'elle a marqué tous les utilisateurs qui l'ont approché (p. 195-196).
- 18 Apple développe au maximum les affordances (par exemple, la petite flèche pointant vers le bas indique qu'il faut cliquer dessus pour faire apparaître un menu déroulant) et ce sont précisément ces affordances qui rendent plaisantes et faciles pour les utilisateurs les interfaces de ces machines.
- 19 C'est là l'une des explications les plus vraisemblables et les plus pertinentes de l'immense attractivité des produits d'Apple. Posant un regard philosophique sur une aventure humaine et technologique, Billard nous amène à réfléchir sur le constant désir d'innovation qui anime l'être humain. Il nous invite de belle manière, à la lueur des analyses développées dans cet ouvrage, à étudier la façon unique qu'utilise la société Apple pour devenir une pomme de concorde rassemblant une communauté autour d'un même idéal.

AUTEURS

ALEXANDRE EYRIES

Alexandre Eyries est chercheur associé au laboratoire I3M (information, milieux, médias, médiations) à l'Université de Nice Sophia Antipolis. Courriel : alex.eyries@yahoo.fr

Aimé-Jules BIZIMANA (2007), *De Marcel Ouimet à René Lévesque. Les correspondants de guerre canadiens-français durant la Deuxième Guerre mondiale*

Montréal, VLB éditeur

Alain Lallemand

RÉFÉRENCE

Aimé-Jules BIZIMANA (2007), *De Marcel Ouimet à René Lévesque. Les correspondants de guerre canadiens-français durant la Deuxième Guerre mondiale*, Montréal, VLB éditeur

- 1 Parmi les 1 500 correspondants de guerre alliés qui ont couvert la Seconde Guerre mondiale se trouvaient « une dizaine de correspondants canadiens-français [...] principalement du réseau français de Radio-Canada », rappelle l'auteur. Si ces hommes qui allaient devenir « la voix (francophone) du Canada en guerre » avaient été Français, il est possible qu'« une rue porterait déjà [leur] nom » (Arsenault, 1994). Mais ils étaient Canadiens, qui plus est Canadiens français, et lorsque leurs voix se sont tues, la postérité a imposé son silence. Jusqu'à ce qu'Aimé-Jules Bizimana ne ressuscite l'image de ces quelques journalistes, explique leurs parcours, les particularités de leurs couvertures du conflit et — riche de ces récits de vie et récits de journalistes — éclaire la façon dont les médias francophones canadiens ont pu livrer leur propre vision de la guerre.
- 2 Si la recherche de Bizimana se justifie déjà par la seule réhabilitation historique de ces journalistes et par un authentique plaisir de lecture des itinéraires de campagne de chacun d'entre eux, elle met aussi en exergue des enjeux de communication et de

pouvoir qui conservent leur pertinence à l'heure des incorporations (*embedding*) massives de reporters dans les conflits du nouveau siècle : l'inévitable mobilisation des médias dans le conflit et l'évidence d'une détérioration de l'objectivité journalistique ; l'intérêt d'un accès aux théâtres de guerre pour les journalistes de chaque communauté linguistique (ainsi que d'une censure adéquate pour chaque rôle linguistique) ; outre la qualité des ressources humaines, la nécessité d'une logistique technique qui anticipe le fait militaire et permet les transmissions les plus véloces ; enfin apparaît en filigrane de l'ouvrage l'importance critique, pour des infrastructures telles que Radio-Canada, de poser des choix stratégiques adéquats qui soutiendront l'ambition d'information.

- 3 Lorsqu'éclate le conflit, Radio-Canada n'a que trois ans et ne s'est pas encore dotée de son propre service de nouvelles. Ce n'est qu'au 1^{er} janvier 1941 que sont établies de véritables salles de rédaction à Radio Canada, ce qui permet aux francophones de moduler le traitement de l'information selon leurs besoins. À Montréal, le premier rédacteur en chef ne sera nul autre que celui à qui il était revenu d'annoncer, « *d'une voix blanche et profondément émue* », le début de la guerre : un certain Marcel Ouimet, qui, dans la couverture journalistique du conflit, jouera un rôle capital, central à l'exposé de l'auteur. La guerre forcera la rédaction francophone à disposer de son propre réseau outre-mer : en tout, huit correspondants de guerre et deux techniciens francophones seront déployés. Radio-Canada était donc de très loin le média le plus présent, cependant qu'elle aura la clairvoyance de commander un camion d'enregistrement destiné au théâtre européen (« Big Betsy » pèse quelque six tonnes !), camion qui permettra à ses correspondants d'enregistrer leurs disques dans toutes les conditions.
- 4 Hors radio, l'agence PC (Presse canadienne) envoie son propre correspondant de guerre en 1942 : bien qu'isolé, Maurice Desjardins ne sera pas le moindre des correspondants de guerre canadiens-français.
- 5 Les profils de divers intervenants étant posés, l'auteur se plie ensuite à la chronologie des opérations militaires majeures qui ont rythmé le travail des journalistes canadiens-français : le Blitz, Dieppe, la campagne d'Afrique, la campagne d'Italie, le débarquement et la montée sur Berlin, jusqu'à atteindre — et brièvement franchir, pour une nuit d'ivresse dans le quartier russe — le pont sur l'Elbe qui a assuré la brève jonction des forces alliées et russes. C'est là que la recherche historique prend toute sa densité narrative, puisque l'auteur se nourrit non seulement des productions journalistiques de chacun, mais aussi des archives de leurs employeurs, de certaines archives privées — comme les courriers entre conjoints —, sans oublier de replacer ces parcours étonnants et la réelle excellence professionnelle des Canadiens dans le contexte plus large des couvertures de guerre bien connues qu'ont été celles, notamment, des « *deux Ernest* », Pyle et Hemingway. Aux côtés des correspondants canadiens-français, le lecteur est lui-même incorporé de la manière la plus vibrante à Londres, puis au pied de l'Etna, micro à la main au cœur de la bataille de San Marco, ensuite à Bernières-sur-Mer, Caen, Bayeux, dans une foule sous le charme de De Gaulle, bientôt dans la colonne Leclerc qui monte sur Paris, ce soir à l'hôtel Scribe avant de découvrir demain l'Escaut, Bruxelles, le Rhin, Berlin... et même Dachau.
- 6 Si elle offre à la lecture quelques exemples remarquables de la prose de guerre des Canadiens français, la recherche de Bizimana n'entre pas dans l'aridité d'une analyse de texte. Au contraire, les conditions de travail, les risques inhérents à la guerre et

l'anecdote effectivement vécue par cette dizaine de figures historiques du journalisme font le sel du travail d'historien. L'ouvrage offre par ailleurs un regard circonstancié sur le matériel technique de l'époque et les défis de la transmission de textes et de sons.

- 7 Encore faut-il que ces textes et ces sons passent la censure... L'ultime chapitre de l'ouvrage est consacré au contrôle de l'information en temps de guerre : la censure mais aussi l'encadrement et la formation de journalistes de guerre qui, à l'époque, avant la convention de Genève de 1949, étaient naturellement incorporés, quoique désarmés. C'est ici que se manifeste de manière inattendue une autre actualité de cette recherche : les tâtonnements canadiens dans l'élaboration d'un contrôle de l'information ne sont pas sans rappeler les dispositions des protocoles contemporains d'incorporation aux troupes américaines ou européennes.
- 8 En conclusion, le travail des correspondants de guerre canadiens-français « *reste un héritage qui n'est pas apprécié à sa juste valeur* », et l'ouvrage en apporte la preuve. La part bienvenue d'hommage que contient la recherche de Bizimana souligne une nouvelle fois — et cette fois, par-delà la nationalité des journalistes, qu'ils soient Canadiens ou Français — le peu de cas que la culture francophone accorde à la prose de ses meilleurs correspondants de guerre. Rappelons qu'aux États-Unis, quatre tomes de la Library of America sont consacrés aux seules correspondances de guerre du second conflit mondial et du Viêtnam. La Pléiade est muette.

BIBLIOGRAPHIE

ARSENEAULT, Michel (1994), « Ici le héros de Radio-Canada », *L'Actualité*, 19(13), 1er septembre, p. 35, cité par Aimé-Jules Bizimana.

AUTEURS

ALAIN LALLEMAND

Alain Lallemand est maître de conférences à l'Université catholique de Louvain (UCL).

Courriel : alain.lallemand@uclouvain.be

Marusya BOCIURKIW (2011), *Feeling Canadian : Television, Nationalism, and Affect*

Sudbury, Wilfrid Laurier University Press

Angeliki Koukoutsaki-Monnier

RÉFÉRENCE

Marusya BOCIURKIW (2011), *Feeling Canadian : Television, Nationalism, and Affect*, Sudbury, Wilfrid Laurier University Press

- 1 Dans son ouvrage, Marusya Bociurkiw propose une réflexion sur le rôle de la télévision canadienne dans la montée récente du nationalisme au sein des médias de ce pays. L'auteure précise qu'elle n'aborde pas ce sujet sous l'angle de l'économie politique, qu'elle considère comme largement exploitée par les chercheurs canadiens. Sa démarche s'approche plutôt d'un courant culturaliste, orienté notamment vers le discours télévisé en tant que « *super-texte* » (p. 17), à savoir l'ensemble des contenus audiovisuels (fiction, actualités, publicité, etc.) articulés selon une certaine logique de programmation. Le concept qui sous-tend l'ouvrage, celui de trauma, fait référence aux traumatismes collectifs mis en scène par la télévision et qui, de par leur dimension affective, sont vécus et ressentis par les spectateurs de façon corporelle, charnelle, favorisant ainsi l'identification au récit national. Il s'agit d'un processus non linéaire qui focalise moins sur le fonctionnement quotidien de la télévision que sur quelques moments emblématiques de sa diffusion.
- 2 Bociurkiw situe le tournant de cette montée du nationalisme lors du référendum sur l'indépendance du Québec en 1995. L'auteure montre comment cet événement et sa médiatisation télévisuelle ont donné naissance à une rhétorique de personnification des cultures et des territoires canadiens à travers le recours au corps, au genre, à la race et à la famille. La métaphore d'une douloureuse décomposition familiale ainsi qu'une certaine « féminisation » du Québec en tant que partenaire fragile du Canada

anglo-saxon ont été utilisées pour légitimer l'image d'une nation unie, mais mise en péril. D'autres moments forts ont marqué ce processus de dramatisation opéré par la télévision. Les funérailles du premier ministre Pierre Elliott Trudeau en 2000, les attaques du World Trade Center en sol américain en 2001 et les Jeux olympiques d'hiver à Salt Lake City en 2002 ont aussi façonné, à travers leurs mises en scène télévisuelles, une certaine image du moi collectif et un ensemble de représentations sur l'enracinement. Ils ont aussi fait évoluer la figure de l'« autre » en laissant entrer dans la scène médiatique canadienne l'image de l'immigré, qui a remplacé celle de l'Américain, traditionnellement représenté à l'opposé du citoyen canadien.

- 3 Avec beaucoup de sensibilité, Bociurkiw mélange des anecdotes personnelles concernant son parcours migratoire, ses propres impressions et expériences en matière de réception télévisuelle de ces événements, ainsi qu'une pléthore de références et de citations du monde médiatique et savant, au croisement notamment de la psychanalyse, de la philosophie, de l'anthropologie et des études sur les médias. C'est justement ce mélange, mais aussi un incessant va-et-vient autour de quelques notions clés comme le corps ou le mélodrame, et autour de quelques auteurs de référence comme Derrida, Foucault, Deleuze et Freud, qui troublent la lecture de l'ouvrage et donnent un sentiment de répétition et de manque de structure. Pourtant, les nombreux sujets abordés par l'auteure sont loin d'être sans importance : la marchandisation croissante de la nation en tant que produit devenu « publicitaire » et l'« exotisation » de l'autre dans quelques programmes télévisuels comme les émissions culinaires ; la question de la hiérarchie des cultures telle qu'elle est vécue par les immigrés selon la génération à laquelle ils appartiennent, et les raisons qui motivent ces derniers à s'intégrer dans la société d'accueil ; enfin, la place du corps et le rôle de l'émotion dans la réception du message télévisuel, ainsi que le fonctionnement de la télévision sous la pression de la logique commerciale. Cependant, dans cet ouvrage qui parle davantage de la dimension affective qui caractérise la rencontre entre un texte audiovisuel et un public, la question des stratégies (politiques, commerciales ou autres) qui sous-tendent l'évolution du paysage télévisuel sur le territoire canadien se trouve constamment en filigrane : elle est beaucoup moins souvent abordée de front ; *idem* pour celle des décodages possibles des messages. Mais l'auteure l'avait précisé dans son introduction et le répète souvent (p. ex. p. 15 et 37) : ce sont les textes en tant que contenus qui l'intéressent.
- 4 La démarche de Bociurkiw se situe dans le sillage de travaux de chercheurs comme Daniel Dayan et Elihu Katz (1992), qui étudient le rôle des médias dans la reproduction voire la réinvention de récits nationaux, ou bien comme Walker Connor (1994), qui voit les identités nationales comme des sentiments non rationnels, vécus et ressentis, et souligne l'importance de la communication de masse dans la construction de ceux-ci. À l'encontre de ce que soutient souvent la pensée postmoderniste, l'ouvrage de Bociurkiw illustre à quel point la question de la nation est loin d'être devenue obsolète. Malgré ses faiblesses, sa force se situe à deux niveaux : à l'aide de la théorie du trauma, il propose un cadre original pour étudier la formation des représentations collectives qui forment les identités nationales ; avec finesse et sensibilité, il esquisse une image touchante de la société canadienne dans ses efforts de porter un regard réflexif sur elle-même.

BIBLIOGRAPHIE

DAYAN, Daniel et Elihu KATZ (1992), *Media Events : The Live Broadcasting of History*, Cambridge, Harvard University Press.

CONNOR, Walker (1994), *Ethno-Nationalism : The Quest for Understanding*, Princeton, Princeton University Press.

AUTEURS

ANGELIKI KOUKOUTSAKI-MONNIER

Angeliki Koukoutsaki-Monnier est membre du Centre de recherche sur les médiations à l'Université de Haute-Alsace. Courriel : angeliki.monnier@uha.fr

Marcel BURGER, Jérôme JACQUIN et Raphaël MICHELI (dir.) (2011), *La parole politique en confrontation dans les médias*

Bruxelles, Éditions De Boeck, Coll. « Culture et Communication »

Alexandre Eyries

RÉFÉRENCE

Marcel BURGER, Jérôme JACQUIN et Raphaël MICHELI (dir.) (2011), *La parole politique en confrontation dans les médias*, Bruxelles, Éditions De Boeck, Coll. « Culture et Communication »

- 1 La politique (et notamment les hommes qui la font et y consacrent leurs vies) et les médias entretiennent depuis toujours des relations complexes et néanmoins fécondes. Cet ouvrage se propose d'analyser les modalités selon lesquelles les personnalités politiques croisent leurs points de vue, échangent des idées et se confrontent dans les médias dans l'espace francophone. Sa grande originalité vient de sa prise de position pluridisciplinaire et internationale.
- 2 Sa composition prend
 [...] le parti de ne pas démarquer [...] de sections ou sous-sections thématiques. Les neuf contributions des auteurs s'enchaînent ainsi sans autre forme de précisions ; et le lecteur cheminera de l'une à l'autre à son gré et en fonction de ses intérêts. Cependant, l'ordre des textes n'est pas pour autant laissé ici au hasard. [...] Les contributions relevant plutôt des sciences du langage alternent avec celles qui témoignent d'un ancrage dans les sciences de la communication.
 Ainsi, au fil du volume se manifeste [...] le dialogue interdisciplinaire dont nous souhaitons rendre compte (p. 17-18).

- 3 Cet ouvrage dont la lecture est des plus stimulantes a choisi de s'intéresser à des discours ancrés dans la sphère politique et véhiculés par les médias, qui se présentent comme un ensemble d'énoncés discursifs politico-médiatiques. Du fait même du croisement de deux disciplines, l'attention est portée sur la matérialité langagière de la communication politique et sur un type particulier de discours :

[...] dans l'ensemble vaste des discours politico-médiatiques, le parti a été pris de se concentrer sur ceux qui relèvent de la communication conflictuelle. Nous entendons par là tout discours qui se construit en opposition à un autre discours [...]. Des modalités conflictuelles très diverses sont ainsi abordées : depuis le différend ou l'altercation dans tel face-à-face ou tel débat politique jusqu'à la controverse ou la polémique de plus grande envergure (p. 7).

- 4 Le choix de la communication politique de confrontation s'explique en grande partie par la nature même de la vie politique qui repose sur des luttes d'influence complexes :

[...] le politique (i.e. au sens très général de « qui a rapport à la société organisée ») se structure en effet nécessairement sur un fond idéologique dans et par la confrontation d'opinions partisans supportées par des groupes de pression — c'est-à-dire dans et par la communication. [...] Mais le politique se [construit] [dans] des espaces sociaux où se communiquent, s'échangent et se négocient des points de vue [...] pertinents pour tous les membres d'une communauté (p. 8).

- 5 L'analyse des discours politico-médiatiques menée dans cet ouvrage puise à la source de méthodologies diverses et s'appuie sur « un ancrage interdisciplinaire <focalisé> articulant sciences du langage (SL) et sciences de la communication (SC) » (p. 9).

- 6 L'objet « discours » constitue un point de rencontre entre ces deux disciplines qui relèvent du champ des sciences humaines et sociales et qui sont structurées par des substrats méthodologiques différents :

[...] analyser des « discours » c'est choisir pour les uns une méthodologie descendante, impliquant la prise en compte des réalités macro sociales des discours pour la compréhension des réalités langagières, et pour les autres une méthodologie ascendante, impliquant au contraire d'abord une attention sur les réalités micro linguistiques des discours par l'intermédiaire desquelles les réalités sociales sont produites et reproduites, du moins en partie (p. 9).

- 7 Les analyses menées par les tenants des différentes disciplines reposent sur deux hypothèses dont le croisement donne des résultats intéressants et fournit des éclairages inattendus sur le domaine de la communication politique de conflit qui occupe l'espace médiatique.

