

Vol. 24/1 | 2005

Vol. 24/1



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/communication/138>

DOI : 10.4000/communication.138

ISBN : 978-2-921383-22-6

ISSN : 1920-7344

Éditeur

Université Laval

Édition imprimée

Date de publication : 15 novembre 2005

ISBN : 978-2-89518-226-9

ISSN : 1189-3788

Référence électronique

Communication, Vol. 24/1 | 2005, « Vol. 24/1 » [En ligne], mis en ligne le 08 septembre 2008, consulté le 03 octobre 2021. URL : <https://journals.openedition.org/communication/138> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/communication.138>

Ce document a été généré automatiquement le 3 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

Nous remercions



Articles

Réflexions autour de l'institutionnalisation des disciplines

Sciences de l'information et de la communication versus économie ?

Robert Bouré

Art & Web

Enquête sur les usages de 12 sites d'artistes

Geneviève Vidal

Publicité télévisée sur les aliments visant les enfants québécois

Estelle Lebel, Anne-Marie Hamelin, Marguerite Lavallée, Annie Bédard et Amélie Dubé

Lecture pluridisciplinaire d'un texte télévisuel

Une contribution à la formation du téléspectateur critique

Sofia Aslanidou, Evangelia Kourti et Ourania Konstadinidou-Semoglou

Jean Painlevé et le cinéma animalier

Un processus d'hybridation engagé

Frédérique Calcagno-Tristant

La référence à l'autorité dans la conversation

Réflexions sur le jeu avec la force des assertions

Martin David-Blais et Christian R. Bellehumeur

Les significations majeures du mot « éthique » dans les journaux québécois

Alain Létourneau



Recherches

Communication participative et appropriation du Nouveau partenariat pour le développement de l'Afrique (NEPAD)

Charles Moumouni

La théorie des jeux et la pensée en réseau. Dynamique hypertextuelle et réticulaire

Jean-N. de Surmont



Lectures

Nicolas BOURRIAUD, Esthétique relationnelle (2001) et Postproduction (2003)

Dijon, Les Presses du réel, 2001 et 2003

Yveline Montiglio

Corey ANTON, Selfhood and Authenticity

New York, State University of New York Press, 2001

Ruud van der Helm

Raymond BELLOUR, *L'entre-images 2. Mots : images*

Paris, P.O.L./Traffic, 1999
Yves Laberge

Guy BESSETTE, *Communication et participation communautaire. Guide pratique de communication participative pour le développement*

Québec, Presses de l'Université Laval, 2004
Micheline Frenette

Antoine CHAR, *Comme on fait son lead, on écrit*

Québec, Presses de l'Université du Québec, 2002
Gilles Lugin

Didier COURBET et Marie-Pierre FOURQUET (dir.), *La télévision et ses influences*

Bruxelles, De Boeck Université, Coll. « Médias Recherches », 2003
Frédérique Calcagno-Tristant

Éric DACHEUX, *L'impossible défi : la politique de communication de l'Union européenne*

Paris, CNRS Édition, 2004
Bernard Lamizet

Jean DUMAS, *Séduire par les mots : pour des communications publiques efficaces*

Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, 2001
Alain Laramée

Jean-Marc FERRY et Séverine DE PROOST (dir.), *L'École au défi de l'Europe. Médias, éducation et citoyenneté postnationale*

Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles, Coll. « Philosophie et Société », 2003
Alain Payeur

Anne-Marie GINGRAS (dir.), *La communication politique : état des savoirs, enjeux et perspectives*

Québec, Presses de l'Université du Québec, 2003
Emmanuel Viau

Jacques LAJOIE et Éric GUICHARD (dir.), *Odyssée Internet. Enjeux sociaux*

Québec, Presses universitaires du Québec, 2002
Katia Roquais-Bielak

Tristan MATTELART (dir.), *La mondialisation des médias contre la censure*

Bruxelles, Éditions De Boeck Université, 2002
Mustapha Belabdi

Claude SAUVÉ, *Faire dire. L'interview à la radio-télévision*

Montréal, Presses universitaires de Montréal, 2000
Séverine De Proost

Kim SCHRØDER, Kristen DROTNER, Stephen KLINE and Catherine MURRAY, *Researching Audiences*

London, Arnold, 2003
Bertrand Labasse

Nous remercions

- 1 Danielle Aubry
- 2 Myriam Bahuaud
- 3 Céline Beaudet
- 4 Pierre C. Bélanger
- 5 Marc-François Bernier
- 6 Yves Boisvert
- 7 Micheline Bonneau
- 8 Christian Bourret
- 9 Franck Bousquet
- 10 Philippe Breton
- 11 Claude Brevot-Dromzee
- 12 Josette Brun
- 13 Marcel Burger
- 14 Hélène Cardy
- 15 Olivier Chantraine
- 16 Guy Chapouillie
- 17 Caroline Courbieres
- 18 Eric Dacheux
- 19 Frank Debos
- 20 Sylvie Debras
- 21 Jean-Paul Desgoutte
- 22 Dominique Desmarchelier
- 23 Annik Dubied
- 24 Annie Dussuet
- 25 Sandra Frey
- 26 Monika Gagnon

- 27 Michèle Gellereau
- 28 Anne-Marie Gingras
- 29 Richard Godin
- 30 Fabien Granjon
- 31 Brigitte Guyot
- 32 Jacques Guyot
- 33 Yves Jeanneret
- 34 Joëlle Le Marec
- 35 Estelle Lebel
- 36 Bernard Leconte
- 37 Claude Martin
- 38 Dominique Meunier
- 39 Val Morrison
- 40 Stéphane Olivesi
- 41 Bruno Ollivier
- 42 Alain Payeur
- 43 Jacques Piette
- 44 Claude Poissenot
- 45 François-Gabriel Roussel
- 46 Chantal Savoie
- 47 Gabrielle Saint-Yves
- 48 Jean-François Tétu

Articles

NOTE DE L'ÉDITEUR

Réflexions autour de l'institutionnalisation des disciplines

Sciences de l'information et de la communication versus économie ?

Robert Bouré

- 1 Il s'agira ici de montrer qu'un travail réflexif sur les discours relatifs à la légitimité scientifique et à la reconnaissance académique des sciences de l'information et de la communication, par-delà l'intérêt que représente l'examen des modalités d'émergence et de légitimation propres à cette discipline, permet de poser de façon pertinente la question de l'institutionnalisation des disciplines académiques relevant des sciences humaines et sociales (SHS).
- 2 L'expression « discipline académique » renvoie à cinq dimensions tellement complémentaires qu'il peut paraître arbitraire de les isoler :
 1. la revendication d'un découpage du réel résultant de la spécialisation et de la professionnalisation croissantes du travail scientifique ;
 2. un ensemble de savoirs, de langages et de manières de faire plus ou moins spécialisés fonctionnant comme normes scientifiques et sociales ;
 3. une « communauté scientifique » dont les membres sont en concurrence, s'affirmant comme collège invisible susceptible, par des formes reconnues, de produire des connaissances et d'exercer un contrôle sur leur production, leur circulation et leur enseignement ainsi que sur la reproduction des chercheurs et l'attribution de gratifications symboliques ;
 4. une autoréférentialité, expression particulière de la connivence scientifique, largement répandue (recours aux concepts et théories spécifiques, accord sur les lexiques, citations de pairs, lecture des revues et des ouvrages de la discipline...) ;
 5. une onction académique donnée en France par l'État, à un moment du processus d'institutionnalisation, pour des raisons qui renvoient au contexte cognitif et sociétal.
- 3 On peut ajouter, et ce n'est sans doute pas le hasard, que de nombreux auteurs, sociologues pour la plupart, ont proposé des analogies ou des parallélismes avec d'autres types de constructions collectives et de divisions sociales : les classes sociales

ou les ethnies (Solla Price, 1963 ; Merton, 1973), et plus récemment les États-nations (*Recherches-La Revue du MAUSS*, 1997).

Les disciplines scientifiques ressemblent à des États-nations mobilisés dans la production de certains produits particuliers destinés au marché mondial et obtenus à partir de ressources naturelles, de techniques, de tours de main, de savoir-faire et de traditions culturelles également spécifiques. Ainsi s'explique que le chauvinisme disciplinaire et bien souvent la xénophobie y soient si exacerbés (Caillé, 1997 : 11).

- 4 Il s'agissait, chaque fois, de rendre compte de pratiques, de discours ou de processus d'institutionnalisation disciplinaires.
- 5 On appellera « institutionnalisation » le processus complexe et à certains égards conflictuel de transformations sociales par lequel une activité sociale est érigée en institution, et plus précisément en activité organisée contraignante et relativement autonome par rapport à sa sphère d'origine et à d'autres sphères, ce qui suppose *a minima* :
 - l'émergence, puis le développement de formes organisationnelles, de normes spécifiques et d'un imaginaire fonctionnant à la reconnaissance et à la légitimation ;
 - l'adhésion et la participation croissante des acteurs individuels et collectifs concernés, ce qui n'exclut pas les conflits.
- 6 Étant entendu que l'on peut raisonner en termes soit d'habitus, soit de simples dispositions, soit d'identités plurielles. En d'autres termes, on se réfère aussi bien aux travaux de Bourdieu (1984, 1994), de Lahire (1998) et de Giddens (1987), qu'à ceux, plus anciens, de Lourau (1970) et de Castoriadis (1975), du moins dans leurs dimensions compatibles.
- 7 S'agissant des disciplines académiques, la distinction opérée par Whitley (1974, 1984) entre l'institutionnalisation cognitive (il emploie aussi le terme d'« intellectuelle ») et l'institutionnalisation sociale paraît heuristique à partir du moment où, d'une part, l'on admet que l'institutionnalisation est fondamentalement un processus, d'autre part, l'on ne se situe pas dans le cadre d'une opposition bipolaire. Par institutionnalisation cognitive, il faut entendre la formulation des questions de recherche, des problématiques, des concepts et des théories, le travail sur les méthodes, la construction des objets, l'acceptabilité des résultats et la délimitation du champ épistémique, autrement dit la définition des frontières avec les autres disciplines, les frontières étant en même temps des barrières et des interfaces. Quant à l'institutionnalisation sociale, elle fait référence aux modes d'organisation de la recherche et de l'enseignement, aux structures sociales de reproduction, de légitimation et d'allocation des ressources, à l'agenda des programmes de recherche, aux systèmes de publication...
- 8 Cela étant, il est évident qu'il n'existe pas de cloison étanche entre le cognitif et le social : le social est présent dans le cognitif et le cognitif¹ agit sur le social (on peut, dans une perspective bourdieusienne, parler « d'effets de théories »)². Mais alors, pourquoi maintenir une distinction entre deux formes d'institutionnalisation manifestement en relation dialectique ? En dehors de celui au demeurant (trop ?) commode de la clarté d'exposition, nous retiendrons deux autres arguments. D'une part, cette différenciation permet de mettre en évidence l'importance du rôle joué par le social dans le processus d'institutionnalisation des disciplines et donc de faire porter l'accent sur les processus les moins étudiés, en tout cas en France, les analystes manifestant une nette préférence en faveur de l'histoire intellectuelle, peut-être parce

qu'ils considèrent qu'elle est plus noble. D'autre part, elle rappelle que le cognitif et le social ont un point commun : ce sont aussi des institutions. C'est évident s'agissant du second terme, c'est beaucoup plus rarement signalé s'agissant du premier ; or « le choix et la mise en relief des grands textes fondateurs et des grands noms n'est pas seulement un effet d'institution ou un enjeu d'institution : c'est aussi une institution » (Schlanger, 1992 : 296).

- 9 En fait, cognitif et social peuvent être observés dans plusieurs entrées à la fois séparées et reliées, étant entendu que les entrées « plutôt » cognitives (théories, méthodes, langages...) n'épuisent pas l'acte de penser et que les dimensions sociales ne résument pas à elles seules le social. Étant aussi entendu que, à un moment donné de l'histoire d'une discipline, il n'y a pas nécessairement corrélation entre les degrés d'institutionnalisation sociale et cognitive : l'une peut être « en avance » sur l'autre. Bien souvent, l'autonomie est d'autant plus forte que l'institutionnalisation cognitive et sociale est importante et largement corrélée.
- 10 À partir d'une comparaison dans le contexte français entre l'institutionnalisation cognitive et sociale de deux disciplines qui semblent, et sans doute sont, éloignées l'une de l'autre — les sciences de l'information et de la communication (SIC) et l'économie —, nous tenterons de remettre en cause une vulgate largement répandue dans la « communauté scientifique », surtout lorsque ses ressortissants versent dans l'épistémologie ou l'histoire des sciences spontanée : il existe un mode « normal » (en gros décliné sur celui de la physique) d'institutionnalisation qui permet, quand certaines conditions sont remplies, de conférer le label de scientificité aux disciplines. Mais qu'il soit bien clair que l'on n'entend pas ici comparer l'histoire des SIC et celle de l'économie. Le format même de l'article rendrait d'ailleurs cette ambition vaine et ridicule. Il s'agit uniquement de mettre en perspective des discours qui sont tenus sur leur institutionnalisation au nom d'une philosophie affirmée ou implicite qui pourrait se reconnaître dans le positivisme logique du premier Cercle de Vienne. Puis, nous proposerons une autre manière de faire susceptible de déboucher sur des travaux empirico-théoriques que nous espérons féconds pour les sciences de l'information et de la communication françaises.
- 11 Pour dire les choses autrement : l'objectif de cet article n'est pas de produire des résultats nouveaux s'appuyant sur un travail empirique inédit. Ce texte n'est donc pas un article scientifique au sens communément admis par le champ, mais une controverse au sens philosophique et polémique (*horresco referens...*) du terme débouchant sur une réflexion sur les conditions de possibilité d'un programme de recherche pour les SIC. Ses évidentes limites découlent de cet objectif. Aussi, celui qui y cherchera des apports permettant de mieux appréhender l'histoire de l'économie et des SIC ou d'éclairer tel ou tel développement historique resté obscur, en sera pour ses frais. L'histoire des disciplines est ici à la fois une entrée dans un débat — mais d'autres entrées sont possibles —, ainsi qu'un outil, parmi d'autres outils comme la sociologie et la philosophie des sciences (qui seront également convoquées). Quant à celui qui pense que la science peut se passer d'une réflexion de type philosophique, l'auteur de ces lignes l'abandonne volontiers à ses certitudes.

Sur et sous la vulgate de la *one best way*

- 12 Le physicien François Lurçat (1997 : 163), à partir du cas de la physique ou plutôt d'une vulgate de l'histoire de la physique, décrit brièvement — mais pourquoi s'étendre alors que cela est bien connu ? — le processus « normal » d'émergence : « d'abord des travaux fondateurs, ensuite des institutions qui les encadrent et les promeuvent »... avant de contester ironiquement la scientificité trop rapidement octroyée par l'État aux « sciences qui s'écrivent au pluriel » apparues au cours des années 1960-1970, parmi lesquelles figurent les sciences de l'information et de la communication.
- 13 C'est en tout cas sur le modèle de la physique que semble s'être institutionnalisée l'économie, du moins si l'on se réfère à ses histoires officielles qui ont en commun de privilégier une conception rétrospective, celle-là même qui consiste à ramener le passé au présent. Et c'est de ce modèle que semblent s'éloigner les SIC.

Les origines roturières des SIC comme élément de contestation de leur scientificité

- 14 Si l'on s'en tient à leurs origines, les SIC ne doivent rien, ou pas grand-chose, à la noblesse de toge des juristes ou de paillasse des biologistes. Elles sont créées comme discipline académique par un arrêté du 20 janvier 1975 sous la forme de la 52^e section du Comité consultatif des universités (71^e section du CCU en février 1983, puis du Comité national des universités — CNU — en janvier 1987). Leur création s'inscrit en fait dans un processus de reconnaissance étatique entamé dans les années 1960 et qui concerne plutôt des sciences qui s'écrivent *de facto* ou *de jure* au pluriel, des « ensembles pluriels [...] et flous » (CNE, 1993 : 12) : sciences de l'éducation (1967), gestion (1969), science politique (1971), urbanisme et aménagement, sciences et techniques des activités physiques et sportives (1984). En conformité avec le constat dressé par le Comité national d'évaluation (1993), les auteurs de l'ouvrage *Les origines des sciences de l'information et de la communication. Regards croisés* (Boure, 2002a) sont unanimes pour montrer, preuves à l'appui (voir en particulier Meyriat et Miège, 2002), que les SIC sont fondamentalement nées de la création rapide de cursus universitaires et de diplômes spécialisés qui présentent au moins deux caractéristiques relativement inédites dans les années 1970 :
1. ils sont innovants, car centrés sur l'information-communication, domaine alors peu enseigné et peu étudié en France ;
 2. ils sont soit très professionnalisés (Départements Carrières de l'information des IUT), soit relativement professionnalisés (voir par exemple les MST des universités Bordeaux 3, Grenoble 2 et 3, Paris 13, Strasbourg 3 créées de 1972 à 1974), dans un contexte où la professionnalisation est suspectée, voire rejetée, alors que les attentes de certains milieux professionnels se sont exprimées et qu'une demande étudiante commence à se manifester dès que les premières offres de formation sont connues.
- 15 En ce sens, ils s'inscrivent dans deux types de débats relatifs à la « modernisation » des universités : ceux qui agitent l'université française à partir de la fin des années 1960 autour de la réforme des enseignements et des modes d'organisation universitaire, et de façon plus générale, ceux qui opposent depuis longtemps les tenants des disciplines traditionnelles à ceux des disciplines émergentes, ce dernier débat recoupant partiellement celui sur la « scientisation » des disciplines (voir la vieille Sorbonne

contre la Sorbonne nouvelle au début du XX^e siècle). Une des questions centrales est : l'université doit-elle répondre, et si oui comment, aux attentes et aux interrogations sur des objets et des pratiques sociales ayant de fortes dimensions professionnelles, ou faut-il laisser à d'autres lieux le soin de le faire ? Mais alors, si « les autres lieux » ne sont pas de grands établissements tournés vers la recherche (École pratique des hautes études, par exemple), ne peut-on craindre une disjonction pour le moins gênante entre enseignement et recherche ?

- 16 Circonstance aggravante, la reconnaissance officielle des SIC est précédée d'un fort travail de *lobbying* auprès des plus hautes autorités de l'Éducation nationale, ainsi que cela ressort d'entretiens avec Robert Escarpit et Jean Meyriat (SFSIC, 1994), travail entrepris par un groupe de pression largement autoproclamé créé en 1972, le Comité des SIC, conduit par Escarpit. Enfin, ce qui ne semble guère arranger les affaires scientifiques des SIC, leur appellation est loin de faire l'unanimité dans les rangs mêmes des « fondateurs » : sont en effet évoquées des appellations qui ne renvoient pas exactement aux mêmes objets ni aux mêmes traditions de recherche telles que « sciences des significations » ou « sciences des représentations ». Cela traduit, d'une part, un désaccord sur le ou les objets de la nouvelle discipline académique, d'autre part, une impossibilité à s'entendre sur une définition relativement consensuelle de l'information et de la communication qui serait plus ou moins calée sur des concepts et des théories. De l'aveu de Jean Meyriat, l'expression « sciences de l'information et de la communication » est retenue en fonction de son efficacité pratique et de son intérêt stratégique :

le sentiment prévaut que le mot plus concret d'information précise un peu la notion vague de communication ; ce couplage permet en même temps de servir les intérêts de plusieurs groupes distincts de spécialistes, sans prendre une position définitive sur l'épistémologie du domaine (SFSIC, 1994).

- 17 Force est donc de constater que, envisagées sous cet angle, les origines des SIC ne sont guère nobles, du moins si on les met en rapport sinon avec celles de l'économie ou de la sociologie, du moins avec les discours dominants sur la « fondation » qui traversent ces disciplines.
- 18 La plus forte critique « épistémologique » que l'on puisse adresser aux SIC n'est pourtant pas celle que l'on a souvent entendue, plus spécialement de la part de disciplines concurrentes, en tout cas jusqu'au milieu des années 1990 : pourquoi créer une discipline, alors que les thématiques, les théories, les méthodes, mais aussi les cursus et les communautés de chercheurs existent déjà ou peuvent se développer rapidement dans des disciplines déjà reconnues (sociologie, sciences du langage) ou en passe de l'être (science politique) ? Ne vaut-il pas mieux constituer des sous-communautés s'ancrant sur leurs disciplines d'origine, tout en jouant l'ouverture vers d'autres champs, en prenant exemple sur la sociologie qui a essaimé en sociologies du travail, de la ville, des loisirs, de la famille, de la science, de la culture... et des médias ?
- 19 C'est en fin de compte celle qui vient de champs plus éloignés et que l'on peut résumer ainsi : mais quelle est donc cette science qui doit davantage sa création à une décision étatique qu'à la construction préalable de corpus théoriques et méthodologiques reconnus ? Qui n'a pas de Pères fondateurs (qui a lu Escarpit ou Moles, qui les cite encore, en dehors des cours d'histoire des théories de la communication ?), voire de véritables précurseurs, en dehors de ceux que toute SHS revendique ? Et qui n'a pas, en 1975, véritablement entamé le processus d'institutionnalisation sociale (peu de lieux

d'enseignement et de recherche, d'enseignants, de revues et d'ouvrages — pas de manuels, de dictionnaires —, de congrès et de colloques, et même pas de société savante — la SFSIC est créée en 1978 —, de sorte qu'il n'existe pas, à proprement parler, de vraie « communauté scientifique » et que la professionnalisation est loin d'être achevée ? En fait, cette critique rejoint en partie la précédente. En effet, si rien ne justifie cognitivement et socialement la création d'une discipline, ne vaut-il pas mieux rester dans le cadre des disciplines existantes, quitte à inventer des sous-disciplines ?

- 20 Cette critique, qui semble s'imposer avec la force d'une évidence prenant à témoin l'histoire des sciences, contient une proposition centrale qu'il est nécessaire de discuter.

Proposition à discuter : il existe un mode « normal » d'institutionnalisation des disciplines

- 21 Pourquoi choisir l'économie, alors
- qu'elle est très éloignée des SIC tant en ce qui concerne les objets qu'elle entend construire que les manières dont elle s'y prend pour les construire (quantification, formalisation mathématique, modélisation...) ?
 - qu'elle est, dans ses corpus théoriques et méthodologiques, une des plus anciennes des « nouvelles » disciplines qui ont progressivement émergé en Europe à partir du XVIII^e siècle ?
 - qu'elle s'est largement institutionnalisée cognitivement, voire socialement, en fonction d'une scientificité imitée de celle que l'on présente souvent comme la plus « dure » des « sciences dures », c'est-à-dire la physique ?
 - qu'elle a depuis longtemps revendiqué une dimension internationale forte non seulement en raison de la circulation des connaissances produites, mais encore de la prétention à l'universalité de ses principaux résultats ?
- 22 Précisément en raison de cet éloignement cognitif et social, car si l'on parvient à montrer que la voie royale qu'est censée avoir suivie l'économie n'est ni inéluctable ni partout identique et qu'elle ressemble beaucoup à une reconstruction rétrospective, on sera fondé à douter de l'existence d'une *one best way* dans le processus d'institutionnalisation des disciplines.

Le discours « normal » des origines et de l'évolution

- 23 S'agissant de l'économie, le discours dominant est très brièvement le suivant. Entre le XVII^e siècle qui voit l'invention de l'expression « économie politique » par Antoine de Montchrestien et les années qui suivent la Seconde Guerre mondiale qui consacrent les sciences économiques dans l'université et le système de la recherche (1946 : création d'une section au Comité national du CNRS ; 1948 : doctorat autonome par rapport au droit ; 1958 : licence autonome...), on observe un long processus d'institutionnalisation cognitive marqué, d'un côté, par des travaux inédits dus à des pionniers européens dont le rôle est peu contesté (des physiocrates à Keynes, puis aux économètres, en passant par Adam Smith, Ricardo, Walras et les marginalistes anglo-saxons), d'un autre, par la construction progressive d'un objet spécifique, la « scientisation » de l'étude de cet objet (objectivation des faits économiques, recours aux statistiques, formalisation

mathématique, appel réitéré à la logique, formulation de lois...) et l'affirmation de plus en plus vive, sur la base des résultats obtenus, de l'autonomie cognitive de l'économie.

- 24 L'institutionnalisation sociale monte en puissance à partir du XIX^e siècle avec
- les premiers cours d'économie politique donnés dans des écoles périphériques de l'université (grandes écoles d'ingénieurs, écoles de commerce, École libre des sciences politiques, École pratique des hautes études...), puis la création des premières chaires dans les facultés de droit (1877), chaires dont le nombre augmente progressivement dans la première moitié du XX^e siècle : 11 en 1877, 32 en 1931, 43 en 1945 (Marco, 2001)³ ;
 - la création de sociétés savantes (très impliquées sur le plan sociétal) : Société d'économie politique (1847) liée au courant libéral, sociétés créées par les émules, puis les dissidents solidaristes de Le Play, Société d'économie politique fondée en 1887 par Charles Gide (liée au socialisme réformiste) ;
 - l'occupation de positions dans des organisations prestigieuses, notamment le Collège de France (Jean-Baptiste Say, Michel Chevallier) et l'Institut, à l'Académie des sciences morales et politiques (Jean-Gustave Courcelle-Seneuil, Michel Chevallier, Adolphe Blanqui, Léon Say, Paul Leroy-Beaulieu) ;
 - la création d'un nombre important de revues (parmi lesquelles le *Journal des économistes*, *L'Économiste français*, la *Revue d'économie politique*) et de collections d'ouvrages (chez l'éditeur Guillaumin pour les économistes libéraux), la tenue régulière de congrès nationaux et internationaux.
- 25 Bref, les économistes se professionnalisent peu à peu, à un rythme qui suit tant bien que mal celui de la construction cognitive de l'économie. De sorte que quand elle survient (1945-1960), l'onction étatique est vécue comme l'achèvement d'un processus dont la longueur excessive par rapport aux pays anglo-saxons est attribuée par nombre d'économistes à la résistance des juristes soucieux de préserver leurs territoires et leurs pouvoirs dans les facultés de droit. Cet adoubement apparaît en tout état de cause inévitable, et il est d'ailleurs présenté comme tel par les économistes qui pratiquent une épistémologie ou une sociologie spontanée de leur discipline et qui, à ce titre, ont une vision de l'histoire confortant son establishment contemporain.

Un discours enchanté

- 26 Avec certains économistes qui la trouvent quelque peu enchantée⁴, on peut objecter que cette vision justifie sans doute un peu trop sur le plan cognitif le rabattement de l'économie sur la microéconomie et l'économie mathématique aujourd'hui dominants tant en France qu'à l'étranger, et sur le plan social, légitime le fonctionnement contemporain de la discipline, voire le rôle des économistes dans la société. On le montrera grâce à deux exemples.

Les économistes s'accordent-ils sur le ou les moment(s) essentiel(s) de l'institutionnalisation ?

- 27 Sur le plan cognitif, quelles périodes, quelles dates faut-il retenir par rapport à l'autonomisation de la discipline ? Celle de l'invention de l'expression « économie politique » par Montchrestien (XVI^e siècle) ? C'est sans doute trop tôt... Celle à partir de laquelle son usage sémantique se répand dans une sphère commençant à se spécialiser (XVIII^e siècle) ? Mais alors, faut-il renvoyer au milieu du XVIII^e siècle avec les

physiocrates ou à son dernier tiers avec la publication de l'œuvre majeure d'Adam Smith (*Essai sur les causes de la richesse des nations*, 1776), c'est-à-dire au moment où la pensée économique semble s'émanciper de la morale ? Il semble, car Smith, également auteur de la *Théorie des sentiments moraux* (1759), est autant philosophe (au sens donné par les Lumières) qu'économiste au sens contemporain du terme. À moins qu'il ne s'agisse de 1817, année de la publication des *Principes de l'économie politique et de l'impôt* de Ricardo, qui s'éloigne de la philosophie tout en annonçant la macroéconomie moderne ainsi que le raisonnement marginaliste. Voire de l'affermissement de la mathématisation et de l'avènement du marginalisme avec Veblen et surtout Walras et son « économie pure » car non « politique » (années 1870). Et pourquoi pas les années 1930-1940, avec, au choix, la révolution keynésienne, l'invention de l'économétrie et l'émergence d'une nouvelle macroéconomie ? Il n'est pas certain que l'économiste orthodoxe contemporain dont le prototype dominant est l'éconômètre et son homologue hétérodoxe (et minoritaire) qui se reconnaît davantage dans la socioéconomie (à supposer que l'on puisse utiliser chaque fois le singulier) retiennent les mêmes périodes ou dates... Ce qui semble accréditer la thèse selon laquelle si le point de vue ne crée pas à lui seul l'histoire, il y contribue néanmoins largement.

- 28 Sur le plan social, et pour s'en tenir au seul exemple français, faut-il prendre en compte le début d'institutionnalisation dans l'enseignement supérieur non universitaire dans les grands établissements, le Collège de France et les écoles de commerce (début du XIX^e siècle), la création de chaires d'économie dans toutes les facultés de droit (1877), la mise en place d'un doctorat autonome par rapport au droit, mais partagé avec les sciences politiques (1895), le premier jury de cette agrégation réellement composé d'économistes (années 1920) ou alors carrément la seconde moitié du XX^e siècle avec la reconnaissance d'une section au CNRS et la création d'une licence et d'un doctorat autonomes ? Mais peut-être faut-il aller au-delà du cas du français et considérer que, tout comme la plupart des sciences « dures », l'économie est devenue scientifique en même temps qu'elle commençait à devenir internationale sur le plan cognitif et se dotait des institutions sociales nécessaires ?
- 29 La réponse dépend de la conception que l'on a de l'institutionnalisation et surtout de la discipline, et donc d'un regard particulier (Caire, 1995). Circonstance aggravante : la (re)construction historique de la discipline n'est le plus souvent pas conçue comme relevant des méthodes historiques et à ce titre réalisée sinon par des historiens, du moins par des chercheurs qui prennent au sérieux les méthodes historiennes, mais en tant que dimension particulière et marginale d'une démarche disciplinaire que tout chercheur peut à la limite assumer
- 30 À partir du moment où les dates sont frappées d'incertitude et où le processus d'institutionnalisation n'apparaît ni linéaire ni inéluctable, l'on est conduit non pas à nier l'importance de la chronologie cognitive et sociale, mais à la relativiser. Et donc à se méfier d'une caractérisation de la scientificité des disciplines largement fondée sur une chronologie naturalisée, présentée à la fois comme « évidente » et « normale » car commune à toutes les « vraies » sciences. Ce constat devrait conduire à reconnaître que les chemins de l'institutionnalisation peuvent être multiples, ce qui, bien entendu, ne saurait signifier qu'ils sont équivalents...

Objet invariant ou discours sur un objet construit ?

- 31 Les économistes sont-ils parvenus à se mettre d'accord sur l'objet de l'économie et sur le statut scientifique de cet objet⁵ ? Jérôme Lallement (2002 : 11-12) soutient que l'objet le plus fréquemment évoqué pour définir l'économie est l'étude de la richesse⁶, définie par la valeur et l'utilité, même si le vocabulaire a beaucoup évolué depuis le XVII^e siècle (« richesse » pour Say, « richesse comme valeur échangeable » pour Cournot, « richesse sociale comme ensemble de choses rares, utiles, appropriables et échangeables » pour Walras, « biens » pour Samuelson, « ressources rares » et « biens » pour Malinvaud...). Or on ne compte plus les travaux d'histoire de la pensée économique qui montrent que l'utilité et la valeur ne sont pas des universaux, mais des notions « flottantes », historiques et relatives (à la subjectivité des chercheurs, à l'état des disciplines, à la situation de la société, aux mentalités) et que les économistes eux-mêmes ont flotté dans leur activité définitoire. De sorte que l'on peut se demander si ce n'est pas le point de vue des économistes qui, en définissant tel ou tel objet matériel ou telle activité concrète comme producteur de richesse, de valeur, d'utilité a créé l'objet de l'économie en affirmant que l'on pouvait étudier cette réalité en dehors d'autres dimensions tout aussi « réelles » mais abandonnées à d'autres disciplines : politiques, techniques, psychologiques, juridiques, communicationnelles ou religieuses.
- 32 On peut soutenir en même temps que c'est l'économie en tant que réalité sociale qui a inventé l'économie en tant que façon de penser cette réalité. Serge Latouche relève que cette interpénétration est impensable dans les sciences de la nature : « La réalité naturelle ne se confond jamais avec l'étude intellectuelle de celle-ci, quel que soit le degré de manipulation de la matière par le savant et de son invention de la nature⁷ » (1995 : 153).
- 33 On retrouve d'une certaine manière la thématique chère à Piaget de la « science projet de connaissance », et non objet de connaissance, le projet étant porté par le sujet connaissant afin de donner un sens ou des sens à ses représentations du monde.
- 34 En forçant quelque peu le trait, on peut se demander si le clivage fondateur avec la « connaissance pratique », d'une part, et avec les disciplines existantes, d'autre part, ne passe pas par une sorte d'OPA cognitivo-socio-discursive au long cours, tâtonnante et non linéaire, sur l'étude d'une partie de la réalité sociale, autrement dit par un discours que l'on peut résumer comme suit : désormais, ce qui relève de l'étude de cette sphère particulière d'activité et de ces phénomènes spécifiques peut et doit être pensé scientifiquement de façon autonome par la science économique. Scientifiquement, cela veut dire par des procédures — des méthodes et des techniques — qui, en raison de leur ressemblance avec celles des « sciences dures », leur confèrent une autonomie par rapport à d'autres façons de penser le social⁷. Il s'agit fondamentalement d'un discours de délimitation des frontières avec la connaissance ordinaire et avec les autres savoirs sur l'homme et la société visant à présenter ces limites comme quasi naturelles. Bien entendu, ce discours ne peut fonctionner que s'il remplit les conditions cognitives et sociales de crédibilité, telles qu'elles sont posées au moment où il est prononcé. Il lui reste ensuite à s'imposer cognitivement et socialement, autrement dit à montrer qu'il n'est pas que du discours ou qu'un artefact (version soft), ou qu'il est le plus socialement légitime des discours (version hard). Pour dire les choses autrement, à montrer la pertinence des articulations qu'il propose entre l'histoire des théories,

l'histoire des régimes de vérité et l'histoire des formes sociales qui ont contribué et contribuent encore à faire exister une sphère autonome⁸.

Retour sur les SIC

- 35 Mais alors, en quoi l'OPA sur certaines dimensions de l'information et de la communication réalisées dans la première moitié des années 1970 sous l'égide du Comité des SIC est-elle moins légitime que celle des économistes ? En quoi le tracé des frontières proposé par le *lobby* susmentionné, puis imposé socialement par l'État et rapidement précisé par les instances légitimes de la nouvelle discipline⁹, est-il susceptible d'être frappé de plus d'indignité que celui qui a été lentement dessiné par les économistes qui, pour les plus influents d'entre eux, n'ont de toute façon jamais négligé le travail de *lobbying* ?
- 36 Or si le coup de force des SIC a été effectivement réalisé dans un temps très court et en tout état de cause avant que les corpus cognitifs ne soient véritablement portés par une communauté scientifique (auto)légitimée, cela ne signifie pas pour autant que de tels corpus n'existent pas. Dans ce cas précis, ils présentent les traits suivants, caractéristiques des contrées du savoir non seulement émergentes, mais aussi dominées :
- ils sont éclatés dans plusieurs champs (études littéraires, sciences du langage et du discours, sociologie des médias, sociologie de la culture...), mais en même temps, ils sont pris en compte dans les premières définitions du périmètre des SIC établies très vite par le Comité éponyme (Meyriat et Miège, 2002) ;
 - ils sont réputés peu nobles par rapport aux questions traditionnellement traitées par les disciplines mères, ce qui ne contribue guère à leur visibilité et à celle de leurs auteurs qui sont souvent marginalisés¹⁰ dans leur discipline ou dans leur établissement ;
 - ils sont encore mal articulés avec ce que l'on qualifie aujourd'hui de « problématiques informationnelles ou communicationnelles », c'est-à-dire de manières relativement spécifiques de poser des questions et d'apporter des réponses (même si l'on rencontre chez certains auteurs, tels Edgar Morin et Roland Barthes, une réelle volonté d'articuler des niveaux et des problématiques que l'on prétend alors le plus souvent séparés) ;
 - ils font l'objet de débats, parfois très vifs, mais ces derniers sont couverts par d'autres discussions plus audibles depuis le champ scientifique. On peut néanmoins les repérer dans les publications (revues, actes de colloque, ouvrages...) de l'époque, publications dont on note la lente montée en puissance, surtout à partir du moment où les travaux nord-américains¹¹ (Laswell, Lewin, Lazarsfeld, Berelson, Mac Luhan, Shannon et Weaver, Adorno et Horkheimer exilés à l'Université de Colombia, Boorstin, Reisman...) commencent à être diffusés et commentés en France, notamment grâce à la revue *Communications* (Georges Friedmann, Edgar¹² et Violette Morin, Roland Barthes...) et aux séminaires de la VI^e section de l'École pratique des hautes études qui deviendra l'École des hautes études en sciences sociales (EHESS) en 1975 ; mais aussi à l'activité de jeunes politistes (Francis Balle, par exemple) ou de sociologues (Jean Cazeneuve¹³) et des premiers spécialistes français de la publicité qui découvrent le psychologue Hovland et l'École de Yale, la sociologie fonctionnaliste nord-américaine ou l'essayiste Packard (voir notamment les travaux de G. Lagneau et J. Marcus-Stieff).
- 37 Les débats sont également vifs dans les études littéraires, champ hétéroclite où se retrouvent plusieurs acteurs, souvent importants, de la naissance des SIC : bibliologie et sociologie du livre (Robert Estivals), travaux sur la lecture, les lecteurs, la production

(auteurs, financement...), les circuits de distribution (Robert Escarpit — *Sociologie de la littérature*, 1958 —, Nicole Robine...), travaux sur l'écriture (Barthes, avec *Le degré zéro de l'écriture*, 1953)¹⁴.

- 38 *In fine*, ces discussions tournent autour de plusieurs questions significatives de l'époque, parmi lesquelles celle de la nécessité d'ancrer les travaux dans une théorie générale (la théorie mathématique de l'information ? la cybernétique revisitée par la systémique ? le fonctionnalisme nord-américain ? le structuralisme ? la théorie critique ?). Ou celle de la méthodologie, au moment où les SHS françaises, encore peu empiriques, se posent souvent des questions que l'on qualifierait aujourd'hui de « naïves ».
- 39 En fait, une des ambiguïtés essentielles des SIC est qu'elles n'ont jamais revendiqué et ne revendiquent pas une autonomie totale ou importante, puisqu'elles se sont toujours voulues ouvertes à plusieurs traditions de recherche et fortement importatrices, de sorte que l'on peut d'emblée les inclure parmi les sciences des échanges disciplinaires. Or lorsque l'on observe de plus près l'histoire des SHS, on se rend rapidement compte que toutes sont redevables à d'autres SHS et certaines aux sciences de la nature. Pour dire les choses autrement, toutes sont issues cognitivement et socialement de plusieurs branches du savoir et ont été influencées par elles à des degrés divers selon les disciplines et les époques. Ce qui n'interdit pas de penser que toutes n'ont pas les mêmes référents privilégiés.
- 40 La question est peut-être alors de savoir à quel moment commence à se construire un « noyau dur » relativement cohérent dans lequel les SIC se reconnaissent plus ou moins. Mais comment penser ce noyau dur, ce topos, nécessaire pour la construction des cartes mentales indispensables pour qu'émerge, puis se développe, une connivence cognitive (Boure, 1999) ? En termes de domaines ? Ce serait risqué, en raison des effets de mode et des sollicitations extérieures au champ de la recherche. En termes de théories ? C'est peu probable, compte tenu du nombre de théories locales, à moyenne portée ou sociales (au sens de *social theories*) en circulation. En termes d'objet(s), quitte à reconnaître que les SIC sont davantage une science des objets (au double sens d'objets matériels et d'objets construits) que des phénomènes ou des processus (Davallon, Le Marec et Brochu, 2000) ? Cela mérite d'être explicité... avec prudence (voir les réserves exposées *supra*). En termes de manières de faire ? Il semble qu'un relatif consensus se construise peu à peu autour de ce point. Brièvement, les SIC seraient sciences :
- de l'inter, de la médiation, de la mise en perspective, de l'articulation, des relations [...], de concepts, de théories, de problématiques, d'instances (émission/production et réception), de dimensions (économiques, techniques, politiques, langagières...), d'échelles (micro, meso, macro), de dispositifs, d'enjeux sociaux... ce que les autres disciplines ne font pas, en tout cas de façon systématique ;
 - du temps long, dans la mesure où la contextualisation historique des objets, des dispositifs, des acteurs [...] est de plus en plus réalisée sur une longue période, ce qui permet des rapprochements inédits et féconds ;
 - où la question du sens, dans ses diverses dimensions, est omniprésente, compte tenu de l'importance récente donnée aux « approches sémio », voire à la posture compréhensive qui semble désormais « naturellement » dominante¹⁵.