- 8 Dans le champ des sciences du langage, on postule que

[...] le contexte des pratiques politiques et médiatiques détermine et explique les caractéristiques des discours (pour ce qui nous concerne — les pratiques de confrontation — le fait d'appartenir à tel parti politique favorise ou laisse attendre tel répertoire de « formules choc » ; participer à un débat contradictoire implique de s'opposer systématiquement à d'autres débatteurs ; animer telle émission de talk-show radiophonique pour une chaîne privée implique un souci d'audience et donc de favoriser la confrontation « spectaculaire », etc.) (p. 9)

- 9 En sciences de la communication, on se place sur un autre plan et l'on forme l'hypothèse que

[...] les détails linguistiques déterminent et expliquent les comportements des acteurs politico-médiatiques [...] par exemple, un lexique infamant, des actes de langage directifs, des mouvements contre-argumentatifs motivent des réactions de confrontation et entretiennent le conflit communicationnel (p. 9).

- 10 Les chercheurs qui ont dirigé cet ouvrage collectif prennent soin, dans l'introduction de l'ouvrage, de définir l'objet de leurs investigations scientifiques, en l'occurrence la « parole politique ». Le discours politique est pluriel :
- [...] il y a indubitablement plusieurs « manières de faire » du discours politique, qui correspondent à autant de dispositifs de communication dont les paramètres varient (statut des participants, cadre spatio-temporel, buts, support et mode de diffusion, etc.) (p. 10).
- 11 Les discours d'hommes et de femmes professionnels de la politique produits dans les médias professionnels privés et de service public (principalement l'entretien, le débat et le talk-show) constituent la matière des différentes analyses. Le discours politique s'appuie systématiquement sur trois invariants (la légitimation de soi, la prétention à régir le social et la construction d'identités collectives).
- 12 Le discours de confrontation politique valorise le consensus et met en scène le désaccord. Dans les médias, les stratégies polémiques — qui consistent à rechercher la connivence avec le public et l'attaque personnelle de l'adversaire qui exacerbe les tensions — sont non seulement tolérées, mais en outre vivement encouragées.
- 13 Dans le premier chapitre, intitulé « La gestion interactive des émotions dans la communication politique à la télévision : quand les intervenants perdent leur calme », Hugues Constantin de Chanay, Anna Giaufret et Catherine Kerbrat-Orecchioni s'intéressent aux incidents survenus lors de débats politiques lorsque l'émotion prend le pas sur la rationalité d'un discours bien maîtrisé.
- 14 Les auteurs rappellent que la communication politique, surtout lors des campagnes électorales (et encore plus lorsqu'il s'agit d'une campagne pour briguer la plus haute fonction de l'État, la présidence de la République), mobilise, outre des opinions et des idées, essentiellement des passions :
- [...] toute campagne présidentielle baigne dans un « climat passionnel », et cela de plus en plus du fait de la spectacularisation croissante de ces affrontements via le média télévisuel. Cela ne signifie évidemment pas que les candidats en campagne doivent eux-mêmes s'exhiber dans un état passionnel : on attend d'eux au contraire qu'ils fassent preuve de maîtrise et de pondération dans la gestion de leur campagne (p. 26).
- 15 Les débats politiques télévisés sont censés se dérouler dans un climat relativement serein que les « modérateurs » de ceux-ci veillent à entretenir. Mais il arrive parfois que des accrocs viennent déchirer la trame du scénario de ce type d'affrontement communicatif :
- Durant cette longue séquence que constitue une campagne présidentielle il est bien rare que l'on n'ait pas droit à quelques épisodes « éruptifs », à des explosions soudaines d'affects (généralement la colère ou une émotion apparentée) qui vont faire « incident » et avoir des effets interactionnels d'autant plus forts qu'ils ne sont pas vraiment prévus [...], même s'ils sont plus ou moins espérés par le public des téléspectateurs (p. 26).
- 16 Durant la campagne présidentielle de 2007 en France, un épisode éruptif a eu un certain retentissement, soit celui de la confrontation de Nicolas Sarkozy et de Ségolène Royal lors du débat de l'entre-deux tours qui a eu lieu simultanément sur France 2 et sur TF1 le 2 mai 2007.
- 17 Nicolas Sarkozy aborde volontairement un sujet à forte résonance émotionnelle, le cas des enfants handicapés qui se voient refuser l'accès dans les écoles, et déclenche la colère de Ségolène Royal.

18 Celle-ci

[...] opère au sein de la notion de « colère » une dissociation entre la colère « saine » et les autres formes de colère (dont il ne sera pas question), mettant en place la notion de « saine colère » qu'elle définit (les saines colères sont celles qui procèdent d'un sentiment de révolte devant le spectacle de la souffrance) (p. 29).

19 À l'inverse, Nicolas Sarkozy

[...] assimile colère et énervement, utilisant successivement comme de simples variantes les expressions « perdre ses nerfs », « s'énervier », « sortir de ses gonds », « se mettre en colère » et « perdre son sang-froid », [...] expressions [...] pour lui synonymes et [...] chargées [...] d'une connotation négative (p. 29).

20 L'analyse porte, pour les auteurs de cet article, sur le vocabulaire émotionnel dont la remarquable plasticité permet à « chaque locuteur [de] reconfigurer à sa manière le micro-système mobilisé (<colère>, <énervement>, <indignation>, etc.) en fonction de ses intérêts stratégiques du moment » (p. 31).

21 L'accent est ensuite mis sur les symptômes émotionnels associés à la parole : « bafouillages, lapsus, répétitions [...], indices [...] [qui] vont en réalité de pair avec des manifestations voco-prosodiques et mimo-gestuelles » (p. 34) et qui perturbent les tours de parole. Cela se manifeste par une « sorte de bras de fer qui passe à la fois par des interruptions [...] et des refus de céder le tour » (p. 39).

22 Dans le discours politique de confrontation, les catégories du dire et du montrer sont complémentaires : « s'il est assez simple de savoir ce qui est dit, il l'est moins de savoir ce qui est ou non montré, d'autant que les deux ne sont pas toujours indépendants » (p. 43).

23 Si le montrer est en principe plus crédible, le dire semble plus conforme à une idée sereine du débat, qui implique une certaine mise à distance de l'état émotionnel.

24 Le discours politique de confrontation étant complexe, l'analyste du discours doit

[...] décrire minutieusement tout ce qui se passe au cours de l'événement communicatif soumis à examen, et [...] établir [...] un diagnostic argumenté, [...] fondé sur l'interprétation raisonnée des données empiriques (p. 47).

25 Le spécialiste du discours de confrontation dans la sphère politique doit agir comme un archi-interprétant qui a pour tâche de

[p]rocéder à la description la plus « objective » possible de ce qui se passe tout au long du déroulement de l'échange, tout en se donnant les moyens de rendre compte de la subjectivité interprétative des différents participants impliqués [...] dans l'événement communicatif étudié (p. 48).

26 Cet ouvrage, en croisant deux approches, ouvre un champ de recherche encore peu exploré (celui de la parole politique de confrontation) et constitue sans nul doute un apport important pour de nombreux travaux qui s'intéressent à la communication politique. Gageons qu'il saura toucher un lectorat vaste et diversifié.

AUTEURS

ALEXANDRE EYRIES

Alexandre Eyries est chercheur associé au laboratoire I3M (information, milieux, médias, médiations) à l'Université de Nice Sophia Antipolis. Courriel : alex.eyries@yahoo.fr

Marie CARPENTIER (2011), *La bataille des télécoms : vers une France numérique*

Paris, Economica

Christine Leteinturier

RÉFÉRENCE

Marie CARPENTIER (2011), *La bataille des télécoms : vers une France numérique*, Paris, Economica

- 1 Ce volumineux ouvrage retrace l'histoire des télécommunications en France de 1974 (en fait, 1967) à 1981, période très importante de mutation d'une administration et d'un secteur industriel sous la pression à la fois d'une volonté politique du président de la République de l'époque — Valéry Giscard d'Estaing — et d'innovations techniques et économiques. Le résultat de cette mutation a permis à la France non seulement de moderniser ses infrastructures de télécommunications et de diversifier ses offres de service, mais également d'assurer sa présence dans l'industrie mondiale des réseaux et de l'information.
- 2 Les sources variées auxquelles a puisé Marie Carpentier — enseignante à Telecom École de Management — inscrivent son travail à la fois dans la lignée des « grands » ouvrages d'histoire économique et des entreprises, mais également dans l'espace d'une sociohistoire par le recours à la fois à des archives personnelles que les acteurs des télécommunications de l'époque lui ont ouvertes et à des entretiens (47 ont été conduits entre 2008 et 2010) avec ces mêmes acteurs, ce qui permet également de mieux comprendre leurs stratégies. Ses origines irlandaises lui permettent également de mobiliser une importante bibliographie anglo-saxonne. On peut toutefois regretter l'absence d'un corpus bibliographique et documentaire organisé en fin d'ouvrage, la dispersion dans les notes de bas de page ne permettant pas d'en mesurer la cohérence et la richesse. De même, l'absence d'index rend la consultation de l'ouvrage difficile, ce

qui est tout à fait regrettable pour un tel ouvrage de référence : ni index thématique, ni index des personnes et organismes cités, ni index des tableaux et des graphiques !

- 3 L'acteur central de ce travail est la Direction générale des télécommunications (DGT), direction chargée de gérer le secteur des télécommunications au sein du ministère des Postes et Télécommunications dans le cadre du monopole public sur le secteur et donc de mettre en œuvre la politique industrielle de l'État français dans ce domaine. On croise ainsi les grandes figures chargées d'appliquer cette politique, soit au sein de la DGT, soit au sein des différentes instances ministérielles mobilisées et des cabinets ministériels successifs : Bernard Esambert, Louis-Joseph Libois et Robert Galley en particulier sous Georges Pompidou, puis Norbert Ségard, Gérard Théry, Denis Varloot ou Jean-Pierre Souviron.
- 4 Le plan adopté, chronologique, permet de comprendre le cycle des mutations liées aux innovations introduites. Au cours de la première période (1967-1978), il faut rattraper le retard français dans le secteur du téléphone, alors que la seconde (1978-1982) est marquée par la conception de nouveaux produits et services constituant les bases d'une industrie française de l'information avec la mise en place de divers services en ligne et surtout la création du réseau Télétel incarné par le boîtier Minitel.
- 5 La mobilisation des politiques, et en particulier le rôle personnel de Valéry Giscard d'Estaing, convaincu de l'importance de l'innovation dans la dynamique économique, est très bien retracée. La création de deux directions stratégiques — Direction des affaires industrielles et Direction des affaires commerciales — au sein de la DGT conduira à redéfinir d'une part les relations avec les équipementiers français et les grandes entreprises internationales, et d'autre part les missions des personnels qui, au-delà des innovations techniques, doivent faire évoluer leurs pratiques dans une logique de transformation du service public. Le CNET — Centre national d'études des télécommunications, créé en 1944 — se trouvera également restructuré : la volonté de maintenir l'excellent niveau de la recherche française dans le domaine permettra de dépasser les conflits et les tensions autour des choix en matière de recherche et de développement des innovations en cours : numérique, fibre optique, terminaux. Si les tensions liées à ces mutations sont présentes, les conflits qui en ont découlé sont relativement minorés. Les entretiens avec les acteurs de ces transformations et le recours à la documentation interne des institutions et des entreprises permettent à Carpentier de construire une histoire très précise de ces transformations.
- 6 Mais cela l'a conduite à dresser une histoire très franco-française qui prend insuffisamment en compte des éléments du contexte technique, mais aussi économique et institutionnel au niveau européen et international. Citons entre autres la dynamique de l'innovation dans le secteur de l'informatique, l'émergence des débats autour de la nécessaire transformation des monopoles publics sur les télécommunications aussi bien aux États-Unis qu'en Europe et la reconfiguration mondiale des compétences avec la progression très rapide des industries japonaises et sud-coréennes en particulier.

AUTEURS

CHRISTINE LETEINTURIER

Christine Leteinturier est maître de conférences au Centre d'analyse et de recherche interdisciplinaire sur les médias (CARISM) de l'Institut français de presse (IFP), à l'Université Panthéon-Assas, Paris. Courriel : christine.leteinturier@u-paris2.fr

Lyon, ENS Éditions

Christine DEVELOTTE, Richard
KERN et Marie-Noëlle LAMY (dir.)
(2011), *Décrire la conversation en ligne.
Le face à face distanciel*

Marie Van Cranenbroeck

RÉFÉRENCE

Christine DEVELOTTE, Richard KERN et Marie-Noëlle LAMY (dir.) (2011), *Décrire la conversation en ligne. Le face à face distanciel*, Lyon, ENS Éditions.

- 1 En 1987, Jacques Cosnier et Catherine Kerbrat-Orecchioni coordonnaient le livre *Décrire la conversation*, dans la lancée du mouvement interactionniste. L'ouvrage partait de trois conversations en présentiel enregistrées (audio et vidéo) et analysées sous différents aspects (gestes, mimiques, volume et tours de parole, aspects verbaux et non verbaux...) par des membres du Groupe de recherches sur les interactions communicatives (GRIC, Lyon 2).
- 2 Presque 25 ans plus tard, les auteurs de l'ouvrage *Décrire la conversation en ligne* prolongent le travail de ces chercheurs, en s'intéressant aux conversations multimodales en ligne, via Internet.
- 3 Comme pour la recherche de 1987, l'ouvrage part d'un corpus commun, composé de sept dialogues réalisés par visioconférence poste à poste et clavardage écrit (MSN), plus une conversation ayant également été filmée de l'extérieur. Les cinq locuteurs de ces huit conversations ont ensuite été interviewés par Christine Develotte.
- 4 Avant de passer en revue les différents chapitres qui composent ce livre, notons ici qu'il débute par un cadrage conceptuel autour, notamment, des notions d'affordance, de conversations en ligne faiblement et fortement multimodales.

Approche éthologique

- 5 Cosnier et Develotte ont choisi d'analyser quatre conversations extraites du corpus, dont celle qui a été enregistrée de l'extérieur, complétées par les interviews. Ils envisagent leur recherche sous l'angle de l'éthologie compréhensive (au sens de Goffman, 1973), en veillant à décrire les dialogues de la manière la plus globale possible, en les reliant avec leurs aspects techniques et institutionnels.
- 6 À partir de ces éléments, les deux chercheurs ont relevé un certain nombre de données quantitatives à propos des aspects verbaux (nombre de mots, débit, tours de parole, etc.) et non verbaux (regards, mimiques, sourires, gestes). Les résultats montrent notamment qu'il y a davantage de mimiques qu'en 1987, que l'activité faciale joue un rôle essentiel et que même si l'autre locuteur n'y a pas accès, la conversation filmée de l'extérieur révèle que les gestes ne sont pas absents. Enfin, les auteurs soulignent que les différences interpersonnelles restent bien présentes :

Un certain nombre de ces paramètres (statuts, compétences techniques, histoire relationnelle, etc.) ont déjà été mentionnés ci-dessus et les résultats quantitatifs (quantité de paroles, de mimiques, d'adaptateurs extracommunicatifs) démontrent que comme dans les face à face présentiels étudiés en 1987, chaque interactant présente des particularités personnelles, ce que nous avons appelé alors « profils interactifs » : le dispositif technique ne gomme pas les différences de comportements relationnels interindividuels voire culturels, certains sont plus bavards que d'autres, plus gestualisants, etc., et ceci se voit aussi bien en ligne qu'en présentiel (p. 42).

Médiation technologique

- 7 Le plus souvent, les travaux qui s'intéressent à la dimension technologique de la communication mettent en avant les aspects de distorsion ou de limitation des interactions :

Most of the work done on video-mediated interaction has focused on the idea that the communication technology is assumed to restrict or distort the interaction in some way (Ruhleder et Jordan, 2001) (p. 51).

- 8 Au cours de ce chapitre, Anthony J. Liddicoat va se pencher plus particulièrement sur les moments-clés de la conversation multimodale en ligne, c'est-à-dire l'ouverture, les interruptions et la clôture des dialogues, afin d'interroger l'incidence de la dimension technologique. Les résultats de son analyse indiquent que ce ne sont pas seulement des conversations en face à face médiatisées, mais que l'aspect technologique et la multimodalité tiennent une place importante au sein même des conversations. Le passage au clavardage écrit permet, par exemple, de pallier un problème technique ou de passer certaines étapes habituelles de la conversation en face à face.

Approche multimodale

- 9 Dans le prolongement du chapitre de Liddicoat et en se focalisant sur les phases d'interruption des dialogues, Marie-Noëlle Lamy et Rosie Flewitt montrent comment la multimodalité des conversations en ligne permet aux locuteurs de collaborer et de passer outre les interruptions afin de continuer à dialoguer. Pour ce faire, les deux

auteurs du chapitre ont sélectionné un extrait du corpus, une conversation entre deux locuteurs dont la langue maternelle différait. Elles ont analysé, à l'exemple de la géosémiotique (Scollon et Scollon, 2003), l'importance de l'environnement (interactionnel, visuel, spatial, sonore) à l'intérieur du discours d'une conversation en ligne.

Contexte spatial et cadre

- 10 Dans ce chapitre, Michel Maroccia souligne l'importance de l'espace et du cadre au sein d'une conversation multimodale en ligne. L'auteur va observer les « effets de site » sur les conversations du corpus et montrer que, si les espaces sont visibles grâce à la visiophonie, ils sont aussi et surtout fragmentés, ce qui n'est pas sans conséquence sur l'interaction :

Comme le soulignent Fischer et Tenbrink (2003) ou Licoppe et Relieu (2007), ce n'est pas la séparation des espaces qui pose problème dans la visiophonie mais plutôt le fait que les participants ont le sentiment que l'espace est partagé alors qu'il ne l'est pas, ou, au moins, qu'il l'est de manière extrêmement problématique. En d'autres termes, l'illusion de partager un espace incite les interactants à se comporter comme en face à face, alors que « la multiplication de problèmes interactionnels ne cesse de leur rappeler que tel n'est pas le cas » (Licoppe et Relieu, 2007, p. 12) (p. 100).

- 11 Le cadre influence également les conversations en ligne. Il sera plus simple pour deux locuteurs de construire un cadre partagé s'ils se situent dans un même type de lieu. De même, le cadre d'une interaction par visiophonie peut favoriser (ou non) la tonalité de la conversation, un dialogue entre deux locuteurs se trouvant à leur domicile sera plus familier que s'ils étaient sur leur lieu de travail, par exemple. L'espace peut aussi être une source de perturbation. C'est le cas avec la présence d'un témoin, qui peut même devenir un destinataire concurrent.
- 12 Enfin, alors que l'on attribue souvent à Internet le fait de déspatialiser l'environnement, ce chapitre montre au contraire qu'en contexte de visiophonie, l'espace et le cadre sont des enjeux au cœur même de l'interaction.

Organisation des tours de parole

- 13 En s'intéressant aux chevauchements, Véronique Traverso se penche sur les situations où les locuteurs d'une conversation en ligne s'expriment en même temps et observe comment l'espace conversationnel est partagé, comment ces moments de chevauchement sont gérés et réparés par les participants. Pour ce faire, l'auteur a d'abord relevé un certain nombre de données quantitatives avant de distinguer les différents passages où apparaissent ces chevauchements (après une pause, lors d'une transition entre échanges) et comment ils sont résolus, réparés ou abandonnés.
- 14 Traverso remarque notamment que, dans le cadre des conversations en ligne du corpus, les chevauchements sont bien suivis par des moments de réparation, mais que ceux-ci sont assez rares. Ce phénomène pourrait être expliqué par la consigne donnée aux locuteurs, à savoir que la conversation en ligne devait durer au moins 10 minutes. L'auteur soupçonne donc que les locuteurs ont favorisé la fluidité du dialogue en évitant les moments de rupture que sont les temps de réparation.

Gestion de l'éthos

- 15 Avant de développer son analyse, Hugues Constantin de Chanay pose d'abord les contours de la définition d'éthos :
L'éthos est la synthèse des images complexes que les participants construisent d'eux-mêmes de manière ininterrompue au fil de l'interaction via ces multiples modes d'attribution (p. 147).
- 16 L'auteur choisit comme corpus la seule conversation enregistrée à domicile et analyse la voix, les postures, les gestes et les mimiques des locutrices. Il montre que l'effet de la médiation technique sur la construction de l'éthos est infime sur le plan de l'éthos revendiqué (le dire), mais est plus important sur le plan de l'éthos projeté (le montrer). Et même si Hugues Constantin de Chanay nuance cette observation avec un autre extrait de la conversation en ligne choisie, il attribue le manque de fluidité dans la conversation à ce décalage entre le dire et le montrer (normalement synchrones, en face à face).

Pour conclure

- 17 Comme le souligne Catherine Kerbrat-Orecchioni dans son bilan, et les auteurs des différents chapitres, la conversation en ligne est multimodale, multicanal et plurisémiotique. Ces caractéristiques ont une incidence sur le dialogue, même si certains effets sont tempérés par l'habitation au dispositif.
- 18 *Décrire la conversation en ligne* est un ouvrage utile à plusieurs niveaux. Les chercheurs qui travaillent sur les conversations en ligne y trouveront bien sûr des outils, des pistes méthodologiques. Nous avons choisi d'exposer les conclusions des chercheurs, mais l'ouvrage recense un travail méthodologique très fin, ainsi que de nombreux prolongements possibles. Le livre peut également intéresser les chercheurs qui utilisent ce dispositif pour mener des entretiens, car il éclaire indirectement les forces et les faiblesses de la méthode (effets de site, habitation, gestion de l'éthos, importance de l'environnement...).

BIBLIOGRAPHIE

- GOFFMAN, Erving (1973), *La mise en scène de la vie quotidienne, tome 1, La présentation de soi*, Paris, Minuit.
- SCOLLON, Ron et Suzie W. SCOLLON (2003), *Discourses in Place : Language in the Material World*, Londres/New York, Routledge.

AUTEURS

MARIE VAN CRANENBROECK

Marie Van Cranenbroeck est doctorante au Département de communication de l'Université catholique de Louvain. Courriel : marie.vancranenbroeck@uclouvain.be.

Ottawa, Presses de l'Université d'Ottawa

Boulou Ebanda DE B'BÉRI (2010) (dir.), *Les Cultural Studies dans les mondes francophones*

Osée Kamga

RÉFÉRENCE

Boulou Ebanda DE B'BÉRI (2010) (dir.), *Les Cultural Studies dans les mondes francophones*, Ottawa, Presses de l'Université d'Ottawa

- 1 Ce collectif regroupe des contributions de chercheurs européens, canadiens et africains autour de la problématique culturelle sous toutes ses formes. Le présent compte rendu ne constitue aucunement une critique. À titre de contributeur, j'entends présenter ses principales articulations, lesquelles fondent son unité et son unicité. L'ouvrage se caractérise 1) par un questionnement épistémologique sur la recherche en sciences humaines et sociales, et plus spécialement sur l'apport des *Cultural Studies* (Boulou Ebanda de B'béri, Mathieu Quet et Salah Basalamah) ; 2) par un questionnement sur la culture et l'identité culturelle (Osée Kamga, Nathalie Antiope et Catherine Roth) ; 3) par la suggestion de la centralité de la culture comme condition d'appréhension des pratiques sociales (Modeste Mba Talla, Margareth Cormier, Boulou Ebanda de B'béri et Pauline Escande-Gauquie).

Timide pénétration des *Cultural Studies* en milieux francophones

- 2 En ce début de XXI^e siècle, autant l'espace francophone s'est montré particulièrement riche en « événements qui auraient intéressé les *Cultural Studies* » (p. 1), autant ce champ de recherche demeure encore absent des mondes francophones (voir Hudson Moura).

Ce constat légitime le projet de De B'éri, dont cette publication constitue le premier jalon, soit de susciter l'intérêt des milieux francophones pour les *Cultural Studies*. Dès l'introduction, De B'éri tente d'énoncer ce que sont les *Cultural Studies*, soit une discipline et une antidiscipline à la fois. Discipline parce qu'elle comporte des balises qui en fondent l'authenticité et la scientificité. Antidiscipline parce que contrairement aux disciplines traditionnelles fondées sur la distance entre le chercheur et son objet, c'est-à-dire fondées sur la recherche de l'objectivité et de l'universalité, les *Cultural Studies* reposent sur la revendication de la subjectivité et l'élévation de la contextualisation comme unique espace d'intelligibilité. Comme le précise De B'éri, « des analystes *Cultural Studies* sont en réalité des praticiens : on pratique nécessairement les *Cultural Studies*, mais pas l'histoire, la sociologie, l'anthropologie, et même la littérature, qu'on étudie » (p. 10). Par exemple, le texte de Salah Basalamah préconise une approche à la traduction qui va au-delà des catégories traditionnelles, soit les traductions intralinguistique, interlinguistique et sémiotique, et qui se définit par l'engagement politique du traducteur. De ce point de vue, le « traducteur-citoyen » n'est plus simplement celui ou celle qui veut rendre le sens d'un système de signes à un autre, d'une langue à une autre, d'une culture à une autre, mais un personnage visible dans son objet, « celui qui, tout en cherchant le visage de l'autre pour le traduire et <répondre de lui> doit tout à la fois s'en donner un dans l'acte même du traduire » (p. 139).

- 3 Outre les nouveaux champs de recherche en sciences sociales qu'elles ont inspirés, notamment les *Women Studies*, les *Ethnic Studies* ou encore les *Queer Studies*, les *Cultural Studies* n'ont cessé d'étendre leurs influences jusque dans le champ de la recherche et de la production scientifiques. En témoigne le texte de Mathieu Quet qui retrace les origines des *Cultural Studies of Science* (CSS). Pour Quet, les CSS constituent un champ qui se cherche encore, mais un champ tout de même dont l'émergence et l'institutionnalisation se sont faites selon une double dynamique : celle discursive avec ses logiques d'amalgame, d'expansion, de désolidarisation et d'appartenance qui caractérisent le processus d'autonomisation de tout nouveau champ de recherche, et celle institutionnelle ayant, à la clé, une nouvelle réflexion épistémologique sur la science. Ainsi les CSS, dont le questionnement sur le rôle politique de la science constitue l'axe central, vont sortir la réflexion scientifique de sa tour d'ivoire, sa rationalité exclusive, pour l'inscrire comme partie prenante des pratiques sociales. Il s'agit donc d'un champ qui rejette la fausse dichotomie savoir social/savoir scientifique et qui repose sur la supposition fondamentale selon laquelle autant il y a du politique dans la science, autant l'activité scientifique est vectrice de nouvelles articulations, de nouveaux agencements du politico-social :

[N]ous sommes toujours confrontés à des objets qui connaissent des usages culturels, à des acteurs qui s'appuient sur un certain type de connaissance scientifique, ou vulgarisée, et la réorganisation sociale est le fruit de situations d'hybridation entre savoir, technique, groupes sociaux, qu'il est nécessaire de mieux qualifier (p. 47).

- 4 Mais les *Cultural Studies* sont aussi une interdiscipline, un carrefour aux confins de l'histoire, de la sociologie, de l'anthropologie et même de la littérature... Il s'agit d'un champ de remise en cause qui part de l'*a priori* néomarxiste selon lequel les modes traditionnels de production des savoirs, tels qu'incarnés par les champs disciplinaires, ne serviraient qu'à « renforcer un sens particulier » et à « contrôler un système de valeurs précis » (p. 8), c'est-à-dire, qu'à maintenir ce que les structures sociales comportent de stagnation, de stratification et de privilèges de classe. Et c'est cette stagnation dans les

mondes francophones, vestiges et témoignages d'un type de rapports coloniaux, que De B'éri veut bousculer, en signalant par ce projet les possibles façons novatrices d'appréhender les phénomènes sociaux, les rapports à l'autre, les rapports au monde.

- 5 Le texte de Moura suggère une explication à la résistance aux *Cultural Studies* dans les mondes francophones, du moins en ce qui concerne le domaine particulier de l'analyse du cinéma diasporique. Pour lui, cette absence relève des façons différentes d'appréhender le cinéma d'une tradition à l'autre. Alors que la tradition francophone privilégie des analyses de type « philosophico-esthétique » axées sur les marques de la singularité de l'œuvre et de l'artiste, la tradition anglaise envisage la production cinématographique comme « *un médium de la communication et de l'amusement* » (p. 258). Loin de s'intéresser à la recherche du *Je* dans la production cinématographique diasporique, les *Cultural Studies* l'inscrivent comme message d'une collectivité, d'où la propension à se concentrer « *sur des questions culturelles liées à un peuple et à des problématiques des minorités ethniques et minoritaires* » (p. 257). Il s'agit d'un champ en chantier non seulement parce que s'y jouxtent et s'y articulent des disciplines diverses, mais surtout parce que, dans son déploiement, il ne cesse de s'interroger sur lui-même, sur ses objets et sur ses méthodes, et que les savoirs qui s'y produisent se veulent toujours contextuels et temporels, c'est-à-dire jamais définitifs.

Les périples de la culture et de l'identité culturelle

- 6 Dans son chapitre, Kamga soutient que le rejet des revendications d'identité-racine qui a caractérisé la théorie postcoloniale depuis Edward Saïd constitue aujourd'hui un cul-de-sac théorique. Le chapitre d'Antiope revient sur le recentrage identitaire chez les Caribéens, qui se définissent désormais non plus par un ailleurs originel (le rapport à la terre d'origine), mais par leur territorialité géographique (les archipels de la mer des Caraïbes) et leur créolité, c'est-à-dire « *une identité foncièrement relationnelle [...] faite d'emprunts, d'échanges, de syncrétisme, de mélanges* » (p. 160). Elle remarque que les *Caribbean Cultural Studies* marquent la fin des conceptions ataviques de la culture et de l'identité et consacrent « l'identité rhizome » ou les « *identités relationnelles plus enclines à intégrer des éléments extérieurs dans leurs propres matrices définitoires et identificatoires* » (p. 165).
- 7 Autant cette mouvance est intellectuellement attrayante, autant elle passe sous silence quelque chose de fondamental : le fait que les identités-racines continuent d'articuler la gestion politique partout à travers le monde. Tous les modèles conceptuels de gestion de la diversité sociale reconnaissent *a priori* l'existence d'un « eux » et d'un « nous », qu'il s'agisse des modèles intégrationnistes et communautaristes qui assument partiellement ou entièrement cette reconnaissance ou du modèle assimilationniste qui veut que le « eux » se fonde en « nous ». Pour s'arrimer à la réalité, la réflexion théorique gagnerait à réhabiliter les notions d'identité-racine ou d'identité pure et celle de racines ancrées non plus dans l'histoire, mais dans les consciences à coups de stratégies politiques bien menées. L'identité culturelle serait une aventure politique, comme l'avait déjà formulé Benedict Anderson (1996/2006). Roth résume bien son propos : « *Les nations sont originellement des groupes hétérogènes qui, à un certain moment de leur histoire, s'imaginent, se créent par la volonté une culture commune et prétendent que cette culture, qui légitime leurs ambitions politiques, a existé de toute éternité* » (p. 203). Et le succès de l'aventure est à la mesure de l'ambition et des moyens déployés par les acteurs

sociopolitiques. Le cas des Saxons de Transylvanie dont discute Roth montre bien que la survie ou la disparition d'une culture est tributaire des stratégies de reconstruction identitaire mises en place. De ce point de vue, la pureté identitaire est fragile, non pas du fait de l'intervention de l'altérité, mais simplement parce qu'il s'agit d'une construction et qu'en tant que telle, elle est limitée dans le temps et dans l'espace, c'est-à-dire à un contexte.

La culture comme site d'explication

- 8 La palette d'objets qu'analysent les *Cultural Studies* est bien vaste, mais plusieurs des contributions suggèrent que la culture est fondamentale pour comprendre le rapport d'une collectivité aux choses, son rapport au monde. Par exemple, le texte d'Escande-Gauquie tente d'analyser les formes de réception en France des productions françaises inspirées de films hollywoodiens. Préoccupation d'autant plus pertinente qu'il existe dans ce pays un discours doxique qui pose un regard manichéen sur la production cinématographique française. Pour Escande-Gauquie, l'impopularité du cinéma grand public auprès des Français trouve son explication dans la transposition artificielle en contexte culturel français d'une forme de production organiquement nord-américaine.
- 9 Le texte de Mba Talla prend comme objet de réflexion le processus judiciaire dans des contextes de postguerre civile dans une perspective de restauration de l'ordre social. En posant la justice et le droit comme objets d'analyse culturelle, Mba Talla s'intéresse aux processus judiciaires dans trois pays africains qui ont connu la guerre civile et qui aspirent aujourd'hui à la paix et à la réconciliation. Il relève notamment les tensions que génère l'intervention de la justice internationale dans ces processus de reconstruction et suggère la nécessité de « *l'adaptation de la justice à la diversité des situations, mais aussi à la reconnaissance de la justice traditionnelle* » (p. 99) ; articulation et réarticulation dont les résultats ne peuvent qu'être fonction de paramètres contextuels, c'est-à-dire à la fois historiques et culturels.
- 10 Virginie Mesana veut comprendre comment saisir les formes de réception cinématographique que rendent possibles l'émergence des nouveaux médias et la multiplication des plateformes de distribution. Pour elle, le *e-cinéma* met en crise des concepts plus ou moins consacrés, tels que ceux de public, de spectateur, d'utilisateur même de consommateur, et exige de nouvelles articulations théoriques pour saisir la complexité des expériences cinématographiques qui émergent. Quant à Cormier et De B'éri, ils voient dans les usages du téléphone mobile chez les Haïtiens un cas typique d'appropriation contextuelle de la technologie. Au centre de leur analyse se trouve la notion de marronnage, c'est-à-dire la capacité pour les individus ou les collectivités de créer leurs propres codes, leur permettant de ruser avec les codes d'un système dominant : « *l'intégration de la téléphonie mobile dans le contexte socioculturel, économique et politique haïtien offre aux utilisateurs l'occasion de transformer des pratiques culturelles préétablies, d'en créer de nouvelles, mais aussi de révéler des capacités d'agencements qui leur sont propres* » (p. 195).
- 11 Malgré des recherches et des analyses manifestement menées en vase clos, c'est-à-dire séparément, les principes-cadres sont ceux des *Cultural Studies*, soit ceux d'appropriation et de réappropriation culturelles, d'articulation et de réarticulation conceptuelles, avec un constant souci de défier les positions quelque peu hégémoniques et une constante volonté d'interroger l'autorité.

BIBLIOGRAPHIE

ANDERSON, Benedict (1996/2006), *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Brooklyn, Verso Press USA.

AUTEURS

OSÉE KAMGA

Osée Kamga est professeur au Département de journalisme et de relations publiques de l'Université de Sudbury (Canada) et chercheur associé du Laboratoire des médias audiovisuels pour l'étude des cultures et des sociétés (LAMACS) de l'Université d'Ottawa.
Courriel : okamga@usudbury.ca

Paris, Bréal

François JOST (2010), *Les médias et nous*

Pierre Gosselin

RÉFÉRENCE

François JOST (2010), *Les médias et nous*, Paris, Bréal.

- 1 L'auteur introduit son ouvrage ainsi :
 Analysant depuis des années l'évolution des médias et souvent sollicité pour donner mon avis sur tel ou tel problème proposé par des événements médiatiques, j'ai eu envie de faire le point sur diverses questions que posent l'intrusion de la télévision dans la vie de la Cité, la mise en images des événements, le spectacle de la violence et de la mort, de l'Autre, l'évolution des technologies, etc. (p. 3).
- 2 Ainsi, il rédige son ouvrage sous la forme d'une cinquantaine de petits chapitres qui rappellent les « fragments » chers à Roland Barthes — auteur qu'il invite d'ailleurs pour le fragment « *L'image de la mort est-elle une information comme une autre ?* » (p. 40), utilisant les concepts d'*operator*, de *spectator*, et de *spectrum*.
- 3 Dans ce type d'ouvrage, il est impossible de donner une vision générale ; on ne peut que pointer quelques fragments sur lesquels s'attarde notre lecture.
- 4 Comme nous pouvons le dire avec l'auteur, on ne peut se « *passer des médias, sauf à décider de vivre hors du monde* » (p. 6) ; il faut donc « faire avec » et c'est ce qu'il nous propose en répondant aux principales questions que l'on se pose.
- 5 La télévision peut-elle appeler à la réhabilitation d'une personne ? Devant quelques exemples récents, on serait tenté de répondre par l'affirmative, mais Jost rappelle que la télévision propose une vision « *unilatérale contraire à la justice* » (p. 13).
- 6 Qu'en est-il du « bidonnage » de l'information ? Ne sommes-nous pas tous complices, dans la mesure où nous refaisons le geste ou l'action pour la caméra ? C'est la « feintise », notion qu'il introduisit dans un précédent ouvrage en citant Kate Hamburger.