Autre proposition : les voies de l'institutionnalisation sont multiples et observables

- 41 Les propositions qui suivent peuvent constituer les premiers éléments d'un programme de recherche au triple sens de :
1. travaux théorico-empiriques à entreprendre et moyens à mettre en œuvre, le tout étant structuré autour de questionnements « vifs » à défaut d'être « forts » au sens de Bloor (1982) ;
 2. défi nécessaire : contribuer à décomplexer les ressortissants des disciplines récentes, parmi lesquelles les SIC, sur la question centrale de la scientificité ;
 3. prise de position épistémologique forte : reconnaître aux SHS un régime de scientificité et un objectif différents de ceux des sciences « dures », tout en admettant avec Passeron (1986) que certaines d'entre elles ont quelques arguments pour se rapprocher de ces dernières¹⁶.
- 42 Étant par ailleurs entendu que les SHS sont aussi des sciences dans la mesure où, d'une part, elles se proposent de construire des faits, c'est-à-dire de leur donner du sens par rapport à d'autres faits situés dans d'autres contextes spatio-temporels et dans le cadre de théories, en utilisant des méthodes et des techniques d'investigation se voulant rigoureuses, d'autre part, elles s'efforcent d'aller du particulier vers le général pour organiser une (difficile et très souvent inachevée) montée en généralité.
- 43 Certaines propositions que l'on pourra estimer banales — quoique... — comme la prise en compte des différences de temporalités ou l'analyse des effets d'institution, nécessitent, pour être opératoires dans le cas des SIC, d'être partiellement reformulées et en tout état de cause contextualisées. D'autres, plus inédites ou moins connues (toute nouveauté n'est pas nouvelle de la même façon. *Quid* des grilles d'analyse contemporaines élaborées par la sociologie des sciences pour les sciences « dures » ?...), mériteraient des développements que le format de cet article ne permet guère. Enfin, est-il besoin de le préciser, un tel programme de recherche, en raison de son ambition et des moyens intellectuels et matériels qu'il appelle, ne saurait être l'œuvre d'un chercheur isolé. Par contre, un groupe de travail de la Société française des sciences de l'information et de la communication comme Théories et pratiques scientifiques (TPS) — que l'auteur anime depuis sa création en 1997 — pourrait, en le discutant, le critiquant et le complétant, s'emparer de telle ou telle de ses dimensions.

La prise en compte de l'espace et du temps

- 44 Les historiens de l'économie ont montré que l'institutionnalisation cognitive et sociale de leur discipline, sans doute la plus (rapidement) internationale des SHS, n'a pas suivi les mêmes voies selon les pays¹⁷, ce qui n'empêche pas l'économie d'être partout considérée comme une discipline académique à part entière et nombre d'économistes de prétendre à l'universalité de l'économie. On peut sans doute formuler la même remarque à propos d'autres disciplines bien établies : sociologie, psychologie, linguistique... L'histoire sociétale, intellectuelle, savante et organisationnelle de chaque discipline est en fait fortement articulée sur l'histoire de chaque pays, et plus précisément sur plusieurs histoires qui tantôt se télescopent, tantôt s'entrelacent. La contextualisation et l'analyse comparative sont donc méthodologiquement nécessaires pour comprendre l'ensemble des processus.

45 En même temps, il faut admettre que les progrès de l'institutionnalisation d'une discipline dans un pays, et qui plus est un pays « phare » (variable selon les disciplines), sont susceptibles d'accélérer le processus dans d'autres pays, surtout si les échanges internationaux se multiplient, ce qui est le cas depuis les années 1960 (davantage en ce qui concerne la circulation que la production des connaissances, ce qui limite la portée de l'internationalisation). De la même façon, dans un même pays, l'institutionnalisation « aboutie » d'une et à fortiori de plusieurs disciplines peut accélérer celle des disciplines qui émergent plus tard. Ce qui tendrait à accréditer trois thèses qu'il convient d'affiner et de tester à partir de travaux :

1. les temporalités ne sont pas les mêmes selon les périodes historiques et selon les disciplines, le temps s'accéléralant par ailleurs fortement depuis une cinquantaine d'années ;
2. l'existence d'effets d'institution, si l'on veut bien donner à cette expression un sens plus large que celui de Bourdieu (1984), le cognitif pouvant aussi être une institution. Dès lors, il pourrait s'avérer heuristique pour une meilleure compréhension à la fois des disciplines étudiées et des SHS en général, de mettre en œuvre ce cadre d'analyse pour comparer la généalogie de telle ou telle discipline (économie, sociologie, psychologie...) dont l'émergence est relativement ancienne et l'institutionnalisation plus ou moins tardive, avec celle de branches du savoir qui se sont institutionnalisées rapidement à partir des années 1960 (SIC, sciences de l'éducation, sciences de gestion...).
3. Tout ce qui s'institutionnalise « n'est pas nouveau de la même façon ».

46 Cette citation, empruntée à Judith Schlanger, suggère que

il y a des différences dans la nouveauté et peut-être des degrés dans la nouveauté selon qu'il s'agit de la création conceptuelle d'un domaine, de son lieu et même de son nom, ou de la reprise et de la transformation d'une préoccupation antérieure (1992 : 289).

47 Dans le premier cas, il y a « fondation », et donc triple novation : statut, traitement et emplacement du domaine (cas de l'économie et de la sociologie). Dans le second, il y a « mutation », car le domaine est déjà reconnu comme discours savant, la nouveauté venant de son statut et de son traitement (cas SIC et de la science politique). Bien entendu, on peut contester le caractère « radical » attribué aux novations fondatrices, et regretter l'insuffisante définition des notions de « statut » et de « traitement ». Ou, s'agissant des exemples de mutation fournis par Judith Schlanger, considérer que la linguistique, telle qu'elle se développe à partir du dernier tiers du XIX^e siècle, est davantage que la poursuite, sous une autre forme, d'un « vieil investissement bien reconnu dans sa légitimité et son histoire » (entre autres autour de la philologie).

48 Ce qui importe, c'est l'idée qu'il faudrait développer dans des études multidimensionnelles de cas significatifs — et les SIC semblent en faire partie — que le neuf « ne se rapporte pas toujours au passé de la même façon ». Et c'est cette invitation à explorer diachroniquement et comparativement les « façons » qui nous paraît féconde. À condition que l'on accepte de s'écarter des légendes des origines et de la vulgate de la one best way, ce qui revient peut-être à accepter sinon de « faire de l'histoire » (il faut plus de dix ans pour former un historien), du moins de prendre au sérieux les approches, les méthodes et les techniques que l'histoire nous propose, ainsi que les débats sur son statut, ce qui n'arrange pas les affaires de l'historien par surcroît qu'est souvent celui qui se penche sur les origines de sa discipline (sur ces points, voir Boure, 2002b).

Production et réception des disciplines

- 49 L'étude de la production des disciplines doit s'accompagner de l'étude de leur réception sociale, thématique très peu abordée aujourd'hui, pas seulement dans les SHS (Bouilloud, 2000), et qui ne saurait se réduire à celle de l'ainsi nommée « demande sociale » ou des effets de théorie chers aux bourdieusiens. Cela suppose que l'on mette en relation entre eux, en les contextualisant, les discours, les pratiques cognitives et sociales et les formes organisationnelles des disciplines, puis cet ensemble avec les activités, les discours, les pratiques et les formes organisationnelles des sociétés. Si l'on veut risquer une métaphore économique, il s'agit de comprendre comment, quand et pourquoi l'offre s'articule (ou ne s'articule pas, car il y a des échecs) sur des demandes savantes et sociétales. Si l'on s'en tient à une formulation plus proche de l'herméneutique, on peut chercher à comprendre comment les SHS comprennent la société et comment la société comprend les SHS et tire les conséquences de cette compréhension. Ou si l'on veut parler comme Hans Robert Jauss (1978), en transposant métaphoriquement ses propos dans un domaine auquel il n'avait pas songé, se demander comment les horizons d'intérêt des SHS exprimés, éventuellement de façon contradictoire, par leurs ressortissants rencontrent les horizons d'attente, possiblement divergents, de la société et donc comment la seconde commence à prendre au sérieux les formes cognitives et sociales proposées par les premières.
- 50 Au passage, cela permettrait sans doute de mieux comprendre les raisons pour lesquelles certaines branches du savoir, parfois anciennes ou relativement avancées dans le processus d'institutionnalisation, n'ont pas réussi à obtenir l'onction académique (science régionale, science administrative...). Ou alors pourquoi elles l'ont obtenue dans un pays et pas dans un autre, pourtant voisin et aux caractéristiques en apparence proches. Sur un autre plan, on pourra aussi vérifier si l'hypothèse testée par le sociologue Franck Cochoy (1999) à propos du marketing selon laquelle il y aurait une relation entre la nouveauté et surtout les dimensions « application » et « ancrage dans les milieux professionnels » de cette discipline et l'existence d'inattendues poches de liberté. Sur le plan méthodologique, on peut aussi penser que cela permettra de vérifier, pour les SHS, la pertinence des grilles de lecture de l'évolution des formes cognitives et sociales de la production scientifique établies pour les « sciences dures » : nous pensons plus spécialement à celle de Michael Gibbons *et al.* (1994)¹⁸.
- 51 Formulé de façon aussi générale, ce questionnement est sans doute difficilement opérationnalisable, et il faudrait le décliner en niveaux intermédiaires partant de questions plus circonscrites à partir desquelles le travail d'objectivation est envisageable. Par exemple, en retenant quelques domaines au sein desquels des pratiques d'échanges directs et indirects existent entre chercheurs en SIC et professionnels, on pourrait interroger les lexiques des uns et des autres, analyser la façon dont ils sont ignorés, repris, déformés dans les discours professionnels généraux ou en situation de travail et les discours savants, mais aussi dans les enseignements (on pense ici plus particulièrement à des domaines comme le journalisme ou la communication organisationnelle). Ou alors se demander comment tel ou tel programme de recherche national ou international concernant les SIC est construit implicitement et explicitement, par quelles autorités, en fonction de quelles attentes ? Comment, par qui et en direction de qui (équipes, chercheurs, réseaux) a-t-il été mis en œuvre ? *Quid* des publications auxquelles il a donné lieu ? On fera d'ailleurs ici

volontiers l'hypothèse que les disciplines qui travaillent empiriquement et théoriquement sur la relation production/réception ne sont pas les plus mal placées pour engager le processus réflexif sous cet angle. Pour une fois, les SIC peuvent se trouver aux fauteuils d'orchestre, pour peu que leurs ressortissants veuillent bien s'en donner la peine.

- 52 On peut également s'interroger sur des types de réception autres que la réception sociétale. Par exemple, la réception par une ou des disciplines de théories produites dans une autre discipline ou un autre pays. Ainsi l'auteur de ces lignes est-il en train d'étudier la réception des théories nord-américaines sur la communication de masse dans la période comprise entre le milieu des années 1960 et le milieu des années 1970 (et donc avant la création des SIC) à partir d'un corpus d'ouvrages publiés par des universitaires français. Schématiquement, il s'agit de se demander qui cite qui et quoi et comment les auteurs font usage des théories (la plupart les présentent partiellement, quelques-uns mettent plus ou moins certaines d'entre elles en perspective, peu les discutent véritablement). On voit également se dessiner trois groupes d'usagers : ceux qui sont préoccupés ou intéressés par la création d'une nouvelle discipline, ceux qui se situent fondamentalement dans le cadre d'une discipline existante et ceux qui, agissant en braconniers du savoir, se positionnent dans les interfaces avec l'intention de ne pas se laisser annexer par un quelconque champ disciplinaire.

Prendre en compte « l'après » onction académique

- 53 Les interrogations formulées supra relativisent fortement la querelle sur la noblesse des origines, sans pour autant tomber dans deux excès :
1. le pragmatisme vulgaire : l'important, c'est en fin de compte d'avoir réussi ; autrement dit, doit être considérée comme discipline académique celle qui a su et pu en obtenir le statut ;
 2. le relativisme absolu : toutes les origines se valent et toutes les SHS sont in fine équivalentes au regard de leurs régimes de scientificité, de leur rapport à l'interdisciplinarité, de leur rôle social...
- 54 Une fois qu'on a interrogé les origines des disciplines récentes, il importe de mettre en évidence ce qui s'est passé cognitivement et socialement dans les années qui ont suivi leur sacre académique. Sont-elles parvenues, et dans l'affirmative jusqu'à quel point, à répondre au pari accepté souvent à la hâte par l'État au nom de la société ? Sur le plan cognitif, cela suppose que l'on établisse, domaine par domaine, des cartographies et des bilans précis et raisonnés des questions vives dont on s'est prétendu porteurs et de leur traitement en explicitant les apports spécifiques, c'est-à-dire ceux qui auraient été impossibles ou plus aléatoires, plus lents ou plus difficiles si l'on était resté dans les anciennes configurations disciplinaires. Au passage, on aura sans doute apporté des éclairages utiles sur la façon « concrète » (car observable et observée) dont on pratique la multidisciplinarité ou sur les tensions entre recherche et professionnalité. Sur cette dimension cognitive, et malgré les réserves exposées par l'auteur (voir *supra*), on peut se reporter à l'esquisse de cartographie dressée par Yves Jeanneret à partir des résumés des contributions au douzième Congrès de la SFSIC (Jeanneret, 2001-2002). On peut aussi renvoyer aux travaux entrepris ici ou là par quelques revues, et en particulier au numéro thématique d'*Hermès* intitulé « Les sciences de l'information et de la communication. Savoirs et pouvoirs » (2004). Chacun comprendra aisément que ce travail est un exercice au long cours, par ailleurs difficilement programmable. Il est par

contre possible, dans un terme relativement rapproché, d'amorcer — même de façon volontariste — la réalisation d'une cartographie dans deux ou trois domaines au sein desquels les chercheurs sont suffisamment nombreux et mobilisables car sensibilisés à cette thématique. Or de tels travaux pourraient donner des idées à d'autres...

- 55 Sur le plan social, cela implique que l'on dresse des cartes et des bilans des systèmes de publication, des lieux et des réseaux de recherche, des lieux et des programmes d'enseignement, des systèmes d'allocation des ressources, de l'activité des sociétés scientifiques, du fonctionnement du CNU et de l'évolution de ses critères de choix... En dehors de la production d'information précise que l'on pourrait opposer aux approches impressionnistes qui traversent régulièrement le champ et de la mise en évidence de phénomènes peu traités comme les effets sociaux de discipline¹⁹, nul doute que de tels travaux permettraient de mieux comprendre le processus complexe d'institutionnalisation sociale qui reste largement une *terra incognita*. Si elle est sans doute moins délicate à réaliser que la cartographie cognitive, cette mise en carte du social se heurte néanmoins à un obstacle de taille : le faible intérêt des chercheurs français — en dehors des sociologues, et encore — pour l'étude des dimensions sociales de leur propre discipline.

Conclusion

- 56 En résumé, l'institutionnalisation n'est pas un processus linéaire et monolithique, identique d'une discipline à l'autre, dans lequel des invariants ou des universaux abstraits joueraient un rôle déterminant. Bien que l'épistémologie dominante (car spontanée ?) fournisse un ciment commode pour toutes les reconstructions rétrospectives, les études historiques font apparaître que chaque discipline est d'une certaine façon un cas, même si des voisinages peuvent et doivent être pointés. Le processus d'institutionnalisation varie selon les disciplines suivant l'emplacement de chacune sur l'axe fondation/mutation suggéré par Judith Schlanger, mais aussi selon les modes d'articulation entre le cognitif et le social, l'espace et le temps, les formes et l'intensité de leur réception sociale. De sorte qu'il n'est pas en tout lieu et en tout temps nécessaire d'atteindre un « certain » niveau, toujours délicat à dater et à définir, pour que la reconnaissance de la communauté scientifique et de la société puisse être qualifiée de « légitime ». Mais alors, il est de la responsabilité collective et individuelle de la « communauté » ainsi mise en visibilité de faire en sorte que l'adoubement étatique soit le catalyseur de l'accélération du processus de construction sociale et cognitive. La définition, puis la mise en œuvre d'un programme de recherche autour de l'institutionnalisation cognitive et sociale peuvent, en raison des débats que celui-ci suscite inévitablement et à condition d'être porté par une fraction significative du champ, accélérer la dynamique instituante.

BIBLIOGRAPHIE

- BALLE, F., et J.-G. PADIOLEAU (dir.) (1973), *Sociologie de l'information, textes fondamentaux*, Paris, Larousse. (Coll. « Sciences humaines et sociales ».)
- BLOOR, D. (1982), *Sociologie de la logique ou les limites de l'épistémologie*, Paris, Pandore. [Édition originale, 1976, *Knowledge and Social Imagery*, London, Routledge & Kegan.]
- BOUILLOUD, J.-Ph. (2002), « Sciences sociales et demande sociale. Pour une méthodologie de la réception », *Sciences de la société*, n° 49, p. 167-178.
- BOURDIEU, P. (1984), *Homo academicus*, Paris, Éditions de Minuit.
- BOURDIEU, P. (1994), *Raisons pratiques*, Paris, Seuil.
- BOURE, R. (1999), « Les SIC à la recherche de la connivence scientifique », *Dossiers de l'audiovisuel*, n° 85, p. 54-56.
- BOURE, R. (dir.) (2002a), *Les origines des sciences de l'information et de la communication. Regards croisés*, Lille, Presses universitaires du Septentrion. (Coll. « Communication ».)
- BOURE, R. (2002b), « Quelle histoire pour les sciences de l'information et de la communication ? », dans R. Boure (dir.), *Les origines des sciences de l'information et de la communication. Regards croisés*, Lille, Presses universitaires du Septentrion. (Coll. « Communication ».)
- CAILLÉ, A. (1997), « Présentation », *Recherches-La Revue du MAUSS*, n° 10, p. 5-20.
- CAIRE, G. (1995), « D'où venons-nous, qui sommes-nous, où allons-nous quand nous faisons l'histoire de la pensée économique ? », *Les Cahiers Charles Gide*, n° 1, p. 23-56.
- CASTORIADIS, C. (1975), *L'institution imaginaire de la société*, Paris, Seuil.
- COCHOY, F. (1999), *Une histoire du marketing. Discipliner l'économie de marché*, Paris, La Découverte.
- COMITÉ NATIONAL D'ÉVALUATION (CNE) (1993), *Les sciences de l'information et de la communication*, Paris, Service des publications du CNE.
- COMMUNICATIONS (1992), « Les débuts des sciences de l'homme », n° 54.
- DAVALLON, J., J. LE MAREC et D. BROCHU (2000), « Le sens commun des SIC : multiculturalisme ou intégration », *La Lettre d'Inforcom*, n° 58, p. 12-15.
- DOSSIERS DE L'AUDIOVISUEL (1999), *La recherche en information et communication en France*, n° 85.
- FOURCADE-GOURINCHAS, M. (2002), « Les économistes et leurs discours. Traditions nationales et science universelle », *Sciences de la société*, n° 55, p. 22-39.
- GIBBONS, M., et al. (1994), *The New Production of Knowledge. The Dynamics of Science and Research in Contemporary Societies*, London, Sage.
- GIDDENS, A. (1987), *La constitution de la société*, Paris, Presses universitaires de France. (Coll. « Sociologies ».)
- HERMÈS (2004), « Les sciences de l'information et de la communication », n° 38, numéro coordonné par Yves JEANNERET et Bruno OLLIVIER.
- INGRAO, B., et G. ISRAEL (1990), *The Invisible Hand. Economic Equilibrium in the History of Science*, Londres, MIT Press.

- JAUSS, H. R. (1978), *Pour une esthétique de la réception*, Paris, Gallimard.
- JEANNERET, Y. (2001-2002), « Les sciences de l'information et de la communication : une discipline méconnue en charge d'enjeux cruciaux », *La Lettre d'Inforcom*, n° 60, p. 3-45.
- LAHIRE, B. (1998), *L'homme pluriel. Les ressorts de l'action*, Paris, Nathan. (Coll. « Essais et recherches ».)
- LALLEMENT, J. (2002), « À la recherche des objets de l'économie », *Sciences de la société*, n° 55, p. 8-20.
- LATOUCHE, S. (1995), « La construction de l'imaginaire économique », *Les Cahiers Charles Gide*, n° 1, p. 149-170.
- LEVAN-LEMESLE, L. (1993), « L'enseignement de l'économie politique en France, 1860-1939 ». Thèse de doctorat, Paris, Université Paris 1.
- LOURAU, R. (1970), *L'analyse institutionnelle*, Paris, Éditions de Minuit.
- LURÇAT, F. (1997), « Pour une épistémologie négative. Disciplines et frontières », *Recherches-La Revue du MAUSS*, n° 10, p. 155-166.
- MARCO, L. (2001), « Le cocotier des économistes français avant la réforme de 1968. Éléments pour l'histoire des 5^e et 6^e sections du CNU », *Les Cahiers de recherche du GRIMM*, n° 2001/02.
- MÉNARD, C. (1981), « La machine et le cœur. Essai sur les analogies dans le raisonnement économique », dans A. LICHNEROWICZ, F. PERROUX et G. GADOFFRE (dir.), *Analogie et connaissance*, tome 2, p. 137-161.
- MERTON, R. K. (1973), *The Sociology of Science. Theoretical and Empirical Investigations*, Chicago, University of Chicago Press.
- MEYRIAT, J., et B. MIÈGE (2002), « Le projet des SIC : de l'émergent à l'irréversible (milieu des années 1960-milieu des années 1980) », dans R. BOURE (dir.), *Les origines des sciences de l'information et de la communication. Regards croisés*, Lille, Presses universitaires du Septentrion, p. 45-70.
- MIROWSKI, P. (1989), *More Heat than Light. Economics and Social Physics, Physics as Nature's Economics*, Cambridge, Cambridge University Press. [Traduction française (2001), *Plus de chaleur que de lumière*, Paris, Economica.]
- NEVEU, É., et R. RIEFFEL (1991), « Les effets de réalité des sciences de la communication », *Réseaux*, n° 50, p. 11-39.
- OLLIVIER, B. (2000), *Observer la communication. Naissance d'une interdiscipline*, Paris, CNRS Éditions. (Coll. « CNRS communication ».)
- PASSERON, J.-C (1986), « Les sciences sociales : unité et diversité », dans M. GUILLAUME (dir.), *L'état des sciences sociales en France*, Paris, La Découverte. (Coll. « L'état du monde ».)
- PERROT, J.-C. (1992), *Une histoire intellectuelle de l'économie politique*, Paris, Éditions de l'EHESS.
- RECHERCHES EN COMMUNICATION (1999), « Un demi-siècle d'études en communication », n° 11, Paris.
- RECHERCHES-LA REVUE DU MAUSS (1997), « Guerre et paix entre les sciences. Disciplinarité, inter et transdisciplinarité », n° 10.
- SCHLANGER, J. (1992), « Fondation, nouveauté, limite, mémoire », *Communications*, n° 54, p. 289-298.

SCIENCES DE LA SOCIÉTÉ (2002), « La légitimation du discours économique », n° 55.

SCIENCES DE LA SOCIÉTÉ (2002), « Production scientifique et demande sociale », n° 49.

SFSIC (1994), Les fondateurs de la SFSIC : Robert Escarpit et Les fondateurs de la SFSIC : Jean Meyriat, Paris, Éditions SFSIC.

SOLLA PRICE, D. J. de (1963), *Little Science, Big Science*, New York, Colombia University Press.
[Traduction française (1972), *Science et suprascience*, Paris, Fayard.]

TÉTU, J.-F. (2002), « Sur les origines littéraires des sciences de l'information et de la communication », dans R. BOURE (dir.), *Les origines des sciences de l'information et de la communication. Regards croisés*, Lille, Presses universitaires du Septentrion, p. 71-94.

WITHLEY, R. (1974), « Cognitive and social institutionalization of scientific specialities and research areas », dans R. WITHLEY (dir.), *Social Process of Scientific Development*, London, Routledge & Kegan, p. 69-95.

WITHLEY, R. (1984), *The Intellectual and Social Organization of the Science*, Oxford, Clarendon Press.

NOTES

1. Plus que les sciences de la nature dont l'universalité s'appuie sur de forts points d'ancrage, les sciences humaines et sociales sont autant dépendantes de leur contexte spatio-temporel d'inscription que des appareillages théoriques et méthodologiques. Ainsi, par exemple, les objets disciplinaires ont été et sont encore, à un degré moindre cependant compte tenu de l'internationalisation croissante de la production et des échanges scientifiques, largement pensés dans un cadre culturel national.
2. Pour une analyse des effets de réalité des théories de la communication, voir Neveu et Rieffel (1991).
3. En fait, si l'on prend en compte les professeurs sans chaire et les agrégés du supérieur, ce sont 59 professeurs ou quasi-professeurs (dont aucune femme) qui exercent dans les facultés de droit en 1945. À la même date, les professeurs de droit — discipline canonique — sont 210 (dont deux femmes), mais il n'y a que quatre chaires de sociologie (deux à la Sorbonne — la troisième ne sera créée qu'en 1955 —, une à Bordeaux — un moment occupée par Durkheim — et une à Strasbourg) et trois chaires d'ethnologie (Paris, Lyon et Bordeaux).
4. Voir sur ce point les collections des *Cahiers de l'ACGEPE*, puis des *Cahiers Charles Gide* qui leur ont succédé en 1995, ainsi que les articles consacrés à l'histoire de l'économie ou de la pensée économique par la *Revue économique*, la *Revue d'économie politique* et *Économies et sociétés*, sans oublier les travaux français de Ménard (1981), Perrot (1992) ou Levan-Lemesle (1993), ni ceux de chercheurs anglo-saxons qui ont été abondamment discutés (Mirowski, 1989 ; Ingrao, Israel, 1990). On pourra également se reporter à plusieurs numéros des trois séries de la *Revue du MAUSS* ainsi qu'au numéro 55 de *Sciences de la société* dédié à *La légitimation du discours économique* (2002).
5. Pour sa part, la science politique, qui s'autonomise définitivement en France dans la même période que les SIC, n'a jamais réussi à définir de façon précise son objet (le pouvoir ? les institutions politiques ? l'État ? la sphère politique légitime ?). Elle aussi d'ailleurs a des origines cognitives incertaines et plus ou moins lointaines selon les analystes (Bodin ? Montesquieu ? Tocqueville ? Siegfried ?). Et si son institutionnalisation sociale est relativement ancienne (l'École libre des sciences politiques est fondée en 1871, des cours sont créés dans les facultés de droit dès la fin du XIX^e siècle), elle a été longtemps ralentie par le contrôle exercé par les juristes (l'agrégation du supérieur, élément déclencheur de l'autonomie, n'est créée qu'en 1971).

6. Mais on a pu aussi définir l'économie comme la science des échanges (elle serait une science « catallactique » analysant ce qui se passe entre la main qui reçoit et la main qui donne) ou celle des prix, ou encore celle des choix efficaces ou opportuns (mais alors, on revient sur des dimensions qui renvoient à la richesse : rareté des biens, inadaptation aux besoins *hic et nunc*...).
7. Cette justification par les procédures est contestée par les économistes hétérodoxes qui, schématiquement, lui reprochent de se référer non pas à la physique (le plus souvent) ou à la biologie, mais à une conception de ces disciplines qui légitime leur propre conception de l'économie. Étant entendu qu'il s'agit dans l'immense majorité des cas d'une physique ou d'une biologie sans expérimentation, que les physiciens et les biologistes sont fondés à ne pas reconnaître.
8. Nous ne soutenons pas ici la thèse selon laquelle l'économie se réduirait à des discours et les travaux des économistes à une succession d'arguments rhétoriques dans lesquels les concepts des sciences de la nature feraient office de métaphores. Nous entendons seulement souligner, d'une part, que la science économique en important — parfois avec bonheur — des manières de faire, des concepts et des théories des sciences de la nature n'a pas pour autant complètement perdu sa dimension « politique », ce qui contribue à la rattacher aux SHS ; d'autre part, que cette importation s'est accompagnée de discours réitérés et assourdissants destinés à emporter la conviction du champ scientifique, économistes compris.
9. De façon significative, une des premières décisions du Comité consultatif des universités, organe chargé principalement de délivrer les visas d'entrée et de gérer les carrières, a été de définir le périmètre des SIC à la fois pour des raisons de fond (établissement de frontières cognitives avec les autres disciplines) et des raisons pratiques (définition des critères permettant de recruter et de promouvoir). Ce périmètre sera par la suite précisé à plusieurs reprises afin de tenir compte de l'évolution des champs scientifiques et de la maturation croissante des SIC.
10. Souvent, mais pas toujours. Ainsi, par exemple, Robert Escarpit est un spécialiste de réputation internationale en littérature comparée. Mais il est vrai que cette discipline ne jouit guère de l'estime des spécialistes français des lettres modernes ou des lettres anciennes, et derrière eux de l'École normale supérieure dont sont issus leurs plus beaux fleurons.
11. Il faut également signaler les nombreux travaux français sur la presse écrite et le cinéma, sans oublier ceux, très différents mais tous fort peu disciplinaires et disciplinés, de Barthes (*Mythologies* est publié en 1957), Moles et Eco (rapidement traduits en français), qui joueront, à des degrés divers, le rôle de catalyseurs ou d'inducteurs dans les années 1960-1970.
12. Dans les années 1950-1960, Edgar Morin est l'auteur d'ouvrages importants dans le champ de l'étude des médias comme *Le cinéma ou l'homme imaginaire* (1956), *Les stars* (1957), *L'esprit du temps. Essai sur la culture de masse* (1962) et *La rumeur d'Orléans* (1969). On peut également citer d'autres auteurs, certains ayant joué un rôle dans la création de la SFSIC : Jules Gritti (*Mass media*, 1966 ; en collaboration avec Michel Souchon, *La sociologie face aux médias*, 1968), Jean Schwoebel (*La presse, le pouvoir et l'argent*, 1968), Violette Morin (*L'écriture de presse*, 1969), Olivier Burgelin (*La communication de masse*, 1970)... Sans oublier les 24 premiers numéros de *Communications* parus entre 1961 et 1975, certains ayant marqué durablement le champ.
13. Ce professeur à la Sorbonne, membre de l'Institut et ancien vice-président de l'Association des sociologues de langue française, est également très actif dans le monde des médias : après avoir été administrateur de l'ORTF, il sera le premier président de la chaîne de télévision TF1. On lui doit aussi des ouvrages souvent cités dans les années 1970 comme *Sociologie de la radio-télévision* (1969), *Les pouvoirs de la télévision* (1970) et *La société de l'ubiquité* (1972). Pour mémoire, on rappellera qu'il a toujours été très hostile à la reconnaissance des SIC.
14. Sur tous ces travaux, on peut se reporter à *Recherches en Communication* (1999), Ollivier (2000), Tétu (2002), Hermès (2004) et pour une bibliographie détaillée sur la période 1945-1972, on consultera le « Supplément bibliographique » de l'ouvrage édité par Francis Balle et Jean-Gustave

Padioleau (préface de Jean Cazeneuve) qui réunit pas moins de 710 références, dont le cinquième sont francophones (1973).

15. « Naturellement », car nous avons à ce jour repéré davantage de pétitions de principe que de démonstrations épistémologiques.

16. Passeron distingue deux types de SHS : les disciplines à objet large et à ambition synthétique (sociologie, anthropologie, histoire...) et les disciplines particulières spécialisées (linguistique, démographie, psychologie, économie), les secondes parvenant davantage que les premières à construire des modèles.

17. Ainsi, sur le plan cognitif, la tradition allemande laisse une grande place à l'analyse historique, la tradition anglaise, aux mathématiques, la tradition nord-américaine s'éloigne de plus en plus de l'influence allemande pour aller vers l'empirisme quantitatif, tandis que la tradition française est écartelée entre ces trois modèles (Fourcade-Gourinchas, 2002). Des économistes comme Albert Aftalion ou François Perroux qui ont fortement marqué socialement et cognitivement leur époque symbolisent cette volonté de rattacher l'économie à la fois à la connaissance « pure », car conceptualisée et modélisée, et à la connaissance par rapport à des faits historiques observables. Autre exemple significatif : en France, l'économie politique est, tant au CNRS qu'à l'Université, rattachée à l'économie, alors qu'aux États-Unis, elle est une branche de la science politique.

18. Très schématiquement, ces auteurs opposent deux modes de production des connaissances désormais concurrents : le mode 1, traditionnel, dans lequel la recherche est largement entre les mains de la communauté scientifique, et le mode 2, apparu dans les années 1940, qui implique l'intervention accrue d'acteurs extérieurs au champ scientifique (transformation et accentuation de la demande sociale), le développement de l'interdisciplinarité et la multiplication de sites de production en dehors de l'enseignement supérieur traditionnel, et donc une atténuation de l'autonomie relative des disciplines.

19. Cette expression, au demeurant peu usitée, désigne aussi bien les manifestations sociales du corporatisme disciplinaire que les prises de position, programmes ou décisions qui, par-delà la volonté affirmée de reproduire des professionnels de la communication, de l'économie ont principalement pour objet ou pour conséquence de verrouiller socialement la clôture avec les autres disciplines.

RÉSUMÉS

À partir de la mise en perspective des discours tenus sur l'institutionnalisation de deux disciplines que tout semble opposer — les sciences de l'information et de la communication et l'économie —, cet article remet en cause une vulgate largement répandue dans le champ scientifique français : il existe un mode « normal » d'institutionnalisation des disciplines qui permet de délivrer un label de scientificité. Puis, il propose une autre « manière de faire » susceptible de déboucher sur un programme de recherche dont certaines dimensions peuvent être rapidement mises en œuvre dans les sciences de l'information et de la communication françaises.

Starting from a portrait of discourses held on the institutionalization of two disciplines which seem completely opposed — the sciences of information and communication, and economics — this article puts the largely held assumption in the French scientific field that there exists a «

normal » mode of institutionalization of disciplines which allows us to endow them with the label of scientific into question. The paper proposes another « way of doing » which might lead the way to a research program in which certain dimensions may be rapidly put to work in the French sciences of information and communication.

A partir de la puesta en perspectiva de los discursos relativos a la institucionalización de dos disciplinas que parecen oponerse, es decir, las ciencias de la información y comunicación y la economía, este artículo pone en tela de juicio la versión ampliamente difundida en el campo científico francés en el sentido de que existe un modo « normal » de institucionalización de las disciplinas que permiten otorgar una marca de cientifismo. El autor propone otra « manera de hacer » que podría dar como resultado un programa de investigación del cual algunos aspectos pueden ser puestos rápidamente en obra en las ciencias de la información y comunicación en lengua francesa.

INDEX

Keywords : France, history of science, institutionalization, research program, scientific discipline

Palabras claves : disciplina científica, Francia, historia de la ciencia, institucionalización, programa de investigación

Mots-clés : discipline scientifique, France, histoire des sciences, institutionnalisation, programme de recherche

AUTEUR

ROBERT BOURE

Robert Boure est professeur de sciences de l'information et de la communication, Laboratoire d'études et de recherches appliquées en sciences sociales (LERASS), équipe Médiapolis, Université Toulouse 3. Courriel : boure@lerass.iut-tlse3.fr

Art & Web

Enquête sur les usages de 12 sites d'artistes

Geneviève Vidal

- 1 En s'appropriant Internet, les artistes diversifient les facettes de l'interactivité, ce qui n'est pas sans plaire aux internautes friands d'innovations, et pourtant à la recherche de repères. Sur leurs sites Web, les artistes mettent en scène le réseau des réseaux, exploitent ses spécificités et de nouvelles possibilités esthétiques, tentent de « jouer complètement et librement sur le mode interactif (produire du sens au cours de la communication) » (Couchot, 2002) et proposent une posture interactive à l'égard de leurs œuvres. Ainsi, « les frontières entre l'œuvre, l'auteur et le(s) destinataire(s) tendent à s'estomper » et « l'art du web serait un art de la conversation » (Couchot, 2002). De fait, la réception de l'art en ligne ou selon diverses appellations — cyberart, webart, netart — se compose dans le cadre d'une histoire et d'une sociologie de l'art (Heinich, 2001). Des tentatives de typologies témoignent de la difficulté de cerner la création sur Internet. Tout en prenant en compte la potentielle évolution permanente des œuvres en ligne, une proposition de typologie s'appuie sur les formes des œuvres

[...] fermées [...] autonomes dont les liens et les nœuds sont internes à l'œuvre [et] ouvertes, c'est-à-dire qu'elles utilisent d'autres pages, sites, images, etc. existant ailleurs sur le réseau, et conçus par d'autres, vers lesquels renvoient les liens établis par le créateur (Bureaud, 1998).
- 2 Une autre définit les sites de création comme des sites présentant des œuvres qui utilisent les spécificités et qualités d'Internet, fondées sur la « virtualité, immatérialité, multiplicité », comme des sites présentant des œuvres qui « [...] s'intéressent et explorent exclusivement les interfaces visuelles, prolongeant une recherche plastique [ou] des sites faisant appel à l'internaute dans le processus créatif » (Frespech, 2002). Les œuvres d'art sur Internet sont également pensées comme des « processus algorithmiques [...] de nature symbolique » (Popper, 1993).
- 3 Dans ce contexte d'émergence d'expressions artistiques, une double question se pose : comment les internautes consultent-ils les sites d'artistes et dans quelle mesure l'accès aux œuvres interactives peut-il être mis en relation avec les contraintes et potentialités techniques, leurs pratiques culturelles et informatiques ?

- 4 Nous avons dès lors voulu vérifier les deux hypothèses suivantes :
- les internautes se réfèrent à leur cadre d'usages informatiques et de connaissance des arts pour consulter les sites d'artistes ;
 - ils développent par ailleurs des postures interactives distinctes et complexes selon leur expérience en ligne avec les œuvres.
- 5 Pour ce faire, nous avons mené une étude par enquête d'usages de 12 sites Web d'artistes durant deux mois auprès de 32 internautes rencontrés à deux reprises. Chacun consultait trois sites.
- 6 Une démarche qualitative, puisée dans l'approche de l'appropriation sociale des technologies d'information et de communication (Jouët, 2000), a été adoptée, de façon à observer les usages et à recueillir les propos tenus (au cours des consultations qui duraient en moyenne 13 minutes par site et lors des entretiens d'une durée moyenne de 20 minutes, immédiatement après la consultation des 3 sites proposés) par les internautes rencontrés. Ces derniers n'avaient pas de tâches prescrites, ils naviguaient à leur gré sur les sites indiqués par l'observateur. L'observateur était assis à côté de l'utilisateur, dans différents lieux : des espaces publics (université, bibliothèque, cybercafé) et des espaces privés (domicile, lieu de travail de l'utilisateur).
- 7 Dès lors, les usages ont été étudiés dans le contexte des pratiques Internet des usagers (Proulx, 1994), afin de relever les contournements, les résistances, voire les rejets (Vitalis, 1994). À l'heure où l'on prône la liberté des internautes, il nous a semblé important de veiller sur les réalités des usagers qui ne disposent que de quelques « ruses » (de Certeau, 1980/1990) face au poids de l'offre en ligne, avec laquelle cependant l'usager négocie.

Tableau 1. Les pratiques Internet des usagers

Hôtesse d'accueil	Jodi http://www.jodi.org - une œuvre
Collégien	Leciestbleu http://www.lecielestbleu.com - plusieurs œuvres de plusieurs artistes
Retraité	Turux http://www.turux.org - plusieurs œuvres d'un artiste
Secrétaire	
Informaticien	
Étudiante 1 et Étudiant 1	
Enseignante 1	
4 femmes et 4 hommes	
5 jeunes et 3 adultes ¹	
Temps moyen de consultation/ site : 9, 13, 13 minutes	

Femme au foyer Assistante sociale Étudiant 2, Étudiante 2 et Étudiante 3 Conseiller en communication Sculpteur Enseignant 4 femmes et 4 hommes 4 jeunes et 4 adultes Temps moyen de consultation/site : 13, 12, 15 minutes	Tate/Mongrel http://www.tate.org.uk/netart/mongrel/home/default.htm - une œuvre (dans un site de musée) Adaweb http://adaweb.walkerart.org - plusieurs œuvres de plusieurs artistes Metaorigine http://metaorigine.free.fr/ - plusieurs œuvres d'un artiste
Lycéen Commercial Collégienne Adjointe administrative Étudiant 3 et Étudiante 4 Assistante d'édition Conseiller marketing 4 femmes et 4 hommes 4 jeunes et 4 adultes Temps moyen de consultation/site : 13, 12, 14 minutes	Cityparadigms http://www.cityparadigms.timsoft.com - une œuvre Panoplie http://www.panoplie.org - plusieurs œuvres de plusieurs artistes Présentation http://PRESENTAT.IO-N.NET/ - plusieurs œuvres d'un artiste
Sans emploi Consultant en informatique Enseignante 2 Étudiant 4 Décoratrice Photographe, Étudiante/analyste Concepteur d'expositions 3 femmes et 5 hommes 4 jeunes et 4 adultes Temps moyen de consultation/site : 12, 12,5, 14 minutes	Postal http://postal.free.fr/ - une œuvre Rhizome http://www.rhizome.org - site d'information artistique et accès à plusieurs œuvres de plusieurs artistes Mouchette http://www.mouchette.org - plusieurs œuvres d'un artiste

- 8 Il convient de préciser cette décision méthodologique expérimentale et ethnographique, qui est en adéquation avec la problématique. En effet, si nous n'avions rencontré que des internautes fréquentant des sites Web d'artistes, nous aurions été conduites à analyser prioritairement leurs profils (chercheurs, experts, critiques, artistes), les choix des sites, la façon dont les internautes amateurs d'art sur Internet ont construit leurs pratiques, l'insertion de ces dernières dans celles qui sont préexistantes. Dans un souci heuristique, notre objectif était plutôt d'explorer, par

observations et entretiens qualitatifs, des pratiques émergentes et d'analyser la façon dont les internautes profanes (en matière d'art en ligne) se réfèrent à des cadres d'usages préalables pour découvrir et développer des postures interactives.

- 9 Concrètement, en proposant à quatre groupes de huit internautes, pour la grande majorité ne consultant pas sur Internet des sites d'œuvres et d'artistes (sauf parfois le photographe, le sculpteur, le concepteur d'expositions, l'assistante d'édition, les étudiants 1 et 3), de consulter trois sites présélectionnés, selon un découpage en trois variables : site d'une œuvre, site d'un groupe d'artistes et d'œuvres, site d'un artiste, nous voulions, d'une part, vérifier les cadres d'usages et de pratiques auxquels les internautes se référaient pour découvrir les sites d'artistes et d'œuvres interactives et, d'autre part, étudier les postures interactives développées pour vivre de nouvelles expériences esthétiques.
- 10 Tous les internautes rencontrés étaient prévenus de la démarche et ont accepté le protocole d'enquête. À l'occasion de cet engagement, ils semblaient avoir la curiosité de découvrir des sites d'artistes, être attirés par les expériences interactives. L'observateur n'indiquait aucun délai précis de consultation ; de ce fait, certains s'inventaient leurs règles pour découvrir et consulter, indiquant leurs modes d'usage et leurs représentations d'Internet, de l'interactivité, de l'art et des artistes. Lors de la seconde rencontre, tous se sont imposé la consultation des mêmes sites, alors que l'observateur n'avait donné aucune précision. La seule précision indiquait un écart entre les deux rencontres d'au moins une semaine, sans dépasser un délai d'un mois ; en fait, chaque internaute proposait la date de la seconde rencontre. Nous demandions toutefois s'ils étaient retournés sur les sites d'artistes découverts, entre la première et la seconde rencontre.
- 11 L'analyse des données recueillies est organisée de façon à mettre en valeur les expériences selon, d'une part, les compétences informatiques et la connaissance des arts et, d'autre part, leurs interactions ayant pour conséquence des postures interactives différenciées.

Cadre d'usages informatiques et de connaissance des arts

- 12 Pour consulter les 12 sites du corpus, l'ensemble des internautes rencontrés, dotés de l'habitus (Bourdieu, 1979) impliquant leur culture technique et leurs pratiques culturelles, utilisent barres de navigation, hyperliens et autres icônes ne correspondant pas aux interfaces qui leur sont familières. Leurs usages confirment ainsi le besoin de se repérer pour consulter de nouveaux sites, et plus particulièrement des sites d'artistes.
- 13 L'exemple d'un enseignant visitant le site *Tate/Mongrel* est intéressant à ce titre ; il clique sur la rubrique « Tate Moderne » après avoir sélectionné « Tate Collections », en pensant qu'il y a eu inversion des liens entre Collections et Moderne, étant donné qu'il considère les contenus de la première rubrique comme des œuvres modernes. Cette compétence confirme une connaissance des musées et une capacité de penser la programmation des hyperliens.

Figure 1.



- 14 L'exemple d'une adjoïnte administrative est également intéressant à mentionner : elle change de parcours dans le site *Presentation*, après avoir visualisé une page, en cours de téléchargement, indiquant « 160/1593 ». Elle estime ce temps « trop long » tout en considérant le fait qu'elle ne sait pas « ce qu'il y a derrière, si cela vaut le coup d'attendre ».
- 15 Des tâtonnements et des tactiques pour rechercher des repères sont alors mis en œuvre de la part des internautes, pour connaître petit à petit le site, vraisemblablement pour comprendre le site ou l'œuvre en ligne et donner un sens à leur exploration, n'ayant pas de but précis à priori.
- 16 Certains gardent une page repère (une liste d'artistes, par exemple ; le photographe notamment), se précipitent vers des liens en bas de page (un enseignant), suivent les mouvements du logo du navigateur, scrutent l'URL, ouvrent la source HTML, cherchent une main en guise d'indicateur d'hyperlien (une étudiante/analyste notamment).
- 17 Avec certains sites (les sites proposant des listes/menus, tels que *Rhizome*, *Adaweb*), quelques usagers (étudiante/analyste, conseiller en communication surtout, l'étudiant 4 et l'enseignante 2) adoptent une démarche méthodique, en ouvrant les menus déroulants, en cliquant sur les liens, les images, en commençant de gauche à droite, de haut en bas, selon le mode de lecture linéaire occidentale : « Je veux tout parcourir dans l'ordre. »

Figure 2

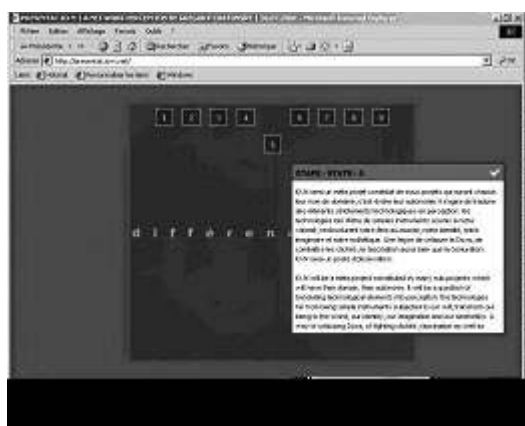


- 18 Les sites sont dès lors pensés comme des stocks où l'on a entreposé des contenus à ouvrir et à parcourir. En procédant de la sorte, les internautes font des bilans des contenus parcourus et désirent ne pas se perdre. Nous pouvons toutefois faire

l'hypothèse que cette démarche systématique relève d'une volonté de se rassurer, en se référant à des usages préalables, au fil de la découverte d'un site sur Internet pensé potentiellement inépuisable. Les usagers adoptant cette démarche consultent les sites, en « balayant » en quelque sorte les contenus ; en effet, ils ne visent pas à approfondir leur consultation mais à « faire le tour » du site.

- 19 L'étudiante/analyste ne va pas au-delà du deuxième niveau de lien dans les rubriques sélectionnées dans *Rhizome*, par exemple. La collégienne et l'adjointe administrative cliquent sur les numéros dans l'ordre (1, 2, 3, 4, 5...) en « feuilletant » le site *Presentation*.

Figure 3

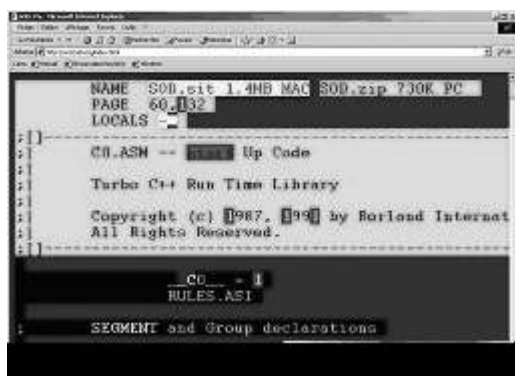


- 20 Lors de sa seconde consultation, le commercial sélectionne les contenus sur la frise (avec le bouton rouge) de *Cityparadigms*, en fonction de ce qu'il avait vu précédemment, sans approfondir. Il cesse de naviguer quand il a le sentiment d'être parvenu à la dernière page du site.
- 21 Malgré ces tâtonnements, nous constatons un manque de repères et de compréhension qui peut être à l'origine d'échecs ou à l'origine de motivations et d'inventions d'usages pour poursuivre et donner sens à leur navigation dans les sites.
- 22 D'un côté, par manque de repères, les internautes désorientés éprouvent un sentiment d'échec, qui peut provoquer un rejet. Certains souhaitent en effet ne pas revenir sur les sites lors de la seconde rencontre ou abandonnent leur consultation en cours.
- 23 L'assistante d'édition considère que *Cityparadigms* « est hyper compliqué et complètement obscur » et l'étudiante 4 estime ne pas avoir compris le site :
- je ne comprends pas [...] peut-être que ce site n'est pas complètement achevé [...] quand tu cliques dessus, tu n'arrives nulle part.
- 24 Le conseiller en communication a du mal à se repérer parmi les animations sur *Metaorigin* : « on ne sait pas si ça commence ou si ça finit. »
- 25 Aux problèmes liés à la désorientation s'ajoute « l'ambiance du site », qui n'encourage pas certains usagers à consulter les sites.
- 26 Sur *Postal*, les usagers qualifient le site : « assez sinistre », « sombre et obscur ». La collégienne, accompagnée de deux amies lors de la seconde consultation, ne comprend pas *Presentation* : « c'est bizarre, ce site, on sait pas à quoi il sert. »
- 27 Dans le cas de *Jodi*, le sentiment d'échec est exacerbé par l'affichage non conventionnel des données.

Je ne trouve pas ça ludique. Ça me fait penser à un programme informatique [...]
j'en ai assez vu,

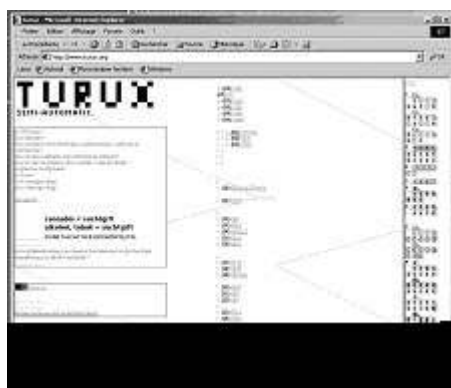
- 28 déclare en colère et mal à l'aise l'enseignante 1. Pour le retraité :
- il n'y a rien de plus illisible, on ne peut même pas reconnaître la page de départ.

Figure 4



- 29 Ce sentiment d'échec donne lieu à deux interprétations :
1. la reconnaissance de la responsabilité de l'utilisateur dans la situation d'échec. L'étudiant 1 estime : « je n'ai pas compris le sens », en parlant de *Turux*. Le retraité, à propos de *Turux* lors de la seconde consultation, s'exclame : « je n'ai toujours pas compris » ;
 2. la non-reconnaissance de cette responsabilité. L'étudiante 1 considère : « ce n'est pas pour moi, cela ne marche pas » en évoquant *Jodi* et *Turux*. « Il y a une faute, une erreur [...] il a un problème, le site », tels sont les propos de l'hôtesse d'accueil en parlant de *Jodi*. Ne trouvant pas d'ascenseur pour descendre dans l'écran central et voir le bas des œuvres dans *Turux*, l'enseignante 1 conclut à un bogue.

Figure 4



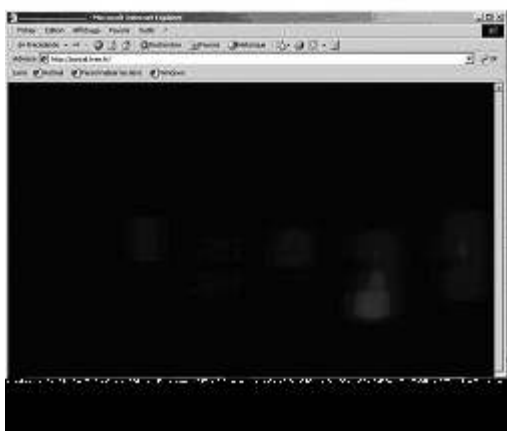
- 30 D'un autre côté, ce manque de repères est à l'origine de motivations et d'inventions d'usages.
- 31 La collégienne cherche un « mode d'emploi » dans *Cityparadigms* : « il n'y a rien expliqué. » Mais en persévérant, elle commence à se repérer avec les sons, tout comme l'étudiante 4 qui écoute attentivement ce qu'elle nomme « les bruits de la ville ».
- 32 Lorsque l'étudiant 4 ne parvient pas à aller au-delà de la page d'accueil dans *Postal*, il s'amuse à dessiner dans l'espace vide (fond noir) avec le curseur des formes « invisibles », au sens où elles n'apparaissent pas sur l'écran : « pour s'amuser, car c'est ennuyeux. »

- 33 L'assistante sociale, ne comprenant pas du tout l'anglais sur le site *Adaweb*, donne un sens à sa navigation avec l'œuvre *Loaded cinq*. À partir des photographies et des noms Lisa et Eddy, elle imagine une histoire d'amour, un récit, tel que l'auteur ne l'avait pas prévu.

Figure 5



Figure 6



- 34 Ces internautes semblent avoir besoin de se situer dans l'espace du site. L'expression « chemin » est à ce titre emblématique de cette posture de consultation qui consiste à partir d'une page (d'un lieu) pour aller vers une autre page/lieu, comme s'il fallait parcourir un ensemble de pages séparant un point de départ et un point d'arrivée. Les internautes définissent et trouvent des objectifs, sans forcément les formuler, au fur et à mesure de leur navigation. Dans un rapport à l'œuvre fondé sur la quête de sens (Heinich, 2001), les internautes associent les contenus des sites à des thèmes évocateurs ou à des titres qui les attirent. Ces usagers approfondissent davantage leur consultation par rapport à ceux qui visent un tour complet des sites.
- 35 L'envie de s'engager dans une relation avec les œuvres conduit les internautes à recourir à une imagerie construite à partir d'éléments familiers. La participation au processus créatif se manifeste donc également par la volonté de lier d'anciens repères du monde avec de nouveaux repères du « monde virtuel ». Il s'agit d'établir une cohérence entre ces deux mondes et les usagers éprouvent un besoin de liens concrets

avec le réel qui fonctionnent comme des repères visuels et symboliques. En fonction de leurs référents culturels, les usagers rencontrés n'utilisent pas les mêmes images.

- 36 Dans *Cityparadigms*, les lignes d'une main représentent pour la collégienne « des lignes de métro ». La métaphore est exprimée spontanément, sans volonté de comprendre un message de l'artiste. Accompagnée de ses amies lors de la seconde consultation, la collégienne s'interroge sur la première interface de *Cityparadigms* : « vous trouvez pas que le plan de la ville, c'est un ciel ? »
- 37 L'adjointe administrative, en découvrant le texte « Sophie Calle » qui s'affiche à l'écran dans *Panoplie*, adopte une posture de lectrice et déclare : « on dirait un bouquin. »
- 38 Dans *Jodi*, l'enseignante 1 clique sur un carré avec deux lignes qui se croisent, qu'elle interprète comme « une enveloppe », dans laquelle elle trouverait peut-être le message secret pour passer les « pages codées ».
- 39 La manière d'appréhender les œuvres en faisant appel à « des règles de jeux » de la part du lycéen, qui joue régulièrement aux jeux vidéo, illustre aussi cette hypothèse d'un recours à une imagerie composée d'éléments familiers, du réel.
- 40 L'étudiante 1 est familière avec les expositions et *Turux* lui « rappelle le style d'une exposition » qu'elle a visitée au Palais de Tokyo (Musée d'art contemporain à Paris).
- 41 Le sculpteur et l'enseignant cliquent, de suite en arrivant sur le site *Tate/Mongrel*, sur « Collections », en référence au musée réel qu'ils connaissent tous deux. D'ailleurs, le sculpteur veut voir ce qu'il peut visiter prochainement à Londres et l'enseignant quant à lui veut revoir des tableaux de Turner qu'il apprécie. Dans *Metaorigine*, le sculpteur dit très rapidement que le nom du site lui « rappelle quelque chose ». Au fil de sa navigation, il rencontre le nom du peintre Courbet. À partir de ce moment, il dit savoir ce à quoi fait référence le site et critique : « le tableau de Courbet est plus beau. »

Figure 7



- 42 Ainsi, en cherchant des repères, les usagers puisent dans leurs connaissances et expériences préalables, afin de consulter de nouveaux sites, de découvrir des œuvres en ligne. Ces premières observations confirment notre première hypothèse. Une seconde série d'observations des données recueillies permet maintenant d'analyser la culture Internet qui conduit les internautes, confrontés à « la nécessité d'une pensée algorithmique » (Balpe, 2000 : 106), à adopter une posture interactive.

Désir d'agir pour développer une posture interactive

- 43 Dotés de compétences informatiques et d'une connaissance des arts variées, les internautes veulent savoir où ils se trouvent dans le site et cherchent à maîtriser la situation de communication médiatisée par ordinateur (CMO, 2001). Pour ce faire, ils se réfèrent aux récentes normes d'usages du Web certes, mais toutefois prégnantes et associées aux critères d'efficacité et de performance. Des internautes acceptent d'être surpris, tentent de se créer de nouveaux repères et sont fiers d'établir une posture interactive.
- 44 Certains usagers développent prioritairement des logiques d'actions pour appréhender les sites, explorer les possibilités de transformation des œuvres interactives.
- 45 Le consultant en informatique explore les sites en sélectionnant tous les liens qu'il découvre, mais ne manifeste aucun intérêt pour le contenu (le sens des œuvres). Toute son attention est focalisée sur l'action, ce qu'il peut faire et comment il peut agir (les conséquences de ses sélections sur les œuvres). Dans le site *Mouchette*, il ne s'intéresse qu'aux signes « mouches », et ce, toujours sur un registre technique : « on ne voit pas les liens, ce n'est pas bien fait. »
- 46 Dans *Jodi*, l'informaticien regarde la source de la page afin de vérifier s'il y a un bogue. Il mène ensuite une autre opération : il copie un extrait des données et le colle dans un courriel pour les voir dans un caractère plus grand. Une fois qu'elles sont agrandies, les données lui apparaissent plus claires : « oui, un programme pour jeu », il en conclut : « c'est du C. »
- 47 Dans tous les sites consultés, le conseiller en communication utilise les menus déroulants et cherche toujours à ouvrir un menu contextuel grâce au bouton droit de la souris pour être dans une position de choix.
- 48 N'arrivant pas à utiliser la fenêtre de *Cityparadigms*, après avoir pourtant rempli la carte de visite (passage obligé pour entrer dans le site), le conseiller marketing revient sur la page d'accueil, par dépit semble-t-il. Et comme pour se rassurer qu'il est performant sur Internet, il clique sur les liens informationnels en bas d'écran. De fait, pour contourner l'accès à l'œuvre qui le déstabilise, il vise des rubriques rassurant ses usages préexistants.

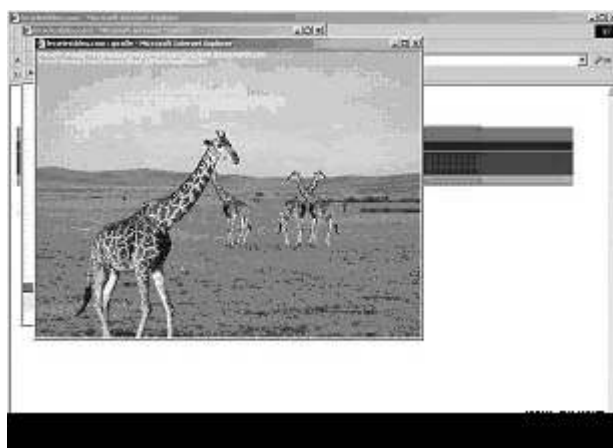
Figure 8



- 49 La collégienne veut pouvoir utiliser le clavardage dans *Cityparadigms*, qu'elle s'est acharnée à télécharger à plusieurs reprises sans résultat, la rubrique « people » ou encore réutiliser son « pseudo » (durant la même consultation). N'y parvenant pas, elle se fâche et son manque volontaire de précaution (clics de souris assez violents) l'entraîne à découvrir des interfaces qu'elle ne cherchait pas. Elle adopte alors une posture de joueur, projetée dans un univers aux règles actualisées par l'affichage des écrans. L'usager se laisse déplacer dans les aléas interactifs, qu'elle provoque et rencontre. La seule raison qui la fait s'interrompre volontairement est le temps (social) qui défile.
- 50 Il semble que les internautes revendiquent une responsabilité dans l'acte de création, dans la mesure où il y a une volonté auctoriale de manipuler les œuvres à leur convenance, de contrôler la situation en ligne et de partager cette responsabilité avec l'auteur du site, et ce, même si le site ne permet pas, de façon fonctionnelle, à l'usager de participer. Les représentations d'Internet — notamment le pouvoir par l'interactivité informatique et la transparence de tout voir — les conduisent en effet à adopter une attitude de prise de pouvoir. Se joue alors la conquête d'une interactivité dont les internautes sont les acteurs, participant à l'évolution de l'œuvre en ligne et dont la définition dépasse la simple possibilité de sélection.
- 51 L'assistante d'édition apprécie dans *Panoplie* le principe de devoir chercher les liens et le sentiment de créer : « c'est moi qui fais la page » dans l'œuvre *Portraits crachés*. Elle choisit les phrases qu'elle souhaite faire apparaître sur la page : « c'est moi qui fais bouger. »
- 52 Quand l'enseignante 1 se rend compte que ses manipulations de la souris agissent sur l'image dans *Leciel est bleu*, elle sourit et déclare : « c'est moi ! » À partir de cette expérience, elle n'attend plus le déclenchement automatique d'une animation après sa sélection, elle intervient dans l'image et s'amuse par exemple à faire courir les girafes, à manipuler un œil. Elle revendique d'ailleurs le fait que c'est elle qui fait « vivre » les personnages et objets en ligne. Elle est fière de se sentir actrice de ce déroulé de multimédias en ligne et plusieurs expériences la ravissent.

- 53 Selon la collégienne, « si ça bouge tout seul, s'il n'y a pas de main, alors on ne peut rien faire » dans un site. Cette adolescente cherche exclusivement à se placer comme coauteure, pour agir sur les œuvres et participer à leur évolution en ligne.
- 54 L'adjointe administrative éprouve un sentiment similaire avec le site *Presentation* ; elle « n'aime pas quand un site s'anime seul ». Aussi, elle dit vouloir jouer, agir (et précise) s'il ne s'agit pas de sites d'information.
- 55 Le collégien apprécie le fait que son mouvement « fasse bouger les croix » pour une œuvre de *Turux*. Ce qui intéresse l'adolescent, c'est de pouvoir agir, de « pouvoir faire quelque chose ». Pour l'œuvre *Clarinet Demo* dans le site *Lecielestbleu*, il explique qu'il compose lui-même la mélodie, grâce à la façon dont il déplace les danseuses. Il s'identifie à l'auteur de la musique.
- 56 L'étudiant 1, dès la première consultation, s'attarde uniquement sur les œuvres interactives du site *Turux*, sur lesquelles il pense avoir un rôle à jouer. Il s'interroge sur ce que son action produit sur l'œuvre : « on va voir ce que cela donne si je fais cela. » Il apprécie ce site dont il considère les œuvres comme « plus que des peintures vivantes, même si les contraintes sont toujours délimitées par l'auteur ».
- 57 Le retraité souhaite lui aussi pouvoir intervenir, mélanger ce qu'il nomme « les différentes animations » dans *Turux* pour pouvoir créer son œuvre à partir de celles qui sont proposées. Il s'interroge sur sa propre participation : « qu'est-ce que je fais ? Comment cela agit ? » De même apprécie-t-il, dans le site *Lecielestbleu*, avec l'œuvre *Cellos* de pouvoir composer « soi-même le mouvement », même si « il faut se concentrer pour y arriver ». Il évoque la présence de murs (limites de l'écran) pour comprendre comment il fait exploser un insecte : « c'est quand je le lâche ou quand je le projette sur un mur que cela explose » dans l'œuvre *Lucarnus servus*. Il se demande, concernant *Flying Girafes*, s'il peut « faire rentrer les girafes les unes dans les autres ». Il veut distinguer ce qui relève de son action sur l'œuvre : « est-ce que c'est moi qui décide ou est-ce que c'est lui [l'auteur du site] ? »

Figure 9



- 58 Pour plusieurs usagers rencontrés (étudiante/analyste, enseignante 1, collégienne, adjointe administrative, secrétaire, retraité, conseiller en communication), il s'agit d'expériences d'interactivité inédites. Mais, pour tous les internautes, il est important d'explorer les sites à leur guise et s'ils ont le sentiment d'être dans l'impossibilité d'agir, ils n'apprécient pas, sont mal à l'aise, agacés et vexés.

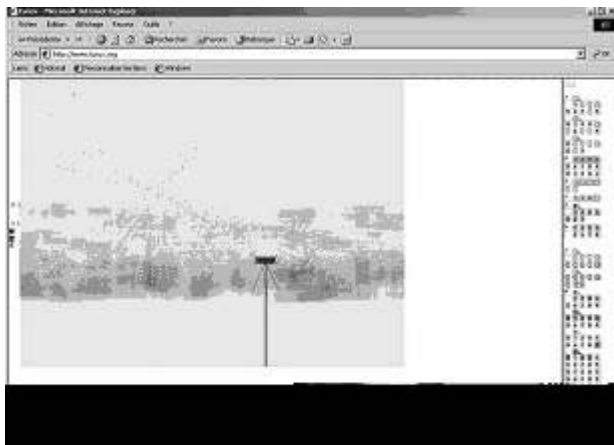
- 59 L'hôtesse d'accueil s'étonne de ne pas pouvoir agir sur le choix de la direction que va prendre le personnage de l'œuvre *Paper Dream*, dans le site *Lecielestbleu*. Elle souhaiterait aller vers la droite alors qu'elle ne peut aller que vers la gauche. Dans son expérience se manifeste un désir d'autonomie.
- 60 L'étudiante 2 clique sur la première photographie de *Metaorigine* et la referme aussitôt. Mais, elle s'aperçoit qu'elle réapparaît sous une autre forme. Elle s'énerve, car elle a le sentiment d'être obligée de regarder ce qu'elle ne souhaite pas : « on m'oblige ! »
- 61 La femme au foyer refuse d'être guidée sur *Adaweb* et réagit mal devant l'œuvre *Vertical blanking interval*, car à plusieurs reprises le mot « submit » apparaît. Face à cette injonction, elle décide de cesser de naviguer sur ce site.
- 62 Dans *Cityparadigms*, la collégienne exige pouvoir sélectionner sa couleur préférée (comme l'adjointe administrative et le conseiller en communication) dans la carte de visite à remplir avant d'entrer dans le site. Elle veut que son action soit prise en compte dans le cadre d'une cohérence en termes de question/réponse, entre le client et le serveur, l'utilisateur et l'interface.
- 63 En nous appuyant sur cette volonté d'autonomie observée, nous pouvons faire l'hypothèse que l'utilisateur s'émancipe en s'appropriant l'œuvre et en tentant de contourner les possibilités prescrites, les contraintes imposées par l'auteur, pour créer son propre parcours.
- 64 L'enseignante 2 intervient dans l'ordre de défilement des pages dans *Postal* pensé par l'auteur, en changeant les numéros de page dans l'adresse URL. Ainsi, elle contrôle « ce récit d'un voyage abstrait » en inversant à sa guise les étapes : début, milieu, fin. Cette initiative est née d'une impatience (lenteur du défilement des phrases selon elle), en accélérant l'ordre des numéros. Mais la voix se trouve décalée par rapport au contenu visuel, créant un tout autre contexte de consultation. De fait, elle contourne le chemin prévu dans les pages du site par l'artiste.
- 65 Dans *Panoplie*, l'étudiant 3 visionne à deux reprises une œuvre et déclare : « Et dire que je n'ai jamais vu la mer. » La première fois, il se laisse guider par la vitesse et le cadrage prévus pour cette vidéo. Mais en apercevant une image fugace (selon lui : une femme qui semble inanimée), il souhaite revenir une seconde fois sur cette œuvre pour vérifier s'il s'agit bien d'une femme : « je veux voir si on peut aller saisir l'image de cette fille. » Pour cela, il utilise la fonction zoom dans le navigateur, ce qui rallonge le temps initialement prévu de visionnage et modifie l'image appréhendée puisqu'elle est grossie. En outre, il contrôle son déroulement, tout en approfondissant son rapport à l'œuvre. Au lieu de l'appréhender dans sa globalité, il se concentre sur un moment particulier et ôte le caractère mystérieux, étrange de ce plan. En ce sens, on peut dire qu'il y a une transformation du rapport à l'œuvre par l'utilisateur.
- 66 Ces deux précédents usagers jouissent d'une véritable autonomie par rapport à l'inscription auctoriale. Sans aller jusqu'à inventer de nouveaux « objets multimédias », les usagers s'approprient à leur façon les œuvres, détournent les chemins prévus par les auteurs, ne s'accommodant pas des contraintes imposées, particulièrement quand ils supposent qu'il y a des éléments auxquels ils ne peuvent avoir accès. Les travaux sur l'esthétique de la réception (Jauss, 1978) ont bien mis en relief la dimension active du public ou la lecture négociée, tout en prenant en compte les inégalités d'accès à la culture. En effet, l'activité des internautes sur les sites va dépendre des compétences techniques et d'interprétation des œuvres. En fonction du contexte social et culturel,

ces situations de réception confirment la coproduction de sens et non pas un sens à décrypter, interpréter. Le sens n'est pas complètement inscrit dans l'œuvre à décoder, mais il est produit par l'acte de réception, tout en se référant aux modèles de réception légitime et savante. De fait, les usagers coconstruisent le sens (Angé, 2003) dont l'auteur n'a pas l'exclusivité et peuvent parfois détourner les fonctionnalités et les dispositifs techniques. Mais le processus de réception des usagers, qui mettent en œuvre des tactiques, se fait face aux stratégies des auteurs (de Certeau, 1990). Les sites ne sont donc pas seulement ouverts à tous les internautes-passants, ils suggèrent des espaces de rencontres, d'échanges et de contributions.

- 67 Outre les logiques d'actions observées pour découvrir et explorer les sites d'artistes, nous avons relevé au cours des navigations une réelle volonté de comprendre, d'interpréter les œuvres par l'observation et par l'écoute, dans une position de recul, de prise de distance corporelle face à l'œuvre (du fait de la non-intervention). Les usagers ne privilégient pas une intervention active grâce aux interfaces fonctionnelles (clavier, souris, barres de navigation), mais l'observation. Cette posture « esthétique classique » à l'égard d'une œuvre passe par une appréhension visuelle indépendamment de l'interface interactive. Nous illustrons ce développement avec deux expériences distinctes singulières.
- 68 L'hôtesse d'accueil sélectionne l'œuvre *Dream for diesel* dans *Lecielestbleu*. La première interface met en scène un paysage champêtre, avec des tournesols qui semblent se mouvoir dans l'image, une bande sonore accompagne cette image. Les couleurs vives accentuent la dimension ludique de cette scène. Cette utilisatrice lâche la souris et contemple les fleurs en commentant : « je trouve que cela est génial. » Elle semble avoir été séduite par l'image et l'interprète sans même avoir découvert les manipulations possibles. En effet, l'utilisateur peut faire évoluer les fleurs (agrandissement/rétrécissement) en les sélectionnant, mais l'hôtesse d'accueil n'intervient pas pour leur donner une autre forme. Ce comportement est quasiment constant dans son appréhension des œuvres interactives. L'œuvre mosaïque dans ce site accentue cette attitude par la profusion d'images qui se succèdent. Il s'agit de rectangles qui se superposent avec une multitude de couleurs et de formes difficilement identifiables ; on peut y distinguer des visages. De la même manière, elle se détache de la souris et procède à une analyse approfondie de l'œuvre. Elle décompose l'image en montrant du doigt les éléments qu'elle interprète :
- Je pense que cela correspond à une critique des journaux télévisés qui utilisent une succession d'images sans laisser le temps de la réflexion au spectateur.
- 69 L'interprétation qu'elle fait des œuvres exclut dans une certaine mesure l'action sur l'œuvre et se limite à une expérience qui passe plus par l'observation que par l'action.
- 70 L'étudiante 1, en diplôme d'études supérieures spécialisées « action artistique et politiques culturelles », familière avec les expositions (elle fait référence à une visite récente dans un musée lors de la consultation), se comporte d'une manière assez similaire, notamment lors de la navigation sur le site *Turux*. Ce site met en scène des photographies et des images « activables » puisque l'utilisateur peut interagir pour transformer les œuvres. La difficulté réside dans la compréhension des signes qui nécessite plusieurs manipulations pour saisir le lien entre les signifiants (chiffres) et les signifiés (sens de ces chiffres par rapport aux transformations des œuvres). L'étudiante 1 lit d'abord les chiffres et le texte sans cliquer sur les mots soulignés susceptibles d'être des liens. Elle s'interroge sur le sens des mots tout en adoptant une posture

distanciée face au site. Sa démarche d'observation ne passe pas par la manipulation mais par la visualisation des éléments changeant sur l'œuvre sélectionnée. Elle évoquera tout au long de la consultation « la ressemblance entre l'ambiance du site et une exposition au Palais de Tokyo ».

Figure 10



- 71 Pour explorer les œuvres interactives sur Internet, des usagers développent donc des logiques d'actions et d'autres, une volonté de comprendre et d'interpréter par l'observation et par l'écoute, tout en s'appuyant sur leurs compétences informatiques et leurs expériences esthétiques. Ces postures d'usages de sites Web d'artistes donnent lieu à des émotions inédites.

Émotions inédites et rencontres avec l'artiste

- 72 Les internautes découvrent les œuvres à l'écran et en les manipulant, ils inventent leurs rapports aux œuvres et à l'artiste par l'interactivité.
- 73 L'adjointe administrative dans *Cityparadigms* est ravie de provoquer les évolutions des œuvres et remarque que les musiques changent en fonction des univers dans lesquels elle entre : « on dirait qu'on va être transporté autre part. » En effet, les ambiances sonores constituent pour elle de nouveaux repères, après plusieurs minutes de tâtonnements. Dans *Panoplie*, l'adjointe administrative découvre des rubriques affichées verticalement, ce qui l'intrigue. Elle penche la tête pour lire les noms de rubriques. Mais elle ne se sent pas très à l'aise : « quand on sait que c'est de l'art, on n'a pas de but précis, on cherche pas pareil », comparant avec les sites d'information qu'elle a l'habitude de consulter sur Internet.
- 74 Quand la collégienne arrive à dépasser ses échecs de consultation, elle apprécie d'entrer dans l'univers de l'œuvre *Cityparadigms*. Avec conviction, elle déplace le bouton rouge sur la ligne horizontale : « je ne sais pas à quoi sert ce site, mais c'est pas grave », dit-elle enjouée. Chaque interface devient une surface de jeux : mosaïque, puzzle, objets mouvants, zooms. Dans une image, elle pense avoir trouvé le moyen de marquer ses initiales, ce qui n'est absolument pas prévu par l'artiste. L'idée est de s'inventer des règles, qui n'existent pas, mais qui côtoient celles qui sont contenues dans les objets multimédias et interactifs, de façon à marquer sa présence dans le site, tel un dialogue avec l'œuvre.

- 75 Au-delà de la relation qui implique l'utilisateur dans l'œuvre se manifeste la figure de l'auteur. Les internautes font référence à l'artiste (niveau artistique), au concepteur (niveau technique) sans forcément savoir à qui ils s'adressent. Explicitement ou non, ils sont conscients de son contrôle sur l'œuvre, de sa présence. L'interactivité devient le lieu d'une action qui permet d'instaurer un contact entre l'œuvre, l'internaute et l'artiste. Les usagers ont besoin de dialoguer avec l'artiste surtout quand ils atteignent les limites des possibilités avec l'œuvre. Ce contact peut prendre la forme d'un dialogue certes par l'interactivité dont sont dotées les œuvres, mais aussi de remarques, de questions sur les intentions, de critiques de l'utilisateur qui s'adresse, à voix haute, à un auteur absent.
- 76 Le recueil de ces propos nous conduit à deux remarques. D'une part, l'auteur ne revêt pas la même identité, il peut être « la personne, un artiste, ils, il ». Soulevons au passage la figure indéterminée de l'artiste sur Internet, puisque les sites de notre corpus ne s'ouvrent pas sur des génériques, comme on peut les lire dans un CD-ROM, un film. D'autre part, une disparité apparaît entre les représentations que les usagers ont de l'auteur : tantôt il est créateur d'un projet artistique, tantôt concepteur d'un dispositif technique. L'auteur est alternativement représenté comme un artiste ou un concepteur et certains usagers s'adressent en priorité à l'artiste, d'autres, au concepteur.
- 77 Pour l'étudiante/analyste, l'artiste ne peut pas programmer et elle distingue donc un artiste d'un programmeur : « l'artiste a dû faire appel à un informaticien pour programmer et réaliser le site. » L'étudiante/analyste dit « chercher une communication avec l'artiste », notamment grâce aux « fenêtres qui interpellent, avec *<tell me>* par exemple » dans le site *Mouchette*. Elle a la sensation qu'il y a un « message de l'artiste » et aimerait bien avoir son explication.
- 78 L'adjointe administrative incarne soit l'auteur du site, soit le programme, dans un « il », qui de plus serait doué d'une volonté : « il faut comprendre ce qu'il veut. ». Lors de l'entretien, nous comprenons que l'utilisateur perçoit une sensibilité masculine dans *Cityparadigms* : « ça fait penser à un garçon », mais nous maintenons le doute sur l'incarnation entre homme et programme informatique. En effet, l'utilisateur ne parle pas d'un auteur, artiste, mais d'un « ça ». Avec *Panoplie* ensuite, il s'agit d'un site d'une fille selon elle : « c'est plus romantique, c'est une fille. »

Figure 11



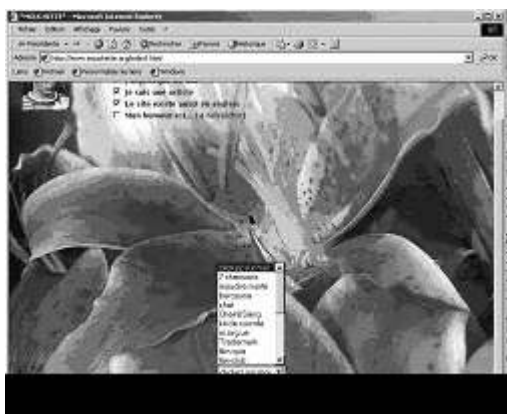
- 79 Pour l'enseignant, le clic de souris permet d'interrompre l'œuvre en ligne, mais il préfère l'utiliser parcimonieusement, avec des « gestes hésitants », pour être sûr de ne pas couper et respecter les chemins proposés par l'artiste. Les sites consultés sont, pour lui, « narratifs » et permettent d'entrer dans les univers des artistes, il s'agit d'être « délicat ». L'interactivité, selon lui, c'est la possibilité d'entrer dans l'univers d'un auteur ou d'un collectif d'auteurs. Les « œuvres en ligne » sont avant tout des « œuvres réelles numérisées » et il se sent « loin du Net Art ».
- 80 L'assistante d'édition, en évoquant l'œuvre *Portraits crachés* dans *Panoplie*, souligne le caractère « hermétique et compliqué de leur communication ». Elle considère que « ces concepteurs sont des précurseurs » en matière d'interactivité. Les artistes se confondent alors avec les concepteurs.
- 81 L'étudiant 3 s'adresse aux artistes à plusieurs reprises, à propos de *Portraits crachés* : « je ne sais pas où ils veulent en venir encore une fois. » Il ne comprend pas « pourquoi ils se donnent autant de mal si ce n'est pas pour être compris ».
- 82 L'étudiante 1 se plaint de ne pas comprendre de quoi « ils » traitent dans *Turux*, de manquer d'information sur le but du projet artistique dans le site *Lecielestbleu* : « ils ne s'expliquent pas. »
- 83 Le dialogue avec l'artiste et le rapport concret qui s'établit avec les œuvres constituent une scène des émotions, qui impliquent le corps.

Plaisir, corps et émotions

- 84 L'appréciation subjective et le plaisir sont présents tout au long de la navigation et ne relèvent pas seulement d'émotions liées aux qualités esthétiques des œuvres, tel que nous avons pu l'entendre auprès de l'assistante d'édition, familière avec les expositions de photographies, qui évoque sur *Panoplie* : « c'est très beau, c'est hyper graphique [...] c'est un vrai plaisir pour les yeux. »
- 85 Le plaisir relève aussi de l'implication active de l'utilisateur par l'interactivité programmée.

- 86 L'enseignante 1 éprouve du plaisir quand elle se sent actrice des multimédias en ligne (dans *Turux* et *Lecielestbleu*) : « c'est moi qui fais le tableau. C'est interactif. » Elle avoue aimer adopter la position du peintre et adore « faire des dessins abstraits », car, précise-t-elle, les contraintes de sens et de représentations sont absentes et « la spontanéité favorisée ». Elle a envie d'entrer dans l'univers de l'artiste et expérimente sa relation avec les œuvres dans lesquelles elle peut intervenir, en répétant des gestes avec bonheur.
- 87 L'adjointe administrative s'amuse énormément en visualisant une série de vidéos (jeune homme dans une cuisine, un escalier roulant, au bord de la mer), dans *Panoplie*. Sa seconde consultation est d'ailleurs encore plus éclairante à ce sujet, elle déclare en se connectant : « c'est mon copain », joyeuse à l'idée de retrouver ces vidéos, faisant preuve d'une connivence établie dans le site *Panoplie*.
- 88 Le plaisir relève encore de la qualité humoristique de l'œuvre, comme le révèlent les propos de l'étudiant 1 et du collégien : « c'est marrant. »
- 89 L'étudiante 1 apprécie l'œuvre *Greetings* dans *Lecielestbleu*, le fait de pouvoir transformer l'aspect des girafes l'amuse. Par contre, elle estime ne ressentir aucune « émotion » pour *Jodi*, l'émotion étant un critère d'appréciation pour cette usager.
- 90 Entre plaisir et étonnement sur *Adaweb*, le sculpteur apprécie l'espace d'un instant de faire ce qui est demandé ; il tape au clavier « L O V E », il joue avec une marguerite, comme s'il le faisait physiquement. Le concepteur d'expositions apprécie le fait de toucher par l'intermédiaire de la souris les expressions : « see me », « come closer » dans *Mouchette*. Provoqué par l'interpellation de l'auteur du site, il dit « oui » à voix haute, avant de cliquer, comme pour répondre à l'auteur par le site. Quand il y a une question, il répond à voix haute, quand une image se dévoile au passage de la souris, il déclare : « ça me fait plaisir. »

Figure 12



- 91 La collégienne semble impliquer son corps dans les émotions rencontrées dans *Cityparadigms* ; commander avec la souris, tel est l'objectif ludique de la collégienne : « je veux voir là. » Le « là » est tout à fait évocateur de ce rapport physique à un univers immatériel. Durant sa seconde consultation, la collégienne est accompagnée de ses deux amies, qui ont de fait consulté par procuration (*Cityparadigms*, *Panoplie* et *Presentation*) : « c'est toi qui le fais », déclare l'une des deux amies. Le contexte d'usage collectif a permis à la collégienne de nouvelles manipulations, qu'elle n'avait pas découvertes seule et elle en est fort satisfaite.