- 7 Il consacre une page à Photoshop, rappelant que sur « 100 000 photos présentées au *World Press*, [...] 20 % sont exclues d'office parce qu'elles ont recouru trop massivement à ce logiciel » (p. 35).
- 8 Sachant que la télévision multiplie les talk-shows, « les grand-messes d'aujourd'hui » (p. 57), Jost propose trois attitudes pour qualifier les invités :
 L'invité paillasson : Plus on le piétine, plus il s'amuse. Car l'enjeu est de montrer que l'on est jeune, que l'on ne se prend pas au sérieux. [...] L'invité absent-même-quand-il-est-là : il regarde dans le vague, tandis que les humoristes font leur travail, s'efforce de se composer l'air le plus absent possible. L'invité même-pas-mal : celui-ci est beaucoup plus rare. Il attend sagement d'avoir la parole après la séquence « foutage de gueule », et il réfute pas à pas la chronique [...] (p. 57-58).
- 9 Il prend parti sur le rapport réalité/fiction ainsi : « À force de juger la fiction à l'aune de la réalité et de confondre les deux, il arrive même qu'une personne réelle refuse à un auteur de parler de sa vie. [...] qu'on ne se mêle pas de réduire la liberté du créateur. C'est en tout cas ma morale provisoire » (p. 69).
- 10 Bien entendu, plusieurs pages sont consacrées à la télé-réalité — « Peut-on moraliser la télé-réalité ? », « Peut-on dénoncer la télé-réalité avec ses propres moyens ? », « La télé-réalité rend-elle fou ? » —, qui a pris, depuis le début du XXI^e siècle, sous des formes différentes, de plus en plus de place dans les grilles de programmes des chaînes de télévision. L'auteur relativise ainsi la notoriété acquise par les concurrents à ces émissions qui finissent par se considérer comme de réels travailleurs, rappelant que TF1 fut assignée devant les prud'hommes par d'anciens participants qui se considéraient non plus comme de simples candidats, mais comme des acteurs, donc, devant être rémunérés.
- 11 Outre la télé-réalité, l'auteur souligne la place de plus en plus grande laissée aux « témoins ». Avec humour, il donne pour titre à ce chapitre « Témoins que rien », résumant ainsi la situation des participants à ces émissions qui n'auront témoigné, en fin de compte, que de « la capacité de la télévision d'aujourd'hui à faire du spectacle avec des morceaux de vie » (p. 102) en insistant sur l'émotion.
- 12 Il faudrait encore citer le fragment qui pose la question « Qu'est-ce qu'une émission culturelle ? ». Vaste question maintes fois évoquée dans de nombreux ouvrages. Quand la « culture ne renvoie plus au patrimoine, mais aux industries culturelles [...] plus à l'histoire de l'art, mais à l'actualité : on entre dans l'ère de la promotion » (p. 112).
- 13 Nous arrêterons là notre lecture et nous concluons avec l'auteur :
 On reproche souvent aux universitaires d'échafauder de belles théories mais de ne pas être capables de les appliquer à ces objets fluctuants et labiles qui peuplent l'actualité. Cette critique qui leur est adressée est souvent justifiée, mais sans doute pas pour les raisons que l'on croît. Ce n'est pas leur incapacité à se frotter au réel qui en est la cause, mais plutôt, une différence radicale de temporalité entre le temps de la recherche et le temps des médias (p. 119).
- 14 Voilà qui est fait !

AUTEURS

PIERRE GOSSELIN

Pierre Gosselin est chargé de cours à l'Institut des Sciences de la Communication et de l'Éducation d'Angers (ISCEA) de l'Université catholique de l'Ouest. Courriel : pierre.gosselin147@dbmail.com

Bruxelles, Éditions De Boeck, Coll. « INFO & COM »

Theodoros KOUTROUBAS et Marc LITS (2011), *Communication politique et lobbying*

Alexandre Eyries

RÉFÉRENCE

Theodoros KOUTROUBAS et Marc LITS (2011), *Communication politique et lobbying*, Bruxelles, Éditions De Boeck, Coll. « INFO & COM ».

- 1 Dès lors qu'approchent les grandes échéances électorales, on voit resurgir, en ordre de marche derrière les candidats à l'élection (en l'occurrence présidentielle pour ce qui est de la France), une cohorte de collaborateurs et de directeurs de campagne et de la communication qui aident les candidats à se positionner à leur avantage sur l'échiquier politique et à situer leurs prises de parole dans un contexte relativement favorable.
- 2 De nos jours, il n'est que de regarder les débats, les discours et les allocutions précédant les différents tours d'une élection (fut-elle nationale ou locale, éminemment prestigieuse ou plus ordinaire) pour constater que la communication joue à présent un rôle vraiment central dans le domaine de la politique et des affaires publiques. Chaque responsable politique dispose de conseillers pour anticiper et préparer aux mieux ses différentes rencontres avec les citoyens et les médias. De même, chaque grand dossier dont la gestion incombe à l'État est préparé en amont, avec des intervenants spécialistes de différents domaines et qui essaient d'user et d'abuser de leur influence pour favoriser notablement les intérêts qu'ils défendent. C'est précisément ce que l'on nomme des lobbyistes.
- 3 L'ouvrage de Theodoros Koutroubas et de Marc Lits a pour principal mérite d'essayer de croiser deux axes de la communication politique : l'attachement manifeste à la sauvegarde d'intérêts collectifs (ceux de la nation ou de l'Europe, par exemple) et

l'opiniâtreté mise en œuvre pour la défense d'intérêts partisans (et parfois même, complètement tendancieux).

- 4 Cet essai particulièrement stimulant se décompose en deux parties, la première consacrée à l'étude des enjeux liés aux transformations contemporaines de la communication politique (notamment sous l'influence des médias de masse, d'Internet, des blogues et des réseaux sociaux) et la seconde portant sur le lobbying pratiqué auprès des autorités gouvernementales (pour en comprendre et en expliquer à la fois la mauvaise réputation et le rôle de régulation permettant un constant retour à l'équilibre entre plusieurs positions antagonistes). Cette bipartition permet dans un premier temps de mieux donner à voir les interactions complexes et plurielles entre les citoyens et le politique et, dans un second temps, de souligner l'ampleur des interrelations entre les groupes d'intérêts et les décideurs politiques.
- 5 Dans la préface, Patrick Charaudeau écrit :

[...] la communication politique ne doit pas être réduite à ce que par ailleurs on appelle le marketing politique. Elle ne doit pas non plus être considérée comme secondaire au regard de l'action politique. La communication politique est un tout qui participe de l'ensemble des modes de communication sociale, car c'est le langage, à travers tous ses systèmes de signes, qui rend possible la constitution du lien social, avec ses rapports de force, ses stratégies de persuasion et de séduction et ses procédés de régulation des conflits afin de produire un possible vivre ensemble (p. 5).
- 6 La communication politique est effectivement un univers complexe et mouvant dont les critères définitionnels ne cessent de s'enrichir ou de se déplacer, de se renforcer ou d'être refondés. C'est par l'adoption d'une démarche globale que l'on peut saisir la communication politique dans sa pluralité et dans son architecture arborescente.
- 7 Par essence, la parole politique fait son apparition dans l'espace public et a vocation à y circuler librement, à sa guise, au gré des influences, des sollicitations extérieures ou des exhortations en interne. Ce faisant, la parole politique subit un certain nombre de contraintes.
- 8 Il convient ici de faire une petite — mais néanmoins nécessaire — précision : dans la parole politique, ce ne sont pas des individus qui interagissent entre eux, mais ce sont au contraire des entités ou des instances collectives (partis, listes électorales, *groupes de réflexion*, etc.) qui se définissent par l'intermédiaire des rôles sociaux qu'elles jouent ou entendent jouer, des opinions et des statuts. C'est cette interaction entre diverses entités ou instances que Charaudeau définit ci-après :

[...] dans l'espace politique se font face une instance de pouvoir (ou de conquête du pouvoir) et une instance citoyenne entre lesquelles s'instaurent des relations complexes et des enjeux particuliers du fait que cette confrontation passe toujours par une instance de médiation (p. 5).
- 9 Le phénomène politique est une architecture relativement ardue. Pour le saisir dans son ensemble, il est judicieux de le faire par l'intermédiaire de la circulation de la parole dans l'espace public. L'observation des modalités de circulation de la parole constitue un point de vue privilégié pour essayer de comprendre comment se construisent les relations entre l'instance politique et l'instance citoyenne dans une société.
- 10 La position de Charaudeau est particulièrement intéressante dans la mesure où elle fournit un éclairage différent et complémentaire par rapport aux recherches menées en communication politique. C'est ainsi que

[...] analyser la parole politique comme processus de communication revient à examiner sa manifestation (le dit), les contraintes auxquelles se trouvent soumis ceux qui la produisent, les caractéristiques des appareils de diffusion et l'impact qu'elle peut avoir sur les opinions (p. 5).

- 11 Le linguiste met ensuite à profit les ressources de la rhétorique pour analyser la manière dont les acteurs politiques et les décideurs se présentent lorsqu'ils interviennent dans les médias ou sur la place publique (à l'occasion de discours ou de réunions) :

[...] la manifestation discursive témoigne de la façon dont l'acteur politique construit sa propre image, celle des citoyens auxquels il prétend s'adresser et le projet d'idéalité sociale qu'il veut défendre, et ce à des fins de persuasion. Mais l'acteur politique n'est pas seul. En tant que représentant d'une collectivité, il subit les influences de tous ceux qui l'entourent, celles de son propre parti, celles des groupes de pression, celles des conseillers, ce qui l'oblige à jouer entre contraintes et désir d'individuation, entre forces opposées et alliances (p. 5).

- 12 La parole produite par les acteurs politiques n'est pas neutre ni parée de toutes les vertus. Elle n'arrive pas directement, tant s'en faut, au public citoyen ; elle est à son tour mise en scène par les appareils de médiation (presse, radio, télévision, Internet) qui s'en emparent, la déforment et produisent un véritable brouillage énonciatif.

- 13 Le chapitre inaugural de l'ouvrage est l'occasion pour Koutroubas et Lits d'analyser les relations singulières et enrichissantes de la communication et de la politique :

[...] la politique et la communication sont deux activités constitutives de la vie en société. Depuis l'Antiquité, l'une ne va pas sans l'autre. Le leader politique doit utiliser tous les moyens de communication pour trouver des électeurs et ensuite les informer de son action pour favoriser sa réélection. [...] Depuis près d'un siècle, l'arrivée massive des médias audiovisuels et électroniques a encore modifié cette relation entre élus et citoyens, mais aussi entre journalistes et responsables politiques (p. 13).

- 14 Les récentes évolutions de la politique en Europe ont montré que l'exercice du pouvoir et les responsabilités assumées au sein d'un parti par des acteurs politiques tendaient de plus en plus vers une forme de représentation, de mise en scène de type théâtral :

[...] la politique devient peu à peu un spectacle, pour s'adapter aux formats télévisuels, et tenter de reconquérir un public qui se défie des politiciens. La communication politique passe principalement par les médias aujourd'hui, et ces médias d'information constituent une interface essentielle entre le personnel politique et la population, dont ils se veulent les porte-parole (p. 13).

- 15 Si l'on postule que la politique occupe un rôle essentiel dans l'organisation de la cité et que la communication est consubstantielle à l'activité humaine, alors la communication intervient de manière conséquente dans la vie politique, comme d'ailleurs dans toute activité sociale, avec un usage particulièrement appuyé des outils médiatiques.

- 16 La dimension linguistique de la communication politique est centrale et l'on se doit de la prendre en compte si l'on veut avoir une vision pertinente et exhaustive de cette communication particulière que constitue la communication (au service du ou de la) politique.

[...] le langage est au cœur du politique, avec une visée persuasive et une volonté de créer le contact. Le langage a aussi une dimension de symbolisation, comme ces autres formes d'expression sociale que sont les rites et les mythes. Les hommes politiques recourent plus que jamais à tous les procédés langagiers pour faire entendre leur voix, c'est-à-dire leur différence. Les médias les y incitent en retenant

- les « petites phrases » qui font mouche, qui synthétisent une idée complexe en une formule (p. 16).
- 17 Avec le développement de la télévision nouvelle génération et des nouveaux médias et réseaux sociaux, l'exercice même de la politique a profondément et radicalement changé.
 - 18 Depuis plusieurs années,
 [...] le discours politique connaît des évolutions radicales, liées à la transformation de l'espace public, à l'évolution des rapports entre citoyens et mandataires publics, et au rôle grandissant des médias, particulièrement audiovisuels, dans la communication politique (p. 78).
 - 19 Si l'on veut s'interroger sur la manière dont les médias donnent à voir actuellement les sujets politiques, en privilégiant le plus souvent l'anecdote au détriment de l'analyse, la vie privée plutôt que le contenu des choix de société posés par les partis différents, il faut prendre acte d'un double phénomène : la spectacularisation et la vedettisation du politique. Les chaînes de télévision essaient de privilégier les talk-shows et les émissions de variétés pour recevoir et interroger les hommes politiques dans un cadre moins strict et moins normé que celui des émissions politiques : il s'agit, pour les interviewers, de chercher « à faire apparaître l'homme qui se cache derrière le politicien » (p. 80) :
 Aujourd'hui les hommes politiques utilisent de plus en plus les technologies de la communication dans le cadre de leur activité militante et politicienne. Les premiers sites des partis et des hommes politiques sont apparus à la fin des années 1990, puis les politiciens ont participé à des chats et ouvert des blogs, et aujourd'hui ils sont présents sur les réseaux sociaux, à travers Facebook ou Twitter (p. 99).
 - 20 Pour gérer leur image dans la presse, sur le Web ou sur les réseaux sociaux, les hommes politiques peuvent compter sur l'aide de véritables « *conseillers du prince* », des lobbyistes professionnels qui ont « *une expérience longue et diversifiée du terrain, [...] au même titre qu'une réputation d'efficacité, de professionnalisme et de leadership* » (p. 196).
 - 21 Loin de se limiter à la culture de ses seules compétences analytiques ou à une connaissance approfondie et nécessaire des paramètres de l'objectif en jeu, « *la personne qui travaille en tant que représentant d'intérêts doit développer ses capacités de communication et de négociation tout en maîtrisant l'art de se faire des amis* » (p. 228).
 - 22 C'est là toute l'importance de l'analyse remarquable visant à montrer l'influence du lobbying en communication politique, qui est un enjeu à la fois stratégique, communicationnel et argumentatif.

AUTEURS

ALEXANDRE EYRIES

Alexandre Eyries est chercheur associé au laboratoire I3M (information, milieux, médias, médiations) à l'Université de Nice Sophia Antipolis. Courriel : alex.eyries@yahoo.fr

Camille LAVILLE (2010), *Les transformations du journalisme de 1945 à 2010 : le cas des correspondants étrangers de l'AFP*

Bruxelles, Éditions De Boeck/Ina éditions

Aimé Jules Bizimana

RÉFÉRENCE

Camille LAVILLE (2010), *Les transformations du journalisme de 1945 à 2010 : le cas des correspondants étrangers de l'AFP*, Bruxelles, Éditions De Boeck/Ina éditions

- 1 Dans cet ouvrage, l'auteure propose une analyse diachronique de l'agence de presse française AFP (Agence France-Presse), du lendemain de la Seconde Guerre mondiale (1945) aux années 2000, en vue de faire ressortir les transformations qui ont affecté à la fois les pratiques et l'identité journalistiques ainsi que la nature de l'information. Son hypothèse est qu'une nouvelle configuration a émergé durant cette période étudiée :
 Formée par l'environnement médiatique mondial et le jeu des différents acteurs (journalistes, entreprises de presse, clients), cette configuration s'est caractérisée par un changement progressif de son mode de régulation, évoluant d'une régulation à dominante politique à un mode de régulation dans lequel l'intérêt économique et commercial se fait de plus en plus présent (p. 7).
- 2 Cette hypothèse repose sur un découpage historique précis. La période 1945-1965 est caractérisée par une régulation dite politique et celle de 1995 à 2010 est marquée par une régulation plus économique. Séparés par une période de transition, ces deux modes de régulation ont chacun une incidence sur les pratiques et l'identité journalistiques des employés de l'AFP. L'explication du changement sociohistorique qui s'opère d'un mode de régulation à l'autre se fait par l'intermédiaire des concepts de configuration et d'idéal-type, empruntés respectivement à Norbert Élias et à Max Weber.