- 92 Avec l'œuvre *Paper dream demo* dans *Leciellestbleu*, l'expérience de l'hôtesse d'accueil permet de saisir la rencontre avec une œuvre en ligne : elle parle au personnage comme s'il pouvait l'entendre, s'inquiète pour lui quand il tombe ou dès qu'il est recouvert par l'eau en lui disant :
- tu vas te noyer, [...] on ne va pas le laisser tenir trop longtemps sous l'eau sinon il n'aura plus de souffle.
- 93 Dans le site *Mouchette*, le concepteur d'expositions décide de ne pas suivre ce qu'une interface lui propose : « elle ne croit pas que je vais l'aider à se suicider quand même ! » Cette réaction confirme un dialogue médiatisé par ordinateur avec un personnage virtuel et la volonté de choisir et de décider de l'usager. De plus, en ne passant pas à l'acte par l'interactivité, l'usager fait vivre un monde virtuel suggéré par l'artiste.
- 94 Les émotions peuvent également se déclarer par des appréciations négatives. Ainsi, en découvrant par hasard à partir de *Tate/Mongrel* un texte « NetArt », le sculpteur déclare : « un peu d'air ! » Son exclamation prouve l'état d'esprit dans lequel il se trouvait sur *Tate/Mongrel* : sans respiration.
- 95 Les émotions peuvent encore se déclarer par des sentiments qui relèvent du bizarre. *Mouchette* a suscité chez l'étudiant 4, l'enseignante 2, la décoratrice et l'homme sans emploi des émotions particulièrement centrées sur les mouches, tant en ce qui concerne le graphisme, le nom du site que les hyperliens : « cela a l'air drôle toutes ses petites mouches », « c'est mignon, sympa mais un peu spécial », « ça, c'est un nom qui a du sens », « je le trouve assez fascinant et puissant », « l'aspect violent et morbide ». Ces plaisirs stimulent leur navigation.

Vers une culture de l'interactivité ?

- 96 Au terme de cette analyse d'expériences interactives, il est essentiel de souligner la façon dont les usagers s'approprient les 12 sites d'artistes et d'œuvres de ce corpus, selon leurs compétences, centres d'intérêt, habitudes, imaginaires, participant de l'invention des contours, variés et subtils, de leur regard sur les œuvres en ligne et de leur posture interactive dans les sites. Les internautes résistent, agissent, dans la mesure des possibilités techniques et relatives aux intentions des auteurs. Leur posture interactive se situe donc sur le terrain du concepteur. De fait, les tâtonnements, les ajustements et les affrontements procurent des plaisirs avec la machine et les œuvres, développant des situations inédites de réception de l'art (Heinich, 2001 : 46-57) et d'usages des technologies de l'information et de la communication.
- 97 À partir de l'analyse des usages de ces 12 sites d'artistes, nous constatons des émotions à l'égard des œuvres en ligne. Celles-ci émanent notamment des interventions de chaque usager sur et avec les œuvres, dans le cadre d'une rencontre (Bourriaud, 2001 : 21) ou d'une « esthétique de la communication » (Forest, 1995). Les relations entre œuvres et usagers, médiatisées par ordinateur, font dès lors partie de l'émotion et nous faisons l'hypothèse qu'elles participent d'une esthétique de l'interactivité, qui semble confondre esthétique, émotion et ergonomie.
- 98 Après la culture des écrans, la culture informatique, la culture Internet émergerait-il — par addition et non par substitution — une culture de l'interactivité ? L'internaute se trouve au cœur d'un processus continu de l'innovation technique et de l'œuvre interactive, auquel il prend part en tant qu'usager.

- 99 Ces expériences esthétiques et interactives s'inscrivent dans des cadres de référence préexistants, comme le débit des réseaux, l'encombrement de l'accès au site, la taille de la mémoire de l'ordinateur, qui sont autant de critères qui guident les choix de consultation et de navigation dans les sites des artistes. Ces contraintes techniques deviennent des critères pour choisir la lecture d'un texte, la visualisation d'une image, l'écoute d'un son, une expérience à vivre. Les internautes se sont en outre approprié les « signes-passeurs » (Souchier, Jeanneret et Le Marec, 2003), qui fournissent les modalités d'accès aux objets (textes, sons, images) révélés à l'écran et qui font sens lors de la navigation sur Internet. Ils puisent dans des normes d'usages (le clic sur l'hyperlien par exemple) tout en tirant le fil d'une consultation singulière. Le rapport concret à l'écran, à la souris, au clavier, au logiciel de navigation (les interfaces fonctionnelles les plus courantes pour se connecter à Internet) place l'internaute en effet dans une posture identique quel que soit le site.
- 100 Nous constatons que les internautes évoquent leurs habitudes sur Internet lorsqu'ils accèdent aux sites d'artistes, notamment la consultation des sites informationnels. De fait, les internautes n'ayant pas ou peu développé d'expériences esthétiques, ne fréquentant pas les lieux de médiation artistique, se réfèrent prioritairement au mode de consultation d'information sur Internet, aux modalités du simple clic de souris. Mais ils croisent cette expérience en ligne avec leurs représentations de l'artiste dans la société : l'artiste surprend et dans un horizon d'attente, ils se laissent aller au plaisir et à l'agacement d'être surpris (puisque l'artiste provoque, brise la routine de la consultation d'information en ligne). Certains internautes se réfèrent également à leur expérience relative aux visites d'expositions et de musées. Une étude des usages de multimédias de musée (Vidal, 2003) a montré les interactions entre les pratiques de musée et de multimédia et précisément le fait que les utilisateurs-visiteurs de musées puisaient dans leur connaissance du musée pour consulter les multimédias du même musée visité.
- 101 Si nous mettons en relation les usages de sites d'artistes sur Internet avec d'une part les usages courants de sites informationnels, nous relevons le fait que les sites d'artistes ne cherchent pas spécialement à informer, à transmettre, à expliquer, ni non plus à se conformer aux modalités de l'interactivité, telles que celles sur les sites Web proposant des informations-actualités à consulter. D'autre part, si nous mettons en relation les usages de sites d'artistes sur Internet avec les visites d'expositions et de musées, qui proposent de plus en plus d'interactifs et de dispositifs multimédias mobiles, dans le cadre de nouvelles médiations techniques et muséographiques, nous relevons le fait que l'accès unique aux œuvres, par l'écran, s'opère sur la base des logiques industrielles propres à l'informatique et aux télécommunications et peut conduire à une perte de « l'aura » de l'œuvre (Benjamin, 1936/2003). La posture interactive participe dès lors d'une nouvelle relation médiatisée entre les usagers et les contenus muséaux (Vidal, 2003) ou les œuvres d'artistes découverts sur Internet. D'ailleurs, la quasi-absence de solennité observée à l'égard des œuvres interactives sur Internet proviendrait-elle de ce rapport ludique à Internet, aux hypermédias, aux ordinateurs et aux écrans ou de la technicisation du procès de la réception de l'art et de la communication ?

BIBLIOGRAPHIE

- ANGÉ, Caroline (2003), « La quête du sens dans les œuvres interactives : éléments de réflexion sur la place de l'utilisateur », *Hypertextes, hypermédias*, « Créer du sens à l'ère numérique », *Hermès* 03, p. 48-56.
- BALPE, Jean-Pierre (2000), *Contextes de l'art numérique*, Paris, Hermès.
- BENJAMIN, Walter (1936/2003), *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Paris, Allia.
- BOURDIEU, Pierre (1979), *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit.
- BOURRIAUD, Nicolas (2001), *Esthétique relationnelle*, Dijon, Les Presses du Réel.
- BUREAUD, Annick (1998), « Pour une typologie de la création sur Internet », [En ligne], <http://www.olats.org/livresetudes/etudes/typInternet.shtml>
- CHAMBAT, Pierre (1994), « Usages des technologies de l'information et de la communication (TIC) : évolution des problématiques », *Technologies de l'information et société*, 6(3), p. 249-270.
- CMO 2001 (2001), « La communication médiatisée par ordinateur : un carrefour de problématiques », actes du colloque en ligne, 15-16 mai, [en ligne] <http://grm.uqam.ca/cmo2001/actes.html>
- COUCHOT, Edmond (2002), « De la communication à la commutation. L'art et le Web », Actes du colloque Artmedia VIII *De l'esthétique de la communication au Net art*, Paris, [En ligne], http://www.olats.org/projetpart/artmedia/2002/t_eCouchot.html
- DE CERTEAU, Michel (1980/1990), *L'invention du quotidien*, tome 1 : *Arts de faire*, Paris, Gallimard. (Coll. « Folio/Essais ».)
- FOREST, Fred (1995), « Manifeste pour une esthétique de la communication », dans Louise Poissant (dir.), *Esthétique des arts médiatiques*, tome I, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, p. 25-61. (Coll. « Esthétique ».)
- FRESPECH, Nicolas (2002), « Proposition d'une typologie générale de sites Internet artistiques », avril, [En ligne], <http://www.uyio.com/typologies.php>
- HEINICH, Nathalie (2001), *La sociologie de l'art*, Paris, La Découverte. (Coll. « Repères ».)
- JAUSS, Hans-Robert (1978), *Pour une esthétique de la réception*, Paris, Gallimard.
- JOUËT, Josiane (2000), « Retour critique sur la sociologie des usages », *Réseaux*, n° 100, p. 487-521.
- MALLEIN, Philippe, et Yves TOUSSAINT (1994), « L'intégration sociale des technologies d'information et de communication : une sociologie des usages », *Technologie de l'information et société (TIS)*, 6(4), p. 315-335.
- OLATS Observatoire Leonardo des Arts et des Techno-Sciences (2002), Actes du colloque Artmedia VIII *De l'esthétique de la communication au Net art*, [En ligne], <http://www.olats.org/projetpart/artmedia/2002/actes.html>
- POPPER, Frank (1993), « L'art à l'âge électronique », Hazan, dans Louise POISSANT (dir.), (1996), *Dictionnaire des arts médiatiques*, Groupe de recherche en arts médiatiques-UQAM. Dictionnaire en ligne, <http://www.comm.uqam.ca/~GRAM/Accueil.html>

PROULX, Serge (1994), « Les différentes problématiques de l'usage et de l'utilisateur », dans André VITALIS (dir.), *Médias et nouvelles technologies. Pour une socio-politique des usages*, Rennes, Apogée, p. 149-159. (Coll. « Médias et nouvelles technologies ».)

SOUCHIER, Emmanuël, Yves JEANNERET et Joëlle LE MAREC (2003), *Lire, écrire, récrire. Objets, signes et pratiques des médias informatisés*, Paris, Bibliothèque publique d'information, Centre Pompidou, Études et recherche.

VIDAL, Geneviève (2003), « Interactivité et médiation dans l'usage des multimédias de musées », *Communication & Langages*, n° 137, p. 63-76.

VITALIS, André (1994), « Citoyenneté et usages des médias », *Terminal*, n° 65, [En ligne], <http://www.terminal.ens-cachan.fr/65forumvitalis.html>

NOTES

1. Jeunes : moins de 30 ans ; adultes : plus de 30 ans.

RÉSUMÉS

L'analyse qualitative d'expériences interactives ouvre un nouvel espace de réflexion sur les relations aux œuvres en ligne. Elle confirme les cadres culturels et d'usages Internet préalables, qui participent des tâtonnements, des inventions, voire des affrontements à l'égard du dispositif technique et des œuvres. Cherchant à maîtriser la situation de communication médiatisée par ordinateur, les usagers de sites d'artistes éprouvent des émotions inédites, entre plaisir et rejet.

Qualitative analysis of interactive experiences opens a new space of reflection on the relations at work on line. It confirms the previous frames of Internet use and culture that participate in the exploration, inventions, even conflicts in regard to the technical apparatus and the works. Looking to master the situation of computer-mediated communication, users of artists' sites experience emotions between pleasure and rejection.

El análisis cualitativo de las experiencias interactivas abre un nuevo espacio de reflexión sobre las relaciones de las obras en línea. Este análisis confirma los marcos de utilizaciones en Internet y culturales previos, que participan en el tanteo, invenciones, e incluso enfrentamientos con respecto al dispositivo técnico y de las obras. En la búsqueda de un dominio de la situación de comunicación a través de la computadora, los usuarios de los sitios para los artistas experimentan emociones inéditas, entre el placer y el rechazo.

INDEX

Mots-clés : art, dispositif technique, émotions, Internet, usage

Keywords : art, emotions, Internet, technical apparatus, uses

Palabras claves : arte, dispositivo técnico, emociones, Internet, utilizaciones

AUTEUR

GENEVIÈVE VIDAL

Geneviève Vidal est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication, LabSic, Université Paris 13, MSH Paris Nord. Courriel : gvidal@sic.univ-paris13.fr. L'auteure tient à souligner la collaboration de Caroline Angé, doctorante en sciences de l'information et de la communication, LabSic, Université Paris 13.

Publicité télévisée sur les aliments visant les enfants québécois

Estelle Lebel, Anne-Marie Hamelin, Marguerite Lavallée, Annie Bédard et Amélie Dubé

- 1 Depuis plusieurs années, on assiste à une augmentation des problèmes de santé liés à l'alimentation (obésité, diabète, hypertension), et cela, à un âge de plus en plus précoce (OMS, 2003). Les causes invoquées sont diverses, à composantes individuelles (physiques, biologiques, psychologiques) et environnementales (économiques, sociales, culturelles). Sur ce dernier point, les organismes de santé sont les premiers à situer l'origine de ces problèmes dans le style de vie plus sédentaire, qualifié par certains d'« obésogène » (Carrière, 2003), ou encore dans le rythme de vie trop rapide qui incite les personnes à adopter des habitudes alimentaires souvent constituées de repas déjà confectionnés, pauvres en valeurs nutritionnelles et susceptibles d'entraîner des déséquilibres alimentaires importants. De son côté, l'industrie alimentaire, qui répond à cette demande et tend à multiplier ces produits, n'est pas étrangère au phénomène, bien au contraire. Avec l'aide des agences de marketing qui en font la promotion, notamment par la publicité télévisuelle, elle invite elle-même la population, y compris les enfants, à la surconsommation (Nestle, 2002).
- 2 Ce constat a incité les auteures de la présente recherche à examiner les contenus des messages annonçant des aliments et visant plus spécifiquement les enfants. L'analyse des scénarios des messages publicitaires, diffusés durant une semaine sur les sept chaînes les plus regardées de la télévision francophone du Québec, aux heures d'écoute susceptibles de rejoindre les enfants, a permis de déterminer les types de produits annoncés et les valeurs nutritionnelles et culturelles qui y sont associées. Par valeurs nutritionnelles, nous entendons la qualité nutritive des composantes des aliments et par valeurs culturelles, les référents sociaux qu'on associe aux produits annoncés pour les rendre désirables à un public large, qui comprend les enfants.

Les pratiques télévisuelles des enfants québécois

- 3 L'importance des contenus publicitaires dans la programmation télévisuelle est depuis longtemps un objet de préoccupation sociale, notamment mais pas exclusivement (cigarette, bière) quand les messages visent les enfants¹. Les statistiques sont étonnantes. Avant même d'entrer en maternelle, un enfant nord-américain a déjà regardé en moyenne 5 000 heures de télévision². À l'automne 2002, l'écoute hebdomadaire de la télévision par les enfants canadiens (de 2 à 11ans) était en moyenne de 14,6 heures ; elle était de 15,1 heures pour les enfants québécois francophones (Statistique Canada, 2003). Près de 20 % du temps d'écoute de ces enfants devant la télé est consacré à regarder des annonces publicitaires (12 minutes par heure sauf la télévision éducative, Télé-Québec, qui n'en diffuse que 8 minutes) ; « en moyenne un jeune téléspectateur en verrait plus de 30 000 par an » (Jacquinot, 2000 : 151). De ce nombre, un fort pourcentage de messages annonce de la nourriture.

La relation de l'enfant à la publicité

- 4 Plusieurs auteurs dont Frieman (1973), Kapferer (1985) et plus récemment Kunkel (2002) aux États-Unis et Minot (2002) en France ont étudié la relation de l'enfant à la publicité télévisée. On peut dire qu'entre les décennies 1970-1980 et 2000, l'intérêt qu'ont porté les chercheurs à la nature des produits présentés aux enfants s'est accru. En effet, les publicités de nourriture soulèvent plusieurs inquiétudes. Il est montré, entre autres résultats, qu'aux États-Unis, les enfants qui regardent beaucoup la télévision (et donc plus de publicités) sont moins informés que les autres en matière de diététique et mangent, en moyenne, plus de nourriture de type restauration rapide et de collations « camelotes » (Coon, 2001 ; Kunkel, 2002). Une étude menée parallèlement en France et au Québec au début des années 1990 (Watiez et Dubois, 1997) montre que les messages publicitaires télévisés sur l'alimentation aux moments de grande écoute chez les jeunes portent surtout sur des produits et des boissons sucrés. La diffusion de ces messages suit la courbe d'écoute télévisuelle des jeunes.
- 5 Selon Wartella et Reeves (1985), la recherche sur les enfants et les médias se développe indépendamment des études théoriques sur la communication et emprunte des voies et des méthodes de recherche différentes. Ces travaux pourtant novateurs n'ont pas été retenus par l'histoire des théories sur la communication de masse. Parallèlement, les publications en psychologie du développement semblent ignorer le fait que les enfants passent plus de temps avec les médias qu'avec leurs parents (Singer et Singer, 2001). Cependant, un même constat se dégage : les enfants sont très tôt très réceptifs à la publicité. C'est sur ce constat que se sont appuyés, au cours des années 1970, les concepteurs de l'émission éducative, pour les 3 à 5 ans, *Sesame Street* (Lesser, 1974) dont la formule a été exportée dans de nombreux pays. D'origine étatsunienne, l'émission est constituée de courtes séquences rythmées, à la manière des spots publicitaires. Les messages télévisés sont souvent reçus par les enfants sans accompagnement adulte, « ce qui laisse à l'enfant l'entière <responsabilité> du jugement de réalité à porter sur le référent » (Chailley, 2002 : 70).

À partir de 6-7 ans, la majorité des enfants exprimeraient verbalement que la publicité ne dit pas toujours la vérité. Mais ce jugement général n'impliquerait pas une attitude critique devant chaque message publicitaire. Pour la plupart des

publicités, l'enfant ne se demande pas si le message est vrai ou faux : la question n'est tout simplement pas à l'ordre du jour (Chailley, 2002 : 71).

- 6 Dans sa synthèse des résultats de recherche sur le sujet, Minot (2002 : 33-34) présente les variables opérationnelles que les jeunes devraient maîtriser pour juger de la bonne ou mauvaise compréhension du fonctionnement des messages publicitaires :
 - avoir conscience d'une différence entre les messages publicitaires et les messages non publicitaires et être ainsi capable de les reconnaître comme tels ;
 - avoir conscience de leur fonction persuasive et des objectifs commerciaux qui les sous-tendent ;
 - avoir conscience de la dimension informative des messages ;
 - avoir conscience d'une source extérieure agissant par ces messages. Un certain nombre d'enfants pensent que c'est « la télévision » qui choisit les produits et le contenu des messages, lesquels du même coup peuvent se trouver bénéficier de la confiance et du prestige qui sont accordés à celle-ci ;
 - avoir conscience de l'existence d'une cible extérieure à lui, définie à priori par l'annonceur et saisir que cette cible peut varier selon les messages. En raison des particularités égocentriques du mode de pensée propre à son âge, un jeune enfant peut croire que toutes les publicités sont faites pour lui exclusivement ;
 - avoir conscience du caractère symbolique, voire rhétorique, des représentations soit, par exemple, différencier les images télévisées de la réalité et ne pas se laisser abuser par les pièges de la représentation hyperbolique, du montage dynamique et très elliptique, de la brièveté des plans et du rythme saccadé de leur succession, de la mise en valeur des produits par la forte récurrence des gros plans et des très gros plans.
- 7 Généralement, on s'entend pour dire que les enfants de quatre ans et moins n'ont pas conscience que les images de la réalité qui sont proposées à l'écran peuvent être déformées, voire falsifiées. Celles-ci seraient au contraire appréhendées comme des représentations fidèles et sans distorsion du monde réel.
- 8 Être capable de comprendre les messages publicitaires télévisés, c'est donc pour les enfants comme pour les adultes de disposer de quelques notions pratiques de ce qu'est la communication publicitaire et de ce qu'on appelle le « langage télévisuel » afin d'être relativement conscients de leurs procédés techniques respectifs et d'être en mesure de porter un jugement critique sur leurs manifestations. Les auteurs (Kapferer, 1985 ; Brée, 1993) s'entendent pour dire que c'est seulement vers huit ans, lors de son passage aux opérations concrètes, que l'enfant devient vraiment apte à percevoir la fonction persuasive. Cela n'implique pas cependant qu'à partir de cet âge tous les enfants maîtrisent les autres variables en jeu. Par exemple, Young (1986, cité dans Brée, 1993) considère que ce n'est pas avant 11 ans que les enfants comprennent vraiment l'usage du langage figuré.
- 9 Au-delà des réponses cognitives, il faut insister sur le fait que la télévision est un média particulièrement apte à faire appel aux émotions des spectateurs et spectatrices. Bon nombre de messages publicitaires télévisés visent à éveiller la sensibilité et l'affectivité. Ainsi, Minot déplore que les études portant sur la relation des jeunes à la publicité télévisée aient davantage privilégié les facteurs cognitifs (théorie piagétienne) et sociaux (théorie de l'apprentissage social de Bandura, 1980) que les facteurs affectifs. D'autant plus que les études qui mesurent de manière indépendante la préférence des messages soutiennent que ce sont les facteurs affectifs et esthétiques qui expliquent les variations (2002 : 44).

- 10 Toujours selon Minot, la publicité télévisée ajoute aux appels à l'affectivité et à la rationalité la sollicitation de comportements d'imitation et l'exercice des réflexes conditionnels qui sont, comme on le sait, très importants dans l'apprentissage des jeunes. Il ne faut donc pas s'étonner que la publicité suscite chez l'enfant des automatismes corporels de ce type quand elle montre de manière répétitive et stéréotypée un enfant, seul ou accompagné, occupé à consommer un produit omniprésent à l'écran, dans une atmosphère de bonheur serein.
- 11 Il convient donc de conclure la présentation de cette synthèse des principales études sur la relation des enfants à la publicité télévisée par un rappel à la prudence, car si elles sont valables pour tous les produits annoncés, l'analyse du plaisir de manger chez les enfants demanderait d'être davantage raffinée puisque
- [...] si l'on ne peut que réfuter la thèse de la toute-puissance du média, l'attitude relativiste à son égard n'en est pas moins hasardeuse. Elle conduit aussi bien à nier les impacts possibles de la publicité (ce qui est contradictoire avec la volonté déterminée d'en diffuser) qu'à dédouaner ses commanditaires, producteurs et diffuseurs (Baton-Hervé, 2000 : 103).

La réglementation concernant la publicité télévisée visant les enfants

- 12 L'enjeu de la publicité télévisée, c'est « l'enfant » et ce n'est pas anodin ; chaque année, quatre millions d'enfants canadiens de 2 à 12 ans dépenseraient 1,5 milliard de dollars de leur propre argent et influeraient sur l'achat d'articles domestiques à hauteur de 15 milliards de dollars (Institut Vanier, 2002). En 1974, à la suite des pressions populaires, le Conseil de la radiodiffusion et de télédiffusion canadienne (CRTC) contraint la Société Radio-Canada (SRC) à adopter son propre code, qui interdit toute publicité pendant les émissions pour enfants, et aussi dans les émissions dites familiales ou visant un auditoire de plus de 12 ans. En 1978, pour contrôler l'industrie de la publicité, le Parlement du Québec a adopté la Loi sur la protection du consommateur dont une disposition interdit la publicité télévisée destinée aux enfants de moins de 13 ans (articles 248 et 249)³. De plus, l'Association canadienne des radiodiffuseurs (l'ARC) a élaboré un code qui s'applique aux messages qui visent les enfants. Les normes de ce code ne s'appliquent qu'aux produits exclusivement ou majoritairement utilisés par les 12 ans et moins. Dans le cas précis de la nourriture, notamment des boissons gazeuses et autres friandises sucrées ou salées, les normes ne s'appliquent pas puisque ces produits ne sont mangés ni exclusivement ni majoritairement par les moins de 12 ans. Le code sanctionne les annonces dont le langage, les arguments de vente et les aspects visuels s'adressent principalement aux enfants, ainsi que les émissions et les moments de diffusion qui les concernent directement. Ce code compte une trentaine de directives qui vont de l'interdiction de certains produits à celle de l'utilisation de personnages fictifs connus des enfants (tels Bugs Bunny ou Caillou). Les messages ne doivent pas exagérer la performance ou les caractéristiques d'un produit, ni laisser croire aux enfants que la possession d'un objet les rendrait supérieurs ; ils ne doivent pas non plus inciter les enfants à acheter ou à convaincre les parents d'acheter un produit publicisé. Les publicités destinées aux enfants doivent être approuvées avant diffusion par la Fondation canadienne de la publicité, qui est elle-même un

regroupement de publicitaires. Par conséquent, tous les diffuseurs sont tenus de se conformer au code.

La méthodologie

Méthode d'observation de la publicité télévisuelle québécoise

- 13 À la lumière des remarques précédentes, nous avons entrepris un examen rigoureux et précis de la publicité télévisée québécoise francophone touchant l'alimentation, tenant compte à la fois des types d'émission, des heures de diffusion et des contenus publicitaires (aspects visuels, choix des personnages, etc.). Un corpus de messages publicitaires portant sur ce thème a été constitué à même la programmation des sept chaînes de télévision de langue française au Québec. La cote d'écoute permet d'identifier les chaînes et les heures où les jeunes du cycle primaire sont les plus présents : de 15 h à 22 h du lundi au vendredi, de 6 h à minuit le samedi et de 6 h à 22 h le dimanche : les deux chaînes publiques, la Société Radio-Canada et Radio-Québec (aujourd'hui Télé-Québec) et les deux chaînes privées, TVA et TQS, et trois chaînes câblées spécialisées Musique Plus, MusiMax et Télétoon. Les publicités sont enregistrées durant la dernière semaine du mois de mars 2002 à l'aide de 7 magnétoscopes (un par chaîne) fonctionnant simultanément, pour un total de 112 vidéocassettes contenant 483 heures d'enregistrement. Après l'encodage des variables d'identification et de repérage, les publicités de nourriture sont rassemblées sur une même cassette. Le repérage s'effectue par le « visionnement » des enregistrements quotidiens. Le protocole de codage prévoit que le moment d'apparition soit d'abord noté, c'est-à-dire l'heure de la publicité dans la grille horaire, si elle est placée avant, pendant ou après une émission, et le nombre de fois qu'elle apparaît. La présence d'une publicité autre que de nourriture est identifiée d'un « X » et celle d'une publicité de nourriture, d'un « N » accompagné de son numéro d'identification et du nombre d'apparitions. Le repérage se décline chaîne par chaîne et le cumul de l'ensemble des apparitions par journée et par chaîne est ensuite calculé et noté.

Méthode d'appréciation de la valeur nutritionnelle

- 14 L'objectif vise à tracer un portrait nutritionnel global de l'ensemble des produits alimentaires annoncés à la télévision aux heures d'écoute des enfants. Les produits sont d'abord classés selon le *Guide alimentaire canadien pour manger sainement* et ensuite à partir de leurs propriétés physiques générales. Le choix de ces critères se fonde sur les besoins de la clientèle visée (enfants) et sur les recommandations nutritionnelles (National Academy of sciences, 2002 ; Santé et bien-être social Canada, 1990) afin que la qualité nutritionnelle des produits puisse être bien évaluée.
- 15 L'atteinte et la protection du capital santé des enfants reposent sur au moins trois considérations sur le plan de la nutrition :
1. les besoins nutritionnels élevés du fait de la période de croissance ;
 2. le besoin de prévenir le surplus de poids, une condition qui affecte plus du tiers des jeunes Canadiens (Statistique Canada, 2002) et qui est associée à diverses maladies chroniques dont le diabète de type II, les maladies cardio-vasculaires et divers types de cancers (OMS, 2003) ;
 3. l'acquisition de bonnes habitudes alimentaires qui tendent à persister durant toute la vie.

- 16 Ces considérations nous amènent à retenir cinq critères se reportant aux gras, aux sucres, au sodium et aux fibres, ces éléments souvent mis en cause dans les déséquilibres alimentaires. Ainsi, selon la National Academy of Sciences (2002), un apport acceptable en *gras total* représente de 25 à 35 % de l'apport énergétique quotidien chez l'enfant de 4 à 18 ans. Bien que cette recommandation ait été formulée par rapport à la ration totale quotidienne, nous l'appliquons au produit annoncé. Dans une optique de prévention, nous retenons la mention « faible teneur en graisses saturées » : qui s'applique à un produit qui contient moins de 2 g de graisses, saturées et *trans* combinées, par portion indiquée (Santé Canada, 2003). Relativement aux *sucres ajoutés*, la National Academy of Sciences recommande qu'ils ne doivent pas représenter plus de 25 % de l'apport énergétique quotidien et qu'il s'agit d'une limite maximale en vue de protéger l'équilibre alimentaire et nutritionnel. Nous retenons ce pourcentage (25 %) comme indice de la valeur nutritionnelle des produits alimentaires publicisés, et non de l'apport énergétique quotidien afin de dégager une tendance générale. Quant au *sodium*, nous retenons la classification selon laquelle un aliment « sain » contient 360 mg ou moins de sodium par portion et un produit « sain » de type « repas » 480 mg ou moins (American Heart Association, 2003). Puisque les publicités annoncent à la fois des produits alimentaires simples et des produits combinés de type « repas confectionnés » (repas congelés, repas au restaurant), ce critère nous guide dans l'analyse nutritionnelle d'un éventail plus élargi de produits. Enfin, la même Academy of Sciences recommande que le régime alimentaire contienne 14 g de *fibres* par 1 000 kcal, proportion que nous retenons également.
- 17 Pour connaître le contenu en nutriments des produits alimentaires, nous relevons d'abord l'information imprimée sur leurs étiquettes que nous complétons à l'aide du *USDA National Nutrient Database for Standard Reference* (USDA, 2003) et de la table des valeurs nutritives des aliments de Brault-Dubuc (2003). Enfin, nous utilisons les renseignements inscrits sur les sites Internet des compagnies qui produisent ces aliments et des établissements de restauration qui les servent.
- 18 La validité de la procédure repose sur le choix de nos critères, puis sur leur application uniforme aux divers types de produits, de même que sur la fiabilité de la classification. Ainsi, nous avons effectué un test de fiabilité inter-juge sur un sous-échantillon d'au moins 10 % établi selon les règles de l'échantillonnage systématique probabiliste. À partir d'une publicité choisie au hasard parmi les 10 premières sur la liste alphabétique, nous choisissons ensuite chaque dixième sur la liste : en tout, 14 publicités sur 135. Le nombre final est déterminé selon le nombre nécessaire pour combler toutes les catégories des produits annoncés. Chacune des 14 publicités est reclassée par une cochercheuse, et les résultats comparés à la classification initiale. La fiabilité, calculée selon la formule proposée par Huberman et Miles (1991 : 108), est de 86 %. Tous les désaccords sont alors discutés puis réconciliés.

Résultats de l'observation de la publicité télévisée québécoise francophone

La proportion de messages de nourriture et leur répartition selon les chaînes

- 19 Pendant les 483 heures enregistrées, 9 858 publicités sont identifiées dont 2 267 (23 %) annoncent de la nourriture. Parmi celles-ci, 177 (7,8 %) annoncent les mêmes produits, mais dans des mises en scène différentes. Pour analyser plus finement les données, nous distinguons les chaînes spécialisées (câblées) des chaînes généralistes pour la simple raison que leur programmation est différente. En effet, la quasi-totalité du contenu des chaînes câblées est susceptible de plaire aux enfants du premier cycle d'enseignement contrairement au contenu des chaînes généralistes. Les publicités présentées pendant ou juste avant une émission pour enfants offrent une pertinence plus grande que celles qui sont présentées pendant, par exemple, un magazine d'information. Les publicités de nourriture représentent en moyenne 24 % du total des chaînes généralistes et 22 % des chaînes câblées. Le tableau 1 en fournit le détail.

Tableau 1. Nombre de publicités de nourriture aux deux types de chaînes

Chaînes/Pub	SRC	TQ	TVA	TQS	Télétoon	Musique +	Musimax	Total
Pub Nour	271	245	429	427	397	278	220	2 267
Pub Nour différentes	88	41	114	88	41	17	28	517
Pub Nour totale	359 (13 %)	287 (11 %)	543 (20 %)	515 (19 %)	438 (16 %)	295 (11 %)	248 (09 %)	2 685 (100 %)
Pub totale	1 245 (13 %)	873 (09 %)	1 856 (19 %)	1 782 (18 %)	1 109 (11 %)	1 574 (16 %)	1 419 (14 %)	9 858 (100 %)

Pub Nour : Publicités de nourriture

Pub Nour différentes : Publicités de nourriture différentes

- 20 TVA (19 %) et TQS (18 %) présentent le plus grand nombre de publicités, suivies par Musique Plus (16 %), MusiMax (14 %), Radio-Canada (13 %), Télétoon (11 %) et Télé-Québec (9 %). Les chaînes qui diffusent le plus de publicités sont aussi celles qui en présentent le plus sur la nourriture durant la semaine observée. TVA et TQS diffusent 37 % de tout le corpus publicitaire et 39 % de tous les messages de nourriture. Les chaînes Musique Plus et Radio-Canada diffusent chacune 11 % et Musimax 9 %. Les chaînes Télé-Québec (9 %) et Télétoon (11 %) représentent 20 % de l'ensemble du corpus publicitaire, mais les messages de nourriture (en excluant les publicités de nourriture différentes) représentent respectivement 28 % et 36 % de l'ensemble des publicités qu'elles diffusent. Pour leur part, TQS, TVA et Radio-Canada diffusent respectivement 24 %, 23 % et 22 %. Pour l'ensemble des chaînes, 18 % des messages de nourriture mettent en scène des personnages-enfants de moins de 13 ans, contrevenant ainsi à la Loi sur la protection du consommateur.

- 21 La proportion de messages publicitaires sur la nourriture auxquels les enfants sont exposés est donc très importante sur toutes les chaînes et plus particulièrement à Télétoon, la chaîne de dessins animés. Radio-Canada annonce la plus grande variété de nourriture — 88 messages différents sur 271 (32 %) —, soit le double de TQ et cinq fois plus que Musique Plus, qui rediffuse le plus souvent les mêmes messages.

Le contenu nutritionnel des produits annoncés

- 22 L'examen des 177 publicités permet d'identifier 135 produits alimentaires différents et de les classer dans 4 grandes catégories :
- « les aliments répertoriés dans le Guide alimentaire canadien pour manger sainement » (GACMS). Celui-ci recommande de manger chaque jour une variété de produits appartenant aux groupes alimentaires suivants : les produits céréaliers (des grains entiers de préférence), les légumes et fruits (de couleur foncée de préférence), les produits laitiers (faibles en gras, de préférence) et les viandes ou substituts (tofu) ;
 - les « aliments à faible densité nutritive » : il s'agit d'aliments le plus souvent transformés et contenant surtout des matières grasses ou des sucres ou une grande quantité de sel ; cette catégorie comprend les condiments ;
 - les « boissons » autres que le lait et les jus de fruits ou de légumes ;
 - les « repas confectionnés », c'est-à-dire des mets prêts à l'emploi disponibles à l'épicerie, des repas servis au restaurant (restauration rapide et traditionnelle) et aussi des substituts de repas sous forme de boisson énergétique.
- 23 La catégorie de produits alimentaires la plus présente à l'écran est celle des « repas confectionnés » (51 produits différents), suivie à parts égales des aliments du GACMS et des « aliments à faible densité nutritive » (36 produits chacune). Les « repas confectionnés », les « aliments à faible densité nutritive », comme les grignotines salées et les friandises sucrées, et les « boissons » représentent près de 75 % des produits alimentaires annoncés auprès des enfants (99 produits sur 135. Voir tableau 2).

Tableau 2. Aperçu des catégories de produits alimentaires annoncés

Catégories de produits (n = nombre de sous-catégories différentes)	Nombre de produits différents	% du total des produits
Aliments du GACMS •Produits céréaliers (n = 11) •Légumes et fruits (n = 6) •Produits laitiers (n = 11) •Viandes & substituts (n = 8)	36	26,6
Aliments de faible densité nutritive Produits surtout sucrés ¹ (n = 22) •Produits surtout gras ² (n = 10) •Autres (n = 4)	36	26,6

Boissons •Café (n = 5) •Boissons alcoolisées (n = 4) •Boissons gazeuses (n = 3)	12	8,8
Repas confectionnés •Restauration traditionnelle (n = 23) •Restauration rapide (n = 17) •Mets prêts à l'emploi (n = 6) •Substitut de repas (n = 1) •Autres (n = 4)	51	37,8
Total	135	100,0

1 - Ces produits peuvent être également très gras.

2 - Ces produits peuvent être également très salés.

Portrait nutritionnel global

- 24 Près des trois quarts (73,3 %) des produits alimentaires annoncés ne font pas partie du *Guide alimentaire canadien pour manger sainement* (GACMS). Les céréales à grains entiers, les légumes, les noix, les légumineuses et les produits laitiers plus faibles en gras et en sucres sont absents du paysage publicitaire. Les fruits sont à peine présents.
- 25 Si l'alimentation quotidienne d'un enfant se base sur notre échantillon de publicités, elle se composerait de produits majoritairement exclus du GACMS et le tiers des repas proviendrait soit de l'épicerie ou du restaurant. L'enfant ne consommerait aucun pain de grains entiers, aucun produit laitier faible en gras et en sucres, aucune légumineuse ni aucune noix ; il ne goûterait que des raisins et des jus de fruits ; et son choix de légumes se limiterait à ceux des plats précuisinés ou servis au restaurant. Son alimentation globale serait déficiente en fibres alimentaires et fort probablement trop riche en gras total, en gras saturés et en sodium. En effet, parmi les 94 produits alimentaires que nous avons analysés selon les 5 critères nutritionnels retenus, 89 % fournissent moins de 1450g de fibres par tranche de 1 000 kcal, 56 % contiennent plus de 35 % de leur énergie sous forme de gras total, 49 % contiennent plus de 25g de gras saturés et *trans* par portion, et 36 % dépassent, souvent et de beaucoup, la quantité de sodium jugée raisonnable. Enfin, 33 % des produits contiennent plus du quart de leur énergie sous forme de sucres ajoutés. Globalement, la grande majorité (82 %) des 94 produits publicisés contiennent des aliments qui ne satisfont pas aux exigences d'au moins 2 critères parmi les 5 retenus ; 32 % ne satisfont pas à 4 critères ; et seulement 4 % satisfont à tous les critères pourtant très raisonnables.
- 26 Ce portrait nous permet d'affirmer que dans l'ensemble, les publicités de nourriture ne favorisent pas une alimentation équilibrée, en raison de la surreprésentation de produits qui ne répondent pas aux recommandations nutritionnelles, d'une part, et de l'absence totale de certains aliments nutritionnels de base, d'autre part.

- 27 Plus le pourcentage des produits qui ne satisfont pas à ni l'un ni l'autre des critères est élevé, plus sera grande la probabilité que l'enfant ne consommera que les produits annoncés et plus se creusera une déficience nutritionnelle.

Les valeurs culturelles associées à la nourriture

- 28 L'analyse des 177 messages révèle que les arguments les plus récurrents sont ceux qui évoquent la saveur comme le « bon goût » et la qualité des produits ainsi que leur commodité comme la rapidité de leur préparation. Peu de messages misent sur le rêve comme la jeunesse, la beauté, l'aventure, le mystère. Force est de reconnaître que, loin d'être à l'avant-garde, la publicité télévisuelle de nourriture suit la vague populaire des émissions dites de télé réalité.
- 29 Concernant leurs mises en scène, la très grande majorité des messages publicitaires (82 %) présentent des figures associées à des récits et à des mondes réalistes de proximité. La figure privilégiée de l'énonciateur est celle de l'entreprise (59 %). La responsabilité énonciative est partagée conjointement par une voix *over* (85 %) et des personnages (84 %), les deux modes pouvant apparaître dans un même message. La voix *over* est le plus souvent masculine (62 %), parfois féminine (35 %) et rarement celle d'un adolescent (2,6 %). Conformément au Règlement d'application de la Loi sur la protection du consommateur, aucune voix d'enfant, susceptible d'attirer l'attention des petits et d'entraîner une quelconque identification, n'est entendue. Les scénarios sont construits en très grande majorité (78 %) sur le mode de la parodie humoristique, avec quelques devinettes (2 %) et jeux de mots (2 %)⁴. D'un point de vue rhétorique, 23 % des publicités présentent la transgression d'une norme (surtout celle de la réalité physique) et 73 % se terminent par un slogan. Seulement 7 % des figurants des messages publicitaires appartiennent au monde irréel (fée, déesse, bonhomme Mini-Wheat, Jos Louis animé, chien qui parle).
- 30 Près du tiers (30 %) des messages publicitaires qui visent directement les jeunes ont recours à des personnages d'enfants (16 %) et d'adolescents (14 %) : dans les deux cas, les garçons sont beaucoup plus nombreux que les filles⁵. Les figures parentales sont présentes dans 13 % des publicités (les mères un peu plus souvent que les pères).

Les programmes télévisuels et les publicités de nourriture visant les enfants québécois

- 31 Nous avons identifié les émissions qui obtiennent une cote d'écoute élevée auprès des jeunes et dont le pourcentage de messages publicitaires de nourriture est relativement important⁶ (en moyenne 32 %), diffusées par les quatre chaînes généralistes. Les aliments à faible densité nutritive, en particulier les grignotines sucrées et salées (30 %), la restauration rapide (18 %) et les boissons (12 %), sont représentés dans 60 % des produits annoncés. Quant aux chaînes câblées spécialisées, elles représentent 71 % : les grignotines sucrées et salées (41 %), la restauration rapide (10,5 %) et les boissons (20 %). Dans les deux cas, les produits laitiers constituent 14 % des messages publicitaires.

Tableau 3. Les 25 produits les plus fréquemment annoncés

Fréquences	Produits
≥ 100 fois	Les yogourts (en tube <i>Yoplait</i> , <i>Silhouette</i> de Danone) ; les laits (<i>Lactantia</i> , <i>Natrel</i>) ; les restaurants <i>Tim Horton</i> .
De ≥ 75 à < 100 fois	Les épiceries <i>Métro</i> (étagères de fruits et de viande).
De ≥ 50 à < 75 fois	Les croustilles <i>Doritos extrême</i> ; boisson <i>Deli-cinq</i> ; céréales <i>Corn Pops</i> ; tartelettes <i>Pop Tart</i> ; jus <i>Tropicana</i> ; bonbons <i>Menthos</i> ; sous-marin BBQ de <i>Subway</i> .
De ≥ 25 à < 50 fois	Hamburger <i>Whopper</i> de Burger King ; gâteau <i>Jos Louis</i> de Vachon ; biscuits <i>Oréo</i> ; chocolat <i>Oh Henry !</i> ; céréales <i>Special K</i> ; pizza <i>Delissio</i> de Kraft ; les restaurants <i>St-Hubert</i> ; les restaurants <i>San Antonio Steak</i> et pâtes ; pizza <i>Salvadore</i> ; <i>Labatt bleu</i> ⁷ ; boisson <i>Coca-cola</i> ; biscuits <i>Pillsbury</i> ; bouillon de poulet <i>Campbell</i> ; les restaurants <i>Le poulet frit Kentucky</i> .

- 32 Notre analyse, en outre, révèle que la proportion des messages de nourriture dépasse les 40 %, à Radio-Canada, les jeudi et vendredi de 18 h à 19 h 30 et à TVA, aux cinémas du samedi et du dimanche après-midi. À TQS, les plus grandes concentrations sont à 16 h 30 du lundi au samedi pendant le dessin animé *Les Simpsons* (37 %) et le samedi de 14 h à 15 h 30 pendant les émissions *Flipper* (32 %) et *Requin* (40 %). *Le petit journal*, qui s'adresse aux jeunes, diffuse 25 publicités dont le tiers porte sur la nourriture : comparativement à un peu moins du quart (22 %) pendant la diffusion du *Grand journal*, qui s'adresse aux adultes, soit 4 sur 18.
- 33 Dans l'ensemble de la programmation, le pourcentage moyen de publicité de nourriture s'établit à 36 %, avec un pic de 43 % le jeudi. À Télétoon, aux émissions des dessins animés *Digimon* et *Pokemon*, du lundi au vendredi, de 16 h à 20 h 30, la moyenne atteint 37 %. Notons que la diffusion des messages de nourriture commence dès 7 h aux émissions de dessins animés en fin de semaine.
- 34 La moyenne de publicité de nourriture pour l'ensemble de la programmation à Musique Plus et Musimax ne dépasse pas 17 % pour atteindre un sommet de 38 % le samedi matin de 10 h à midi. Les samedi et dimanche, les publicités de nourriture sont diffusées dès le matin et se poursuivent jusqu'à minuit.
- 35 Somme toute, il est possible d'établir une relation entre, d'une part, les types d'émission pour jeunes et l'heure de leur programmation et, d'autre part, la valeur nutritive des aliments annoncés dans les messages pendant leur diffusion et leur fréquence d'apparition. Cela indique fortement que les jeunes sont ciblés par les annonceurs de nourriture. Faut-il de nouveau insister sur le fait que parmi les produits les plus fréquemment publicisés, une majorité contrevient à plusieurs des recommandations nutritionnelles concernant les gras, les sucres ajoutés, le sodium, les fibres et les aliments de base ?
- 36 À force de répétition, de telles représentations ne sont pas sans répercussion sur l'apport alimentaire des jeunes. Selon Coon *et al.* (2001), les habitudes de consommation alimentaire des enfants de la seconde moitié du cycle primaire sont modelées par la

télévision, notamment dans les familles où l'on écoute la télévision en mangeant. Plus tard, même si les adolescents reconnaissent l'influence publicitaire exercée sur eux et se montrent plus critiques, cette influence continue à se manifester dans les choix et les comportements alimentaires (Brown et Witherspoon, 2002 ; Watiez et Wisner-Bourgeois, 2002). Au-delà de l'apport alimentaire, la publicité pèse aussi sur les modes de vie puisque la promotion d'aliments de consommation rapide suggère que l'on peut avoir accès à un repas sans le préparer, en allant directement au restaurant ou en l'achetant à un comptoir réfrigéré ou surgelé d'un supermarché. À une période où l'augmentation draconienne de la prévalence de l'obésité chez les jeunes Canadiens (Tremblay, Katzmarzyk et Willms, 2002) préoccupe le secteur de la santé publique, l'influence des représentations télévisuelles sur les pratiques alimentaires des jeunes appelle à l'action concertée.

Conclusion

- 37 Au terme de cet examen des contenus des messages qui annoncent des aliments diffusés à la télévision francophone du Québec et qui visent plus spécifiquement les enfants, il faut souligner la rentabilité de l'approche multidisciplinaire. D'une part, il s'agit d'examiner la valeur nutritionnelle des aliments annoncés. La méthode utilisée permet de montrer que le contenu de ces messages ne favorise pas une alimentation équilibrée, non pas en raison de la présence de certains produits alimentaires, mais plutôt par la surreprésentation de produits qui contreviennent aux recommandations nutritionnelles et par l'absence totale de certains aliments qui sont, au contraire, fortement recommandés. D'autre part, l'analyse des scénarios permet de montrer qu'un grand nombre de messages visent directement les enfants de moins de 13 ans, tant par les aspects visuels (personnages, mises en scène) que par le genre d'émission et le moment de leur diffusion, ce qui va à l'encontre de la réglementation québécoise et canadienne à cet égard. En ne respectant pas les exigences du code dont ils se sont dotés, les diffuseurs ne protègent pas les jeunes contre les messages non conformes aux critères nutritionnels favorables à un développement sain.
- 38 Bien sûr, les messages publicitaires ne sont pas les seules sources d'influence qui aident les jeunes à développer des habitudes alimentaires équilibrées. D'autres sources peuvent favoriser la formation et le maintien de ces habitudes. Les autres volets de notre projet de recherche visent leur analyse. La présente étude, par son approche multidisciplinaire, s'inscrit dans le courant des recherches sur la réception des médias et s'éloigne du paradigme des effets directs. Elle tient compte des autres médiations, notamment familiales, éducatives, sociales et économiques. Une des retombées de cette étude touche plus particulièrement les institutions éducatives et la formation des enseignants ; en effet, les résultats obtenus peuvent contribuer aux dispositifs de formation dont les exigences sont à la mesure des sollicitations exercées en direction du jeune public par la communication publicitaire.

BIBLIOGRAPHIE

- AMERICAN HEART ASSOCIATION, « Sodium Guidelines set by the FDA », [En ligne], <http://www.americanheart.org/presenter.jhtml?identifier=4718> Page consultée le 5 mars 2003.
- ASSOCIATION CANADIENNE DES RADIODIFFUSEURS (1993), *Le code de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants*, Ottawa, CNP.
- BANDURA, A. (1979), *L'apprentissage social*, traduit par Jean-A. Rondal, Bruxelles, Mardaga.
- BARRIE, G. (1998), *Children as Consumers : A Psychological Analysis of the Young People's Market*, London, Routledge, International series in social psychology.
- BATON-HERVÉ, E. (2000), *Les enfants téléspectateurs, programmes, discours et représentations*, Paris, L'Harmattan.
- BEDNALL, D., et M. HANNAFORD (1980), *Television and Children : Recall of Television Advertising and Programs by Children*, Melbourne, Australian Broadcasting Tribunal.
- BERTRAND, L. (dir.) (1995), *Les Québécoises et les Québécois mangent-ils mieux ?*, rapport de l'Enquête québécoise sur la nutrition, 1990, Montréal, ministère de la Santé et des Services sociaux.
- BRAULT-DUBUC, M., et L. CARON-LAHAIE (2003), *Valeur nutritive des aliments*, 9^e édition, Montréal, Éditions Société Brault-Lahaie.
- BRÉE, J. (1993), *Les enfants, la consommation et le marketing*, Paris, Presses universitaires de France.
- BROCHAND, B., et J. LENDREVIE (1993), *Le Publicitor*, Paris, Dalloz.
- BROWN, J. D., et E. M. WITHERSPOON (2002), « The mass media and American adolescents' health », *Journal of Adolescent Health*, 31, p. 153-170.
- CARON, A., et A. JOLICOEUR (1996), *Synthèse de la réglementation canadienne concernant les enfants et l'industrie audiovisuelle*, Montréal, Centre de recherche en droit public, Université de Montréal.
- CHAILLEY, M. (2002), *Télévision et apprentissage*, volume 1 : *École maternelle*, Paris/Budapest/Torino, L'Harmattan.
- CHARAUDEAU, P. (1994), « Le discours publicitaire, genre discursive », *M SCOPE revue*, « La publicité : masques et miroirs », 8 (septembre), p. 33-34.
- COON, K. A., J. GOLDBERG, B. L. ROGERS et K. L. TUCKER (2001), « Relationships between use of television during meals and children's food consumption patterns », *Pediatrics*, 107 (1), p. 1-9.
- EMEYRIAT, E. (1993), « Les publicités pour produits alimentaires au Québec, aux États-Unis et en France : une analyse du discours publicitaire ». Essai de maîtrise, Québec, Université Laval.
- FLOCH, J.-M. (1990), *Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes, les stratégies*, Paris, Presses universitaires de France.
- FRIEMAN, R. (1973), *Les spots publicitaires, l'école des parents*, Paris, SPES, n° 2.
- GOVERNEMENT DU QUÉBEC (1978), *Loi sur la protection du consommateur, articles 248 et 249*. Publications du Gouvernement du Québec, Québec, [En ligne], http://publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/P_40_1/P40_1.html

- GUIDE DE VALEURS NUTRITIVES DES RESTAURANTS DU QUÉBEC, [En ligne], http://drsamuel.cyberquebec.com/glucomaitre/valeur_nutritive.htm#resto Page consultée mars et avril 2003.
- INSTITUT VANIER DE LA FAMILLE (2002), Site internet de l'Institut Vanier de la famille [En ligne], <http://www.vifamily.ca/ivf/cft/media/M5.htm> Page consultée le 12 novembre 2002.
- JACQUINOT, G. (dir.) (2002), *Les jeunes et les médias. Perspectives de recherche dans le monde*, Paris, l'Harmattan.
- KAPFERER, J. -N. (1985), *L'enfant et la publicité, les chemins de la séduction*, Paris, Dunod.
- KUNKEL, D. (2002), « Les effets des médias sur les enfants : les orientations de la recherche aux États-Unis », dans G. JACQUINOT (dir.), *Les jeunes et les médias, perspectives de recherche dans le monde*, Paris, l'Harmattan.
- LE CHOIX DU PRÉSIDENT. [En ligne], <http://www.lechoixdupresident.ca/home.aspx?userLanguage=fr> Page consultée en mars et avril 2003.
- LE GRIGNOU, B. (2003), *Du côté des publics*, Paris, Économica.
- LEBLANC, C.-M.-A. (2003), « The growing epidemic of child and youth obesity — Another twist? », *Canadian Journal of Public Health*, 94 (5), p. 329-330.
- LESSER, G. S. (1974), *Children and Television : Lessons from Sesame Street*, New York, Random House.
- LURÇAT, L. (1994), *Le jeune enfant devant les apparences télévisuelles*, Paris, EPI/Desclée de Brouwer.
- MCGUIRE, W. (2000), « Standing on the shoulders of ancients : consumer research, persuasion and figurative language », *Journal of Consumer Research*, 26 (1), p. 37-54.
- MINOT, F. (2002), *Les enfants et la publicité télévisée*, Paris, La documentation française.
- NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES, Institute of Medicine (2002), *Dietary Reference Intakes for Energy, Carbohydrate, Fiber, Fat, Fatty Acids, Cholesterol, Protein, and Amino Acids*, Washington, The National Academies Press.
- ORGANISATION MONDIALE DE LA SANTÉ (2003), *Diet, Nutrition and the Prevention of Chronic Diseases*, Who Technical report Series 916, Genève, Organisation mondiale de la santé.
- RÉSEAU ÉDUCATION-MÉDIAS, [En ligne], <http://www.media-awareness.ca/francais/index.cfm> Page consultée le 10 mai 2003.
- SANTÉ CANADA : « Document de consultation sur les allégations santé générales », [En ligne], http://www.hc-sc.gc.ca/food-aliment/ns-sc/ne-en/health_claims-allegations_sante/f_allegations_sante_generales_fr.html Page consultée le 28 mars 2003.
- SANTÉ ET BIEN-ÊTRE SOCIAL CANADA (1990), *Recommandations sur la nutrition ... un appel à l'action*, Ottawa, Santé et bien-être social Canada.
- SINGER, D. G., et J. L. SINGER (2001), *Handbook of Children and the Media*, Thousand Oaks, Calif., Sage Publications.
- STATISTIQUE CANADA (2002), « Enquête longitudinale nationale sur les enfants et les jeunes : enfants obèses », *Le Quotidien*, 18 octobre.
- STATISTIQUE CANADA (2003), « Television viewing : data tables », [En ligne], <http://www.statcan.ca/english/freepub/87F306XIE/2003002/data.htm> Page consultée le 7 janvier 2004.
- TOM, G., et A. EVES (1999), « The use of rhetorical devices in advertising », *Journal of Advertising Research*, 39 (4), p. 39-43.

- TREMBLAY, M.-S., P.-T. KATZMARZYK et J.-D. WILLMS (2002), « Temporal trends in overweight and obesity in Canada, 1981-1996 », *International Journal of Obesity*, 26, p. 538-543.
- UNNIKRISHNAN, N., et B. SHAILAJA (1996), *The Impact of Television Advertising on Children*, London, Sage.
- USDA NATIONAL NUTRIENT DATABASE FOR STANDARD REFERENCE, [En ligne], <http://www.nal.usda.gov/fnic/foodcomp/> Page consultée en mars et avril 2003.
- WARD, S., D. B. WACKMAN et E. WARTELLA (1977), *How Children Learn to Buy : The Development of Consumer Information-Processing Skills*, Beverly Hills, Sage Publications.
- WARTELLA, E., et B. REEVES (1985), « Historical trends in research on children and the media : 1900-1960 », *Journal of Communication*, 35(2), p. 118-133.
- WATERS, H. F. (1977), « What does TV to kids », *Newsweek*, February 21, p. 62-70.
- WATIEZ, M., et L. DUBOIS (1997), « L'exposition des jeunes aux messages télévisés sur l'alimentation : une étude qualitative et quantitative en France et au Québec », dans *Les jeunes et les médias demain. Problématiques et perspectives*, Paris, GREEM, UNESCO (support cédérom).
- WATIEZ, M., et C. WISNER-BOURGEOIS (2002), « Perception par les adolescents des messages alimentaires, importance de la publicité », *Cahier de nutrition en diététique*, 37(3), p. 191-198.

NOTES

1. Aux États-Unis, les dessins animés du samedi matin présentent à eux seuls 33 annonces publicitaires à chaque heure (Réseau Éducation - Médias, en ligne).
2. Les données de l'enquête *Les jeunes et l'écran* (Himmelweit, 1997) auprès de 1 417 jeunes (de 6 à 17 ans dont 599 jeunes de 6 à 11 ans) de tous les pays d'Europe révèlent que le temps d'écoute de la télévision est de 72 minutes par jour pour les enfants de milieu très favorisé et de 102 minutes pour ceux de milieu défavorisé. L'écart est plus prononcé durant les fins de semaine : 40 % des enfants de milieu défavorisé disent regarder la télé plus de 3 heures par jour contre 26 % en milieu très favorisé. Ces taux de Médiamétrie en France sont en moyenne un peu supérieurs à 2 heures par jour pour les 4 à 18 ans (cité dans Jacquinot, 2002).
3. Les dispositions de la Loi sur la protection du consommateur du Québec ne peuvent s'appliquer aux signaux provenant de l'extérieur du Québec retransmis par les câblodistributeurs. Les messages publicitaires provenant des autres provinces canadiennes ne sont pas soumis à cette réglementation.
4. La parodie consiste à faire comme si on était dans un monde autre que celui de la publicité, tout en étant conscient qu'on est dans cet univers (Charaudeau, 1994). Dans une enquête parallèle, à la question ouverte sur l'annonce publicitaire de nourriture qu'ils préfèrent, 26,2 % des enfants répondent les annonces humoristiques.
5. Les garçons apparaissent dans 27 des 29 messages où figurent des enfants et les filles dans 16. Sur les 24 messages qui s'adressent à des adolescents, les garçons sont présents dans 23 et les adolescentes dans 16.
6. Ces émissions sont : à Radio-Canada : *Watatatow*, *La fureur* ; à TVA : *Max inc.*, à Télé-Québec : *Ramdam*, *Malcolm*, *Hartley cœur à vif*, *Macaroni tout garni*, *Cornemuse*, *Lucky Lucke*, et à TQS : *Le petit journal* et *Les Simpsons*. L'émission *Watatatow* est la plus marquante en ce sens, avec 42 % des messages de nourriture.
7. Parmi les heures de diffusion retenues se trouvent des heures d'écoute familiale (de 18 à 22 h) et même des heures tardives durant les fins de semaine. Il n'est donc pas étonnant d'y retrouver des annonces de bières en grande quantité (plus de 50 toutes marques confondues). TVA, par

exemple, annonce de la bière pendant ses téléjournaux de 17 h et de 18 h, de même qu'aux cinémas d'après-midi et de 18 h 30 les samedi et dimanche. TQS annonce aussi de la bière à l'émission *Flipper*, le samedi à 14 h et le dimanche à 18 h aux *Classiques de l'humour*. Ni Télé-Québec, ni Télétoon, ni Musimax n'annoncent de la bière aux heures observées.

RÉSUMÉS

L'importance des contenus publicitaires dans la programmation télévisuelle visant les enfants est depuis longtemps un objet de préoccupation sociale. Dans l'étude présentée, les contenus publicitaires sur l'alimentation auxquels les enfants québécois sont exposés quotidiennement sont analysés du double point de vue nutritionnel et communicationnel. L'analyse de ces contenus a permis de déterminer les types de produits annoncés, la fréquence et le moment de leur diffusion, les composantes nutritionnelles des aliments annoncés et les valeurs socioculturelles qui y sont associées.

The importance of the content of advertising in television programming aimed at children has long been an object of social preoccupation. In the study presented here, the content of food advertising to which Québécois children are exposed daily is analyzed from the dual points of view of nutrition and communication. The analysis of these contents allows us to identify the types of products advertised, the frequency and timing of their diffusion, the nutritional composition of the food advertised, and the socio-cultural values, which are associated with them.

La preponderancia de los contenidos publicitarios en la programación televisiva que ha sido concebida para los niños, es desde hace mucho tiempo motivo de preocupación social. Este estudio presenta los contenidos publicitarios de la alimentación a la que los niños quebequenses están expuestos diariamente, a partir de un análisis enfocado desde dos puntos de vista, es decir, nutritivo y comunicativo. El análisis de estos contenidos ha permitido identificar el tipo de productos anunciados, la frecuencia y el momento de su difusión, así como los componentes nutritivos de los alimentos anunciados y los valores socioculturales a los cuales están asociados.

INDEX

Keywords : advertising, children, food, Quebec, television

Mots-clés : alimentation, enfants, publicité, Québec, télévision

Palabras claves : alimentación, niño, publicidad, Quebec, televisión

AUTEURS

ESTELLE LEBEL

Estelle Lebel est professeure au Département d'information et de communication de l'Université Laval. L'auteure tient à souligner la contribution de Isabelle Samson, diplômée du programme de maîtrise en communication publique de l'Université Laval. Projet subventionné par le Conseil de

recherche en sciences humaines du Canada (no 820-2001-1014).
Courriel : Estelle.lebel@com.ulaval.ca

ANNE-MARIE HAMELIN

Anne-Marie Hamelin est professeure au Département des sciences des aliments et de nutrition de l'Université Laval. L'auteure tient à souligner la contribution de Isabelle Samson, diplômée du programme de maîtrise en communication publique de l'Université Laval. Projet subventionné par le Conseil de recherche en sciences humaines du Canada (no 820-2001-1014). Courriel : anne-marie.hamelin@aln.ulaval.ca

MARGUERITE LAVALLÉE

Marguerite Lavallée est professeure à l'École de psychologie de l'Université Laval. L'auteure tient à souligner la contribution de Isabelle Samson, diplômée du programme de maîtrise en communication publique de l'Université Laval. Projet subventionné par le Conseil de recherche en sciences humaines du Canada (no 820-2001-1014).
Courriel : Marguerite.Lavallee@psy.ulaval.ca

ANNIE BÉDARD

Annie Bédard est étudiante au Département des sciences des aliments et de nutrition de l'Université Laval.

AMÉLIE DUBÉ

Amélie Dubé est étudiante à l'École de psychologie de l'Université Laval.

Lecture pluridisciplinaire d'un texte télévisuel

Une contribution à la formation du téléspectateur critique

Sofia Aslanidou, Evangelia Kourti et Ourania Konstadinidou-Semoglou

- 1 L'analyse des médias comme le cinéma, la presse écrite, la radio, la télévision représente une grande part des recherches sur la communication, surtout depuis le début des années 1980 (Hall *et al.*, 1980 ; Ellis, 1982 ; Davis et Walton, 1983 ; Bennett *et al.*, 1986 ; Fiske, 1987 ; Kuhn, 1990). Ces recherches ont été stimulées par le fait que les médias de masse sont de plus en plus perçus comme tout-puissants et sont même considérés par certains comme une « menace ». Dans le domaine de l'éducation, ce contexte a conduit à l'énoncé d'un objectif pédagogique constamment repris jusqu'à nos jours : créer des récepteurs actifs, des récepteurs qui fassent preuve d'esprit critique à l'égard des messages reçus.
- 2 Mais bien que cet objectif pédagogique puisse paraître clair dans sa formulation, les moyens de le réaliser demeurent aujourd'hui encore imprécis. « On manque aussi cruellement d'un corpus de connaissances stabilisées et d'outils didactiques accessibles », comme le souligne Geneviève Jacquinot (2004 : 155).
- 3 « Quelles méthodes utiliser pour travailler à l'école sur les médias ? » Voilà la question à laquelle il faut répondre selon Jacques Gonnet. « La position de l'enseignant qui travaille sur les médias s'inscrit dans une logique de recherche qui exige des outils à définir » (1997 : 71).
- 4 Malgré cette incertitude concernant les limites du domaine de l'éducation aux médias, « la tradition culturelle critique vise plus souvent à l'acquisition de concepts principalement sémiologiques » (Jacquinot, 2004 : 155), lesquels ne sont pas toujours clairement définis. C'est d'ailleurs en ayant recours à la sémiologie que Eco propose une réponse à la « menace » médiatique :
 Il n'est pas nécessaire de changer un message donné : il serait peut-être suffisant (et même préférable) que l'attitude du public change, de sorte qu'un déchiffrement différent du message soit provoqué ou que les intentions de l'émetteur soient repérées et puissent ainsi être jugées [...] (1972).

- 5 Afin de contribuer à la discussion sur le téléspectateur critique, nous proposons trois lectures d'une même émission de télévision. Chacune de ces lectures est certes différente, mais elles se fondent toutes sur une approche essentiellement sémiologique tout en ayant recours à des concepts pédagogiques, psychosociologiques et psychanalytiques.
- 6 Nous essayons de mettre en évidence les intentions de l'émetteur (de les rendre repérables, selon le mot d'Eco), non seulement les intentions explicites, mais aussi celles qui exigent l'élucidation du « non-dit » et leur interprétation par le récepteur. Cet exercice poursuit un double objectif : ces trois « lectures » peuvent, d'une part, constituer le fondement d'une discussion en classe et, d'autre part, contribuer à éclairer la question de la production du sens.
- 7 Plus précisément, nous essayons d'effectuer :
 - une analyse du texte télévisuel lui-même. L'intention explicite de l'émetteur — créer des récepteurs critiques — est alors inscrite dans les éléments structuraux du texte (aspect pédagogique) ;
 - une analyse de l'attitude et du cadre de références de l'émetteur. L'intention explicite de l'émetteur peut alors être contestée (aspect psychosocial) ;
 - une analyse de la fonction narrative du texte et de sa réception. L'interprétation de l'intention explicite de l'émetteur est ici influencée par l'impact émotionnel du texte sur le récepteur (aspect psychanalytique).
- 8 Notre analyse porte sur le dispositif au sens défini par Nel :

[...] le dispositif est une notion complexe, un réseau d'éléments hétérogènes qui ne peut être analysé à partir d'une seule discipline, mais fait au contraire appel à des approches relevant de la linguistique (sémantique, pragmatique), de l'histoire de la sémiologie et même de la psychanalyse (1990 : 26).
- 9 Il faut également souligner que notre article s'inscrit dans une logique de recherche qui vise à la création d'outils didactiques non seulement efficaces, mais qui soient en même temps opérationnels dans leur utilisation en classe.
- 10 Nous avons choisi l'émission télévisuelle *Reportage sans frontières* comme outil pédagogique pour les raisons suivantes :
 1. elle vise à sensibiliser le récepteur, à « développer son regard critique », selon les déclarations du présentateur de l'émission. Outre les informations qu'elle nous livre sur la façon dont les médias fonctionnent, elle nous offre une occasion unique de prendre en compte un discours télévisuel autoréférentiel, un discours « métatélévisuel ». La télévision parle de la télévision et la juge ;
 2. elle peut ébranler le récepteur par la présentation de témoignages de reportages truqués et par l'impression de réalisme qui en découle. Nous croyons que ce choc est utile et peut agir comme stimulus pour développer le sens critique. En effet, nous constatons, lors de nos contacts quotidiens avec nos étudiants, qu'ils ne sont pas conscients de l'impact des médias. Par conséquent, il leur est très difficile d'être convaincus de la nécessité de devenir des récepteurs critiques. Comme le souligne Tisseron,

[...] lorsqu'on questionne des adolescents ou même des enfants sur ce qu'ils éprouvent à voir des images violentes, ils répondent en général qu'ils y sont habitués que [...] « Ça ne leur fait plus rien », ou même que « c'est rigolo ». On pourrait croire alors qu'ils n'en sont pas affectés [...] (2004 : 161).

Les caractéristiques de l'émission

- 11 L'émission *Reportage sans frontières* est présentée par le journaliste Stelios Kouloglou, qui est également son scénariste. Il s'agit d'une émission d'une heure diffusée une fois par semaine après le journal télévisé (JT) principal de la chaîne publique NET. Selon l'AGB¹, cette émission a un audimat faible (1,7 %), mais elle attire des téléspectateurs qui ont un niveau socioculturel élevé. C'est une émission qui affiche une orientation idéologique très nette de telle sorte qu'elle est généralement considérée plus ou moins comme une émission engagée.
- 12 L'émission est un reportage — d'où son titre —, c'est-à-dire une enquête qui est fondée sur des archives télévisuelles et cinématographiques ainsi que sur des témoignages ; à quoi s'ajoutent des commentaires du présentateur. Elle est basée sur des images de différentes émissions nationales ou internationales (JT, *talk-show*, cinéma, reportages), sélectionnées, commentées et montées par le présentateur.
- 13 Chaque émission présente un seul sujet. Le format de présentation est identique pour tous les sujets : la mise en scène ne se différencie pas d'une émission à l'autre. Les émissions que nous avons analysées (corpus) sont les suivantes : « L'information à travers les mass médias », « Les reportages truqués », « La propagande », « Les images falsifiées », « Les *reality shows* », « Les différentes versions de *Big Brother* dans le monde ».
- 14 Au dire du présentateur, les objectifs de l'émission sont la poursuite de la manifestation de la vérité et non un bon score à l'audimat, la sensibilisation du récepteur et non sa manipulation.

Analyse de la structure du texte télévisuel : aspect pédagogique

Méthodologie

- 15 Cette section² porte sur l'analyse du dispositif de l'émission. Un certain nombre de travaux sur l'analyse des produits audiovisuels nous servent de référence : Guy Lochar (1989), T. Lancien (1995), N. Nel (1990), B. Miège (1986).
- 16 Notre analyse se situe au carrefour d'une analyse de contenu et d'une analyse sémiologique. Elle utilise des éléments sociologiques et philosophiques, par exemple en ce qui concerne le rôle du présentateur, et aussi linguistiques (à propos de la narration). Autrement dit, il s'agit de déterminer la façon dont s'articulent entre eux les concepts structuraux de l'émission — en particulier les sources de l'émission, le discours du présentateur, le genre de l'émission, la narration — afin de repérer l'intention explicite de l'émetteur et le sens des moyens mis en œuvre pour développer un regard critique chez le téléspectateur. Pour préciser le sens du terme « spectateur critique », nous empruntons la définition de Liebes et Katz : « Nous appellerons spectateur critique celui qui dans ses réactions au programme télévisé a consciemment recours à des critères d'analyse comme <plans>, <scénarios>, <structures>, <rôles> et à d'autres notions relatives à la nature du programme » (1993 : 123).
- 17 Selon eux, le comportement du téléspectateur critique concerne la sémiologie du texte (sujets, messages), la syntaxe (genre, forme) et sa pragmatique. En nous appuyant sur

cette définition, nous proposons le schéma d'analyse suivant : la place de l'émission dans la grille des programmes de la chaîne, la thématique de l'émission, le genre de l'émission télévisée et les éléments de la production elle-même (les sources de l'émission, le présentateur, la narration, le générique, la position du téléspectateur, le caractère de l'émission).

- 18 Cette analyse, en montrant que *Reportage sans frontières* est une émission « enseignable », peut constituer un exemple pour les enseignants qui veulent l'utiliser en classe. Elle peut en outre inciter les étudiants à construire des outils pour approfondir davantage certains aspects de l'émission. Car comme le souligne Stiegler, [...] la télévision n'est pas un simple moyen d'enregistrement de la vie : elle la transforme en profondeur, comme l'atteste l'histoire contemporaine, qui est entièrement surdéterminée par les médias. C'est pourquoi il est urgent de développer une formation des maîtres appropriée, qui leur permettra d'enseigner eux-mêmes les éléments du savoir des images et même de contribuer à la réalisation des futurs manuels multisupport (1997 : 43).
- 19 Ainsi, du point de vue sémiologique, cette analyse peut servir de base à une discussion sur les intentions de l'émetteur. Du point de vue pédagogique, elle peut s'ouvrir sur une réflexion sur l'efficacité didactique ou pédagogique d'un produit audiovisuel.

L'analyse

La place de l'émission

- 20 La chaîne qui diffuse une émission n'est pas un simple émetteur ; elle est aussi porteuse d'un discours et en ce sens, elle possède sa propre personnalité. Il y a une cohérence entre la programmation, le ton, le style et la typologie des émissions. L'heure de diffusion de l'émission est également un élément important de l'analyse parce qu'elle dénote le type de téléspectateur qu'elle vise. *Reportage sans frontières* est une émission d'une heure, diffusée une fois par semaine, à 22 h, après le principal téléjournal du soir.
- 21 C'est une émission « grand public ».

Le sujet de l'émission

- 22 Le sujet de l'émission couvre un large spectre de questions sociales ou politiques et se situe généralement du côté de « la promotion de l'avis différent », celui qui n'est pas diffusé par les autres chaînes de télévision. En ce sens, on pourrait parler d'« antitélévision ». Par exemple, l'émission sur les problèmes du racisme projette des séquences d'une manière non conventionnelle. C'est ainsi qu'on voit un intellectuel albanais ou un immigré devenu chef d'entreprise qui parle bien le grec, c'est-à-dire qu'on voit des individus, venus d'ailleurs, et avec lesquels la télévision conventionnelle ne nous a pas familiarisés. « Télévision et mensonges » est le titre d'une autre émission qui enseigne au téléspectateur comment regarder la télévision. Des exemples de « mensonges » sont tirés des journaux télévisés au sujet de la guerre du Golfe, des événements en Albanie, de la guerre en Serbie ou en Afghanistan. Le téléspectateur est invité à porter un regard non seulement sur le « devant » mais aussi sur le « derrière » de l'écran. Dans l'émission « Le photographe soviétique », on analyse tous les dessous de la fabrication d'une photo prise par Gevgeni Kaldeei qui a fait le tour du monde, et qui concerne l'occupation du Reichstag par les soldats soviétiques au mois de mai 1945.

L'émission a aussi comparé les réactions qu'ont provoquées dans différents pays les diverses versions de *Big Brother*.

Le genre de l'émission

- 23 On pourrait dire que le genre d'une émission, c'est un contrat de lecture établi entre la télévision et le récepteur du message (Jost, 1999). Ce contrat comprend la réception des messages mais aussi leur production. Dès qu'une émission est annoncée, le téléspectateur adopte une attitude de lecture qui détermine ses attentes et son comportement. Chaque genre télévisuel est accompagné d'une promesse concernant l'univers qu'il va représenter. Le téléspectateur adoptera-t-il une position de réalité, de fiction ou de jeu ?
- 24 *Reportage sans frontières* se définit elle-même comme un reportage, elle ne s'affiche pas comme une émission de fiction. Pourtant, elle est mise en scène, c'est-à-dire qu'elle est réalisée selon les critères définis par son concepteur. Dans la dichotomie « fiction ou réalité », l'émission se situe d'elle-même dans le réel, qui est pourtant une réelle mise en scène (c'est-à-dire montée). En d'autres mots, elle a toutes les caractéristiques techniques d'une émission de fiction.

Éléments de production

- 25 Il est vrai qu'il ne suffit pas de regarder seulement les images, il est nécessaire d'avoir des connaissances sur les moyens techniques qui sont requis pour la production d'une émission. Toutes les émissions de *Reportage sans frontières* nous proposent une grille d'analyse de la production des images. Par exemple, dans l'émission « Le photographe soviétique », le photographe lui-même explique au téléspectateur comment, en 1945, il a fait le montage d'une photo historique qui a fait le tour du monde. L'émission analyse les détails du plan qui ont été fabriqués pour manipuler et désorienter le téléspectateur. D'autres émissions analysent les différences entre le direct, les dimensions du plan et le différé. Le sens du direct est démystifié quand le présentateur explique que les dimensions du plan se ramènent à une question de point de vue, c'est-à-dire à une question d'écriture pour le réalisateur. Ainsi, le téléspectateur pénètre dans la structure de l'émission.

Sources

- 26 Nous devons examiner non seulement les sources d'une émission mais aussi leur gestion. L'émission que nous analysons fait appel à deux sortes de sources : 1) les archives d'autres chaînes de télévision, d'habitude d'une portée internationale, par exemple la BBC et 2) des témoignages personnels. Nous devons mentionner que les critères de sélection des témoins ne sont pas les critères habituels de la télévision. Il s'agit ni de « l'homme de la rue » des journaux télévisés ni des gens rendus « célèbres » par la télévision.

Le présentateur

- 27 Le présentateur-commentateur-narrateur est le personnage clé de l'émission. Il fait l'ouverture et la clôture de l'émission, d'habitude sur un plan rapproché dont il occupe le centre et il regarde le téléspectateur droit dans les yeux. Il devient une caution de la

vérité. Il est l'intermédiaire entre l'événement et le téléspectateur. D'habitude, il occupe une position hors champ et il fait sentir sa présence dans la trame sonore (énonciation). Son discours est interventionniste, didactique et revêt toutes les caractéristiques d'un enseignement. Il termine chaque émission par une récapitulation et prépare la prochaine émission en adressant des questions aux téléspectateurs. Voici un exemple :

Aujourd'hui mesdames et messieurs nous avons essayé d'expliquer pourquoi les téléspectateurs regardent des émissions telles que *Big Brother* [...]. Nous verrons dans une prochaine émission où va la télévision et où va notre société avec de telles émissions. Existe-t-il vraiment une solution pour une meilleure télévision ?

- 28 L'émission *Reportage sans frontières* possède toutes les caractéristiques d'une unité didactique. Elle prépare psychologiquement le récepteur à recevoir le message, elle fait la liaison avec tout ce qui précède, elle pose des questions avec éloquence, elle soulève des dilemmes moraux. Par exemple :

Mesdames et messieurs, qu'on le veuille ou non, *Big Brother* est entré dans nos vies. À la Faculté de droit, on a jeté des yaourts, le Comité de protection des données individuelles et le Conseil audiovisuel se sont occupés de l'émission. Le phénomène n'est pas exclusivement grec. Des émissions du style *Big Brother* sont diffusées aujourd'hui dans plus de 100 pays. Pourquoi discute-t-on autant d'une émission que de nombreux téléspectateurs considèrent ennuyeuse ? Où va la télévision ? Où va notre société ? Nous préparons depuis six mois une grande enquête sur ce phénomène nouveau à la télévision.

- 29 Le présentateur fait appel au sens critique des téléspectateurs : « Peut-on vraiment se protéger des images mensongères qu'on nous sert ? Il est pourtant certain qu'il vous faut être plus attentifs et plus critiques face à tout ce qu'on vous sert ou que nous vous servons. »
- 30 Et il termine avec cette phrase qui reconnaît le pouvoir de l'image : « Désormais, que Dieu seul sauve les téléspectateurs. »

La narration

- 31 La narration suit une pensée linéaire qui résulte du montage des plans tirés de sources diverses et qui s'exprime dans les commentaires du narrateur : seule interruption, les interventions des témoins. Le montage assure un flux narratif continu, sans que soit révélée l'identité ou l'origine des plans. La valeur informative de l'image est faible par rapport à celle du commentaire : la force du reportage est fondée sur le discours et non sur l'image. L'intervention du narrateur est systématiquement idéologique, tant par son discours que par le montage des images. D'ailleurs, c'est ainsi que le présentateur reste fidèle à l'objectif de l'émission : montrer que les images ne disent pas toujours la vérité, qu'elles sont fabriquées, qu'elles portent une signature (comme c'est par ailleurs le cas du texte). C'est en identifiant ces éléments que le présentateur invite le téléspectateur à prendre ses distances par rapport à l'émission. Le présentateur oppose souvent la réalité télévisuelle à sa propre vision de la télévision. Sa pratique se fonde sur l'enquête, sur le dévoilement d'une vérité cachée.

Le générique

- 32 C'est le signe audiovisuel qui annonce le commencement et la fin d'une émission. Il constitue « son image de marque », son identité. Il délimite l'espace du discours du

présentateur et fixe le niveau d'attente du public. Le signal sonore permet au téléspectateur de reconnaître l'émission sans la regarder. Le générique de *Reportage sans frontières* est absolument cohérent avec le titre : une série de plans qui se rapportent à des événements politiques et sociaux déjà diffusés surtout par les journaux télévisés, qui alternent avec des images de cachets et de visas de passeports de divers pays : cette émission n'a pas de frontières, elle va partout.

La place du téléspectateur

- 33 Comme le présentateur, le téléspectateur occupe une place importante dans l'émission, et la position de la caméra vient l'accentuer. Pendant toute la durée de l'émission, le présentateur regarde le téléspectateur droit dans les yeux : l'angle de la prise de vue est normal (frontal). Selon Jost (1999), cet axe du regard met le téléspectateur dans la position d'un interlocuteur silencieux : son absence est une présence. La relation que le présentateur crée avec le téléspectateur par son regard-caméra le place dans la position d'un interlocuteur silencieux face à l'émission et à sa lecture.

Le caractère pédagogique de l'émission

- 34 Notre analyse se veut un exemple d'une exploitation pédagogique d'un discours télévisuel dont l'intention explicite est de cultiver l'esprit critique du téléspectateur afin de le rendre capable de prendre ses distances par rapport à ce que la télévision lui « sert ». Les éléments structuraux de l'émission analysée peuvent ainsi servir de base à une discussion sur l'efficacité d'un modèle didactique.

La trace de l'énonciateur dans un message télévisuel : aspect psychosociologique

Méthodologie

- 35 C'est sur le discours du présentateur de l'émission que nous allons nous pencher afin d'analyser la place qu'il occupe et ses intentions³. En racontant les événements, non seulement il présente leur déroulement, mais il propose, par ses messages verbaux et non verbaux, une façon de les lire. Par ailleurs, en tant que seul journaliste présent de façon continue à l'écran, il vient à incarner toute l'émission et le public a tendance à l'identifier aux informations produites. En effet, la présence d'une seule personne sur l'écran, qui parle en regardant droit la caméra, devient l'équivalent d'un « je » verbal (Coulomb-Gully, 1995). Dans le cas qui nous intéresse, le présentateur n'est pas que « la partie émergée de l'iceberg ». Il est le premier responsable aussi bien du scénario que de la préparation et de la présentation de l'émission. Cela renforce l'impression du public qu'il n'y a qu'un seul émetteur, et non une équipe responsable de l'émission. La plupart des téléspectateurs en Grèce utilisent le nom du présentateur au lieu du titre quand ils se réfèrent à l'émission.
- 36 Nous avons analysé le discours du présentateur dans les cinq éditions de *Reportage sans frontières* qui avaient pour sujet la « scénarisation du réel » par les médias. Notre objectif est la mise au jour de la position de l'énonciateur concernant les médias et leur notion d'objectivité. Quatre des cinq éditions concernaient la désinformation (reportages truqués, fausses images) dans les émissions d'information et la cinquième

concernait les *reality shows*, en prenant pour exemple principal le succès de *Big Brother*. Nous avons appliqué la méthode de l'analyse de contenu, en tant qu'ensemble de dispositifs qui étudient les médias, aussi bien au texte, aux images qu'au son, car ces derniers portent aussi des traces de l'émetteur. Trois aspects de l'énonciation ont été analysés : l'espace, le temps et la personne grammaticale, selon le modèle proposé par Viallon pour le journal télévisé (1996).