- 3 En partie tiré d'une thèse de doctorat en cotutelle (Université Paris 8 et Université Laval), l'ouvrage est fondé sur des entrevues semi-dirigées avec une cinquantaine de journalistes de l'AFP distribués à travers trois groupes d'âge (25-45 ans, 45-65 ans, 65 ans et plus). À l'exception de six journalistes dont l'auteure propose des portraits nominatifs, les participants interviewés dans cette étude sont anonymes (c'est une exigence éthique de l'Université Laval). Le participant type est décrit comme un agencier ayant travaillé dans l'un ou l'autre des nombreux bureaux de l'AFP à l'étranger.
- 4 Le premier chapitre (première partie) est consacré à l'histoire de l'agence de presse. Comme le rappelle l'auteure, l'origine de l'AFP remonte à la création de la toute première agence d'information par Charles Louis Havas en 1832 (agence Havas). Cependant, la mise sur pied de l'Agence France-Presse en remplacement de l'Office français d'information sous Vichy, au lendemain de la libération de Paris en 1944, constitue son véritable acte de naissance. Avec le statut d'établissement public, l'AFP opère sous la double dépendance politique et financière de l'État français. En 1957, un nouveau statut semi-public entre en vigueur. L'emprise de l'État français se fait néanmoins toujours sentir quant à la direction de l'agence. Sur le plan international, ce statut ambivalent de l'AFP la place dans une situation inconfortable vis-à-vis des agences concurrentes, principalement anglo-saxonnes, jalouses de leur indépendance par rapport à l'État. Durant plusieurs décennies, l'AFP va résister à toute velléité de transformer le statut de 1957, remis en question à chaque crise interne.
- 5 Le second chapitre est consacré à l'évolution des innovations techniques et à leurs incidences sur les pratiques des agenciers. Confronté à un manque de moyens de communication performants, l'agencier des années 1945-1970 doit faire preuve d'autonomie, de créativité et de débrouillardise. Au cours des années 1970-1990, l'informatisation des bureaux de l'agence AFP permet aux agenciers de transmettre leurs dépêches plus rapidement et plus efficacement. Cette évolution s'appuie principalement sur les technologies de transmission satellitaire et du téléphone cellulaire ainsi que sur divers outils informatiques. De 1990 à 2010, l'évolution s'est poursuivie avec les supports multimédias. Cette période est caractérisée par une multiplication des concurrents, pas nécessairement d'autres agences, mais surtout les chaînes d'information en continu.
- 6 Cette transformation a entraîné deux conséquences : d'une part, une surveillance plus grande des agenciers par leur rédaction et d'autre part, une surveillance accrue des concurrents exacerbée par un mode de fonctionnement dans l'urgence. La création en 1995 du service de veille Alerte et analyse est liée à cette double surveillance. Par ailleurs, « *urgenter une information est aussi un moyen pour l'agence et pour ses journalistes de mettre leurs informations en valeur et de rechercher une plus grande visibilité auprès des clients* » (p. 72). Une grande tendance à rendre les dépêches « urgentes » menace néanmoins la hiérarchisation de l'information, indique l'auteure.
- 7 Dans la deuxième partie, l'auteure présente, en trois chapitres, trois générations de correspondants qui se sont succédé à l'agence. Chaque chapitre est introduit par deux portraits d'agenciers. La première génération est caractérisée par un engagement professionnel fort et un style d'écriture personnel. Ces correspondants de l'après-guerre confèrent au journalisme une mission éducative (conception de service public). Fréquentant beaucoup les élites politiques, ils ont « *le réflexe professionnel de s'adresser en priorité aux sources institutionnelles et aux porte-parole officiels* » (p. 95). Les journalistes de

cette première génération disposent d'une grande marge de liberté dans l'écriture. Leurs dépêches sont écrites dans un style personnel où le témoignage s'énonce souvent à la première personne. C'est ce que l'auteure appelle le « *je testimonial* » (p. 99).

- 8 La deuxième génération dite « intermédiaire » est celle marquée par la professionnalisation avec une entrée dans le métier qui passe certes par la formation universitaire, mais avec des profils variés. Sa vision du journalisme est à cheval entre la conception de service public et une conception que l'auteure qualifie de « politisée » dans la mesure où les journalistes « *peuvent sensibiliser le public à certains enjeux et, éventuellement, contribuer à changer le monde* » (p. 113). La multiplication des acteurs sociaux et l'informatisation entamée par l'AFP dans les années 1970 vont avoir un effet sur les pratiques des agenciers. Pour s'adapter à de nouveaux clients et à de nouveaux outils techniques, l'écriture journalistique s'éloigne peu à peu du style personnel plus littéraire. La concision est le nouveau mot d'ordre pour la rédaction des dépêches.
- 9 La troisième génération est celle du XXI^e siècle avec une conception du métier dominée par la logique marchande et l'individualisme. La visée commerciale de l'AFP, à titre d'entreprise de presse, pousse ses dirigeants à privilégier cette nouvelle génération en adéquation avec les impératifs commerciaux au détriment des agenciers de l'ancienne génération, malgré l'expérience de ces derniers. Dans un univers professionnel marqué par la pige et la précarité, la plupart des journalistes de la jeune génération de l'AFP possèdent une formation universitaire et une formation dans une école de journalisme. L'étude révèle que la formation professionnelle est devenue, au fil du temps, un passage obligé pour accéder à l'emploi journalistique. Par ailleurs, les prétendants journalistes se pressent au portillon de l'AFP en raison du prestige associé au fait de travailler pour une agence internationale, mais aussi de la sécurité d'emploi dans un contexte de morosité économique qui caractérise les entreprises de presse.
- 10 La nouvelle génération appartient donc à la nouvelle configuration à régulation économique (cf. l'hypothèse). Avec ce nouveau mode de régulation, les pratiques journalistiques se sont transformées à travers le rapport aux sources principalement en raison de l'omniprésence des services de communication et de l'essor d'Internet. Avec la surabondance de l'offre, le travail journalistique « *consiste de moins en moins à rechercher et collecter de l'information et de plus en plus à la recevoir et à en faire le tri* » (p. 134).
- 11 En permettant une collecte d'information plus large et plus diversifiée, Internet a aussi changé la pratique journalistique de l'agencier :

Internet donne accès à une très grande diversité de sources et éventuellement de points de vue, dont les points de vue de ceux qui contestent les discours officiels. Internet permet donc aux journalistes de s'affranchir dans une certaine mesure des contraintes que les sources, notamment les sources professionnelles, cherchent à leur imposer (p. 135).
- 12 Par ailleurs, les chaînes d'information en continu constituent une autre source d'information importante pour les agenciers. À l'affût de l'information internationale, ces derniers surveillent en permanence la couverture de la télévision en continu. L'auteure souligne cependant que les journalistes de l'agence de presse subissent une forte concurrence des chaînes de télévision en continu qui, grâce à leur force d'attraction en matière d'auditoire et d'image, attirent beaucoup plus les sources locales. Cet avantage de la télévision en continu en fait un définisseur « *de l'agenda médiatique international* » (p. 138).

- 13 Cette situation pose un défi à l'agencier qui veut rester dans la course au temps par rapport aux concurrents, mais qui s'expose du même coup aux fausses informations et aux rumeurs. Pour contrer la concurrence féroce des chaînes de télévision en continu, l'AFP mise sur le développement de son propre service d'images, à l'exemple de sa consœur Associated Press (AP), avec le service audiovisuel APTN. AFPTV a été créée en 2001, mais reste encore loin de ses concurrentes anglo-saxonnes. Au moment de rédiger le présent compte-rendu, le président de l'AFP, Emmanuel Hoog, soulignait, au cours d'une conférence devant le Conseil des relations internationales de Montréal, l'accent qui est mis par l'agence sur l'image, y compris en continu, tout en rappelant le défi posé par la vitesse de circulation de l'information quant à la vérification et à l'authentification des sources (Collard, 2012).
- 14 Enfin, la jeune génération évolue dans un contexte de perte d'autonomie, voire de surveillance. Grâce aux nouvelles technologies, l'agencier est joignable en permanence par le *desk* (bureau central, régional ou local) qui dispose de la double capacité de suivre de près ses correspondants étrangers et ses concurrents. Cette possibilité place le *desk* en position de contrôler et d'ajuster au besoin la couverture interne en fonction de la surveillance de la concurrence. En outre, la nouvelle génération doit composer avec une écriture des dépêches plus homogénéisée et qui tend vers un style anglo-saxon jugé à la fois susceptible d'intéresser de nouveaux clients dans un marché mondialisé et plus efficace sur le plan rédactionnel.
- 15 De manière générale, l'ouvrage exploite peu les travaux en sociologie de l'information qui auraient pu être utiles pour expliquer plusieurs thèmes comme les contraintes journalistiques du temps et de la concurrence, le biais en faveur des sources institutionnelles et les stratégies de séduction des services de communication.
- 16 Dans la troisième et dernière partie, l'auteure retrace l'évolution du mode de traitement de l'information. De 1945 à 1960, le contexte international est marqué par la prégnance du fait politique et diplomatique dans l'information agencière. L'emprise du politique au sein de l'AFP est liée, certes, à son statut particulier et à son financement par l'État français, mais se traduit aussi par la proximité des journalistes avec les hommes politiques et par la sensibilité des agenciers aux intérêts nationaux : « *Sans être un outil de propagande, l'Agence France-Presse se fait donc le porte-parole du gouvernement* » (p. 158).
- 17 De 1960 à 1990, les transformations politiques et économiques de la société ont entraîné une perte de vitesse du fait politique au profit d'une diversification de l'offre informationnelle avec de nouveaux contenus, notamment les rubriques économie et société (*life style*). Symptomatique des transformations du paysage médiatique, l'explosion de l'offre informationnelle est consécutive au développement de la presse magazine et des chaînes d'information en continu.
- 18 Durant la période 1990-2010, le divertissement prend une plus grande place avec notamment l'essor de l'information *people* et de l'information insolite. Dans la même foulée, on remarque une plus grande sensibilité de l'AFP aux exigences de ses clients qui se sont diversifiés, avec comme résultat une multiplication des thématiques dans une logique d'offre personnalisée (information en ligne, information financière). Avec cette logique de personnalisation dans un environnement hyperconcurrentiel est apparue la nécessité d'ajouter la couleur dans les dépêches destinées aux clients : « *La <mise en couleur> des dépêches par les journalistes est un indice du passage au journalisme de*

communication », avance Camille Laville (p.178). Cette hypothèse qui semble intéressante aurait peut-être mérité un développement plus substantiel.

- 19 Le dernier chapitre aborde le passage d'un journalisme événementiel à un journalisme situationnel dans l'évolution des dépêches. Le premier insiste sur l'évènement. C'est le modèle factuel des années 1950 fondé sur la description et non sur l'explication. Le second, qui s'impose dans les années 1990 dans le but de se démarquer de la concurrence et pour mieux répondre aux demandes des clients, privilégie les « papiers à attribut ». Ces papiers ne sont plus uniquement centrés sur le factuel, mais déclinent l'évènement sous différents formats. Le journalisme situationnel (ou journalisme de décryptage) met l'accent sur la mise en contexte des événements et sur l'analyse : « *L'analyse est pour l'agence un moyen de produire un discours original et distinctif, offrant une plus-value par rapport à l'information brute qui, du fait même de son abondance et de son accessibilité, est dévalorisée* » (p. 197). La mise en forme de l'information pour la rendre attrayante prend de plus en plus de place. Ce passage est un marqueur générationnel d'une configuration à une autre.

BIBLIOGRAPHIE

COLLARD, Nathalie (2012), « Agence France-Presse : pas de concession à la vitesse », *La Presse*, 26 mars, p. 3 [Arts].

AUTEURS

AIMÉ JULES BIZIMANA

Aimé Jules Bizimana est professeur au Département des sciences sociales à l'Université du Québec en Outaouais. Courriel : aime-jules.bizimana@uqo.ca

Paris, Presses Sorbonne Nouvelle

Laurence LEVENEUR (2009), *Les travestissements du jeu télévisé*

Pierre Gosselin

RÉFÉRENCE

Laurence LEVENEUR (2009), *Les travestissements du jeu télévisé*, Paris, Presses Sorbonne Nouvelle

- 1 Actuellement, à la télévision, les jeux, programmés dans la matinée, l'après-midi ou en avant-soirée pour garder le téléspectateur jusqu'au carrefour du « 20 heures » et le conduire à l'heure de grande écoute, font partie intégrante de la grille des programmes. Dans son introduction, l'auteure présente ainsi sa problématique :

À quoi joue-t-on à la télévision depuis les années 1950 ? Quelle est la nature des évolutions de ce genre ? Que traduisent-elles des changements qui ont traversé la télévision du divertissement et du quotidien ? Et dans quelle mesure ces transformations sont-elles symptomatiques de certains changements survenus dans notre société ? (p. 12)
- 2 Entamons donc notre lecture au fil des sept chapitres de ce livre.
- 3 « Penser le jeu télévisé » : au cours de ce chapitre, l'auteure propose une définition du jeu et du joueur et propose une typologie du ludique télévisuel en faisant référence à Caillois.
- 4 Dans le chapitre suivant, « L'évolution des stratégies de production et de programmation des jeux télévisés », nous parcourons l'itinéraire de la production des jeux, « marquée à ses débuts, par le rôle très particulier dévolu à ces animateurs et/ou producteurs issus de la radio, qui ont facilité le transfert de nombreux concepts radiophoniques sur le petit écran » (p. 39-40), en rappelant les grands noms des « historiques » de la production : André Gillois, Jean-Jacques Vital, Jacques Antoine, Pierre Bellemare, Guy Lux. L'évolution définitive du jeu commence avec l'éclatement de l'Office de radiodiffusion-télévision française (ORTF) (1974) — début d'une certaine concurrence

entre les chaînes — et se poursuit jusqu'à l'apparition des télévisions privées (de 1984 à 1987) introduisant de nouvelles façons de produire comme « le stripping, permettant d'enregistrer en un jour les émissions d'une semaine » (p. 61).

- 5 Le troisième chapitre nous invite à réfléchir sur « les compétences en jeu ». Compétences demandées aux candidats, compétences qui évoluent avec le temps. Il ne suffit plus de savoir, il faut aussi être un peu acteur ou avoir en plus des aptitudes physiques. Certes, le jeu de questions-réponses demeure le plus courant ainsi que les énigmes et devinettes « qui ont inspiré une part conséquente de la production française depuis 1950 » (p. 70).
- 6 « Les contenus éprouvés » pose la question « Quels sont les domaines et les thèmes avec lesquels la télévision nous propose de jouer depuis 1950 ? » (p. 95). On assiste en fait à plusieurs approches de jeux difficiles à cerner dans le sens où les termes savoirs et connaissances sont particulièrement polysémiques et où leur usage « varie selon les disciplines » (p. 96). On navigue entre savoir scolaire, savoir quotidien ou « savoir humain », comme le décrit Fiske.
- 7 Au chapitre suivant, « (Se) jouer », Laurence Leveneur est allée voir les émissions de jeu de l'intérieur — observation participante — en franchissant « les principales étapes de sélection auxquelles les producteurs de [Tout le monde veut prendre sa place] soumettent leurs postulants » (p. 120). Et elle note que l'on assiste à une véritable professionnalisation des candidats « qui ont progressivement intégré les normes du biais télévisé, après avoir intégré les règles du jeu [...] l'une des premières figures marquantes de jouer est d'ailleurs celle de l'érudit et du champion » (p. 116). Quant au téléspectateur, il connaîtra trois positions : soit il admire le joueur dont il ne possède pas les compétences, soit « il s'identifie à un joueur qui lui ressemble, soit, enfin, il peut être curieux d'un candidat atypique » (p. 127).
- 8 L'avant-dernier chapitre s'intéresse aux habillages « du plateau à l'écran » (p. 131). Dans l'histoire des jeux, on assiste à plusieurs dispositifs d'enregistrement. Ces dispositifs ont évolué avec les potentialités techniques offertes par les régies : développement des effets spéciaux, perfectionnement des éclairages, maîtrise du son. Pour certains jeux, on se contente d'installer les candidats derrière un pupitre, assis derrière un bureau, jusqu'à la prise en compte totale de l'espace d'un plateau, voire en extérieur : « Ces différents procédés [...] formatent le regard du téléspectateur en même temps qu'ils l'intègrent au dispositif ludique » (p. 153).
- 9 « Jouer avec le téléspectateur ». Les émissions de jeu sont, ne l'oublions pas, réalisées pour le téléspectateur — surtout depuis l'instauration de l'audimat ! La démarche des producteurs consistera ainsi à transformer « le téléspectateur en un joueur privilégié, rendu actif par certains procédés de mise en images, ou par l'utilisation de moyens connexes comme le courrier, le minitel, l'ordinateur ou le téléphone, qui tissent avec la télévision des rapports de plus en plus étroits d'intermédialité » (p. 155), cherchant à faire jouer le téléspectateur avec son écran de télévision.
- 10 Dans sa conclusion, l'auteure souligne l'évolution du jeu télévisé dans le sens où l'« émission doit se clore par la désignation d'un vainqueur, ayant accompli avec succès toutes les épreuves et/ou n'ayant pas été éliminé. Cette victoire déclarée peut se traduire par l'obtention d'un gain ou d'un bénéfice matériel ou symbolique, direct ou indirect pour le vainqueur, ou pour le téléspectateur » (p. 182), la nouveauté étant la participation « par

délégation [...] du téléspectateur s'il dispose des mêmes informations que le candidat présent sur le plateau, ou à distance — par courrier, téléphone, minitel, Internet » (p. 182).

- 11 Soutenu par une abondante bibliographie, de nombreuses illustrations et des références à plus de 200 émissions de jeu, ce livre apporte un éclairage original sur ce pilier de la télévision pourtant « méprisé par les critiques de télévision et par les recherches portant sur l'audiovisuel français » (quatrième de couverture).

AUTEURS

PIERRE GOSSELIN

Pierre Gosselin est chargé de cours à l'Institut des Sciences de la Communication et de l'Éducation d'Angers (ISCEA) de l'Université catholique de l'Ouest. Courriel : pierre.gosselin147@dbmail.com

Vincent PETITET (2007),
*Enchantement et domination : le
 management de la docilité dans les
 organisations, analyse d'un cabinet de
 conseil*

Paris, Éditions des Archives contemporaines

Brigitte Guyot

RÉFÉRENCE

Vincent PETITET (2007), *Enchantement et domination : le management de la docilité dans les organisations, analyse d'un cabinet de conseil*, Paris, Éditions des Archives contemporaines

- 1 Cet ouvrage s'inscrit dans une approche communicationnelle de l'organisation, en analysant tous les dispositifs qui concourent à normaliser les comportements relationnels des consultants d'un grand cabinet de conseil étatsunien (Merton) implanté dans le monde entier. Pour ce faire, l'auteur décortique les mécaniques discursives, comportementales, relationnelles et managériales qui forgent un cadre normatif qui ne dit pas son nom, mais dont la puissance irrigue toute l'entreprise. Il invite son lecteur à entrer dans les coulisses de cette fabrication multiforme.
- 2 L'un des mérites de cette contribution est d'utiliser, avant de l'illustrer par son étude de terrain, un certain nombre de notions propres à éclairer une gouvernance par la communication. Citons-en quelques-unes : mythe, idéologie, discipline, transparence. C'est l'occasion, pour le lecteur, de relire les auteurs abondamment cités qui apportent des clés de compréhension tout à fait efficaces. Il y a là une articulation intéressante

entre les références mobilisées et leur illustration immédiate avec le cas de Merton présenté comme emblématique.

- 3 Le livre est découpé en quatre chapitres. Dans le premier, l'auteur étudie plusieurs récits institutionnels (notamment un document au titre évocateur, *A Vision of Grandeur*, réalisé pour les 75 ans de la maison) pour montrer comment s'élabore un discours mythique destiné à poser comme réalité ce qui n'est en fait qu'une reconstruction d'un passé présenté comme glorieux. Ensuite, s'appuyant sur Roland Barthes et Michel Foucault, il montre que la puissance de ce mythe est d'autant plus forte qu'elle est portée par des jeux de langage visant à naturaliser une image éternelle, donc forcément véridique, de l'organisation ; elle peut alors servir de référence pour emporter l'adhésion de ses membres. Sous ce discours d'une réussite et d'un mérite à la fois personnels et collectifs s'exerce une mise en conformité d'autant plus grande qu'elle s'avance masquée.
- 4 Cela explique qu'une telle force symbolique (chapitre 2) constitue, pour l'auteur, une idéologie, entendue comme « *rapport entre l'individu et son environnement* » (p. 181). Sa composante disciplinaire est d'autant plus forte qu'elle est relayée et intégrée par les consultants eux-mêmes dans leurs gestes quotidiens, leur vision, leurs méthodes. Ainsi, la mise en scène d'une identité visuelle omniprésente dans les locaux et le rappel des valeurs propres à l'entreprise s'accompagnent d'incitations permanentes à adopter des comportements particuliers. Cet environnement, saturé de signes d'appartenance, contribue à légitimer une identité commune visant dans le même temps à rejeter ceux qui ne s'y conformeraient pas.
- 5 Les relais organisationnels de cette idéologie passent également par un mode de gestion au quotidien concernant le rapport entre les personnes et les équipes, la relation aux clients, une hiérarchisation des statuts des personnes ou encore une sélection des profils les plus à même de s'insérer dans le cadre établi, sans compter une grande vigilance par rapport à l'appropriation par chacun de ces principes au point de faire de la totale disponibilité à l'entreprise un principe chevillé au cœur de chaque salarié.
- 6 L'idéologie a donc ses relais, ses petits passeurs que l'auteur décèle dans la mise en avant explicite du concept de transparence, incarné tant spatialement (dans les locaux) que dans l'injonction à sans cesse communiquer et à faire savoir ce que l'on fait. Cela peut avoir quelques effets pervers : l'auteur reconnaît qu'une circulation permanente de renseignements entre les personnes et les métiers, dans des formes étroitement standardisées, tend à entraîner une déperdition du sens. L'auteur va jusqu'à parler de « *pensée simplificatrice* » (p. 155). De même, la réactivité et l'urgence, lorsqu'elles sont poussées à l'extrême, associées à des méthodes de travail et d'audit basées sur une modélisation des personnes et des situations, constituent autant de cadres normatifs dont il est difficile de s'extraire, sauf à se marginaliser et à être rejeté par les collègues puis par l'institution. Ces différents niveaux de verrouillage aboutissent à un autocontrôle et à un contrôle étroit par les pairs.
- 7 Le chapitre 3 s'attache à décrypter ce dirigisme organisationnel qui s'infiltré dans les discours prônant pourtant l'autonomie des acteurs, la confiance dans l'organisation présentée comme garante du bien-être de ses salariés. Il s'incarne également dans le mode de gestion des ressources humaines, au moyen des dispositifs de formation, des séminaires ou encore d'un système de gratifications ; de même, le mode d'intervention auprès des entreprises clientes est, malgré le discours, basé sur une recherche de

rentabilité. Certaines d'entre elles, d'ailleurs, se plaignent d'être mises dans des modèles quelque peu plaqués qui ne leur semblent pas refléter la particularité de leur situation.

- 8 Le chapitre 4 étudie les normes disciplinaires et corporelles, tant vestimentaires que comportementales. L'auteur peut alors définir l'ensemble de ces dispositifs comme des « *scripts de l'obéissance* » (p. 201) visant à « *produire un consultant Merton* », individu formaté, à la fois soumis et consentant et, surtout, fier de l'être tant son appartenance au système lui semble permettre une réalisation personnelle.
- 9 Dans sa conclusion, l'auteur revient sur sa démarche qu'il qualifie de « *généalogique* », reprise, notamment, de Foucault. En observant « *la surface des choses* », en l'occurrence, les pratiques communicationnelles, « *le sujet surgit dans un ensemble déjà constitué* », dans un maillage dont on ne supposait pas l'existence *a priori*. Cela permet de repérer les différentes couches constituées d'éléments en tension, de manœuvres et de combats.
- 10 Le principal intérêt de cet ouvrage est de décliner les différentes facettes des normes et des formes de pouvoir qui sont au cœur de toute organisation. Il ouvre la boîte noire de la communication en montrant combien les différents scénarios de communication sont arrimés à des scénarios managériaux imposés, institutionnalisés, qui ne laissent finalement que peu de choix aux individus.
- 11 Malgré l'exemple d'une forme d'institution particulière (cabinet international, étatsunien de surcroît), les constats avancés par Vincent Petitot sont applicables, à des degrés divers, à toutes sortes d'organisations. C'est l'intérêt de son analyse que de proposer une grille de lecture pour montrer combien la gestion symbolique propre à une communication « orchestrale » multiforme est au service d'une normalisation tant organisationnelle que sociale. À des titres divers, l'incorporation de ces codes discursifs, des conventions sociales implicites et explicites, constitue bien une forme de contrôle disciplinaire qui ne dit pas son nom. Si ce constat n'est pas nouveau, l'analyse systématique ici menée, liant modes de communication institutionnelle et objectifs managériaux, a d'autant plus de poids qu'elle s'appuie sur de très nombreuses références théoriques ; l'auteur n'hésite pas à développer (ce qui peut paraître à première vue comme une digression) de façon tout à fait pédagogique à l'aide de très (trop ?) larges citations qui précèdent l'illustration par le terrain. On pourrait même considérer cet ouvrage comme une occasion de revisiter Goffman, Barthes, Foucault, Bourdieu et bien d'autres. Cela dit, on pourrait regretter une certaine carence méthodologique qui affaiblit l'exemplification du propos et sa contextualisation : présentation et traitement plus systématisés du corpus utilisé pour cette étude, indication de la fonction de celui qui est appelé à s'exprimer ou encore présentation raisonnée du dispositif de communication officiel et des règles de conduite de l'entreprise dont il est question ici et là auraient été souhaitables. Mais peut-être est-ce là un propos de chercheur...

AUTEURS

BRIGITTE GUYOT

Brigitte Guyot est maître de conférences HDR en Sciences de l'information et de la communication au Conservatoire national des arts et métiers. Courriel : brigitte.guyot@cnam.fr

Anne SALMON (2011), *Les nouveaux empires : fin de la démocratie ?*

Paris, CNRS Éditions

Éric Dacheux

RÉFÉRENCE

Anne SALMON (2011), *Les nouveaux empires : fin de la démocratie ?*, Paris, CNRS Éditions

« La démocratie n'est jamais la fin de l'histoire,
mais une histoire sans fin »

- 1 Dans une époque marquée par la puissance d'acteurs économiques qui imposent leurs choix aux États, la démocratie est-elle condamnée à disparaître au profit d'un État fort, restaurant le primat du politique, mais limitant les libertés ? Telle est la question, essentielle, à laquelle répond cet essai mêlant avec bonheur réflexions théoriques et études empiriques. La réponse, tout en nuances, d'Anne Salmon, s'articule en deux parties distinctes.
- 2 La première, « Les empires », occupant la moitié de l'ouvrage, montre, en six chapitres incisifs, comment un petit nombre d'acteurs économiques (multinationales et fonds spéculatifs essentiellement) ont, avec l'aide d'États dont les dirigeants furent gagnés par les idées néolibérales, mis en place les conditions d'émergence d'une société de marché. La promotion de cette société de marché qui tente de plier la diversité des motifs de l'action humaine au modèle théorique de l'intérêt égoïste propre à l'*homo œconomicus* s'accompagnant, dans les lieux de production contrôlés par ses acteurs, d'une destruction systématique des collectifs de lutte qui pourraient protester contre ce projet de société.
- 3 La seconde partie, qui elle aussi se développe en six chapitres occupant l'autre moitié de l'ouvrage, décrit comment la « démocratie contre-attaque ». Plus précisément, l'auteure démontre que la société de marché risque fort d'engendrer, comme dans les années 1930, un sursaut totalitaire d'une société cherchant, maladroitement, à lutter

contre sa dissolution dans un marché autorégulateur ne respectant pas la diversité humaine. Ce rappel de la thèse de Polanyi (1944/1983) ne débouche cependant pas sur un constat pessimiste. Une autre voie est possible, propose Salmon, celle d'un humanisme politique venant régénérer la démocratie. Cependant, cette puissance régénératrice de l'humanisme politique ne peut se déployer que si l'on conjugue, à la fois, une valorisation de la pluralité de modes d'action dans l'espace économique et un combat politique contre l'idéologie libérale dans l'espace public. Il ne s'agit donc pas, dans une perspective chère à H. Arendt (1983), de contenir puis de réduire l'espace économique pour développer l'espace public, mais d'articuler la diversité des pratiques économiques toujours existantes (artisanat, syndicalisme, économie sociale et solidaire) avec un projet politique d'émancipation.

- 4 Cet ouvrage porte donc sur un sujet central : l'avenir de la démocratie. Sa force première est de montrer que la chute du mur, si elle a engendré de nouveaux empires, n'a pas annoncé la fin de l'histoire. La domination actuelle des marchés ne marque ni l'avènement définitif du capitalisme financier ni la promesse d'un effondrement inéluctable dans un totalitarisme xénophobe visant à compenser l'insécurité économique par la sécurité identitaire. D'une part, et c'est ce que souligne la première partie, derrière la notion floue de « marché », il y a des acteurs très identifiables et relativement peu nombreux qui ont, certes, constitué des empires, mais tous les empires, à commencer par les empires coloniaux, ont la remarquable propriété de s'effondrer très vite. D'autre part, une bataille intellectuelle permettant de repenser les articulations entre économie et politique offre, à nos sociétés réflexives, la capacité de s'appuyer sur la diversité des pratiques socioéconomiques actuelles pour s'opposer à la lente réduction du social à l'économie (puis de l'économie au marché) que propose la société de marché. Cette démonstration s'appuie sur trois éléments qui en rehaussent la valeur : un langage, clair et précis, évitant le jargonage prétentieux ; des études empiriques sur le monde du travail qui donnent de la chair à cette réflexion théorique ; un retour aux textes fondateurs (Xénophon, Aristote, Weber) permettant d'échapper à l'interprétation courante qui en est faite. De plus, cette argumentation centrale donne l'occasion à l'auteure d'esquisser des réflexions stimulantes sur plusieurs sujets comme, par exemple, la violence au travail qui serait moins le produit de la dégradation de conditions de travail qui ne sont guère plus mauvaises qu'au XIX^e siècle que la résultante de la destruction des collectifs de travail ou, autre exemple, le paradoxe d'une exclusion du marché du travail qui, dans certains quartiers abandonnés, pousse moins à la déliaison sociale qu'au renforcement d'un lien social exclusif.
- 5 La qualité de ce texte éveille l'intelligence critique du lecteur. Du coup naissent certains regrets et quelques critiques. Sur le plan des regrets, on notera l'absence, préjudiciable à nos yeux, d'une déconstruction/reconstruction de la notion « d'empire ». Quelle est la généalogie de ce terme à la mode ? Que permet-il d'éclairer de la réalité contemporaine ? Que laisse-t-il dans l'ombre ? Autre regret, pourquoi ne parler, dans les résistances sociales concrètes aux empires, que des organisations liées aux mondes économiques ? Pourquoi ne pas parler des mouvements sociaux, des ONG, voire des institutions religieuses qui sont loin d'être inactives dans cette lutte ? Enfin, ultime regret, le peu de place accordée aux médias, et plus largement aux industries culturelles, qui sont pourtant, en tant qu'entreprises économiques majeures et vecteurs du lien social dans des « sociétés individualistes de masse » (Wolton, 2012), des acteurs centraux pour analyser les relations entre économie et politique. Mais regretter ce qui

n'est pas dans un livre qui, par définition, doit faire des choix, n'est-ce pas rendre hommage à ce qui est écrit ?

- 6 Néanmoins, comme la perfection n'est pas de ce monde, il me semble que l'on peut adresser deux critiques à cet essai remarquable. La première, périphérique, est qu'il s'appuie, en creux, sur une dialectique, c'est-à-dire la mise en avant de deux forces contradictoires qui finissent par se rencontrer dans une synthèse historique (ici, le totalitarisme), en tout cas, si l'on n'aide pas les forces démocratiques à triompher. Or, il semble que la notion de « dialogisme » chère à E. Morin (1994) — la confrontation de forces à la fois antagonistes et complémentaires qui fondent une dynamique sociale imprévisible et prenant des formes différentes suivant les territoires — puisse mieux rendre compte du phénomène décrit. En effet, la domination de l'ordre économique n'est pas nouvelle ; elle date, si l'on en croit Braudel (1979), du XIII^e siècle, et a pris, dans le temps et dans l'espace, des formes très différentes. Rien ne dit donc que le totalitarisme est la conséquence unique, logique et inéluctable de la société de marché qui se construit sous nos yeux. D'autant plus que l'avènement d'une économie de la connaissance, sur laquelle l'auteure reste curieusement muette, pourrait profondément modifier le système capitaliste, voire ouvrir la voie à une société postcapitaliste (Gorz, 2003).
- 7 Seconde critique, plus centrale celle-là : même si Salmon montre, dans un superbe chapitre neuf, toute la complexité des relations entre l'économique et le politique, il reste que nous pensons, avec Braudel et Castoriadis (1975), que ces deux ordres ne suffisent pas à expliquer la complexité du social. Il nous semble qu'à côté du politique (définition de la norme), de l'économique (valorisation des ressources), il existe une troisième entité, essentielle, soit le symbolique, celui des constructions intellectuelles et sensibles qui donnent sens au monde (religions, utopies, mythes, etc.). Du coup, la question n'est pas tant d'articuler « l'épreuve sociale » des pratiques alternatives et « l'épreuve démocratique » des discours critiques (p. 103) que de penser l'espace public, justement, comme le lieu — propre à la démocratie — où se régulent les conflits entre pratiques économiques, visions contradictoires de l'intérêt général et confrontations de croyances collectives.
- 8 Un livre dense qui donne à penser et invite à lutter. Même si le combat est inégal, l'avenir n'est pas joué : les acteurs sociaux et les scientifiques peuvent favoriser l'émergence d'une société démocratique renouvelée. La démocratie n'est jamais une fin de l'histoire, mais plus que jamais une histoire sans fin.

BIBLIOGRAPHIE

ARENDT, H. (1983), *La condition de l'homme moderne*, Pocket, Paris.

BRAUDEL, F. (1979), *Civilisation matérielle, économie et capitalisme*, Paris, Armand Colin.

CASTORIADIS, C. (1975), *L'institution imaginaire de la société*, Paris, Seuil.

GORZ, A. (2003), *L'immatériel*, Paris, Galilée.

MORIN, E. (1994), *La complexité humaine*, Paris, Flammarion.

POLANYI, K. (1944/1983), *La grande transformation*, Paris, Gallimard.

WOLTON, D. (2012), *Indiscipliné*, Paris, Odile Jacob.

AUTEURS

ÉRIC DACHEUX

Éric Dacheux est professeur à l'Université Blaise Pascal (Clermont-Université) où il a fondé le groupe Communication et solidarité (EA 4647). Courriel : eric.dacheux@univ-bpclermont.fr

Sarah SEPULCHRE (dir.) (2011), *Décoder les séries télévisées*

Bruxelles, Éditions De Boeck, Coll. « INFO & COM »

Alexandre Eyries

RÉFÉRENCE

Sarah SEPULCHRE (dir.) (2011), *Décoder les séries télévisées*, Bruxelles, Éditions De Boeck, Coll. « INFO & COM »

- 1 La télévision, dans le champ universitaire francophone, n'est considérée que depuis relativement peu de temps comme un objet de connaissance à part entière, comme un support adapté à l'exercice d'une recherche scientifique menée dans le domaine des sciences de l'information et de la communication.
- 2 Ce collectif se propose d'analyser des produits télévisuels particuliers — les séries (essentiellement étatsuniennes, puisqu'elles dominent le marché mondial) — à l'aune de l'énorme succès qu'elles connaissent depuis de nombreuses années et qui ne se dément pas avec l'apparition d'un nouveau type de public, d'une nouvelle forme de téléspectateur féru de séries télévisées, amateur éclairé de ce type de réalisations audiovisuelles.
- 3 C'est précisément ce que souligne Éric Maigret dans la préface qu'il a rédigée pour cet ouvrage :

[...] en quelques années à peine, la sériephilie est devenue un phénomène massif, se diffusant dans les familles, dans les salles de classe, dans l'industrie télévisuelle, dans la presse « cultivée » comme dans la presse « grand public », sur internet [...] Habituellement rétive aux changements sociaux et culturels qu'elle tient à distance au nom de la sacro-sainte distance que le savoir impose au sens commun, l'université n'est pour une fois pas en reste. Une génération entière d'étudiants embrasse la cause des séries au point qu'il devient difficile pour un enseignant-chercheur sur les médias et les cultures de ne pas diriger de mémoire de recherche sur telle ou telle série — la plupart du temps américaine. (p. 5)