L'analyse du texte

- 37 Selon leurs différents points de vue, les informations transmises par les médias expriment soit la réalité, soit une forme de la réalité, soit une représentation de la réalité (Viallon, 1996 : 91). Cependant, il est peut-être plus intéressant dans l'analyse des informations journalistiques de s'attarder sur l'énonciateur et sur sa relation avec l'objectivité que sur l'énoncé et sur sa relation avec la réalité. La question de la traduction de la réalité par les médias appartient dans la plupart des cas aux historiens. L'analyse que nous poursuivons porte sur la position que l'émetteur s'attribue à par ses attitudes et ses points de vue dans sa présentation des faits et ses analyses. Dans le cas présent, la relation du présentateur avec l'objectivité fournit un intérêt très particulier surtout quand l'émission de télévision s'intéresse au discours et aux pratiques journalistiques. La personne (grammaticale) en tant qu'indice des stratégies discursives de l'émetteur, l'espace (surtout la relation entre l'espace de l'énoncé et l'espace de l'énonciation) et le temps (surtout la relation entre le temps réel et le temps télévisuel) constituent, selon Viallon (1996), trois indices qui nous permettent de dépister les traces de l'émetteur dans son message.

Les lieux de l'énonciation

- 38 Le téléspectateur découvre le présentateur soit dans les studios de production de l'émission (espace de la production du message, espace que le spectateur ne voit pas), soit dans des lieux réels — souvent à l'étranger —, ce qui tend à confirmer la véracité de ses propos. Ces lieux alternent entre des espaces publics (espaces du réel) où ont été réalisés des reportages truqués (vérification des faits reportés) et des lieux où le présentateur et son équipe rencontrent des spécialistes des médias pour parler du phénomène de la désinformation (vérification des opinions émises).
- 39 Le présentateur est toujours seul à l'écran. Il est seul avec son public. Les plans alternent entre les prises de vue générales et les prises de vue rapprochées (surtout en studio), créant ainsi à chaque fois différents modes de relation du présentateur avec son public. Dans les plans éloignés, le verbal se dilue dans le visuel afin de raconter les lieux et les faits ; dans les plans rapprochés, le gestuel du présentateur prend plus d'importance et renforce ses arguments. La plupart du temps, dans les lieux publics, le présentateur raconte les faits, alors qu'en studio (lieu du médium), il dénonce les pratiques de ses collègues, essaie de trouver des solutions et conseille les téléspectateurs sur l'attitude à prendre dans telle ou telle situation. Dans les plans de studio, le téléspectateur voit le présentateur de très près et par conséquent, il se développe entre eux un lien très puissant, puisque la distance détermine aussi le genre de relation/communication que nous souhaitons établir avec les autres. En utilisant la terminologie de E. Hall (1966), nous passons du « lieu public et social » au « lieu personnel et intime ».

- 40 Le studio de production constitue l'espace dans lequel se fait le montage des images, des sons et du discours, du présent et du passé. Les plans tournés en studio laissent voir, d'une part, que l'émetteur dispose de toute la technologie nécessaire pour dénoncer la désinformation partout dans le monde et, d'autre part, qu'il a l'intention de mettre cette puissance technologique au service de son public, de lui montrer l'envers du décor et ainsi de le persuader de ses bonnes intentions. Par conséquent, le fait que la présentation de l'émission se déroule dans ce « lieu magique », ce lieu de synthèse et de composition auquel d'habitude seuls les membres de l'équipe de l'émission ont accès, est d'une importance capitale pour la nature de la relation que l'émetteur du message souhaite établir avec les téléspectateurs. De plus, dans les plans en studio, le présentateur, habillé d'une manière très décontractée, ne quitte pas le téléspectateur des yeux : la communication honnête et objective se fait « les yeux dans les yeux » (Coulomb-Gully, 1995). Cela donne au téléspectateur non seulement l'impression de pouvoir partager le savoir et la technologie de l'émetteur mais aussi de se considérer comme son confident, son ami. Cette « invitation » à pénétrer dans les studios facilite non seulement le développement d'une relation intime mais aussi la transmission des messages et la persuasion.

Le temps de l'énonciation

- 41 Contrairement à plusieurs documentaires où le présentateur est absent (puisque les faits parlent d'eux-mêmes), celui de *Reportage sans frontières* est présent. Il apparaît à l'ouverture et à la fermeture de l'émission et quelquefois pendant l'émission. Ces apparitions suivent un modèle bien précis : elles sont courtes et peu nombreuses. L'« ouverture » et la « fermeture » sont d'une importance capitale dans toutes les formes de communication puisqu'elles permettent à l'émetteur de mieux présenter ses arguments et de créer des impressions chez les autres (Goffman, 1971). Dans le cas que nous analysons, le présentateur profite de ces moments pour dénoncer les pratiques et les stratégies de ses collègues, sensibiliser les téléspectateurs aux « images truquées » ou à la piètre qualité (selon lui) des émissions télévisuelles comme *Big Brother*. Par ses dénonciations, le présentateur annonce dès le début de l'émission qu'il existe une solution de rechange, une autre façon de faire du journalisme. La distinction qu'il établit entre « nous » et les « autres », entre « moi » et les « autres » est très claire. Les stratégies du discours de l'émetteur misent beaucoup sur les alternances de la personne grammaticale.

Les stratégies du discours de l'énonciateur

- 42 L'utilisation de la première personne du singulier, « je », par le présentateur souligne le fait qu'il assume seul toute la responsabilité des arguments énoncés. La première personne du pluriel, « nous », peut s'employer soit par le présentateur ou son équipe (par exemple, « nous nous sommes retrouvés au musée de l'image mouvante »), soit par une sorte de collectif auquel sont conviés les téléspectateurs :
- [...] pouvons-nous alors et de quelle manière nous protéger de l'impitoyable concurrence pour l'argent et l'audience ? Nous allons discuter ce problème dans une prochaine émission après avoir regardé auparavant une des plus grandes arnaques télévisuelles de l'histoire.
- 43 Ainsi s'établit tout un jeu identificatoire entre destinataire et destinataire du message. Cette communauté forcée de sentiments, d'actes, nous dit Viallon (1996 : 97), est

toujours un moyen d'accrocher le destinataire, de diriger son intérêt vers un sujet qui peut ou qui doit le concerner : par exemple quand, à propos de *reality shows*, le présentateur conclut : « c'est un phénomène dont, malheureusement, nous n'allons pas nous débarrasser de sitôt. »

- 44 Le vouvoiement traduit la plupart du temps une attitude de respect. Pour *Reportage sans frontières*, c'est surtout l'expression d'une « TV — lien social » (Viallon, 1996 : 94) qui s'adresse à une collectivité (le groupe de téléspectateurs), que l'on croit homogène et qui devrait se reconnaître dans ce qui est diffusé (« restez avec nous pour voir comment ils essaient de vous terroriser et de vous tromper »). La plupart du temps, le « vous » sert soit à fidéliser le téléspectateur (« ne ratez pas le troisième épisode sur les images truquées jeudi prochain »), soit à mettre les téléspectateurs en garde contre la désinformation tout en leur indiquant l'attitude à adopter dans cette situation (« ce qui est sûr, c'est que vous devez être plus critiques, plus attentifs à ce qu'ils vous servent... »). Le présentateur s'adresse aussi aux téléspectateurs à la troisième personne du pluriel (ils/les téléspectateurs), sous forme de questions : « les téléspectateurs doivent-ils désespérer ? » ou de souhaits : « que Dieu garde les téléspectateurs ». De cette façon, il maintient une distance entre le téléspectateur et lui-même afin de demeurer plus « objectif ». Cela lui confère une certaine « crédibilité » lorsqu'il considère comme décevante la qualité de la plupart des émissions d'information et de loisir et qu'il qualifie d'inadmissible la manière dont les téléspectateurs sont traités. En contrepartie, la désignation « ils » permet l'établissement d'un dialogue, par exemple lorsque le présentateur donne la parole à un téléspectateur allemand⁴, décrit comme « téléspectateur professionnel » qui porte une croix et raconte son « calvaire » de téléspectateur trompé.
- 45 Ces alternances des personnes grammaticales qui désignent soit le présentateur (émetteur/destinateur du message), soit le téléspectateur (destinataire du message) révèlent quelques indices quant à la position discursive qu'occupe le présentateur. Quand il passe du « je » au « nous », du « vous » au « ils », il provoque différentes lectures du texte et rend confuses, pour le récepteur, ses intentions (moi le journaliste/ moi le téléspectateur, nous l'équipe/nous les téléspectateurs). Il lance ainsi différentes stratégies de persuasion, par exemple :
- [...] Quand nous avons dénoncé les reportages truqués en Albanie, il ne s'est rien passé. Au contraire, on m'a accusé d'avoir insulté certains « collègues » et on m'a même demandé de leur présenter mes excuses [...] ainsi les mensonges ont continué [...] RSF continue pour que vous puissiez comprendre ce que vous voyez.
- 46 Dans le discours du présentateur, on constate que malgré ses efforts pour s'identifier aux « téléspectateurs » et être un des leurs, il fait continuellement preuve de son savoir et de sa puissance ; par exemple, en se proposant comme moyen (médium) pour « sauver » les téléspectateurs ou en leur demandant de se méfier des intentions et des pratiques des « autres » médias. Indirectement, il se glorifie comme médium quand il fait appel à Dieu et à sa puissance pour sauver « le téléspectateur martyr » de l'influence de la télévision. Le fait qu'il met en garde ses propres téléspectateurs contre les informations qu'il leur diffuse (par exemple : « Il est certain que vous devez être plus critiques, plus attentifs face à ce qu'ils vous servent ou que nous vous servons ») est aussi d'un intérêt particulier pour l'analyse des stratégies de son discours. L'aveu par l'émetteur de sa propre subjectivité et de sa propre responsabilité au lieu de persuader le téléspectateur de l'objectivité de l'émission ne fait que l'alerter du danger qui le menace.

- 47 Ce genre de discours nous renvoie au discours plus général sur les médias qui a ses racines dans la théorie de la réception et dans le « mythe de l'efficacité des médias ». Cette théorie ne tient compte ni de la complexité des conditions spatio-temporelles ni du comportement des téléspectateurs ou des différences individuelles sur le plan cognitif (connaissances, opinions) ou sur le plan affectif (attitudes, émotions). Elle considère les médias comme tout-puissants et le téléspectateur comme passif. Le « mythe de l'efficacité des médias » survit encore dans l'opinion publique malgré les critiques formulées par les spécialistes des médias depuis son apparition. Ceux qui ont intérêt à propager ce mythe (pour des raisons économiques, politiques ou même personnelles) peuvent difficilement accepter la réalité des effets mitigés et d'un récepteur actif. Pourtant, *Reportage sans frontières*, qui affirme se battre contre ces intérêts et qu'elle accuse d'être à la source de la désinformation, reprend ce mythe à son compte.

Le mythe de l'information objective

- 48 *Reportage sans frontières* se présente comme une critique négative des pratiques des médias modernes et surtout de la télévision. À première vue, c'est une antitélévision qui s'appuie sur des documents, des interviews et des analyses, pour montrer que les fabricants de photos, d'information, d'images peuvent non seulement tromper consciemment le public mais qu'ils le font de plus en plus. Par ces dénonciations, le mythe de l'objectivité permanente de l'image s'effondre. En même temps que s'effondre une certaine conception « noble » du journalisme et des médias en général (Ramonet, 1999), le scepticisme, les doutes du public face aux médias et sa réticence à leur faire confiance sont renforcés par cette émission. Pourtant, l'analyse que nous venons d'effectuer montre que le présentateur, tout en voulant enseigner à son public la pensée critique qu'il professe, ne prend pas ses distances par rapport au « mythe » de la toute-puissance des médias. Sa façon de procéder par opposition entre bons et mauvais produits télévisuels et la stratégie de résistance qu'il propose aux téléspectateurs « victimes » des médias produisent, au contraire, une « panique morale » qui renforce chez le public le mythe des médias tout-puissants. De plus, ce « sauveur » des ondes, dans sa tentative d'être tout à fait objectif, se présente lui aussi comme une éventuelle source de désinformation.
- 49 Dans sa tentative de persuader le téléspectateur du bien-fondé de ses propos et de ses bonnes intentions par différentes techniques qui vont de la présentation des faits et des preuves jusqu'à la création d'un climat moins formel et amical, le présentateur ne semble pas prendre en compte la capacité du spectateur à « gérer le message » et à être un lecteur actif des produits médiatiques. Le téléspectateur, perçu comme un récepteur passif, se retrouve dans une situation « étouffante » dans la mesure où il est la cible d'un double message : « ils vous disent » — « nous vous disons ».
- 50 Les éditions de *Reportage sans frontières* que nous avons analysées afin de mettre au jour la position de l'énonciateur concernant les médias et la notion de l'objectivité, montrent son hésitation à prendre position dans le débat ; entre ceux qui considèrent les médias comme un « quatrième pouvoir » (représentants du public, formateurs de l'opinion publique, juges du gouvernement) et ceux qui les considèrent comme un « miroir de la réalité sociale », c'est-à-dire voués à l'information « objective » et « impartiale » (Serafetinidou, 1991 : 224-245). Émettre, c'est toujours parler de soi, soulignait Umberto Eco (1985) et il nous semble que par ses dénonciations et ses

hésitations, le présentateur essaie de promouvoir un aspect positif des médias : « les médias ne sont pas tous les mêmes », « il y a une autre forme de télévision », « le mal n'existe qu'en opposition avec le bien ». Peut-être que ce genre d'émission constitue alors une sorte d'« homéopathie », dans le sens que donne Barthes à ce terme, quand il parle du rôle du débat et du conflit public. On confesse le mal d'une institution pour mieux en masquer un mal plus fondamental : « [...] on immunise l'imaginaire collectif par une petite inoculation du mal reconnu : on le défend ainsi contre le risque d'une subversion généralisée » (1957 : 238).

- 51 Selon Fiske (1987 : 198), les hommes qui sont responsables de ce que nous appelons la production médiatisent les messages ; ils ne les créent pas. L'adoption d'une telle position peut donner l'impression que la télévision « ne fait qu'exécuter des ordres » et que, par conséquent, nous devons l'accepter ou la refuser. Mais au fond, par de telles analyses, on se rend compte à quel point la réalité télévisuelle n'est qu'une construction humaine et, en tant que telle, son rôle dans la société peut être analysé et mis en cause.

Le discours télévisuel et sa réception : aspect psychanalytique

- 52 Cette section⁵ est une tentative de contribuer à la discussion sur le téléspectateur critique, en mettant en évidence, par l'entremise d'une perspective principalement lacanienne, la procédure de réception des intentions de l'émetteur.

Fondements théoriques

- 53 Notre approche est sémiotique⁶. Selon cette théorie, le téléspectateur critique est celui qui voit l'image non seulement comme un moyen de représentation, mais aussi comme un lieu de production de sens. Ainsi,

- « le sens est fonction de son interprétation », de sa réception générale ;
- la « pensée critique », est considérée comme un attribut du téléspectateur critique (Piette, 1996 : 83).

- 54 Ces deux prémisses font intervenir la fonction de la « pensée » et soulèvent nombre de questions. L'approche psychanalytique, qui ne distingue pas clairement la pensée du désir inconscient, fait intervenir dans la discussion la dimension de l'inconscient, ce qui évidemment provoque une confusion.

Ainsi d'un mot, en 1967 dans *La méprise du sujet* supposé savoir, Lacan rappelle que selon Freud l'inconscient « c'est des pensées » ce qui est dire aussi qu'il s'agit d'un savoir qui se dépense pour la jouissance [...] En conséquence, on ne peut que soutenir avec Aristote que l'Homme pense avec son âme ; à la place du cogito cartésien, c'est le désir qui fait certitude (Kaufmann, 1993 : 314).

- 55 Étant donné que l'exploration de l'espace inconscient est irréalisable et ne concerne que la dimension médicale de la psychanalyse, et non la communication, nous considérons que l'analyse du processus de réception⁷, à partir de questions comme celles de la relation entre le subjectif et l'objectif, entre le cognitif et l'affectif, entre le sens figuré et le sens propre, peut contribuer au débat sur la production du sens et, indirectement, sur le récepteur critique.

- 56 Certes, la sémiotique apporte une contribution à la question complexe du sujet et de la production du sens, principalement à travers l'interprétation d'un discours connotatif, mais elle continue à envisager tout sujet comme contrôlant la totalité du processus d'énonciation ou de réception. Au contraire, selon Kaufmann (1993 : 529), la psychanalyse, « [...] substituant au schéma de la communication un modèle qui postule que tout acte de langage implique un sujet non seulement parlant mais aussi désirant [...] », modifie la relation du sujet à l'objet en fonction de la relation du sujet avec son désir inconscient. Ainsi en résulte-t-il une indétermination du sens qui conduit à une indétermination des limites du subjectif et de l'objectif.
- 57 Néanmoins, dans la mesure où nous visons à éclairer le processus de réception, nous devons souligner non seulement la participation du désir dans la démarche de la production du sens mais surtout les mécanismes qui actionnent le désir. Ainsi, selon l'approche psychanalytique, le désir se mobilise par le mécanisme de l'identification ou mieux par « la relation du sujet avec l'image du semblable ». Autrement dit, par l'entremise d'un processus métaphorique qui, de par sa nature, constitue la « plénitude impossible ». Une « plénitude » qui, selon Lacan, ne sera autre que celle de la liaison du signifiant au signifié. Analysant précisant le processus par une approche linguistique, il déclare que le terme, ou plus généralement le signe, n'est pas simplement une liaison signifiant-signifié. « Le signifiant, à l'envers du signe n'est pas ce qui représente quelque chose pour quelqu'un, c'est ce qui représente précisément le sujet pour un autre sujet » (Kaufmann, 1993 : 407).
- 58 Ce glissement du signifiant non contrôlé par le sujet et sa dimension inconsciente éclairent, selon nous, d'une certaine façon le « mystère de la réception » (Dayan, 1992). Puisque le sujet est engagé dans la communication par sa relation avec les choses symboliques, métaphoriques, il est évident que la dimension propre, informative et objective des choses est mise en cause. C'est non seulement le contenu même d'un discours qui devient significatif, mais aussi son mode de présentation.

Méthode

- 59 Nous avons effectué une analyse du discours de l'émission *Reportage sans frontières* ainsi qu'une analyse de 10 entretiens avec des téléspectateurs et téléspectatrices pour comprendre la façon dont ils interprètent les intentions de l'émetteur.
- 60 Les instruments d'analyse relèvent d'une approche sémio-psychanalytique. L'outil sémiologique, grâce à son objectivité, vise à mettre en évidence l'intervention de la subjectivité dans le processus de la réception.
- 61 Notre analyse du discours est fondée sur quelques concepts de la narratologie (Genette, 1969), parce que les réponses des personnes interrogées renvoient davantage à une narration (« on attend la suite », « ça me rappelle un film noir », etc.) qu'à un reportage.
- 62 L'analyse se limite aux seuls points soulevés par les personnes interrogées parce que notre intention est de savoir si ces points existent objectivement, de quelle manière ils sont exprimés et comment ils sont interprétés. L'instrument d'analyse du contenu des réponses des interviewés relève d'une approche lacanienne. L'échantillon de 10 sujets ne prétend pas être représentatif, mais il satisfait aux exigences de l'analyse qualitative. Si l'échantillon n'est pas aléatoire (*purposive sampling*), il reflète néanmoins les principales caractéristiques connues des téléspectateurs qui constituent le public

habituel de l'émission : diplômés de l'enseignement supérieur et idéologiquement « de gauche ». Signalons également que l'échantillon n'a pas de connaissances particulières sur les médias de masse⁸.

- 63 Nous avons eu recours à l'entretien semi-structuré. La question d'ouverture s'énonce comme suit :

[...] on m'a demandé de participer à un débat sur l'émission Reportage sans frontières. Je ne sais pas quoi faire. Je n'ai pas eu l'occasion de regarder l'émission. Toi, est-ce que tu la regardes ? Donne-moi objectivement ton avis. Cela m'aiderait.

- 64 À même les réponses s'enfilent une série d'interventions explicatives comme : « qu'est-ce que tu entends par là ? Pourquoi tu dis ça ? Où est-ce que tu vois tout cela ? »

- 65 La durée de chaque entretien n'est pas longue (à peu près sept minutes). Les rencontres n'ont pas lieu immédiatement après le visionnement de l'émission, afin d'éviter que le récepteur s'en tienne à des détails et qu'apparaisse son impression générale, laquelle, à notre avis, caractérise mieux son attitude envers l'émission. Au cours des entretiens, nous avons tenté de créer un climat qui permette l'expression spontanée des opinions. Ainsi, aucun interviewé n'était prévenu à l'avance des questions. Plutôt, nous leur faisons comprendre que nous ignorions le sujet des émissions et que nous les visionnerions en vidéo plus tard. Il faut signaler que nous ne leur demandions pas des avis sur des émissions précises, car nous avons retenu l'hypothèse que la dimension symbolique du discours, d'un point de vue psychanalytique, renfermait des structures, surtout celles de la fonction conative, qui pourraient avoir un impact émotionnel sur le récepteur.

Résultats

Analyse du discours de l'émission

- 66 Chaque narration qui résulte de la « transformation » d'une situation normale soulève des questions. Cette perturbation fait naître chez le récepteur une inquiétude à laquelle succède un nouvel équilibre. Le traitement et la résolution de cette perturbation sont pris en charge par le narrateur, ce qui ne peut que lui donner une certaine satisfaction. Pour la résolution du problème principal posé, autrement dit pour la recherche de « l'objet », un « destinataire » définit un « actant » principal, un « sujet » qui, au cours de sa recherche d'une résolution, rencontre d'autres « actants », « adjuvants » ou « opposants ».
- 67 Dans l'émission qui nous intéresse, une question est toujours posée (souvent sous la forme d'une énigme)⁹ et le présentateur de l'émission ne joue pas un, mais quatre rôles :
1. il est « destinataire » parce qu'il constate le problème et dans le même temps désigne quelqu'un pour le résoudre ;
 2. il est « sujet » parce qu'il se désigne lui-même pour trouver la solution ;
 3. il est « adjuvant » parce que nous le voyons être du côté des témoins ;
 4. il est « narrateur » parce qu'il prend ses distances face autant au récepteur qu'au sujet de l'émission et qu'il manipule.
- 68 Dans ses rôles de « sujet » et d'« adjuvant », sa présence, souvent insinuante comme celle de Hitchcock dans ses films, renvoie à un « mystère » ; un des interlocuteurs compare l'émission à un film noir. De plus, le rythme et la facilité avec laquelle le

présentateur passe de narrateur à l'actant évoquant le mystère et tout à la fois montrent sa merveilleuse habilité : « [...] comme s'il plongeait et remontait à la surface, sain et sauf, avec un coquillage à la main pour moi » (une interlocutrice).

- 69 Ce risque que prend le présentateur et sa « toute-puissance » — ne réussit-il pas la tâche difficile de dévoiler les « vérités cachées » — représente un grand intérêt pour le récepteur d'autant plus que le présentateur revient et le regarde dans les yeux. Presque tous les interlocuteurs évoquent ce regard « humide », « torturé », « érotique », « direct », « franc », mais aussi « complice » de la résolution du mystère de la vérité recherchée. C'est comme si le récepteur participe aussi à cette découverte. Cette attitude complice est confirmée quelquefois par un clin d'œil au récepteur.
- 70 Selon Genette (1969), le narrateur établit une relation intellectuelle et indirectement morale avec son discours. Conformément, le présentateur de *Reportage sans frontières* tente de maintenir le regard d'un chroniqueur face aux actions. C'est pour cette raison, éventuellement, qu'il ne présente pas les témoignages sous forme d'interviews qu'il mènerait lui-même directement. Quand il interroge quelqu'un, seule sa voix se fait entendre ; il est « physiquement » absent. Par ailleurs, tandis qu'il prend soin de situer les témoignages dans l'espace et le temps¹⁰, le présentateur donne l'impression par ses commentaires, composés de phrases courtes avec des verbes déclaratifs neutres, de suivre les retombées des phénomènes décrits par les témoins (« Ainsi... », « donc »). Il projette l'attitude d'un observateur qui ne se sent pas concerné et qui évite d'exprimer un avis. Cependant, il en exprime un par sa « position » idéologique, sa façon de cadrer la question qui sera traitée, tout autant que par les dispositions didactiques et ses recommandations (« ouvrez bien les yeux »).
- 71 Par ailleurs, la façon dont le présentateur établit la distance qui le sépare du récepteur signale qu'il a l'intention de s'identifier plus à celui-ci qu'aux témoins. Il n'apparaît à l'écran que lorsqu'il s'adresse aux téléspectateurs. Dans pareils cas, les plans sont pour la plupart rapprochés et sans aucun autre point de fuite que son regard, toujours placé au centre de l'écran. Ses regards, son clin d'œil, son emploi du « nous », son didactisme rendent manifeste la fonction « conative » de son discours, qui a surtout pour cible le récepteur.
- 72 Aux yeux du récepteur, tout ce dispositif est une démonstration de la force du présentateur. La « focalisation » de son discours, comme dirait Genette, est une focalisation zéro (une narration non focalisée). En d'autres mots, le narrateur en connaît plus que les locuteurs et même plus que tous les participants. Il est omniprésent à tous les événements et il occupe un espace « sans frontières ». Il contrôle toujours le possible dénouement des événements. Ainsi, malgré la relative liberté des participants et du récepteur, tous lui restent soumis.

Les interviews

- 73 Nous présentons, dans le cadre de cet article, les raisons qu'ont données les interviewés pour justifier leur attitude à l'égard de l'émission. Les indices qui suggèrent un glissement de sens sont mis en italique.
- 74 1. Étudiante de 3^e cycle en architecture
- « Je l'adore¹¹, il est lointain et proche en même temps. Alors qu'il est *sérieux*, il vient et te prend la main (plongeon dans la mer). Cette *contradiction* m'attire. »
 - « Où est-ce que tu vois tout cela ? »

- « Dans les témoignages, dans son *objectivité* mais aussi dans le fait qu'il est *vrai, humain...* Je le vois également dans ses yeux. Il est *moral, il risque.* »
- « Qu'est-ce qu'il risque puisqu'il est protégé par la chaîne publique pour laquelle il travaille ? Tu ne vois pas cela ? »
- « Ne me dites pas ça ! Moi, il me plaît. »
- « Pourquoi cette contradiction que tu décris te plaît ? »
- « Je ne sais pas, elle est probablement créatrice. »

75 2. Professeur d'éducation physique

- « Il me plaît, *il a de la qualité. Il a du style.* »
- « Qu'est-ce que tu veux dire par *style* ? »
- « Mais, *de la qualité, et tout le monde le dit, l'émission est top.* »
- « Tu regardes souvent l'émission ? »
- « Je la regarde rarement car je préfère T...¹² (une émission d'un contenu similaire) qui me détend. »
- « Je ne peux pas comprendre ce que tu veux dire par *style*. Pourquoi est-ce qu'il te plaît ? »
- « Parce qu'il est *à part.* »
- « Pourquoi tu ne dis pas différent ? »
- « Bah!! ce n'est pas facile de te répondre. »
- « Tu dirais que quelqu'un de ta famille a du *style* ? »
- « Mon père avait une certaine qualité, on le distinguait dans le village. »

76 3. Professeur de lettres

- « J'aime ses sujets. Il a son opinion et en plus *il remet en cause* ce qui le met en avant, les mass médias eux-mêmes. Il a du *courage.* »
- « Quel courage puisqu'il travaille pour la chaîne publique (donc pour l'ordre établi) ? »
- « Ça ne fait rien, il ne mâche pas ses mots, il *dit tout clairement.* Ce qui me plaît le plus, c'est qu'il a une attitude *dynamique* face aux choses, il met tout en cause et *il me donne un rôle*, il m'oblige à *réfléchir.* »
- « Quelle attitude dynamique puisqu'il y en a qui disent qu'il te met devant des problèmes qui n'ont pas de solution ? »
- « C'est peut-être comme ça mais moi, ça me plaît qu'il *mette tout en cause...* »
- « Triant. [présentateur d'une autre émission] aussi met tout en cause ?.. »
- « Je le déteste... Mais pourtant je le regarde quelquefois justement parce qu'il m'énervé. » (Rires.)

77 4. Professeur de linguistique

- « Il a son opinion, il me plaît car il est *un des nôtres* (de gauche), *il leur dit leurs vérités.* »
- « Il travaille pourtant pour la chaîne publique ? »
- « Tu crois qu'il fait semblant ? Ça ne fait rien... Il ne va tout de même pas faire [...] une révolution ».

78 5. Docteur-chirurgien

- « *Il dévoile* d'une manière directe, persuasive, sans fioriture, il est *efficace.* »
- « Comme les chirurgiens ? »

79 6. Professeur de français et de yoga

- « Il est *honnête*, il t'inspire une *élévation de l'âme*, de l'esprit parce qu'il *dépasse* le quotidien qui est vulgaire. »
- « Où est-ce que tu vois tout cela ? »

- « Dans ses manières, dans sa façon de persuader, dans sa tendance à la découverte, dans la clarté de son visage. »
- « D'autres disent que parce qu'il met tout en cause, il t'apprend à penser et toi, tu appelles ça élévation de l'âme ? »
- « Chacun voit les choses de son propre point de vue. »

80 7. Étudiant de 3e cycle en architecture

- « Je ne l'aime pas car il est *totalelement accepté*. C'est Monsieur Parfait. Il fait celui qui *peut tout faire*, je ne sais pas, mais d'un autre côté il montre *qu'il en a vu pas mal* dans sa vie, mais tu n'as pas pitié de lui, sa *force* prévaut, *il te manipule*. » (Film noir)
- « Tu détestes tous ceux qui sont acceptés ? »
- « Quand ils essaient de s'imposer. »
- « Il te fait penser à qui ? »
- « Je ne voudrais pas le dire. »
- « Mais celui-là il te fait penser, il ne te manipule pas ? »
- « Je l'ai vu 3-4 fois mais il ne m'a pas donné cette impression. »

81 8. Professeur de pédagogie

- « J'ai arrêté de le regarder, celui-ci il *bouleverse l'histoire* ! Il y en a d'autres qui le font mais... » (Il n'arrivait pas à trouver d'arguments, il montrait avec ses mains les deux niveaux de l'histoire et semblait gêné.)
- « Mais c'est vous qui dites cela, vous qui êtes attiré par la théorie marxiste ? Celui-ci il va toujours contre le pouvoir ? »
- « Je ne sais pas, il ne peut pas me convaincre. Il y a quelque chose de *vulgaire* chez lui. Tu parles d'un marxiste ! »

82 9. Professeur de lettres

- « Ses sujets sont bons. Dans le temps je regardais son émission mais depuis que j'ai vu Arv. qui présente des sujets similaires, j'ai compris ce que c'est qu'un bon journaliste. *Il ne te dirige pas* avec ses questions, *il te laisse parler*. Kouloglou est *partial*, *il n'a pas de profondeur*. »
- « Qu'est-ce que c'est la profondeur pour toi ? »
- « Je ne sais pas... *être humain*. *Il te respecte, il ne te dirige pas*. »

83 10. Éducateur

- « Objectivement c'est une émission correcte. Moi pourtant, je ne sais pas pourquoi je ne peux pas la regarder. Il y a quelque chose qui me dérange. Alors que ses sujets m'intéressent. J'ai remarqué que quand je vois de la *<faiblesse>* dans le regard de K., il m'attire plus. » (Rires.)

84 En conclusion, même si la question initiale de l'entretien s'adresse au cognitif des interlocuteurs, la plupart n'ont pas caché leur implication affective dans le message, autant avec des informations extralinguistiques qu'avec des commentaires (« il me dérange », « j'admire son courage »). Tous les interlocuteurs trouvent les sujets de l'émission intéressants sans pour autant que cela influence leur attitude : c'est moins le contenu que la façon dont il est présenté qui est déterminant (« son regard », « il n'est pas humain », « objectif »). C'est moins les informations que les signifiants qui agissent sur leur jugement ; par exemple, l'émission qui critique les médias de masse « signifie » le courage, le dynamisme, la morale, la confiance.

85 En général, le récepteur semble jauger son attitude affective en fonction de certains indices, comme le regard, l'objectivité, la disposition à dévoiler. Ces indices renvoient à certaines connotations qui ont une logique, une cohérence métaphorique,

métonymique et non pas littérale : personne, par exemple, ne retient l'indication de l'objectivité littéralement mais plutôt ses connotations de sérieux, d'honnêteté, de confiance, de toute-puissance. Le récepteur n'utilise pas toutes les informations qu'il reçoit pour fixer son attitude par rapport à l'émission : il sélectionne plutôt certains indices qui, comme les analyses sémiologiques nous l'ont montré, existent objectivement dans le message. Le récepteur ne se projette pas sur quelque chose qui n'existe pas mais sur quelque chose qui existe objectivement à l'intérieur du texte. Le désir ne s'échappe pas de façon absolument incontrôlée, il est provoqué par certains signes objectifs structurels (Konstandinidou-Semoglou, 2001a) qui sont capables d'influencer l'inconscient du récepteur. On peut dire que ces indices nous renvoient principalement à la fonction conative du discours, c'est-à-dire à cette fonction qui peut dévoiler la stratégie de persuasion de l'émetteur.

- 86 La question devient : sur quel critère le récepteur établit-il ses choix qui, éventuellement, le guident vers des interprétations subjectives ? Quelle est la logique qui dicte le glissement métaphorique apparemment non fondé ? Pourquoi, par exemple, quelqu'un choisit-il le regard¹³ parmi tous les indices ? Pourquoi y voit-il de la compassion et un autre de la souffrance ?
- 87 L'approche psychanalytique nous enseigne que le récepteur sélectionne certains signes qui deviennent des indices capables d'influencer son inconscient. Le désir est soulevé, pour paraphraser Lacan, par un réseau de signifiants qui existent et qui, lorsqu'ils sont liés et dirigés par des relations de cohérence et de ressemblance, signifient quelque chose pour le récepteur.
- 88 Bien que la taille de l'échantillon soit petite, certaines remarques sur le classement des réponses méritent d'être soulignées. Nous avons distingué deux catégories d'avis, positifs et négatifs, sans tenir compte ni de l'origine sociale, ni du niveau d'instruction, ni de l'idéologie des interviewés. Si nous acceptons le point de vue de Lacan selon lequel le signifiant est soumis à la peur de la castration (autrement dit, la peur du Père, de la Loi, du Pouvoir, du puissant en général), alors la différence des attitudes positives et négative face à l'émission renverrait aux différentes peurs qu'ont les sujets face au Pouvoir. Par conséquent, chacun, selon le type de peur qui le tiraille, choisit ce qui lui procure le sentiment de force, de sécurité et de sérénité. Quand nous leur demandions leur avis sur l'émission, tous se sont référés sans exception au seul présentateur. Sur un plan symbolique, et en accord avec l'approche lacanienne, le discours du présentateur peut constituer une figure du père qui permet au récepteur (enfant) d'apprendre à regarder sous les apparences, à mettre en cause le pouvoir, à réfléchir et donc à devenir adulte. Pourtant, comme nous l'avons vu, l'attitude du présentateur ne manifeste pas clairement cette intention. Au contraire, nous le voyons osciller entre la permissivité et la surprotection. Nous pouvons supposer que cette « oscillation » intra-discursive influence l'audimat. En ce qui concerne la réception chez le téléspectateur critique et plus spécifiquement chez le téléspectateur amateur du reportage, nous pouvons faire nôtre la remarque de Lochard et Boyer :
- [...] les énoncés informatifs de grands reportages répondant à un souci dramatique donnent lieu en effet à diverses formes de scénarisation qui, surtout quand ils ont à mettre en œuvre des « scénarios du passé » (comme c'est le cas de Reportage sans frontières) les organisent conformément à un schéma narratif archétypique (Boyer, 1998).
- 89 La narratologie serait donc un instrument d'analyse approprié pour de tels reportages.

Conclusion

- 90 L'objectif principal de ces trois analyses est de contribuer à la discussion sur le téléspectateur critique. Elles ont montré, par le dévoilement des intentions explicites ou « non-dits » de l'émetteur, que les effets d'un discours ne sont pas toujours directement liés à son contenu, à son niveau dénotatif ou à tout ce qui est explicitement énoncé. Le sujet et le sens ne sont pas donnés, mais se produisent dans le travail discursif. L'importance du repérage des intentions de l'émetteur met en cause l'objectivité d'un discours, soulève la question de la production du sens et contribue à l'objectif de formation du téléspectateur critique. Grâce à la dimension psychanalytique de la réception, nous avons vu que l'importance en communication n'est pas seulement l'interprétation des signes mais aussi les effets ou les transformations qu'elle opère. Ces transformations sont motivées par des raisons subjectives.
- 91 Nous voudrions souligner aussi que dans le discours que nous avons analysé, comme probablement dans tout discours télévisuel qui vise l'audimat, la fonction conative déstabilise la fonction informative. De telles stratégies discursives, par la multiplicité et la contradiction des indices qu'elles produisent, visent plus l'affectif que la logique, et ainsi amplifient la fonction inconsciente de la projection. Par ailleurs, dans les techniques dites de projection, « le sujet est placé face à des situations très peu organisées et face à des stimuli ambigus » (Laplanche et Pontalis, 1967 : 388).
- 92 L'implication subjective du récepteur semble avoir pour conséquence évidente la mise en cause de l'objectivité de l'énoncé autant que de celle du récepteur. Par contre, la prise de conscience de la dimension métaphorique de la pensée et l'objectivité de l'analyse sémiotique peuvent contribuer, selon nous, non seulement à la problématique de la réception mais aussi à la discussion sur le récepteur critique, dans la mesure où elles délimitent la subjectivité tout en reconnaissant son existence et sa vérité. Selon nous, la subjectivité peut conduire à une confusion du sens seulement quand elle n'est pas reconnue et quand on a tendance en raison de sa dimension inconsciente, à la considérer en toute objectivité.
- 93 En outre, tout processus qui éclaire le rapport entre le subjectif et l'objectif contribue à la formation d'un esprit critique dans la mesure où il s'éloigne des idéologies qui accordent à l'objectivité des fondements qui échappent à toute évaluation.
- 94 Ainsi, notre analyse peut conduire à une discussion non seulement sur l'objectivité d'un discours, mais aussi sur la toute-puissance des médias (voir en particulier la deuxième et la dernière section). Notre article s'inscrit dans une logique de recherche qui vise à la création d'outils didactiques efficaces, accessibles et opérationnels, en classe. Il peut également contribuer à un travail de formation des téléspectateurs. Les trois analyses constituent une contribution globale, de par leur diversité et leur complémentarité, à la problématique de la production du sens et par conséquent à nos objectifs pédagogiques. La première analyse se démarque, justement, par son aspect pédagogique. Tout en visant, par le repérage de l'intention explicite de l'émetteur, à développer l'esprit critique du récepteur, elle essaie de proposer un exemple didactique efficace et opérationnel, c'est-à-dire un exemple « enseignable ». Cependant, son caractère explicite et structurel permet aussi la mise en valeur de concepts sémiologiques dont s'inspirent les deux autres sections. L'enseignant, même s'il n'a pas de connaissances psychanalytiques, en particulier du concept lacanien de « glissement du signifiant »,

peut tirer profit, du point de vue didactique, de l'efficacité de l'analyse psychanalytique. Comme nous l'avons vu, le récepteur n'est pas tant affecté par « ce qui est dit » que par ce à quoi « le dit » le renvoie. L'enseignant, pour souligner en classe ce qui est subjectif dans le processus de la réception et pour dévoiler une pensée métaphorique, peut avoir recours à des consignes telles les suivantes : « À quoi cet indice vous renvoie-t-il ? Qu'est-ce qu'il vous rappelle ? Qu'est-ce que ça signifie pour vous ? »

- 95 Du point de vue didactique, l'exemple que nous proposons dans cet article donne à l'enseignant l'occasion de commencer par le plus simple pour aboutir au plus complexe, du dit au non-dit, du familier à l'inconnu.