- 4 Le préfacier a le grand mérite d'inciter à la prudence en matière de réflexion conceptuelle à partir de l'objet industriel complexe que constitue la télévision. Il explique à juste titre qu'il faut
 [...] se méfier de l'apparente reconnaissance de la culture télévisuelle que le goût pour les séries semble impliquer, reconnaissance pourtant bienvenue dans un monde où la télévision est toujours vue comme l'origine et les symptômes de tous les maux sociaux, où elle suscite toujours méfiance, peur et mépris (p. 5).
- 5 Maigret dissocie très justement le goût de plus en plus prégnant du grand public pour les séries télévisées et la reconnaissance de la télévision comme un objet culturel à part entière. La réalité est en effet beaucoup plus subtile et complexe, la télévision demeurant essentiellement un média d'information (ou de désinformation) soupçonné de partialité, de malhonnêteté ou de manipulation aux fins de propagande. La série télévisée, à l'inverse du journal télévisé (prétendument plus sérieux), est rejetée du côté du divertissement, du ludique, du léger. Le moins que l'on puisse dire, c'est que l'ouverture des recherches universitaires aux mondes culturels que les amateurs habitent — et que nous habitons tous peu ou prou — reste bien limitée.
- 6 Si la série télévisée en tant que fiction plurielle a tardé à conquérir ses lettres de noblesse, c'est vraisemblablement à cause de la réticence de l'université — en tant que dépositaire d'une expertise scientifique — à se saisir d'un produit « culturel » longtemps considéré comme honteux ou souffrant de la comparaison avec d'autres formes d'expression. Pour le dire d'une autre manière,
 [...] quand elle devient un nouveau snobisme au service des omnivores culturels, la sériephilie a beaucoup de mal à déboucher sur une réelle téléphilie, qui ne serait pas une admiration béate du médium télévisuel mais une simple acceptation de sa complexité et de sa richesse sémantique, tous programmes pris en compte (p. 5).
- 7 Le propos de cet ouvrage est précisément de proclamer que la télévision doit être globalement considérée comme étant absolument digne d'étude, sans sacraliser en contrepartie les quelques programmes qui sortiraient du lot et échapperaient à la médiocrité ambiante.
- 8 Maigret écrit que les dimensions chorales et les desseins syncrétiques qui servent aujourd'hui à définir les modes de structuration des séries télévisées prennent leur source dans des conformations narratives très anciennes. Il postule que « *la télévision a une histoire qui commence avant la télévision, et que la sérialité qui plaît aujourd'hui est un continuum de formes plus qu'une rupture fondamentale* » (p. 6).
- 9 Dans l'introduction, Sarah Sepulchre observe avec à-propos que les jours sans séries dans les grilles de programmes sont réduits à la portion congrue et elle ajoute que, depuis le début des années 1950 — années où sont apparues les premières fictions plurielles de la télévision aux États-Unis (*L'extravagante Lucy*) et en France (*L'agence Nostradamus*) —, « *les feuilletons n'ont cessé d'accompagner nos journées, surtout nos soirées, parfois nos nuits* » (p. 7). Les séries se sont peu à peu imposées sur les chaînes du petit écran et même si elles ont souvent provoqué des scandales au fil des années, elles ont fini par devenir un objet culte et à la mode des années 1990 et 2000.
- 10 Aujourd'hui, ces séries télévisées de toute sorte
 [...] s'exportent dans les salles de cinéma, en *webisode* sur internet, en *mobisode* sur nos téléphones portables, dans les jeux vidéo, dans les librairies (novellisations, bandes dessinées, manuels de cuisine...) (p. 7)

- 11 et sont le sujet de thèses de doctorat, de cours, d'ouvrages scientifiques et de monographies. Pourtant, très peu de publications recèlent des renseignements élémentaires et fournissent des clés de lecture ainsi que des pistes d'analyse — selon une méthodologie scientifique communément admise — de ces séries télévisées.
- 12 Cet ouvrage collectif propose plusieurs angles d'attaque du phénomène complexe que constituent les séries télévisées, en les replaçant dans leur contexte historique, social (voire sociétal) et culturel, en exhibant leurs modalités de production et de signification, et en analysant le type de personnage qui leur est propre, spécifique. Le concept de *crossover* (qui consiste à croiser les univers de deux séries par l'échange de personnages) est particulièrement approprié pour caractériser ce livre choral :
- [...] dès lors, la véritable dimension des séries télévisées — leur créativité, leur dynamisme, leur complexité — se dégage au fur et à mesure, par l'agglomération des perspectives développées par les différents spécialistes qui ont accepté de collaborer à ce livre (p. 8).
- 13 Marjolaine Boutet entreprend de brosser, dans le chapitre inaugural de l'ouvrage, une histoire des séries télévisées en quatre périodes distinctes : l'âge d'or (les années 1950), l'âge classique (les années 1960 et 1970), le « *deuxième âge d'or* » (les années 1980) et, pour finir, l'ère numérique (les années 1990 et 2000). Elle restreint son propos aux séries télévisées étatsuniennes parce que celles-ci dominent et influencent le reste de la production mondiale. Aux États-Unis, en 1950, « *les séries télévisées se développent en même temps que le média télévision lui-même. [...] C'est d'abord aux États-Unis que la télévision devient un média de masse* » (p. 12).
- 14 Dans les années 1960 et 1970, il n'y a pas de révolution des formats télévisuels, mais les récits commencent à aborder « *des thèmes de société comme l'égalité entre Noirs et Blancs, la place des femmes, la critique de la guerre du Vietnam, etc.* » (p. 22). Les années 1980 voient l'apparition des chaînes câblées et du magnétoscope et assistent à une considérable complexification des séries. Dans les années 1990 et 2000, les séries télévisées « *abandonnent le politiquement correct des années Reagan. Elles proposent des portraits vitriolés de l'Amérique fin de siècle* » (p. 37).
- 15 Évoquant la réception des séries télévisées et la construction d'une relation privilégiée avec les différents types de téléspectateurs, Séverine Barthes en vient à parler des nécessités de la fidélisation du public pour les auteurs, les réalisateurs, les acteurs et les producteurs de séries télévisées :
- [...] la gestion de la programmation, la création de personnages captivants, l'émergence du suspense, le générique créent de l'attachement à une fiction. [...] La première forme de fidélisation vient de la programmation elle-même : si la série est suffisamment accrocheuse pour le public, sa répétition, semaine après semaine à la même heure, va instituer peu à peu un rendez-vous pour les téléspectateurs qui vont avoir plaisir à retrouver les héros qu'ils aiment (p. 66).
- 16 Le premier aspect des séries télévisées qui favorise la fidélisation du public est la récurrence des personnages : « *il se crée, au fil des diffusions, une forme d'intimité avec le public, que ne connaissaient pas les séries anthologiques* » (p. 66). Une autre recette traditionnelle de la fidélisation est le générique :
- [...] si son but premier est bien de permettre l'identification du programme, il a également un rôle de fidélisation par sa répétition. C'est un moment extrêmement rhétorique et, à ce titre, il a toujours été travaillé, notamment d'un point de vue sonore : tout le monde se souvient des tambours mimant le bruit du métro dans *New York police blues* (p. 67).

- 17 Dans un générique, les effets graphiques sont travaillés et même si les plans peuvent être amenés à évoluer en cas de changement de distribution (disparition d'un personnage ou, au contraire, apparition d'un nouveau protagoniste), la structure visuelle du générique reste malgré tout très identifiable. Depuis le début des années 1990, d'autres moyens de fidélisation semblent avoir émergé :

[...] l'Internet, à travers des forums ou des sites officiels, a permis un dialogue plus direct entre le public et les créateurs, dont certains allaient en personne discuter avec les téléspectateurs. [...] Avec tout cela, nous sommes passés de la simple fidélisation au buzz et au marketing viral visant presque à faire de la série une expérience multi-supports et en lien avec la vie réelle du public (p. 69).

- 18 S'intéressant à la notion de sérialité, Stéphane Benassi commence par définir les séries télévisées comme des fictions plurielles. Selon lui, il n'existe que deux manières de créer à la télévision des téléfilms ou des fictions à suite :

[...] la *mise en feuilleton* (opération de dilatation et de complexification de la diégèse, étirement syntagmatique du récit qui conserve l'écoulement inéluctable du temps) et la *mise en série* (opération de développement diégétique par déploiement de nombreux possibles d'un héros permanent ou d'un horizon de référence, cadre mémoriel constant) (p. 76).

- 19 La sérialité télévisuelle est un phénomène complexe qui touche en premier lieu les œuvres de fiction par l'intermédiaire des processus de sérialisation ou de feuilletonisation. La sérialité joue un rôle central dans la relation sensible qui lie le téléspectateur à une fiction plurielle et donc, elle se situe au cœur de l'esthétique (fictionnelle) télévisuelle. La série télévisée — en tant qu'objet de savoir — agit à la fois comme trace concrète d'une production, comme représentation d'un point de vue sur le monde contemporain et comme illustration du monde vécu du destinataire de ce format télévisuel. C'est à ce triple titre que la série télévisée constitue à la fois un territoire à défricher et un objet d'étude novateur dans le champ des sciences de l'information et de la communication et des études culturelles.
- 20 La lecture de cet ouvrage collectif, vivifiante et éclairante à plusieurs égards, est urgente pour tous ceux qui entretiennent une relation particulière avec les séries, qu'ils soient simplement amateurs ou professionnels de l'analyse.

AUTEURS

ALEXANDRE EYRIES

Alexandre Eyries est chercheur associé au laboratoire I3M (information, milieux, médias, médiations) à l'Université de Nice Sophia Antipolis. Courriel : alex.eyries@yahoo.fr

Guillaume SOULEZ (2011), *Quand le film nous parle. Rhétorique, cinéma, télévision*

Paris, Presses Universitaires de France, Coll. « Lignes d'art »

Stéphane Olivesi

RÉFÉRENCE

Guillaume SOULEZ (2011), *Quand le film nous parle. Rhétorique, cinéma, télévision*, Paris, Presses Universitaires de France, Coll. « Lignes d'art »

- 1 Présente dans le sous-titre de l'ouvrage, la référence à la rhétorique laissait craindre que l'auteur n'applique mécaniquement la science des tropes au vaste domaine des arts du visuel. Dès l'introduction, au fil de l'explicitation du projet, cette crainte se dissipe : s'inspirer des principes de la rhétorique et d'une prise en compte des formes visuelles pour saisir la manière dont le spectateur est construit, interpellé, assigné à une position dans l'ordre du discours ; éviter l'écueil qui fut celui de toutes les démarches dérivées du structuralisme et, notamment, de la sémiologie « historique » appliquée au film, consistant à postuler l'existence d'un public invariant sans trop se soucier des modes de réception différenciés auxquels peuvent donner lieu les productions visuelles et sonores. Le titre de l'ouvrage traduit donc la volonté de comprendre comment le film parle au public, mais aussi comment, pour un public précis, le film est parlant...
- 2 On mettra à l'actif de l'auteur la clarté de l'exposé, l'érudition, le beau style, voire un certain bon goût citationnel que l'on pourrait qualifier de « distingué ». On appréciera également les références cultivées (d'Aristote à Genette), leur fine mobilisation (contrairement à bon nombre de ressortissants de la 71^e section, spécialistes de l'approximation citationnelle et du vernissage scientifique, Guillaume Soulez a réellement lu les « classiques » qu'il mobilise, d'où l'amplitude appréciable de son argumentation) et, enfin, l'épinglage d'œuvres de bon goût de nature à satisfaire

l'esthète... On sera cependant plus sceptique sur les apports en matière de gains d'intelligibilité du recours à la rhétorique. Les réserves ou, plutôt, la difficulté à adhérer au projet consistant à se réapproprier la rhétorique pour l'appliquer au visuel se résument en trois arguments principaux : opérationnalité heuristique limitée du modèle ; posture exégétique ; occultation de la production et de la réception. On ajoutera aussi un fort doute quant à l'association télévision-cinéma qui n'est ni réellement étayée, ni vraiment justifiée, ni mise en perspective au regard de l'évolution des images, sous l'angle de leur production technique et de leurs modes de diffusion.

- 3 Aristote, l'œuvre et ses déclinaisons ultérieures, s'impose tout au long de ce travail comme une source inépuisable d'inspiration, mais cette approche par la rhétorique n'emporte guère l'adhésion du lecteur qui s'égare parfois dans des développements dont la logique argumentative échappe. L'auteur offre certes de très nombreuses illustrations, mais le modèle (ensemble de concepts dérivés de la rhétorique et réélaborés par l'auteur dans la perspective de leur application aux arts de l'image), au lieu de rendre les objets intelligibles (tel ou tel film ou telle séquence de film), se sert d'eux comme de simples prétextes. Dès lors, le modèle devient à lui-même sa propre fin et le lecteur a le sentiment de suivre un bel exercice d'érudition qui repose essentiellement sur l'esprit analytique de son auteur, sur sa capacité scolastique à jouer sur les concepts de la rhétorique classique, à les rectifier dans le sens d'une mise en conformité avec un nouvel espace d'application. D'ailleurs, Guillaume Soulez traite les données empiriques auxquelles il se réfère sans véritable travail préalable de construction ou, du moins, de justification, c'est-à-dire comme de simples « exemples » mobilisés au fil de son propos ; ces derniers fonctionnent comme des faire-valoir pour le véritable objet de son discours : la rhétorique et ses applications.
- 4 Qu'apporte en effet de novateur, sur le fond, ce nouveau projet, notamment au regard de travaux antérieurs tels que ceux menés par Roger Odin (2000) pour sortir l'analyse sémiologique de l'impasse structuraliste ? Si l'on exclut l'érudition et l'importante mobilisation de concepts, la réponse risque de ne pas valoriser le travail pourtant minutieux engagé par Guillaume Soulez. On soulignera donc une nouvelle fois l'effort de proposer un ensemble de concepts, articulés entre eux de manière cohérente. On relèvera aussi la volonté d'explicitement formellement la manière dont le film « communique », parvient à faire sens pour un public... mais ce public imaginé se résume le plus souvent à l'auteur lui-même sans que ce dernier paraisse s'en apercevoir et sans que cela lui pose problème. Ce travail n'évite que rarement l'illusion propre à la posture exégétique qui consiste à prendre sa propre expérience de spectateur pour une réalité universelle ou, en tout cas, généralisable à l'ensemble des publics possibles. Au final, on reste sur l'impression que l'auteur subit trop les pesanteurs découlant de son attachement à deux cultures : une culture classique d'un côté, une culture universitaire de l'autre ou, si l'on préfère, pour être plus précis, un ancrage scientifique dans les humanités et une socialisation universitaire au sein de l'Université Paris 3. Leur poids semble entraver l'innovation ou, du moins, l'ambition initiale de renouvellement du regard dont est potentiellement porteur le projet. La problématique initiale de son travail l'atteste. Elle était précisément celle qui avait conduit Roger Odin à esquisser le projet d'une sémio-pragmatique. Au regard de ce dernier, le projet « rhétorique » ne laisse entrevoir aucune avancée importante dans le sens d'une prise en compte plus fine de la manière dont le film est construit par anticipation de sa réception, puis reçu, perçu et interprété en fonction de facteurs internes (structuration des éléments

signifiants) et externes (capacité et disposition des publics à interpréter ces mêmes éléments).

- 5 On regrettera surtout que le spectateur et les publics soient pris en considération sur le mode d'une promesse jamais tenue, car rien ne différencie les spéculations relatives à l'attitude du public découlant de l'analyse rhétorique des postulats de toute analyse structurale. Le public est construit par le texte, tout le reste n'ayant pas d'existence. On ne reprochera pas à l'auteur de ne pas faire une sociologie des publics. Ce n'était ni son projet ni son ambition. On peut par contre lui reprocher de prétendre intégrer la réalité des publics dans sa démarche et l'on peut aussi lui reprocher d'éluder la question de la construction pratique du public. Par exemple, pourquoi tel réalisateur fait-il tel ou tel choix formel ? Comment anticipe-t-il la réception ? Comment cette anticipation le conduit-elle à des agencements signifiants particuliers, à la mobilisation de figures rhétoriques qu'il estime « compréhensibles » par le public auquel, imaginativement, il s'adresse ? L'auteur répond à ce genre de questions, mais au seul moyen de sa propre expérience ou de propos d'auteurs glanés au hasard de lectures, comme ceux très singuliers et quelque peu anecdotiques de J.-L. Godard. Il aurait certainement fallu mettre en œuvre un dispositif d'enquête pour réellement approfondir ce point, rencontrer des réalisateurs, les interroger sur leur manière de faire, leur maîtrise des matériaux signifiants, leurs doutes, leurs approximations, la routinisation de leur savoir-faire rhétorique... Car la rhétorique n'est pas une science secrètement impliquée dans les messages, mais avant tout un savoir-faire mobilisé avec plus ou moins de réussite.
- 6 Quelle est, par exemple, la nature de ce que l'auteur appelle l'« analyse rhétorique de la réception » ? Il s'agit d'analyser la réception telle qu'on peut l'induire à partir du texte, du film (à ce titre, le film *Une femme est une femme* est longuement cité) ou, au mieux (mais il s'agit d'une suggestion), en prenant ponctuellement en compte des documents tels que le courrier des lecteurs. On voit donc que la réception est en fait le point aveugle de l'analyse rhétorique, du moins si on ne la réduit pas à la structuration formelle du message. Le problème est qu'au « spectateur-en-soi » s'ajoute l'existence d'un « responsable-du-film » et, dans ce cas, l'abstraction est double : d'une part, on spéculer sur la réception sans vraiment savoir ce que font ou ne font pas les spectateurs, s'ils attribuent un sens à tel ou tel élément signifiant, s'ils cherchent une intentionnalité première, si cette intentionnalité surdétermine leur interprétation du texte, mais on finit par se demander si Guillaume Soulez ne réintroduit pas une croyance en l'existence d'un auteur (le « responsable-du-film ») qu'il prête ensuite au « spectateur-en-soi » comme pour mieux s'en dédouaner. Et l'on est tenté de supposer que l'analyse rhétorique, en l'absence d'investigation et de prise en considération de ceux qui élaborent le texte et de ceux qui l'interprètent, s'accommode de cette situation ambivalente, à moins que l'on ne renoue purement et simplement avec la croyance paradoxale en un Auteur qui régnerait en sous-main sur les signifiants.
- 7 Ces réserves concernent le projet en lui-même plus que les analyses, qui appelleraient de plus amples commentaires. Elles traduisent la difficulté à considérer favorablement un projet dont les prémisses restent ancrées dans un contexte intellectuel et institutionnel passé... et indépassable ?

BIBLIOGRAPHIE

ODIN, Roger (2000), *De la fiction*, Paris, Seuil.