BIBLIOGRAPHIE

- BARTHES, Roland (1957), *Mythologies*, Paris, Seuil. (Coll. « Points ».)
- BENNET, Tony, Colin MERCER et Janet WOOLLACOTT (1986), *Popular Culture and Social Relations*, Milton Keynes, Open University.
- COULOMB-GULLY, Marlène (1995), *Les informations télévisées*, Paris, Presses universitaires de France. (Coll. « Que sais-je ? ».)
- CURRAN, James, et Michael GUREVITCH (dir.) (1991), *Mass Media and Society*, traduit en grec, Athènes, Patakis.
- DAVIS, Howard, et Paul WALTON (dir.) (1983), *Language, Image, Media*, London, Blackwell and St. Martins Press.
- DAYAN, Daniel (1992) « Les mystères de la réception », *Le Débat*, n° 71, septembre-octobre.
- ECO, Umberto (1972), « Towards a semiotic inquiry into the TV message », *WPCS*, 3.
- ECO, Umberto (1985), *La guerre du faux*, Paris, Grasset.
- ELLIS, John (1982), *Visible Fictions : Cinema, Television, Video*, London, Routledge & Kegan Paul.
- FISKE, John (1987), *Television Culture*, London, Methuen.
- GENETTE, Gérard (1969), *Figures II*, Paris, Seuil.
- GOFFMAN, Erving (1971), *Relations in Public : Micro-studies in the Public Order*, New York, Harper and Row.
- GONNET, Jacques (1997) *Éducation aux médias*, Paris, Presses universitaires de France.
- HALL, Eduard (1966), *The Hidden Dimension*, New York, Doubleday & Co.
- HALL, Stuart, Dorothy HOBSON, Andrew LOWE et Paul WILLIS (dir.) (1980), *Culture, Media, Language*, London, Routledge.
- JACQUINOT-DELAUNAY, Geneviève (s.d.), « La violence des images : une question grosse comme un coup de poing », dans O. KONSTANDINIDOU-SEMOGLOU (dir.), *The Child and the Image*, actes des congrès 2004, Thessaloniki.

- JOST, François (1999), *Introduction à l'analyse de la télévision*, Paris, Éditions Ellipses.
- KAUFMANN, Pierre (1993), *L'apport freudien*, Paris, Bordas.
- KHUN, Annette (1990), *The Power of the Image*, London, Routledge.
- KONSTANDINIDOU-SEMOGLOU, Ourania (2001a), *Bandes dessinées, enfant et élément comique*, Athènes, Exantas.
- KONSTANDINIDOU-SEMOGLOU, Ourania (2001b), « Image et pédagogie », dans A. CHRISTIDIS et M. THÉODOROPOULOU (dir.), *Guide encyclopédique de la langue*, A-F, Thessaloniki, Centre de la langue grecque, p. 270-274.
- LANCIEN, Thierry (1995), *Le journal télévisé*, Paris, Didier.
- LAPLANCHE, Jean, et J.-B. PONTALIS (1967), *Vocabulaire de la psychanalyse*, Paris, Presses universitaires de France.
- LIEBES, Tomar, et Elihu KATZ (1993), « Six interprétations de la série Dallas », *Hermès — À la recherche du public*, n° 11-12.
- LOCHARD, Guy (1989), *Apprendre avec l'information télévisée*, Paris, Éditions Retz.
- LOCHARD, Guy, et Henri BOYER (1998), *La communication médiatique*, Paris, Édition du Seuil.
- MIÈGE, Bernard (1986), « Le service public en quête d'une conception de l'information », dans J.T., Paris, INA, Documentation française.
- NEL, Noël (1990), *Le débat télévisé*, Paris, Colin.
- PIETTE, Jacques (1996), *Éducation aux médias et fonction critique*, Paris, L'Harmattan.
- RAMONET, Ignacio (1999), *La tyrannie de la communication*, Paris, Galilée.
- SERAFETIDINO, Melina (1991), *Sociologie des médias*, Athènes, Gutenberg.
- STIEGLER, Bernard (1997), « La nouvelle alliance », *Le Monde de l'éducation*, n° 251 (septembre).
- TISSERON, Serge (s.d.), « Des images violentes à l'appropriation de la violence », dans O. KONSTANDINIDOU-SEMOGLOU (dir.), *The Child and the Image*, actes de congrès 2004, Thessaloniki.
- VIALON, Philippe (1996), *L'analyse du discours de la télévision*, Paris, Presses universitaires de France. (Coll. « Que sais-je ? ».)

NOTES

1. AGB est l'agent officiel de l'audimétrie en Grèce.
2. Cette section est rédigée par Sofia Aslanidou.
3. Cette section est rédigée par Evangelia Kourti.
4. Le téléspectateur dit : « Cette croix symbolise la manière dont nous, les téléspectateurs, sommes nus sur la croix. Elle symbolise aussi notre chemin de martyrs. »
5. Cette section est rédigée par Ourania Konstandinidou-Semoglou.
6. Voir pour d'autres approches Piette (1996).
7. D'ailleurs, comme le mentionne aussi John Corner, aujourd'hui « le développement des études sur la réception est surtout décrit comme une avancée du progrès de l'évolution de la recherche ou même comme une révolution dans le domaine de la compréhension des médias » [Curran et Gurevitch, 2001 : 393] et ainsi « il s'agit d'une tentative de conception théorique du processus d'interprétation ».

8. Nous avons l'intention de poursuivre cette enquête par une recherche sur les changements d'attitude parmi l'échantillon après que celui-ci aura pris connaissance du résultat de nos analyses. Nous croyons à cette tentative, même si l'échantillon utilisera nos analyses pour justifier son attitude émotionnelle inconsciente (voir « rationalisation » dans Laplanche et Pontalis, 1967).
9. Autant à cause de l'incapacité du récepteur à répondre qu'en raison de la façon dont elle est émise.
10. Bien sûr, l'espace dans lequel les actions sont situées est « sans frontières » et le temps est envisagé dans son pouvoir absolu.
11. Elle se réfère au présentateur dont le nom dans ce texte est signalé par la lettre initiale K.
12. Il s'agit du nom d'un autre présentateur dont l'émission est un talk-show qui est projeté à la même heure sur une autre chaîne et qui a presque la même thématique mais dont la scénarisation ne vise pas à relever les causes profondes des phénomènes observés, mais privilégie la polémique et le conflit pour son rendement spectaculaire.
13. Il faut noter aussi, puisque notre approche est psychanalytique, le besoin de l'enfant d'interpréter le regard en focalisant son attention sur lui : « [...], il a été observé que les yeux et la partie supérieure du visage jouent un rôle principal [sur le sujet]. » Certains auteurs considèrent ces stimuli comparables aux facteurs héréditaires de réaction.

RÉSUMÉS

Cet article est une contribution à l'étude de la posture critique du téléspectateur. Il propose trois lectures de la même émission d'affaires publiques de la télévision grecque. Si ces lectures ont une dimension scientifique différente, elles se fondent toutes les trois sur une approche essentiellement sémiologique. Notre analyse porte successivement sur le texte télévisuel lui-même (aspect pédagogique), l'attitude et le cadre de références de l'émetteur (aspect psychosocial) et la fonction narrative du texte et sa réception (aspect psychanalytique).

This article is a contribution to the study of the critical posturing of the television viewer. It proposes three readings of the same public affairs program on Greek television. Although each of these readings has a different scientific dimension, each is founded on an essentially semiotic approach. Our analysis focuses on the televisual text itself (pedagogical aspect), the attitude and the frame of reference of the presenter (psychosocial dimension), and the narrative function of the text and its reception (psychoanalytical aspect).

Este artículo es una contribución al estudio de la situación crítica del telespectador. El autor propone tres análisis de la misma emisión sobre los asuntos públicos de la televisión griega. Aun si esos análisis comprenden una dimensión científica diferente, los tres confluyen en un enfoque esencialmente semiológico. El análisis se refiere sucesivamente al texto televisivo en sí (aspecto pedagógico), la actitud y el marco de referencias del emisor (aspecto psicosocial) y la función narrativa del texto y su recepción (aspecto psicoanalítico).

INDEX

Mots-clés : affaires publiques, Grèce, sémiologie, téléspectateur, télévision

Palabras claves : asuntos públicos, Grecia, semiología, telespectador, televisión

Keywords : Greece, public affairs, semiology, television, television viewing audience

AUTEURS

SOFIA ASLANIDOU

Sofia Aslanidou est professeure à l'École supérieure de formation des maîtres à Thessaloniki (ASPETE). Courriel : asln@sparknet.gr

EVANGELIA KOURTI

Evangelia Kourti est maître de conférences de psychologie sociale, Université de Crète. Courriel : kurti@edc.uoc.gr

OURANIA KONSTADINIDOU-SEMOGLOU

Ourania Konstadinidou-Semoglou est lectrice de sciences de l'éducation préscolaire, Université d'Aristote à Thessaloniki. Courriel : semoglou@otenet.gr

Jean Painlevé et le cinéma animalier

Un processus d'hybridation engagé

Frédérique Calcagno-Tristant

- 1 Considéré comme l'un des fondateurs de la vulgarisation scientifique, Jean Painlevé ressemble plutôt à un homme du monde qui s'engagea politiquement contre toute atteinte à la Déclaration des droits de l'Homme et du citoyen. En ce sens, ses œuvres ne portent pas tant sur la biologie animale que sur la marque de son histoire personnelle et celle de l'Histoire. Chez ce cinéaste-chercheur, le film animalier s'apparente ainsi au documentaire de création plutôt qu'au film de vulgarisation scientifique, présenté comme l'appropriation personnalisée d'une certaine réalité. André Bazin propose en effet dans *L'écran français* (1947) une critique esthétique des films de Painlevé mettant en évidence le rapport entre la beauté indéterminée de la nature et celle de la construction artistique. Mais, il faut surtout ici envisager ses films dans une histoire des formes filmiques. Painlevé s'inscrit ainsi dans le mouvement avant-gardiste du surréalisme où prédominent les recherches plastiques, les formes abstraites en mouvement, la confusion entre subjectivité et objectivité et les visions provocantes.

Il fréquente les surréalistes, écrits quelques textes [...] avec Antonin Artaud, il joue dans une pièce de théâtre d'Ivan Goll, *Mathusalem* (1927), pour laquelle il réalise quelques séquences filmées [...]; les arts plastiques l'attirent et il fait un documentaire sur Calder, « *Mobiles de Calder* » (1929) [...] ; il est l'ami de Bunuel (Millet, 1994 : 88).

- 2 Les surréalistes s'engagent également dans la vie politique et idéologique, ce que rappelle le documentariste Jean Rouch. En effet,

[s]on ami et complice Jean Rouch souligne sa volonté de « s'inventer une vie », celle d'un homme d'avant-garde, allergique à tous les dogmes et conformismes, dans l'art comme dans la Société (Catalogue officiel du Festival de Palaiseau, 1989).
- 3 Ainsi, dans ce cadre esthétique-idéologique du surréalisme propre à Jean Painlevé, nous avons choisi trois films animaliers qui s'étalent dans le temps et qui respectent l'évolution technique : *La pieuvre*, 1926, 10 min, 16 mm, NB, muet ; *Assassins d'eau douce*, 1947, 25 min, 16 mm, NB, sonore ; *Les amours de la pieuvre*, 1965, 13 min, 16 mm, couleur, sonore. Nous les avons analysés selon un procès d'intentions axiologiques, idéologiques

et politiques, et selon nos propres déterminations culturelles, ce qui a finalement guidé nos choix filmiques.

- 4 En fait, nous sommes partie du postulat, développé par Pierre Sorlin (1976), que le film construit un monde possible qui entretient avec le monde *réel* des relations complexes : il peut en être en partie le reflet mais il peut aussi en être le refus. Aussi, nous mettons au jour les critères et les procédés esthétiques, voire esthésique¹, qui permettront d'établir un panorama idéologique et axiologique de ces films, et donc de faire apparaître au-delà de leur dimension informative une dimension militante. En parlant précisément d'esthésique, nous insistons sur l'orientation sensible de notre travail en référence à Baumgarten (1988 : 89). Valéry dissociait d'ailleurs la poïétique (théorie générale du faire) de l'esthétique ou esthésique comme théorie générale de la sensibilité (1937 : 1294-1314). Dominique Château clarifie le débat en déclarant que « [l]à où la première privilégie la création, la fabrication, la seconde privilégie la réception, la perception ; la première s'applique à des activités, la seconde définit des attitudes » (2000 : 258-259).
- 5 C'est cette dimension esthétique et esthésique au service d'un système de valeurs qui permet d'assimiler film de vulgarisation et documentaire de création et qui, par ailleurs, opère la juxtaposition des « nous » auteur, lecteur et spectateur.
- 6 Notre approche sémiologique générale s'interrogera donc sur cette idéologie en s'attaquant aux matrices mêmes qui permettent le processus de connaissance : le signe, le sujet et sa position sociohistorique. Mais, il ne s'agit pas tant de débloquent l'enclos du signe et du système pour rendre compte de la production effective, matérielle, corporelle, sociale et historique des pratiques signifiantes que d'engager, dans la voie de la praxis énonciative (du discours en acte), l'émergence du sens. En ce sens, la sémiologie n'apparaît pas seulement comme l'infrastructure des sciences humaines, mais elle s'inscrit davantage dans le projet d'une sémiotique des cultures (Rastier, 2001 : 214). En effet, le film animalier ne doit plus être visé comme simple objet scientifique, mais doit être saisi comme un objet de connaissance de type culturel, qui laisse ici tour à tour l'empreinte de l'impérialisme tentaculaire, celle des larves assassines et celle de l'amour surréaliste.
- 7 Aussi, pour ce faire, nous utiliserons une approche pluridisciplinaire faisant appel à la sémiologie du cinéma, à la sémiologie de l'image, à la narratologie, à l'histoire culturelle du moment et prenant en compte le contexte sociohistorique de l'œuvre dans la perspective herméneutique de construire la figure animale comme un filtre militant. Nous plaçons, dès lors, notre analyse dans le vieux débat du rapport documentaire versus fiction et dans celui d'une esthétique engagée.

L'impérialisme tentaculaire

- 8 En pleine nuit, une pieuvre en chair et en os, toute visqueuse, sort de son lit d'humain. Elle quitte ensuite sa chambre pour aller parcourir la ville, puis la forêt. Au petit matin, elle arrive finalement à la plage. Voilà comment commence le film de Jean Painlevé, *La pieuvre* (1926). Ensuite, les séquences s'enchaînent. Le spectateur observe ainsi le déplacement et la respiration de la pieuvre à la surface. Il apprend dans un second temps que la pieuvre est un animal amphibien. Puis, quelque temps plus tard, une seconde pieuvre surgit et poursuit notre héroïne. Celle-ci se défend en se cachant dans les failles et en jetant de l'encre sur son poursuivant. Ce n'est qu'une tentative

d'accouplement. C'est alors le moment de prendre le temps de contempler les aspects de la pieuvre : œil, mouvement respiratoire et peau. Mais, nous remarquons que les deux pieuvres se poursuivent toujours. Elles se retrouvent et s'accouplent. Soudain, une troisième pieuvre arrive. Cette dernière, de sexe masculin, tue le mâle pour s'accoupler avec la femelle. Les jours deviennent sombres et nous assistons à l'agonie du mâle et à son devenir tragique.

- 9 Finalement, Painlevé enchaîne sur les séquences de nourriture. Dans un premier temps, la première pieuvre gît sur le sable. Elle regarde la mer et la plage avec ses pêcheurs. Elle s'approche d'eux. Brusquement, nous observons les pêcheurs ramasser des pieuvres avec un haveneau. Dans un deuxième temps, deux pieuvres chassent le crabe tout en s'agitant de gauche à droite et de bas en haut. Nous regardons ce spectacle à travers les vitres d'un aquarium. Dans un troisième et dernier temps, la pieuvre nous regarde droit dans les yeux. Nous remarquons une queue de homard à côté d'elle et c'est la fin, mais rien ne nous l'indique, hormis les pages noires qui suivent.
- 10 Le réalisateur joue ainsi sur deux catégories sémantiques binaires pour narrativiser, terre versus mer, amour versus mort. Ces termes s'excluent en même temps qu'ils sont complémentaires de l'identité de la pieuvre. Nous pouvons, en effet, parler d'identité sans forcer l'aspect anthropomorphique puisque Jean Painlevé ancre d'emblée son histoire dans un lit et une chambre d'humain occupés par une pieuvre. L'assimilation métaphorique apparaît donc mise en place dès le déclenchement de la narration et se poursuit dans la tension dramatique. D'ailleurs, les rapports de la forme et de la ressemblance paraissent obsédants dans l'anthropomorphisme. « Chez Painlevé, l'anthropomorphisme est mitigé par une forte dose d'ambiguïté et devient un outil de confrontation, souvent une juxtaposition du grotesque et de la beauté » (Berg, 2004 : 5).
- 11 Jean Painlevé construit dans un premier temps la figure anthropomorphique à partir de procédés de disproportion. Il pose ainsi la différence par excès comme principe d'une tension où pourrait se situer l'entière nature humaine. Lisons le carton dans *La pieuvre* : « œil ouvert, très humain ». Le résultat esthétique de cette opération était de produire un gros plan qui ne fût pas un détail : plutôt quelque chose qui valait pour le tout et, plus encore, qui se rendait capable d'absorber le tout, de le dévorer et d'exister par soi-même, fût-ce monstrueusement. Comme si un œil et une bouche ouverts parvenaient à s'imposer en tant que formes, voire en tant que faits menaçants à part entière. Jean Painlevé cadre aussi la pieuvre de manière à accentuer son port de tête, subtil parallèle à l'homme. Puis, l'œil ouvert fixe, scrute... semble larmoyer.
- 12 Le réalisateur utilise la disproportion et plus encore la massification pour aboutir à une décomposition du corps et à la figure humaine. Le résultat est une chose excessivement inhumaine et assez monstrueuse par sa forme, mais excessivement humaine par la tactilité même de sa surface organique. L'emploi du terme « excessivement » renvoie à la manière stylistique, voire esthétique, de présenter l'animal. N'oublions pas que « [l]es films de Jean Painlevé s'inscrivent dans un mouvement de révolte, de rébellion contre l'ordre, ce n'est donc pas un hasard si la présence animale est si envahissante. De tous les temps, quand l'homme veut exprimer ses doutes, son espoir, il se sert des animaux » (Berg, 2004 : 1).
- 13 Nous remarquons ainsi dans *La pieuvre* jusqu'à la vibration de la peau avec toutes ses taches, qui foncent puis qui s'éclaircissent. Mais, alors même que l'œil de la pieuvre occupe tout le cadre, le voici décentré, hors de soi, hors visage, affreux pour cela et au-delà de toute laideur. Cette décomposition du corps à chaque étape du film produit des

rapports toujours plus inquiétants, voire mortifères. Le spectateur ne peut ainsi se soumettre aux rapports de cruauté, ou tout au plus aux ressemblances cruelles. Les corps ne sont montrés que morts, accidentés, détruits et assassinés. Après l'attaque, le carton « mort » clôt définitivement l'agonie de la pieuvre.

- 14 Dernier exemple, le bout de la tentacule sans vie qui déborde du seau appartenant au pêcheur annonce aussi la fin tragique de l'animal. Reprenant Georges Didi-Huberman, nous remarquons à ce stade une « découpe optique » du corps (1995 : 73). Il faut, en effet, penser que passer du spectacle mis en scène à la tuerie organisée, c'est comme un ballet défigurant. La cruauté est alors pensée comme une chorégraphie. Dans *La pieuvre*, Jean Painlevé travaille la poursuite amoureuse des pieuvres selon un jeu d'entrées et de sorties de champs incessant. À peine le corps s'enfuit qu'il réapparaît, donnant l'impression d'être tranché à chaque mouvement. Le cinéaste filme ainsi cette course poursuite selon une « découpe optique » de son propre corps, que toute danseuse, par ses mouvements, induit dans l'imagination de ses spectateurs. Il insiste toujours sur les mouvements corporels et leur mise en place. Nous nous apercevons alors que dramatiser signifie donner une forme à l'espace. C'est donc une affaire de forme, de déformation. Dans cet espace, les êtres sont vivants ou mourants, protégés (par les rochers, les failles) ou menacés (par les concurrents amoureux, par les pêcheurs), libres ou prisonniers. Mais, cet espace très souvent disproportionné semble aussi une configuration propre à la dévoration. Les pieuvres se dévorent entre elles, elles engloutissent le crabe, le homard... pour finalement être dégustées par les pêcheurs.
- 15 La pieuvre apparaîtrait ainsi comme la vision métaphorique d'un monde marqué par les conflits et les massacres. La pieuvre incarnerait, en effet, cet impérialisme qui tente de tout posséder du bout de ses tentacules. Rappelons que Jean Painlevé « [...] partage avec [les surréalistes] certaines prises de positions politiques comme celle contre la guerre du Rif en 1925 » (Millet, 1994 : 94).
- 16 Remarquons également que Painlevé reçoit dans la maison de sa compagne, Ginette Hamon, des personnalités et amis tels que Boiffard, Pierre Prévert, Eli Loter et Alexander Calder. C'est aussi vers cette époque qu'il se lie d'amitié avec Ivan Goll avec qui il collabore au premier et dernier numéro de la revue *Surréalisme* en octobre 1924. Par ailleurs, historiquement, la date de tournage de *La pieuvre* correspond à la guerre du Rif. Jean Painlevé se prononça contre cette invasion franco-espagnole non justifiée, si ce n'est l'intérêt économique... l'intérêt impérialiste. Revenons un peu sur cette période historique.
- 17 Le XIX^e siècle amena un nouveau changement dans la position du Maroc et la reprise par l'Europe des projets impériaux. La conquête de l'Algérie à partir de 1830, l'ouverture du canal de Suez en 1869 rendent la vie à la Méditerranée, refont du Maroc, gardien d'une de ses portes, un pays de grande importance. L'installation du protectorat s'étala de 1912 à 1956. En 1925, Abd el Krim prit rapidement un grand ascendant sur toutes les tribus montagnardes du Rif, rallia celles du couloir de Taza et fonda une république des tribus confédérées du Rif (Miège, 1994). Fortement retranché dans les montagnes, pourvu d'armes modernes, conseillé par d'anciens officiers européens, il reçoit l'appui du mouvement panislamique et des agents de la troisième Internationale. Le maréchal Pétain prend la tête des opérations. Au printemps de 1926, Abd el Krim capitule. La guerre du Rif avait montré le danger des marges insoumises.
- 18 Pour Jean Painlevé, *La pieuvre* devient peut-être le meilleur symbole de l'impérialisme colonial à combattre. Cette course pour la possession des territoires procure des

marchés, des matières premières, des débouchés pour les surplus de capitaux accumulés. Au seuil du xx^e siècle, le partage du monde est à peu près achevé, la lutte s'instaure entre puissances coloniales. L'appétit d'expansion et de conquête de chacun n'est plus arrêté que par l'appétit des autres. Ainsi, la pieuvre, homme à plusieurs bras, pille tout sur son passage et amasse les richesses de ces nations longtemps convoitées. La pieuvre part en croisade, toujours pour accroître son pouvoir et son hégémonie. L'animal aux « mille tentacules » devient la métaphore vivante de l'impérialisme. Par ailleurs, nous remarquons que l'emploi de la pellicule bleue et négative marque dans *La pieuvre* une frontière, une démarcation avec le reste du film. Cette ligne sépare ce monde diégétique en deux espaces. Doit-on comprendre que le bleu représente le territoire français et le négatif, son désir de conquête ? Dans tous les cas, nous sommes à même de comprendre une tentative d'expansion de territoire et de « conquête pieuvresque ». Il se dégage ainsi de *La pieuvre* une opposition entre la morale de l'intérêt dont s'inspire l'impérialisme et la morale du sentiment qu'exalte le cinéaste.

Les larves assassines

- 19 Le film *Assassins d'eau douce* (1947) de Jean Painlevé (voir annexe 1) invite quant à lui à mieux connaître la vie des animaux qui peuplent l'étang. Il est bâti en plusieurs volets correspondant aux rounds que les boxeurs doivent remporter afin de gagner le match. Le ring illustre tout à fait la scène de vie des larves dans un étang : « manger ou être mangé ». Jean Painlevé nous livre ainsi le dur combat pour la vie. En effet, tour à tour, par chaque type de larve (libellule, hydrophile, ranatre, nèpe, phrygane, sialis et dytique), nous nous familiarisons avec le mode respiratoire, l'appareillage pour manger, le combat et le manger. Mais, parmi tous ces boxeurs, la larve de dytique semble la plus affamée et qui a donc le plus de chance de survivre. Le dernier plan du film nous montre d'ailleurs en gros plan une tête de larve de dytique dont des lettres sortent de la bouche pour composer le mot « faim » puis le jeu de mots « fin ».
- 20 Nous nous apercevons très rapidement que la circularité entre les signes iconiques et les signes plastiques renforce l'image de ce combat « pour manger ». La forme des animaux aquatiques s'est adaptée au milieu dans lequel ils évoluent. Ils prennent donc la forme d'une tige de bois (ranatre), d'une feuille (nèpe), d'un bout de bois (phrygane) ... Ils sont difficilement repérables dans ce sous-bois aquatique.
- 21 Les différentes larves peuvent donc se protéger de tout assaillant, mais également se dissimuler afin de bondir sur une proie. Les vues microscopiques de ces larves revêtent parfois l'aspect d'un masque mortuaire ou de guerre. Les formes acérées et pointues des crochets de la ranatreet de la dytiqueainsi que leurs deux appendices participent au rituel de guerre.
- 22 Les lignes droites, emportées dans leur élan, se courbent. Les larves, en attente d'une nourriture et donc d'un combat, sont très raides et tendues. Lorsqu'elles entrent en action, elles s'assouplissent. Au changement de lignes correspondent deux temps : le temps de la recherche de nourriture et le temps du combat. La larve aux aguets se fond dans la végétation et donc se raidit pour épouser les formes des plantes. Les lignes courbes leur donnent l'impulsion agressive du combat.Elles s'enroulent en une spirale infernale afin de maintenir leur proie et de la déguster paisiblement. Ces lignes rendent l'animal plus dynamique et souple lors du combat. Jean Painlevé nous peint une véritable danse de la guerre avec la spécificité de chaque guerrier. L'hydrophile joue les

funambules ; une autre se contorsionne ; la nèpe monte en équilibre sur sa victime ; la larve de dytique entraîne la larve de libellule dans une galipette effrénée. Dans cette parade de clowns, Jean Painlevé réussit à dépasser le cadre dramatique de la mort pour en faire une joyeuse farce. Jean Painlevé ne joue pas sur le contraste noir et blanc. Toutes les séquences sont de tonalité identique, hormis les vues microscopiques où le contraste est employé dans un but pédagogique. Ce procédé d'unification sert à banaliser l'action des différentes larves. Les combats et les morts sont si nombreux qu'ils appartiennent à un phénomène de société : la loi de la jungle, la loi du plus fort, on doit se battre pour manger, pour vivre. Le cinéaste adoucit les combats par une texture cotonneuse, brumeuse. Bien que nous restions avec cette sensation de texture liquide, nous pénétrons dans les eaux troubles de l'étang. Le décor, le paysage de végétation à l'arrière-plan, reste toujours en suspend. Seul le premier plan conserve sa netteté, c'est-à-dire la clairvoyance nécessaire à la lutte. Dans cet épais nuage, nous distinguons l'aspect translucide des larves. L'espace se sépare en deux panneaux distincts. L'un, vertical, épouse les formes de la végétation, l'autre, horizontal, laisse une marge de manœuvre considérable pour une lutte sans merci, entre deux ou plusieurs larves. Dans leur danse de la faim, les larves dépassent le cadre du ring pour occuper tout l'espace. Cette liberté d'espace suscite leur créativité. Alors que les deux larves de dytique se battent à mort, elles forment un cœur. Ne peut-on aimer à en mourir ! Deux larves de dytique, en maintenant une autre par le bas, épousent les formes d'une fleur, sorte de plante carnivore !

- 23 Par ailleurs, Jean Painlevé rend apparente d'emblée la cohésion du texte par la troisième et la quatrième phrase : « Cette vie se résume en deux phases bien distinctes : manger, être mangé » et « Nous étudierons ici quelques modes de destruction alimentaire ». Ces deux termes soulignés constituent des marqueurs qui découpent le texte en rendant perceptible sa configuration. « Les modes de destruction alimentaire » sont délimités par des constituants : la larve de libellule, la larve d'hydrophile, la ranatre, la nèpe, la larve de phrygane, la sialis, la larve de dytique. Leur progression suit les deux phases de la vie : manger, être mangé. Il emploie très peu de termes introducteurs afin d'annoncer la séquence suivante : « à l'état de larve », « à la même époque ». Il leur préfère les constituants : la ranatre, la nèpe, les larves de phrygane, les sialis, les larves de dytique.
- 24 Il faut aussi mettre l'accent sur l'étude du langage poétique dans l'œuvre de Jean Painlevé, et plus précisément sur le fait que « la direction de l'intention [porte] non pas sur le signifié, mais sur le signe lui-même » (Jakobson, 1963 : 218). *Assassins d'eau douce* véhicule, par l'emploi des signes suivants :
- [...] destruction, refouler, expulsion, violemment, projeté, moteur, attrape, proie, reployée, crochets, masticatrices, broyeurs, terriblement, dure, s'accroche, crocs, chair, prise, friable, renverse, craquer, orifice, redoutable, ravisseuse, verrouillage, embrochent, rostre, lacère, carnivores, broutent, nerveux, arêtes, cuirassées, rodent, contractions, percés, amorcée, aspire, crochetage, mort, gorge, cuirasse, mordre, noirâtre [...],
- 25 un message de guerre accentué par les phonèmes en *r*. En parallèle, le réalisateur effectue une « découpe organique » (Didi-Huberman, 1995 : 73) du corps de la victime et constitue le second pôle de la dévoration.
- 26 Nous sommes ainsi mis en présence d'un corps à corps construit sur le mode de la destruction. Le titre *Assassins d'eau douce*, par l'emploi d'un paradoxe², crée d'emblée cette tension contradictoire et dévorante qui structure toute la narration. La larve peut

être à la fois « inoffensive », « pacifique » et « assaillante », « carnivore », « affamée », « proie ». Jean Painlevé joue en effet essentiellement sur l'émotion et la perception du spectateur, le faisant se ravir avec une configuration texte-image de type « Dans leur œuf, de charmants enfants de mollusques jouent à l'éléphant » ; puis, le désenchantement du monde se fait brutal avec « Madame ranatre et sa petite famille. Elle ne dédaigne pas de croquer ses marmots ». Ainsi, le réalisateur s'appuie sur un processus de dévoration. Rappelons ici que « [l]a société française de l'après-guerre lui inspire des craintes qu'il suggérera dans *Assassins d'eau douce* » (Bazin, 1947).

- 27 Et la situation internationale ne prête guère à l'optimisme. En 1947, avec le Polonais Jan Korngold et le Britannique John Maddison, Jean Painlevé fonde l'Association internationale du cinéma scientifique (AICS), afin de favoriser les rencontres entre les utilisateurs de l'outil cinématographique dans le domaine des sciences et de la médecine, mais aussi pour permettre les échanges, par-delà les frontières, quelles que soient les politiques. C'était alors les débuts de la guerre froide, et l'introduction des statuts de l'AICS, adoptés lors du premier congrès annuel à Paris, reflète bien l'esprit dans lequel cette association voulait fonctionner et les craintes que l'on pouvait ressentir à cette époque :

[...] l'Association a été fondée dans la conviction que la coopération internationale dans le domaine scientifique aidera dans une mesure toujours croissante à sauver la paix, qu'elle contribuera au bien-être de l'humanité et que le film y jouera un rôle important [...] (Millet, 1994 : 91).

- 28 Nous devrions peut-être comprendre, alors, qu'au-delà de l'instinct naturel de manger, le cinéaste condamne les mouvances de la guerre froide. Jean Painlevé dénonce cette lutte à mort et son rituel :

[...] destruction alimentaire, piquants, attrape, proie, masque, crochets, mandibules masticatrices, broyer, assaillant, crocs, chair, s'empare, déguster, croquer, orifice, patte ravisseuse, verrouillage, embrochent, le rostre, bec pointu, poison, dague acérée, parasites, rostre suceur, carnivore, broutent, arêtes, cuirassées, affamées, rôdent, tuent, œsophage, liquide mortel, crochetage, prise de catch, mordre, aspire, cuirasse du cou [...].

- 29 Nous pouvons alors parler de métaphore transfigurée dans le sens des surréalistes où « l'image est une création pure de l'esprit » (Reverdy, 1975 : 73-75). Elle ne peut naître d'une comparaison mais du rapprochement de deux réalités plus ou moins éloignées. « Plus les rapports entre deux réalités rapprochées seront lointains et justes, plus l'image sera forte, plus elle aura de puissance émotive et de réalité poétique » (Reverdy, 1975 : 73-75).

- 30 D'ailleurs, dans ce cadre idéologico-poétique, Jean Painlevé inscrit l'action de son film dans le swing émanant de l'œuvre de Louis Armstrong (Millet, 1994 : 90)³ et plus particulièrement en reprenant le titre *Fureur blanche*. Par l'utilisation de ce jazz en particulier, le cinéaste donne de l'impulsion à chaque instant de dévoration. Par l'entremise du jazz de Louis Armstrong, l'instant devenant privilégié prend une valeur d'éternité (Wagner, 1992 : 12). L'instant représenté dans *Assassins d'eau douce* n'est autre qu'une lutte à mort, un massacre, l'approche rapide de la guerre froide, ou peut-être une colère que Painlevé n'arrive pas à digérer.

Le 15 août 1944, j'ai pris la Direction générale du cinéma mais, en même temps, j'étais le représentant du Comité de Libération du cinéma, chose qu'on ne me pardonnait pas en haut lieu, bien entendu, et pendant ma présence au Centre j'ai avalé pas mal de couleuvres. On m'a fait briser des grèves, pour montrer que je pouvais être un homme de gouvernement jusqu'au jour où j'ai refusé de

démissionner, et où l'on m'a démissionné par un décret spécial signé par de Gaulle et Teitgen en dehors des autres membres du gouvernement, à la suite de quoi il y a eu grève générale du cinéma [...] (Michel, 2004 : 6-7).

- 31 Mais comment dominer cet instant ? Puisqu'il se fait dévorant, il faut lui imposer un phénomène englobant de dévoration. D'une overdose d'horreur le spectateur bascule dans la dérision identificatrice. Le jazz remplit ici sa fonction d'anthropomorphisation dévorante. La lutte à mort entre les larves de dytique est ainsi scandée par des effets de percussion qui rappelle le roulement de tambour. Ce rythme effréné enclenche une attente de danger extrême à l'image. Baudrillard résume tout à fait ce procédé d'illustration sonore en déclarant que « [p]uisque le monde prend un cours délirant, nous devons prendre sur lui un point de vue délirant » (1990 : 9). *Assassins d'eau douce* représenterait donc « l'illustration pénible de cette nouvelle époque » (Hazera, 1989), qui débouchera sur la guerre froide et ses différents tensions et conflits.
- 32 C'est en ce sens que Jean Painlevé utilise le jazz. Dans l'histoire du jazz, la musique d'*Assassins d'eau douce* se situe dans le *middle jazz*. Elle prend à nouveau une autre dimension symbolique. Le jazz s'évade de l'intimité du cabaret pour s'intégrer à l'univers du spectacle et animer les grands dancings populaires. Il entreprend de se discipliner et de s'établir en formations plus spectaculaires, donc plus étoffées. Les années 1930 sont celles du grand orchestre ou *big band*. Le jazz est marqué par la prédominance du souci d'euphorie rythmique. Le cinéaste accole ainsi au même plan une musique enjouée et à l'entrain inépuisable, une scène de mort. Cette manière burlesque de présenter les choses commence par le titre *Assassins d'eau douce*, rappelant le « Marin d'eau douce » du Capitaine Haddock. Puis, le mouvement des larves, purement mécanique, provoque le rire. Ce mouvement mécanique, symbolisant un acharnement à tuer, bascule très vite dans le music-hall et le cirque jusqu'à saturation. Par ailleurs, en choisissant le *middle jazz*, Jean Painlevé utilise l'histoire du jazz comme référence. Il en fait peut-être une prémonition idéologique et axiologique. En effet, en 1929, la crise économique qui vient d'éclater n'épargne pas le monde du jazz ; les musiciens au chômage et la faillite des maisons de disques se multiplient. Le public rejette cette musique de l'ombre qui vient des ghettos et exprime la misère du peuple noir ; il veut se rassurer en allant applaudir des orchestres, dans des grandes salles ; il désire danser, fredonner des mélodies faciles, chasser son angoisse. Le jazz représenterait donc ici un langage ni plus ni moins politique et militant.

L'amour surréaliste

- 33 L'orientation idéologique se poursuit maintenant avec le film *Les amours de la pieuvre* (1966) de Jean Painlevé (voir annexe 2). L'histoire débute par la photographie d'une énorme pieuvre capturée dans les bras d'un pêcheur. Puis, sur le déplacement de la pieuvre le long du littoral, des mots terrifiants et une voix d'outre-tombe décrivent son aspect : « Pieuvre [...] Poulpe [...] Animal horrifique [...] ». Ensuite, au fur et à mesure qu'elle s'avance sur le sable et le goémon, la description se localise : œil fermé, respiration. L'animal finit par se camoufler sous les rochers avec des débris de coquillage. Le cinéaste nous montre ensuite la manière particulière de nager de la pieuvre. Elle apparaît en surface pour replonger aussitôt dans l'eau et elle se dirige encore vers un rocher pour se cacher. La pieuvre capture soudain un crabe et le dévore. À la suite de cette partie construite sur des ruptures visuelles et sur les thématiques

agressives de la disproportion — « Huit tentacules [...] Deux mille ventouses [...] Une pieuvre de soixante centimètres peut retenir deux cent cinquante kilos [...] » — et de la dévoration — « Au centre de la bouche [...] le puissant bec de perroquet déchiquette et absorbe les chairs [...] » — s'annonce une période de douceur et de sensualité.

- 34 En effet, des prémices à l'accouplement nous en arrivons très lentement au trajet des spermatozoïdes et à l'observation de l'orifice de reproduction. Le temps fait encore une pause sur le fœtus dans son cocon et sur les tentacules de la mère qui en prennent soin. D'une manière tout aussi douce, les vues microscopiques de l'embryon s'enchaînent jusqu'à son éclosion. Puis, pour conclure, Jean Painlevé incruste l'image d'une femelle pieuvre avec ses petits. Ainsi, le monstre marin s'est métamorphosé au fil des séquences en un animal capable d'amour. « Painlevé aborde ses sujets, dans un registre qui va de l'instinct, à l'agressivité, en passant par la tendresse [...] à une forme d'engagement de l'humanité à travers l'animalité » (Berg, 2004 : 5).
- 35 Là encore, comme dans *Assassins d'eau douce*, la circularité entre les signes iconiques et les signes plastiques sert la cause idéologique du cinéaste dont la maxime serait : « Faites l'amour, pas la guerre ! »
- 36 Dans les deux environnements, l'un humain, l'autre animal, l'aspect arrondi prédomine avec un étalement de ces formes dans l'espace. Celui-ci s'étire à l'infini dans le prolongement des tentacules de la pieuvre. Le mimétisme s'accorde à l'unisson. Ces formes à la fois arrondies et allongées donnent à la pieuvre, aux rochers, au sable, aux algues... un caractère extensif. Elles élargissent l'espace et le temps. Et paradoxalement, ces formes caractérisées n'ont pas de contour. Elles nous immergent dans une autre spatialité et temporalité.
- 37 Dans la seconde partie, les formes arrondies et allongées privilégiées par Jean Painlevé deviennent dans *Les amours de la pieuvre* beaucoup plus affinées. Le réalisateur multiplie les formes dites en « tube » : tentacules, cordons, spermatozoïdes et les cellules. Ce procédé suscite l'envie de découvrir l'intérieur du tube, la vie qu'il modèle. Et c'est d'autant plus vrai que ces tubes sont en perpétuel mouvement. La configuration étoilée de la pieuvre la situe dans un cercle. L'utilisation fréquente de panoramiques latéraux dispose la pieuvre sur une scène de théâtre. La caméra suit les mouvements de la star tout comme le fait la lumière du projecteur. Un cercle lumineux se déplace sur les planches. Son habit de lumière abonde également de cercles : les ventouses du mâle plus développées que celles de la femelle, la tête, les yeux et les paupières, le grain de la peau de la pieuvre. Les déplacements de la pieuvre quadrillent l'image. La pieuvre semble acculée dans les angles. Elle s'y échappe violemment, par bonds, en ligne droite. Dans son élan et dans sa fougue, elle effectue une diagonale qui immanquablement la replonge dans la contiguïté. La pieuvre devient la base d'un triangle. Cette forme pyramidale équilibre et stabilise le système. Mais toute homéostasie comprend une phase de perturbations, la propulsion agressive de la pieuvre en avant. La trajectoire en diagonale lui confère son élan et son dynamisme. L'absence de mise en perspective rend l'environnement et ses occupants immatériels. Sans aucune profondeur de champ, nous pénétrons dans un monde fantomatique, un monde de l'à-peu-près. Les entrailles de la mer sont impénétrables.
- 38 Dans cette seconde partie, les lignes courbes et douces orientent notre manière d'interpréter *Les amours de la pieuvre*. Jean Painlevé filme la féminité dans les tentatives de séduction, d'accouplement et de la maternité. Une grande sensualité émane du mouvement voluptueux des tentacules et du corps pour attirer l'être désiré. La

respiration haletante de la femelle pieuvre filmée en gros plan trouble le spectateur. La combinaison organe respiratoire et organe de reproduction lui fait perdre ses repères. Le spectateur entre dans une danse effrénée des amours. Attirance, répulsion, accouplement, filmés en lents panoramiques latéraux, entrent en état de grâce. Ces lignes sensuelles enveloppent également la maternité. La dentelle des tentacules et des cordons, le balayage en spirale des cordons, l'embryon en goutte d'eau, l'essaim d'embryons en grappe de raisins... construisent une image stéréotypée de la maternité. La mère semble calme, heureuse, douce, protectrice...