AUTEURS

STÉPHANE OLIVESI

Stéphane Olivesi est professeur à la Faculté de droit et de sciences politiques à l'Université Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, VIP EA n° 3643. Courriel : stephane.olivesi@uvsq.fr

Thomas STENGER et Thomas COUTANT (dir.) (2011), « Ces réseaux numériques dits sociaux »

Hermès, n° 59

Christine Leteinturier

RÉFÉRENCE

Thomas STENGER et Thomas COUTANT (dir.) (2011), « Ces réseaux numériques dits sociaux », *Hermès*, n° 59

- 1 Ce numéro de la revue *Hermès* vient utilement faire le point sur les « réseaux siconumériques » à l'heure où la réussite de Facebook et Twitter affirme « *l'existence d'un phénomène massif de participation sur internet qui mérite largement d'être soumis à un examen critique* » (Introduction). Le refus d'utiliser l'expression *réseaux sociaux* en est la première marche. L'introduction vient utilement rappeler la richesse des dispositifs « sociaux » offerts par le Web, en dresse une typologie qui permet de mieux définir la singularité des réseaux siconumériques et d'en permettre une analyse autour de quatre axes qui structurent cette livraison composée par une quarantaine d'auteurs de nationalités très variées. Ce dispositif conduit à des contributions très courtes qui doivent alors être considérées comme l'énoncé de problématiques posées par les chercheurs sur les divers thèmes abordés.
- 2 Les réseaux siconumériques peuvent être définis comme des espaces hybrides qui, certes, visent à permettre le partage d'information, mais qui conduisent inéluctablement à l'instauration de relations économiques entre internautes et opérateurs de plateformes (F. Rebillard) qui hésitent encore entre économie du don et économie commerciale (P.-J. Benghozi). Leur analyse apparaît complexe compte tenu du rôle du dispositif technique dans la construction des relations « sociales » sur les

réseaux, mais sans remettre en question les outils classiques d'évaluation (A. Degenne, N. Ellison, E. Lageza et E. Penalva Icher).

- 3 La mise en visibilité des internautes sur les réseaux passe par le recours à des « techniques de soi » (A. Coutant) qui reposent très largement sur le rapport à autrui au détriment de la maîtrise individuelle de soi. Le dispositif technique lui-même (exemple de Facebook) est, *in fine*, un dispositif de collecte de données personnelles (D. Tchuente, N. Baptiste-Jessel et M.-F. Canut) qui impose une éducation à son usage. Cette formation doit dépasser la seule mise en garde sur les risques courus, mais doit faciliter l'appropriation rationnelle et individualisée de ces sites (M. Dulong de Rosnay, O. le Deuff et G. Jacquinot-Delaunay).
- 4 Les jeunes sont très friands des réseaux socionumériques et une étude européenne montre comment ils régulent leurs usages, la construction de leur profil ou la « gestion » de leurs « amis », avec des variantes importantes selon les pays (S. Livingstone, G. Mascheroni et M. F. Murru). Toutefois, si les réseaux socionumériques sont effectivement des espaces de rencontre avec des « amis 2.0 » construisant de la reconnaissance sociale (F. Granjon), ils sont également des lieux d'imposition de formes du contrôle social ressenti par les internautes, mais largement intériorisé (S. Proulx et M. J. Kwok Choon). Recherche du prestige et de la notoriété (B. Munier) ou renforcement des solidarités diasporiques (A. Kiyindou) y trouvent de nouvelles formes d'expression.
- 5 L'instrumentalisation des réseaux sociaux est un phénomène économique, mais également politique. Le poids de la prescription comme forme d'échange entre internautes (T. Stenger) croise le gain attendu des techniques de géolocalisation (M. Bassoni et F. Weygand). L'instrumentalisation politique s'étend de la campagne de Barack Obama aux révolutions d'Égypte et de Tunisie.
- 6 Riche de thèmes et de regards très variés, de cadres d'analyse et de concepts à la fois innovants et classiques, ce volume attire également l'attention sur les difficultés propres à la recherche sur les réseaux sociaux, et tout particulièrement sur les difficultés à enquêter.

AUTEURS

CHRISTINE LETEINTURIER

Christine Leteinturier est maître de conférences au Centre d'analyse et de recherche interdisciplinaire sur les médias (CARISM) de l'Institut français de presse (IFP), à l'Université Panthéon-Assas, Paris. Courriel : christine.leteinturier@u-pris2.fr

Tristan TRÉMEAU (2011), *In art we trust. L'art au risque de son économie*

Marseille, Éditions Al Dante/éditions Aka, Coll. « Les Cahiers de Midi »

Alexandre Eyries

RÉFÉRENCE

Tristan TRÉMEAU (2011), *In art we trust. L'art au risque de son économie*, Marseille, Éditions Al Dante/éditions Aka, Coll. « Les Cahiers de Midi »

- 1 L'art contemporain est devenu de nos jours — grâce à une participation institutionnelle plus forte et à l'extension du champ d'intervention des investisseurs dont le poids économique ne cesse de s'accroître — un territoire de plus en plus complexe et en pleine expansion dont on peine à délimiter les frontières et dont les critères définitionnels ne cessent d'être repensés et repoussés.
- 2 Les évolutions importantes de l'art depuis une vingtaine d'années sont toutes, sans aucune exception, marquées par une logique de marché qui vient se substituer à la théorie de l'esthétique relationnelle forgée par Nicolas Bourriaud dans les années 1990 et qui consiste à juger les œuvres d'art à l'aune des relations interhumaines qu'elles représentent, façonnent ou provoquent.
- 3 Tristan Trémeau fait entendre dès son préambule une voix différente en osant poser la question des retombées économiques de l'esthétique relationnelle : « *le vocabulaire économique a, de fait, occupé une place considérable dans les discours sur l'art à la fin des années 1990, en particulier au sujet des artistes identifiés à l'esthétique relationnelle* » (p. 7).
- 4 En évoquant le cas d'une œuvre de la coopérative artistique Société Réaliste, Trémeau parvient à montrer que cette œuvre est essentiellement une « *satire critique de l'économie relationnelle basée sur l'association de deux modèles : l'économie des réseaux économiques et sociaux actuels et l'arnaque pyramidale inventée par Charles Ponzi dans les années 1920* » (p. 7).

- 5 Cet ouvrage des plus stimulants constitue une véritable enquête policière menée dans le milieu de l'art contemporain à laquelle se mêle une réflexion sociophilosophique sur l'essence même de l'art.
- 6 À la fois docteur en histoire de l'art, critique d'art et commissaire de nombreuses expositions en divers endroits, l'auteur s'assigne pour fonction d'étudier la prégnance du vocabulaire de l'art contemporain et de son économie, à travers les écrits et expositions qui consacreront cette esthétique, pour permettre de saisir celle-ci comme relevant avant tout d'enjeux économiques et d'éclairer d'importantes et structurantes évolutions institutionnelles et marchandes qui définissent le contexte actuel de l'art, de ses médiations et de son commerce.
- 7 Son grand mérite est de mettre en relation les métamorphoses actuelles des pratiques artistiques avec un arrière-plan économique jusque-là plus ou moins occulté ou, du moins, peu connu par le grand public. Cette démarche est d'autant plus importante qu'un dispositif financier d'ampleur mondiale qui se présente comme un fonds de pension pour artistes, nommé Artist Pension Trust (APT), s'inspire aujourd'hui de l'économie relationnelle pour structurer ses réseaux et influencer le marché de l'art.
- 8 Trémeau met en évidence avec beaucoup de clarté l'idéologie mercantile qui sous-tend le fonctionnement du APT et exhibe les non-dits et implicites qui y sont afférents. Il explique ainsi que l'APT s'intitule ainsi parce qu'il s'apparente à un modèle réduit du monde de l'art et de son marché, et parce qu'il affiche des ambitions monopolistiques à travers ses liens avec une autre société, Mutual Art Inc., destinée au commerce d'information relative au marché de l'art à l'adresse des investisseurs. Cet ouvrage s'avère une étude de cas passionnante pour décrypter la situation des artistes, des commissaires et des critiques par rapport à la puissance des logiques spéculatives. Il constitue le premier jalon d'un projet d'ensemble qui analysera l'avanie idéologique et critique qui frappe l'art contemporain et qui portera sur « *l'histoire récente de l'art et les enjeux esthétiques contemporains à travers œuvres, discours théoriques, évolutions institutionnelles et problématiques économiques* » (p. 8).
- 9 Ce livre se compose de courts chapitres denses et ramassés qui ouvrent au lecteur de multiples perspectives de recherche et diverses possibilités d'interprétation. L'auteur se situe dans une perspective de refus de la prééminence de l'économique sur l'artistique et se fait l'écho d'un art critique d'art qui se déploie principalement selon les modalités de la satire et de l'enquête. Ce faisant, Trémeau entreprend un travail salutaire longtemps délaissé par la critique d'art qui avait également renoncé à exercer un rôle de contre-pouvoir et de contre-expertise de la puissance cumulée des investisseurs et des commissaires d'expositions autrement dénommés « curateurs ».
- 10 L'art critique d'art revient donc à mettre en œuvre une alternance dialectique entre négativité et positivité. Citant un entretien avec l'un de ses amis peintre (Bernard Joubert), Trémeau écrit :

[...] il y a une quinzaine d'années, un ami peintre me disait qu'il s'était rendu compte qu'à l'instar de nombreux artistes, son champ de création s'était défini et développé à partir d'un « non » adressé à des formes, des procédés et des économies esthétiques qu'il rejetait ou dont il critiquait une part des attendus, un « non » à partir duquel s'était élaboré un « oui » que portaient ses propositions picturales (p. 9).
- 11 Cette conception de la création picturale comme porteuse d'une vision critique et élaborée en fonction de celle-ci a durablement marqué l'auteur de cet essai et a influé

sur son appréhension future et, bien évidemment, sur son interprétation ultérieure des œuvres d'art retenant son attention. Cette dialectique l'a conforté dans une perception du champ artistique contemporain, à l'exemple de n'importe quel champ d'activité, comme un terrain de dissensus, de conflit, et dans la propension à situer et à définir les positivités d'une œuvre en étroite corrélation avec ce que cette œuvre peut inclure de négativité, cette corrélation rendant compte d'une plus grande complexité synchronique des rapports entre le « non » et le « oui » que ne le laisse entendre l'idée d'un « oui » qui succéderait tout bonnement à un « non ». Cela dit, sans compter le fait que l'on puisse évaluer comme positivités des propositions esthétiques radicalement négatives par rapport au contexte dans lequel elles s'inscrivent et qu'elles critiquent.

- 12 Comme le rappelle Trémeau, l'année 2004 marque la création — à l'initiative du Hongrois Ferenc Grof et du Français Jean-Baptiste Naudy — d'une coopérative artistique située à Paris et dénommée Société Réaliste. Dès ses débuts, elle réaffirme la nécessité d'une approche critique et dissensuelle de la création, en laquelle se retrouvent les fondamentaux de la dialectique du « non » et du « oui », sur le mode de l'« art critique d'art ».
- 13 À l'origine, Société Réaliste est née d'un projet de commissariat d'exposition avorté qui entendait mettre en présence le réalisme socialiste et l'esthétique relationnelle, « *et plus généralement les œuvres et dispositifs qui proposent des formes esthétiques de sociabilité et d'art politique, en lesquelles avait été identifié l'art émergeant depuis le début des années 1990* » (p. 11). Ce qui n'était à l'époque qu'un projet de commissariat à la fois critique et négatif est devenu, au bout de six mois de recherches et de réflexions, un projet artistique que Grof et Naudy « *qualifient de positivité : la création d'une coopérative artistique qui produit des objets-œuvres, textes, expositions, conférences [...] dans lesquels <oui> et <non> sont en étroite corrélation* » (p. 11).
- 14 Au début des années 1990, la crise consécutive aux krachs boursiers de 1987-1989 a eu pour principale conséquence de faire réapparaître la critique de l'œuvre d'art en tant que marchandise.
- 15 Trémeau réinterroge, dans un chapitre intitulé « Connexions implicites. Les mots magiques des années 1990 », l'esthétique relationnelle à la lueur de l'œuvre PONZI's et rappelle que la satire véhiculée par Société Réaliste portait essentiellement sur l'économie relationnelle qui sous-tend tous les phénomènes marchands dominant actuellement le monde de l'art. Il éclaire avec subtilité les modalités multiples de coopération des artistes dits relationnels et notamment leur volonté affirmée de partager et d'échanger territoires et compétences, de concevoir ensemble des situations esthétiques pensées comme des espaces collaboratifs (à l'image d'un atelier ou d'un laboratoire) et de s'ouvrir au maximum aux interconnexions avec d'autres champs d'expression et d'autres domaines du savoir (comme ceux des sciences humaines).
- 16 L'esthétique relationnelle a repris à nouveaux frais les trois obligations afférentes au don théorisées par Marcel Mauss (donner, recevoir, rendre) et a bien compris qu'elles étaient de nos jours « *accaparées par les réseaux sociaux et économiques comme valeurs et comme modes d'échanges des biens et des services* » (p. 26). La réalité de l'art relationnel serait donc avant tout « *la (re)production d'un modèle économique communautaire en réseau, en symbiose avec l'actualité de l'économie libérale* » (p. 27).

- 17 Société Réaliste, par l'intermédiaire de PONZI's, déconstruisait et critiquait le modèle dans lequel « les curateurs-traders au sommet de la pyramide [franchisent] l'esthétique relationnelle à travers des réseaux d'artistes et de curateurs qui se cooptent » (p. 27).
- 18 La coopérative artistique Société Réaliste avait donc pour ambition initiale, « grâce à une fiction satirique, de dévoiler la réalité de l'économie relationnelle, [...] une nouvelle économie de l'art globalisé » (p. 31), la fiction devenant comme souvent et en bien des occasions le lieu où se développe une critique, où s'élabore une visée satirique.
- 19 Il est donc très surprenant de constater que peu de temps après, la réalité a rattrapé la fiction (et l'a même dépassée) et de découvrir qu'une société financière bien réelle, nommée APT, avait repris et formalisé ce modèle économique, avec pour ambition de modéliser et de contrôler le marché de l'art ! Créée en 2004 par l'homme d'affaires israélien Moti Shniberg, l'APT se présente comme un fonds de pension international pour artistes émergents et en début de carrière, c'est-à-dire comme un « *produit financier révolutionnaire qui assure une sécurité financière sur le long terme aux artistes spécialement sélectionnés pour y participer* » (p. 31).
- 20 Une fois retenus pour participer au APT, les artistes doivent verser comme capital 20 œuvres sur une période de 20 ans : deux par an les cinq premières années, une par an les cinq années suivantes, une tous les deux ans les 10 dernières années.
- 21 L'idée — assez brillante — de Moti Shniberg est donc que les œuvres soient vendues progressivement pour créer un capital, capital qui par la suite serait redistribué entre les artistes membres du fonds, faisant ainsi jouer la solidarité entre ceux qui, au cours de leur carrière, vivent un succès sur le long terme et ceux dont la cote chute ou est soumise à de plus grandes variations.
- 22 Au terme de son enquête, Trémeau conclut que la contre-utopie d'un art critique d'art comme celui de Société Réaliste permet de décrypter à deux niveaux le fonctionnement du monde de l'art actuel et de son marché : celui du réseau globalisé à travers ses intermédiations (commissariat d'exposition et marketing) et celui des processus de marchandisation de l'information concernant ce réseau :

Les critiques d'art, qui ont laissé tomber ces méthodes et qui ont ainsi abdiqué toute fonction de contre-pouvoir et de contre-expertise au profit des intermédiaires marchands, cadres et curateurs, devraient fondamentalement se sentir concernés à partir du moment où, dans les dispositifs étudiés ici, ils n'existent plus [...] absorbés ou doublés par la fonction du curateur (p. 85-86).
- 23 À tous ceux qui s'intéressent à l'art contemporain, tant sur le plan personnel que professionnel, la lecture de ce livre remarquable est vivement recommandée.

AUTEURS

ALEXANDRE EYRIES

Alexandre Eyries est chercheur associé au laboratoire I3M (information, milieux, médias, médiations) à l'Université de Nice Sophia Antipolis. Courriel : alex.eyries@yahoo.fr

Comité de lecture

Nous remercions

Rania Adel
Deniz Akagül
Rocio Amador Bautista
Fernando Andacht
Dominique Andolfatto
Yanita Andonova
Marc Angenot
Rachad Antonius
David Autissier
Amor Ben Amor
Stéphane Benassi
Régine Bercot
Louise Bertrand
Jérôme Bimbenet
Martin Blais
Thierry Boudès
Jean-Luc Bouillon
Franck Bousquet
Philippe Breton
Céline Bryon-Portet
Marie Buscatto
Antonio Casilli
Olivier Chantraine
Antoine Char
Johann Chaulet
Larbi Chouikha
Jean Clément

Jean-Grabriel Contamin
Sylvie Contrepois
Laurence Corroy
Gregory Corroyer
Mathieu Crettenand
Éric Dacheux
Emmanuelle Danblon
Pierre Delcambre
François Demers
Sébastien Denis
Paulette Duarte
Emmanuel Ethis
Nathalie Ethuin
Riadh Ferjani
Béatrice Fleury-Vilatte
Christian Franck
Gilles Gauthier
François Gauthier
Fanny Georges
Christophe Gibout
Pierre Gosselin
Fabien Granjon
Fabienne Greffet
Tourya Guaaybess
Cécile Guillaume
Isabelle Gusse
Nathalie Heinich
Ahmed Hidass
Abdelkarim Hizaoui
Laurent Jullier
Alain Kiyindou
Anabelle Klein
Angeliki Koukoutsaki-Monnier
Claudette Lafaye
Nouri Lajmi
Pascal Lardellier
Guillaume Latzko-Toth
Christian Le Bart
Pierre Lefébure
Sylvie Lindeperg

Jean-Luc Lioult
Marc Lits
Catherine Loneux
Marc Loriol
Martin Lussier
Philippe J. Maarek
Marc Maesschalck
Pascal Marchand
Danilo Martucceli
Anne Mayère
Guy Ménard
Dominique Meunier
Michel Meyer
Sophie Moirand
Nicolas Monceau
Roger Odin
Françoise Paquienseguy
Sylvie Parrini-Alemanno
Madeleine Pastinelli
Madeleine Pastinelli
Sylvain Quidot
Alain Rabatel
Bruno Raoul
Yasmine Siblot
Will Straw
Christian Thuderoz
Béatrice Vacher
Frederic Vandenberghe
Dominique Vinck
François Yelle
Karel Yon