- 39 Dans la première partie du film, l'animal conserve son aspect gluant et spongieux. À la surface, accouplée au monde extérieur, la pieuvre apparaît dans toute sa laideur inquiétante. Par mimétisme à l'environnement humain, elle revêt une « peau de crapaud », visqueuse et remplie d'aspérités. Le mimétisme peut se comprendre au-delà de la couleur. La pieuvre possède une texture telle qu'elle doit se cacher. C'est un monstre marin. Pour le reste du film, la texture de la pieuvre glisse à l'image de ses amours. Sa texture liquide magnifie sa beauté, sa douceur et sa sensualité. Jean Painlevé, par la texture de l'animal, véhicule des valeurs morales, beau versus laid, bon versus méchant. Il décrit un univers manichéen. Avec du recul et de la distance, la pieuvre nous inspire un sentiment de répulsion. Le gros plan capture la bête, la neutralise. Tandis que le plan moyen et le plan large la libèrent. La peur saisit le spectateur. D'autant plus que la pieuvre avance, avance toujours, inlassablement. Elle nous échappe. À l'arrière-plan se situe toujours un rocher. Il plante le décor. La pieuvre peut s'y fondre, s'y cacher. Elle est en retrait. L'étendue de sable représente la scène et la pieuvre, l'héroïne. Lorsque celle-ci est en avant de la scène, nous sommes en présence d'une scène d'action — par exemple, la scène d'amour.
- 40 Ces trois éléments sont indissociables. La pieuvre se situe donc dans deux paramètres, deux bandes horizontales plus ou moins grandes selon le message à transmettre. Jean Painlevé rétrécit le champ d'action de la pieuvre en inscrivant le cercle qu'elle dessine dans un carré. Ce nid, délimité dans la roche, s'emboîte également dans un autre carré, plus grand. Cette mise en abyme accentue l'opposition blanc versus noir, sécurité versus danger, bien versus mal. L'énonciateur nous dit où regarder. Jean Painlevé travaille sur la fascination du spectateur. Les couleurs vert foncé, gris et noir de la pieuvre offrent une image repoussante de l'animal et de son étrange environnement. Jean Painlevé propose ainsi une comparaison aisée avec l'aspect d'une vipère. Le spectateur est mis sur ses gardes. Le danger règne sur cette première partie du film. Le mimétisme de la pieuvre avec son environnement crée une atmosphère de chaleur. Le beige, l'ocre, le rouge atténuent les formes peu orthodoxes de l'animal. Nous pouvons nous en approcher. Ces couleurs sécurisent par leur aspect terne. La couleur laiteuse des cordons lors de la nidification provoque un sentiment d'intimité, de douceur et d'amour maternel. Les différentes vues microscopiques sont basées sur le principe d'objets lumineux sur fond noir. Le cinéaste nous révèle un secret, le secret de la vie. Une sorte d'aura lumineuse se dessine dans un instant de transcendance. Le réalisateur nous offre un spectacle magique.
- 41 Néanmoins, les aspects monstrueux et maternel usent du même procédé de disproportion. Ainsi, la présentation de la pieuvre accumule les descriptions nombrées, chiffrées et mesurées. Apparaissant de façon constante dans le commentaire, ces mensurations, ces poids... imposent le corps humain comme rapport. Jean Painlevé nous décrit un monstre marin dont la disproportion nous effraie :

[...] huit tentacules, deux mille ventouses, soixante centimètres, deux cent cinquante kilos, d'où sortent des milliards de spermatozoïdes, la ponte d'une trentaine de cordons peut totaliser jusqu'à cinq mille œufs, chaque œuf est long d'un millimètre environ, le cœur qui bat à cent pulsations par minute, des milliers de bébés pieuvres de deux millimètres quittent leur coque.

- 42 Le réalisateur insiste sur cette accumulation de chairs inhérente à tout être vivant. Cette chair lourde à porter. Même le plaisir de la chair semble comptabilisé, pesé :

[...] d'où sortent des milliards de spermatozoïdes, la ponte d'une trentaine de cordons peut totaliser jusqu'à cinq cent mille œufs [...] Véritable machine à reproduire, le corps se déforme, se transforme, perd son humanité : des milliers de bébés pieuvres de deux millimètres quittent leur coque.

- 43 Cette disproportion excessive nous ramène inlassablement au monde humain, dans « le miroir de chair où perle un enfant » (Breton, 1968 : 807)⁴. Jean Painlevé joint à cette démesure une abondance excessive. Adjectifs et adverbes construisent cette disproportion pléthorique : « [...] il y en a partout, complètement molle, toutes les directions, très grosses ventouses, ici très grossis, de grosses cellules colorées, tous les sens ».

- 44 La pieuvre, au bord de l'éclatement, excessivement enceinte, excessivement heureuse, explose et expulse. Rappelons ici que les surréalistes accordent à l'amour une place privilégiée, en font l'un des moteurs de la Révolution. « Ces barricades insaisissables, clandestines, s'appellent Poésie, Amour, Liberté » (Béhar et Carassou, 1992 : 71)⁵.

- 45 Cette sensation de désir immense qui se décuple à grande vitesse provient de deux figures de rhétorique : la gradation et l'énumération. L'ascension devient vertigineuse : « violence, durée, distance, différent suivant la taille, la maturité, l'état des partenaires ». Nous nous rapprochons petit à petit de l'homme par cette « position officielle, privilégiée ». La gradation en chiffre : « Huit tentacules [...] Deux mille ventouses [...] Une pieuvre de soixante centimètres peut retenir deux cent cinquante kilos [...] », en temps : « L'accouplement se renouvelle pendant des heures, des jours [...] », en substantif : « Pieuvre [...] Poulpe [...] Animal horrible [...] », et en comparaison : « L'œil de ce simple mollusque est constitué comme celui des animaux supérieurs [...] Et il possède des replis formant comme des paupières [...] ».

- 46 De la même manière, Jean Painlevé choisit la musique concrète pour magnifier la démesure. Des coups sourds et lents font naître la musique du silence et du vide, ils créent un appel d'espace autour d'eux, d'un espace à habiter, à conquérir. Cette musique fait entendre, d'une part, un contrepoint⁶ (Litwin, 1992) entre une chaîne sonore de sons hétéroclites qui, collés les uns aux autres, forment une ligne brisée imprévisible et agitée et, d'autre part, de brefs sons haletants, tombant à intervalles irréguliers, entre des silences également imprévisibles. Cet effet de disproportion nous emporte dans un mouvement spasmodique, sauvage, une espèce de swing irrationnel. Cette œuvre nous séduit par la qualité d'atmosphère très brutale et contrastée, un sens de la catastrophe et de la grandeur. De façon disproportionnée, les instruments nous semblent dilués, englués dans des matières concrètes, liquides, visqueuses et informelles. Jean Painlevé a ainsi commandé à Pierre Henry une musique de la démesure et en ce sens, le cinéaste rejoint aussi le musicien lorsqu'il dit que « [...] si nous voulons lutter contre le mécanique, il faut employer des méthodes mécaniques, ainsi la machine se retournera contre elle-même » (Henry, 1950, cité dans Chion, 1980 : 57).

- 47 Jean Painlevé adopte donc la musique concrète à l'instar de sa capacité d'expression disproportionnée. Ainsi, pour le cinéaste, comme pour Pierre Henry, l'écoute marginale (Litwin, 1992 : 71) devient la cible privilégiée de la fonction dramatique de la musique du film *Les amours de la pieuvre*. En effet, l'écoute marginale, celle qui ne passe pas par l'attention mais qui imprègne l'esprit du spectateur, capte paradoxalement la totalité de la structure sonore. Pierre Henry travaille, avec des instruments de percussionniste, à chercher des sons différents, des associations de corps sonores qui vibrent de manière spéciale et donnent un son plus global, fort, dru, que celui, trop pur à son goût, des instruments classiques. Il utilise également la technique du « piano préparé » (Chion, 1980 : 57) consistant à insérer des objets divers entre les cordes et dans la caisse. Pierre Henry met dans son piano des tiges entières, des gros poids, des systèmes compliqués qui font exploser le timbre de l'instrument en sonorités beaucoup plus brutes, éclatées, mélangées. Ce jeu plutôt abstrait avec les durées et pulsé par l'utilisation du silence fait rebondir les sons, les magnétise et les charge, atomes éparpillés, d'une tension vivante. Le contrepoint de sons lointains, immatériels et de sons proches, graves et très corporels (battement de cœur...) établit un pont entre le cosmos et l'individu. Jean Painlevé explore les sensations du corps et de la nature associées. La musique concrète rend compte de cette douleur d'un effort physique démesuré (le déplacement de la pieuvre, le mâle retire son bras reproducteur de la femelle...). La musique concrète contribue à créer une atmosphère insolite, voire fantastique à la pénétration de l'orifice femelle par un tentacule, à la concentration d'œufs sur une sorte de grappe et à l'expulsion des pieuvres. Mais quoi qu'il en soit, à la fin du film, le monstre marin s'est transformé en « poulpe au regard de soie⁷ » (Breton, 1992 : 835). *Les amours de la pieuvre* évoque aussi l'amour débridé : « Celui-ci, en pleine forme, s'empare violemment d'une femelle [...] pas tellement consentante [...] ; Pour cela, il n'y a pas de position officielle, privilégiée ; Ainsi ce petit mâle [...] à gauche, blanc de peur, réagit aux invites de la femelle, mais en se tenant à distance. »
- 48 Nous nous demandons alors si, par ces amours anthropomorphes, le film de Jean Painlevé n'annoncerait pas les événements de Mai 68, et entre autres l'émancipation sexuelle. Nous pouvons nous demander si Jean Painlevé ne rejoint pas ici la pensée philosophico-politique de G. Deleuze et F. Guattari affirmant qu'il n'y a que « du désir et du social », que le champ social est tout entier lieu d'investissement du sexuel (Deleuze et Guattari, 1972). Le cinéaste fait en tous les cas comprendre ici que l'existence de tout être naît inlassablement de cet amour-désir.

Processus d'hybridation

- 49 Néanmoins, Jean Painlevé, au-delà de ses convictions axiologique, politique et idéologique, respecte une démarche expérimentale scientifique propre à sa formation de biologiste. En effet, la première observation de la pieuvre débute dans les années 1920 à Port-Blanc (Bretagne). Jean Painlevé y observe le déplacement de l'animal. Pour *Les amours de la pieuvre*, il commence ses observations vers 1958 au Laboratoire Arago à Banyuls, épopée qui dura dix ans, le mois d'août étant chaque année le seul mois pour suivre la ponte et l'évolution des œufs. Pour *Assassins d'eau douce*, Jean Painlevé se lance dans l'exploration des mares autour de Paris, qui furent bétonnées plus tard, et avec son trouble-eau capture tout ce qui s'y trouve, et jours et nuits durant il s'aperçoit que les descriptions par les spécialistes ne correspondent pas à ce qu'il voit : un carnassier

est herbivore ou le contraire, et les dytiques par exemple, gros coléoptères qui volent, passent pour végétariens alors que leurs larves sont carnassières. Ainsi, le but de Jean Painlevé, dans *La pieuvre*, est de montrer à Roscoff la pieuvre à sec se dirigeant avec un tentacule directionnel hors de l'eau, alors qu'on la montrait toujours dans l'eau. Jean Painlevé émet donc l'hypothèse que la pieuvre est un animal amphibien.

- 50 Dans *Les amours de la pieuvre*, il part du principe que la formation de l'embryon ne peut se réaliser sans les phénomènes de torsion, puis de rotation. Dans *Assassins d'eau douce*, Jean Painlevé part de l'hypothèse que la fonction première de l'animal demeure « manger » : « Nuit et jour, la mort sans colère, sans passion, sans réflexion, sans attermolements, sans morale, la mort nécessaire : c'est pour le besoin » (Catalogue Documents cinématographiques, 1989).
- 51 Mais, pour ce cinéaste-chercheur, le fait scientifique a un rôle à tenir dans l'engagement politique et social. Ses films portent donc la marque, l'empreinte artistique, politique... de sa propre personne. « Quand le cinéma Les Miracles ouvre ses portes le 23 décembre 1930, la crédibilité scientifique de Painlevé se transforme en légitimité artistique » (Berg, 2004 : 3-4).
- 52 Les trois films étudiés montrent en effet qu'ils ne se donnent pas à voir comme un reflet de la réalité *objective* de phénomènes physiques ou biologiques et ne constituent pas à proprement parler des films scientifiques en général et animalier en particulier. Selon André Bazin, cette hybridation n'est acceptable qu'en raison de ses préoccupations morales : conserver « l'authenticité des événements imprévus » ; « ne pas chercher à cacher le procédé de mise en scène » (Bazin, 1994 : 38).
- 53 La reconstitution est admissible à deux conditions : qu'on ne cherche pas à tromper le spectateur ; que la nature de l'événement ne soit pas contradictoire à sa reconstruction. André Bazin dépasse ici le débat entre l'image pure et l'image impure pour le diriger vers une valeur plus universelle : l'honnêteté. « Au fond, le problème de ce genre de documentaire est double. Il se ramène à une question de technique et à un problème de morale. Il s'agit en effet tout à la fois de tricher pour mieux voir, et cependant ne pas tromper le spectateur » (Bazin, 1994 : 40).
- 54 Mais, le public des cinémas de quartier n'apprécie guère ces mélanges de genre orchestrés par Jean Painlevé. Il « [...] a protesté comme à une profanation sacrilège contre la musique de jazz qui commente les petits drames sous-marins du film de Jean Painlevé : *Assassins d'eau douce* » (Bazin, 1947).
- 55 Quoi qu'il en soit, le cinéaste ne cherche pas à dissimuler ses effets esthético-idéologiques et met au jour la « rhétorique de lecture » (Charles, 1977) de ses films, c'est-à-dire l'ensemble des stratégies qui permettent à un texte, ici à un film, (quelle que soit sa nature) de programmer son déchiffrement. Ainsi, trop d'accouplements et de mises bas, trop de dévorations, trop de morts et trop de naissances s'accumulent pour laisser intact toute conformation animale. Par ailleurs, passer le stade de faire exister, de créer et de construire, Jean Painlevé démonte, décortique et tord le corps. Il donne à voir un second sens par la déformation, sorte de signification anamorphosée. L'homme s'exprimant sur les phénomènes du monde animal le fait selon des catégories humaines, par des représentations humaines et à l'aide d'un vocabulaire nécessairement humain. C'est comme une saturation de l'humain ! Jean Painlevé pousse à bout cet aller-retour permanent entre l'animal et l'homme. Le cinéaste inverse le jeu des représentations : l'homme sous le regard de l'animal. L'esthétique du

renversement consacre dès lors la place du modèle animal dans la connaissance de l'homme et s'éloigne peu à peu du phénomène d'anthropomorphisation. Les films animaliers s'énoncent ici comme si la vérité de l'homme était à lire dans le comportement animal. Jean Painlevé se tourne vers la recherche de modèles animaux afin de justifier certains comportements sociaux. Il nous faut donc renoncer à cette désignation institutionnelle pour que ces films dits de vulgarisation scientifique trouvent définitivement leur place dans le documentaire de création.

- 56 Ainsi, par cette analyse du cinéma animalier engagé selon Jean Painlevé, nous abordons le phénomène du mélange des genres et le processus d'hybridation. Dès lors, au-delà de la norme et de la transgression générique, nous interrogeons la déviance liée au film scientifique animalier.

Painlevé lui-même revendique le terme peu valorisant et peu porteur de « cinéma scientifique » pour ses films, entendu comme un sous-genre de la classification générale de « documentaire », dépourvu des notions de cinéma expérimental, cinéma pur ou d'avant-garde. L'auteur ira jusqu'à rappeler la définition du documentaire [Painlevé, 1953] sur laquelle s'étaient mis d'accord les membres fondateurs de l'Union Mondiale du Documentaire en 1947 : « Tout film qui par des moyens rationnels ou émotionnels et à l'aide des prises de vue de phénomènes réels ou de leur reconstitution sincère et justifiée a pour but d'accroître consciemment les connaissances humaines ainsi que d'exposer les problèmes et leurs solutions au point de vue économique, social et culturel » (Berg, 2004 : 7).

- 57 Néanmoins, ici, nous envisageons la déviance scientifique comme un agent de transformation dirigé vers l'emprunt et l'appropriation de ce qui ne fait pas science et non de ce qui n'est pas science. Ainsi, nous ne nous positionnons pas dans la construction d'un genre nouveau. La question des genres revient à poser la question essentielle de la structuration, en dehors même des calques littéraires, de toute représentation et de tout discours cinématographique. Néanmoins, cette question des genres ne s'élabore pas uniquement à travers le contenu ou le destinataire. En effet, nous avons choisi de remonter à Platon (Platon, 1966 : 394b-396b) pour l'envisager à partir de trois modalités d'énonciation : le narratif, le mimétique et le mode mixte. Autrement dit, pour reprendre le philosophe et chercheur au Centre national de recherche scientifique (CNRS) J.-M. Schaeffer, « [...] la modalité d'énonciation ne définit pas l'essence d'une œuvre mais le rôle énonciatif du poète : soit il raconte, soit il imite, soit il mélange les deux » (1989 : 12)⁸.

- 58 Par ce type de structuration, Platon puis, beaucoup plus tard, Schaeffer constatent la possibilité d'une opération combinatoire entre deux genres. Platon envisage donc le processus d'hybridation dès l'Antiquité, simplement comme une modalité d'énonciation et non pas comme une configuration nébuleuse du genre, telle que la présente Brunetière (2000 : 36-44)⁹, théoricien de l'évolution des genres littéraires. Le processus d'hybridation prend alors le sens d'une évolution biologique et organiciste, puisque « la différenciation des genres s'opère dans l'histoire comme celle des espèces dans la nature [...] » (Brunetière, 2000 : 43). Cette idée de partir du genre pour définir l'espèce se retrouve déjà dans les écrits d'Aristote lorsqu'il parle « d'espèces » (1980 : 47 a 8-13)¹⁰, de « sa pleine nature » (1980 : 49 a 13-15)¹¹ et « d'être vivant » (1980 : 59 a 17-21)¹².

- 59 Ainsi, bien avant Brunetière, Aristote avait envisagé le genre à partir d'un ordre naturel, métaphore organique qui n'est pas sans rappeler le modèle biologique. Mais Brunetière analyse ce croisement entre les genres à partir de « la question des

modifications des genres » (Brunetière, 2000 : 37) en termes de déstabilisation, de dissolution et de désagrégation. Il aborde alors le processus d'hybridation comme quelque chose d'inéluctable inscrit dans l'essence même de la structuration des genres. Jean Painlevé déclare en ce sens ceci :

Dans le film de vulgarisation, mon but n'était pas directement didactique, j'essayais d'honorer la définition que je défends depuis mes débuts, c'est-à-dire un tiers de réalité et si possible de connaissance nouvelle ; un tiers pour faire passer, pour faire assimiler, au besoin par l'alliance des contraires, quelque chose de sérieux par quelque chose de comique, ou par autre chose de purement formel, magnifique ou poétique, mais qui n'a rien à voir avec le côté scientifique du sujet. Et puis un tiers de justification du thème du film : pour quelles raisons force-t-on l'auditoire à regarder [...] (dans Michel, 2004 : 4).

- 60 Imprégné de ces différentes tentatives historiques, Jean-Marie Schaeffer propose « non une nouvelle classification des genres » (Schaeffer, 1989 : 75), comme il le dit lui-même, mais un ensemble de modalités génériques à prendre en considération : « le niveau de l'énonciation, de la destination, de la fonction, sémantique, et syntaxique » (Schaeffer, 1989 : 82-112).
- 61 Pour étudier, par exemple, l'œuvre de Jean Painlevé, il faut en effet prendre en compte que
[l]es films de Painlevé sont réalisés en dehors de l'économie normale du cinéma. Painlevé est son propre producteur, il crée en 1930 les Documents Cinématographiques, il écrit et enregistre les commentaires, effectue le montage, choisit la musique (quand il ne la compose pas lui-même [...]) (Berg, 2004 : 4).
- 62 Ce type de démarche nous semble plus appropriée pour une transposition cinématographique que celle qui a été proposée par Gérard Genette, qui élabore, en effet, les critères et les modes de la littérature à partir de la dichotomie fiction et diction. « Est littérature de fiction celle qui s'impose essentiellement par le caractère imaginaire de ses objets, littérature de diction celle qui s'impose essentiellement par ses caractéristiques formelles » (1991 : 31).
- 63 Autrement dit, il fonde la classification des genres sur une scission contenu versus contenant qui nous apparaît beaucoup trop radicale et susceptible de favoriser des troubles génériques. Mais, quoi qu'il en soit, ce parcours de la théorie des genres pose une certitude, à savoir que les distinctions génériques sont présentes dans tous nos discours portant sur les pratiques culturelles. Cadres et codes inducteurs de réception et d'interprétation, les genres ont de fortes incidences sur la structure et l'esthétique des films. Cadre déterminant, le genre est cependant une réalité mouvante et fluctuante. L'un des problèmes de la définition des genres demeure encore aujourd'hui celui de l'hétérogénéité de leurs paramètres définitionnels. Tiphaine Samoyault distingue en ce sens l'hybridité de l'hétérogénéité :
- La première émane d'une forme, issue de plusieurs types d'interactions, d'un rapport constant et assumé à l'altérité tandis que la seconde présente l'avantage de la dynamique en étant un principe actif vers la forme. La distinction révèle, me semble-t-il, quelque chose de notre place dans le langage : et l'hybride peut signaler la cadre de cette place tandis que l'hétérogène peut apparaître comme sa conséquence poétique, son principe d'expression (2001 : 175).
- 64 Mais, finalement, la prise en compte de la forme d'expression, du référentiel, du contenu, de la forme de narration... ne produit aucune codification ni lois génériques strictes. Les genres et sous-genres aux frontières incertaines persistent. Les catégories classificatoires se recouvrent et se chevauchent. La programmation télévisée et

cinématographique utilise ainsi le genre « documentaire-fiction » ou « fiction-documentaire » pour désigner le film de Claude Nuridsany et Marie Pérennou *Microcosmos* (1989). De cette manière, le film scientifique animalier entre dans un processus d'hybridation où « [...] [é]tablir des catégories, c'est distinguer, séparer, classer. Dès que le travail de classement est achevé, l'homme (l'artiste) devient conscient des limites qu'il s'était imposées, ce qui fait naître en lui la volonté de les transgresser » (Kibedi Varga, 1989 : 126)

- 65 Selon Kibedi Varga (1989 : 126-127), cette transgression s'opère en trois étapes :
- la parodie, qui ne met en cause que la moitié, bien équilibrée, des critères ;
 - le procédé de mélange, qui supprime certains critères ou les rassemble ;
 - un dépassement de la problématique des genres, une confusion délibérée des critères de tout ordre.
- 66 De cette transgression générique naît un film scientifique hybride. Cet état de fait nous conduit alors à réenvisager les critères de scientificité de ce film scientifique hybride, non à partir des marques d'opposition avec des genres différents mais à partir du concept de porosité.

BIBLIOGRAPHIE

- ARISTOTE (1980), *Poétique*, traduit par R. Dupont-Roc et J. Lallot, Paris, Seuil.
- BAUDRILLARD, J. (1990), *La transparence du mal : essai sur les phénomènes extrêmes*, Paris, Galilée.
- BAUMGARTEN, A. G. (1988), *Esthétique*, traduit par Jean-Yves Pranchère, Paris, Éditions de l'Herne. (Coll. « Bibliothèque de philosophie et d'esthétique ».)
- BAZIN, A. (1947), « Le film scientifique : beauté du hasard », *L'écran français-Paris-Cinéma*, n° 122 (28 octobre).
- BAZIN, A. (1994), *Qu'est-ce que le cinéma ?*, Paris, Cerf.
- BEHAR, H., et M. CARASSOU (1992), *Le surréalisme*, Paris, Librairie générale française.
- BERG, B. (2004), « Les indépendants du 1^{er} siècle – Biographie de Jean Painlevé », [En ligne], http://www.lips.org/bio_painleve.asp Page consultée le 2 septembre 2004.
- BRETON, A. (1968), *Dictionnaire abrégé du surréalisme*, Paris, Gallimard.
- BRETON, A. (1992), *Œuvres complètes*, tome II, Paris, Gallimard.
- BRUNETIÈRE, Ferdinand. (2000), *Évolution des genres dans l'histoire de la littérature*, Paris, Éditions Pocket. (Coll. « Agora Les Classiques ».)
- CATALOGUE DOCUMENTS CINÉMATOGRAPHIQUES (1989), dans B. Berg, « Les indépendants du 1^{er} siècle – Biographie de Jean Painlevé », p. 3. [En ligne], http://www.lips.org/bio_painleve.asp Page consultée le 2 septembre 2004.
- CATALOGUE OFFICIEL DU FESTIVAL DE PALAISEAU (1989).
- CHARLES, M. (1977), *Rhétorique de la lecture*, Paris, Seuil. (Coll. « Poétique ».)

- CHÂTEAU, D. (2000), *Épistémologie de l'esthétique*, Paris, L'Harmattan. (Coll. « Philosophique ».)
- CHION, M. (1980), *Pierre Henry*, Paris, Fayard/Sacem.
- DELEUZE, G., et F. GUATTARI (1972), *L'anti-Œdipe, capitalisme et schizophrénie*, Paris, Minuit. (Coll. « Critique ».)
- DIDI-HUBERMAN, G. (1995), *La ressemblance informe, ou le gai savoir visuel selon Georges Bataille*, Paris, Macula.
- FONTANIER, P. (1977), *Les figures du discours (1821-1830)*, Paris, Flammarion.
- GENETTE, G. (1991), *Fiction et diction*, Paris, Éditions du Seuil. (Coll. « Poétique ».)
- HAZERA, H. (1989), *Jean Painlevé au fil de ses films*, Sept – GTM Productions et Les Documents cinématographiques.
- HENRY, Pierre (1950), « Pour penser à une nouvelle musique », *Cahiers du Conservatoire*, avril.
- JAKOBSON, R. (1963), *Essais de linguistique générale*, Paris, Seuil.
- KIBEDI VARGA, A. (1989), « Les modes et les genres », dans *Discours, récit, image*, Liège-Bruxelles, Pierre Mardaga Éditeur, p. 119-135. (Coll. « Philosophie et langage ».)
- LITWIN, M. (1992), *Le film et sa musique, création-montage*, Paris, Romillat.
- MICHEL, J.-L. (2004), « La caméra d'un chercheur : entretien avec Jean Painlevé », *Éducation*, 23 février 1978, [En ligne], <http://www.cetec-info.org/jlmichel/Art.Painleve.html> Page consultée 2 septembre 2004.
- MIÈGE, J.-L. (1994), *Le Maroc*, Paris, Presses universitaires de France, 8^e éd. (Coll. « Que sais-je ? ».)
- MILLET, R. (1994), « Jean Painlevé cinéaste », dans Alexis Martinet (dir.), *Le cinéma et la science*, Paris, CNRS éditions, p. 86-94.
- PAINLEVÉ, J. (1953), « La castration du documentaire », *Les Cahiers du cinéma*, n° 21 (mars).
- PAINLEVÉ, Jean (2004), *Biographie de Jean Painlevé*, [En ligne], http://www.lips.org/bio_painleve.asp Page consultée le 2 septembre 2004.
- RASTIER, F. (2001), « L'action et le sens, pour une sémiotique des cultures », *Sens Action, Journal des anthropologues*, n°s 85-86, p. 183-219.
- REVERDY, P. (1975), *Nord-Sud, self-défense et autres écrits sur art et poésie*, Paris, Flammarion.
- SAMOYAULT, T. (2001), « L'hybride et l'hétérogène », dans *L'art et l'hybride*, Saint-Denis, Presses universitaires de Vincennes, p. 175-186. (Coll. « Esthétiques hors cadre ».)
- SCHAEFFER, Jean-Marie (1989), *Qu'est-ce qu'un genre littéraire ?*, Paris, Éditions du Seuil. (Coll. « Poétique ».)
- SORLIN, P. (1976), *Analyse de films, analyse de sociétés*, Paris, Hachette,
- VALÉRY, P. (1937), « Discours sur l'esthétique », dans *Œuvres*, tome 1, Paris, Gallimard, p. 1294-1314. (Coll. « Bibliothèque de la Pléiade », n° 127.)
- WAGNER, J. (1992), *Le guide du jazz*, Paris, Syros, 4^e éd.

ANNEXES

Annexe 1. Les commentaires qui accompagnent *Assassins d'eau douce*.

- « Étang ou simple mare, l'eau douce recèle une vie intense. »
- « Cette vie se résume en deux phases bien distinctes : manger, être mangé. »
- « Nous étudierons ici quelques modes de destruction alimentaire. »
- « À l'état de larve, la libellule vit dans l'eau pendant plusieurs années. Elle atteint sept centimètres de long. »
- « L'ouverture postérieure du corps, entourée de cinq piquants, sert, entre autres choses, à la respiration. L'eau servant à la respiration pénètre et sort par cette ouverture. Les mouvements musculaires de l'abdomen ne cessent d'aspirer et de refouler l'eau. »
- « Si l'expulsion de l'eau est faite violemment, l'animal est alors projeté en avant. C'est le premier moteur à réaction. »
- « Même procédé pour la cousine cordulia. »
- « Cela permet les traversées en flèche [...] »
- « Sous le nom de *chironomus plumosus*, le ver de vase sert de victime classique. »
- « La larve de libellule attrape ses proies à l'aide de son masque. Semblable à un bras et une main reployée sous le menton, contre la bouche, ce masque est extensible. Au bout de ce levier articulé se trouvent deux crochets qui maintiennent la proie. En se repliant, le masque porte la proie jusqu'à la bouche dont les mandibules sont masticatrices. »
- « Dans leur œuf, de charmants enfants de mollusques jouent à l'éléphant. »
- « Des escargots d'eau, âgés de quelques dixièmes de millimètres, parcourent patiemment leur coque en attendant l'éclosion. »
- « À la même époque, des femelles d'hydrophiles, pacifiques et végétariennes, se promènent avec leurs œufs fixés sous l'abdomen. »
- « De ces œufs naissent de ravissantes larves. »
- « Ces larves sont, comme leurs parents, à respiration aérienne ainsi qu'en témoigne la bulle d'air qu'elles portent au derrière. »
- « Leur tête, seule partie fortifiée, est dotée de puissants mandibules broyeurs. »
- « Or la larve d'hydrophile est terriblement amateur de mollusques. Et voici la rencontre d'une larve de trois centimètres et d'un mollusque. »
- « La larve essaie, tente de broyer la coquille, qui est assez dure. »
- « Le mollusque s'accroche au sol. »
- « Mais une nouvelle prise permet à l'assaillant de plonger ses crocs en pleine chair. »
- « Le mollusque n'a plus qu'un moyen de défense : en se retirant au fond de sa coquille : c'est de baver. »
- « La larve, complètement dégoûtée et engluée, lâche prise. »
- « Le rescapé chante victoire. »

« La larve d'hydrophile s'empare d'un autre mollusque, une planorbe, dont la coquille plus friable a une forme aplatie et circulaire mieux adaptée à la courbe du corps de la larve, qui l'entoure pour la maintenir. »

« La larve renverse complètement en arrière, la tête sur le corps, et broie la coquille. »

« Tous les muscles du corps participent aux efforts pour y rester et s'emparent d'un point d'appui pour déguster tranquillement. »

« La ranatre est un insecte ailé à respiration aérienne. »

« Muni d'un tube respiratoire, elle vit surtout dans l'eau où elle ressemble à un bout de bois. Son corps aussi long qu'étroit se termine par un tube respiratoire. L'ensemble peut atteindre une dizaine de centimètres. »

« Madame ranatre et sa petite famille. Elle ne dédaigne pas croquer ses marmots. »

« Pour respirer, elle fait affleurer l'extrémité de son tube respiratoire à la surface de l'eau. L'air se renouvelle par l'orifice qui n'est pas mouillable. Ce tube est formé de deux gouttières accolées. »

« Généralement immobile, elle se tient par ses pattes à la végétation avec laquelle elle se confond. »

« Sa première paire de pattes est transformée en redoutable patte ravisseuse comme chez la mante religieuse. »

« À un fort grossissement, on voit les crochets qui la terminent ainsi que les soies portées par la partie opposée et assurant le verrouillage de la proie. »

« Elle attrape ce qui passe à portée de ses pattes ravisseuses. »

« En se repliant, ces pattes embrochent la proie sur le rostre. Le rostre est un bec pointu qui lui sert de bouche. Il distille du poison et d'autre part, il contient une dague acérée avec laquelle la ranatre lacère les tissus de ses victimes. Puis la ranatre tète le résultat. »

« Mais qui suce sera sucé et de minuscules acariens parasites vivent avec leur rostre figé en permanence sur le corps ou les membres de la ranatre. »

« La nêpe est une proche parente de la ranatre, mais ressemble à une feuille. »

« Comme la ranatre, elle a un tube respiratoire aérien, des pattes ravisseuses et un rostre suceur de tige creuse. »

« Ces animaux d'aspect inoffensif sont aussi carnivores que les autres. Ils broutent leur proie. »

« Les sialis sont des animaux très nerveux ; elles font penser à des poissons dont on verrait les arêtes. »

« Elles avalent leur proie. »

« Les larves de dytique, formidablement cuirassées, perpétuellement affamées, rôdent et tuent dans tous les coins. »

« Atteignant dix centimètres de long, elles nagent à l'aide de leurs pattes et des contractions du corps. »

« Pour respirer, elles se laissent remonter le derrière en l'air, jusqu'à la surface de l'eau où elles accolent l'extrémité de l'abdomen, qui se termine par un orifice non mouillable. »

« Deux appendices appelées cerces restent accolés sous l'eau et permettent de quitter brusquement la surface. »

« Un système de trachées renouvelle l'air le long du corps. »

« Dès sa naissance, la larve de dytique attaque les proies les plus énormes. Elle n'a pas de bouche fonctionnelle mais des crochets en relation direct avec le tube digestif. »

« Ces crochets sont creux et leurs canaux rejoignent des canaux percés dans la tête jusqu'à l'œsophage. »

« Lorsque les crochets se ferment sur une proie, la pompe aspirante et foulante est amorcée. »

« La larve injecte alors son suc digestif dans la victime et aspire le bouillon nutritif ainsi obtenu. »

« À la place des yeux, la larve de dytique possède six petites taches de chaque côté de la tête. »

« Une fois le crochetage effectué, on voit en transparence le mouvement rapide de va-et-vient de l'injection et de l'aspiration. »

« Ayant vidé son ver, la larve s'en débarrasse après s'être assurée qu'il n'y reste plus rien. »

« Elle circonviert avec des mouvements de chat une larve de libellule. »

« Les tissus internes étant rapidement liquéfiés, l'enveloppe du corps devient pliable, comme du carton. »

« Un jeune triton sera sa nouvelle victime. »

« Il ne s'agit pas d'une prise de catch, mais d'une lutte à mort. L'une saisit l'autre à la gorge, mais la cuirasse du cou est imperçable. Il faut mordre au corps. »

« Un nouvel assaillant apparaît. »

« Bientôt, le liquide mortel fait son œuvre. La victime devient noirâtre. »

« Le malheureux se débat encore et tente vainement de mordre à son tour. »

Annexe 2. Les commentaires qui accompagnent *Les amours de la pieuvre*.

« Huit tentacules [...] Deux mille ventouses [...] Une pieuvre de soixante centimètres peut retenir deux cent cinquante kilos [...] »

« Pieuvre [...] Poulpe [...] Animal horrifique [...] »

« Sur les côtes où la mer découvre certaines années, il y en a partout [...] »

« Complètement molle, sans coquille, elle glisse sur le sol, à marée basse, avec ses tentacules successifs ; elle peut vivre un certain temps hors de l'eau [...] Ses changements de teinte sont le reflet de ce qui l'entoure aussi bien que de ses émotions [...] »

- « Fait exceptionnel, l'œil de ce simple mollusque est constitué comme celui des animaux supérieurs [...] Et il possède des replis formant comme des paupières [...] »
- « Elle niche dans le sol ou à la moindre fente, qu'elle dissimule avec des cailloux, du sable et des débris de ses repas : carapaces, coquilles. »
- « Seul le friselis de l'eau indique sa présence [...] »
- « Ce frémissement est dû à sa respiration ; l'eau aspirée par une ouverture de chaque côté du corps est rejetée par un tube. »
- « Alors qu'elle peut ramper dans toutes les directions, elle nage à reculons en expulsant l'eau violemment par son tube dirigé vers l'avant [...] C'est un moteur à réaction [...] »
- « Un crabe fuit [...] dont elle s'empare d'un coup de tentacule ou d'un saut [...] »
- « Au centre de la bouche [...] le puissant bec de perroquet déchiquette et absorbe les chairs [...] »
- « Au printemps, quelques figures d'approche précèdent l'accouplement ; violence, durée, distance, différent suivant la taille, la maturité, l'état des partenaires [...] »
- « Quelques très grosses ventouses caractérisent le mâle. »
- « Celui-ci, en pleine forme, s'empare violemment d'une femelle [...] pas tellement consentante [...] déjà fécondée peut-être [...] Elle le transporte sur son dos [...] Des crêtes sur la peau accompagnent les changements de couleur [...] Ce qui compte, c'est que le mâle introduise l'extrémité de son bras spécial, le troisième à droite de la tête, dans l'ouverture respiratoire de la femelle [...] Pour cela, il n'y a pas de position officielle, privilégiée. Ainsi ce petit mâle [...] à gauche, blanc de peur, réagit aux invites de la femelle, mais en se tenant à distance. Le bras spécialisé transporte des étuis contenant les éléments mâles jusqu'à l'orifice de ponte de la femelle. [...] L'accouplement se renouvelle pendant des heures, des jours [...] Lorsqu'il enlève son bras, le mâle fait éclater dans la femelle les étuis déposés [...] d'où sortent des milliards de spermatozoïdes [...] ici très grossis [...] Ils sont stockés et fécondent les œufs lorsque la femelle pond. »
- « Ses œufs sont attachés à un cordon central, qu'elle fixe au toit de son nid. La ponte d'une trentaine de cordons peut totaliser jusqu'à cinq cent mille œufs. Pendant le mois que dure leur évolution, la femelle ne quitte pas son repaire, ne mange pas, ne cesse de triturer les œufs avec ses tentacules, de faire circuler l'eau à jet, assurant ainsi la respiration à travers les coques ; et la propreté de celles-ci [...] »
- « Chaque œuf est long d'un millimètre environ. Son évolution montre d'étranges phénomènes, dont notamment, accéléré quatorze cents fois grâce au cinéma, la torsion, puis la rotation [...] L'embryon se forme, et au bout de trois semaines, on distingue bien la pieuvre en miniature dans sa coque [...] De grosses cellules colorées commencent à jouer. Après l'arrêt de la rotation, elle grandit, encore un peu, absorbe sa boule nutritive [...] À l'extrémité opposée, le cœur qui bat à cent pulsations par minute. »
- « Puis c'est l'éclosion [...] explosive [...] En quelques minutes, des milliers de bébés pieuvres de deux millimètres quittent leurs coques [...] Elles bondissent à reculons, mais le tube respiratoire peut se plier et les propulser dans tous les sens [...] Celles qui ne parviendront pas à sortir dès ce moment n'écloreont jamais [...] »

NOTES

1. Qui a la faculté de sentir et perceptible, sensible.
2. « [...] allier des idées et des mots ordinairement opposés et contradictoires entre eux, [...] de manière que, tout en semblant se combattre et s'exclure réciproquement, ils frappent l'intelligence par le plus étonnant accord, et produisent le sens le plus vrai, comme le plus profond et le plus énergique [...] » (Fontanier, 1977 : 137).
3. Sa filmographie laisse apparaître une collaboration avec les musiciens les plus illustres de l'époque : Darius Milhaud pour *L'hippocampe*, Delanoy pour *Crabes et crevettes*, Maurice Jaubert pour *le Bernard-L'ermite*, Pierre Conté pour les *Danseuses de la mer*, Pierre Henry pour les *Amours de la pieuvre*, Pierre Jansen pour *Acera ou Le bal des sorcières* ; en introduisant la musique de jazz dans le *Vampire* et *Assassins d'eau douce* (Louis Armstrong, Cab Calloway, Jimmy Lunceford).
4. Expression de Paul Éluard.
5. « La Révolution sera inspirée ou ne sera pas », 15 juin 1968, tract du mouvement Phases, signé Daniel Abel, Christian Bernard, Suzanne Besson...
6. Technique permettant la simultanéité de deux mélodies ou plus.
7. Expression de Lautréamont.
8. « [...] Platon ne parle pas de trois genres littéraires, mais de trois catégories analytiques selon lesquelles il est possible de distribuer les pratiques discursives. Il ne se demande pas ce qu'est la tragédie ou ce qu'est l'épopée : il se borne à dire que les œuvres transmises sous la dénomination commune « tragédie » et celles transmises sous la dénomination « épopée » peuvent être distinguées selon leur modalité d'énonciation. »
9. « Sur la première question, celle de l'existence des genres, et pour décider si les genres existent ou non, nous montrerons qu'ils doivent exister, comme répondant à la diversité des moyens de chaque art, [...] à la diversité de l'objet de chaque art, [...] à la diversité des familles d'esprits. » (p. 43). « Sur la deuxième question, comment les genres se différencient, c'est à la doctrine de l'évolution que nous emprunterons nos arguments [...]. Sans doute, la différenciation des genres s'opère dans l'histoire comme celle des espèces dans la nature, progressivement, par transition de l'un au multiple, du simple au complexe, de l'homogène à l'hétérogène, grâce au principe qu'on appelle de la divergence des caractères. » (p. 43-44.) « De la fixation des genres. Mais, de même que dans la nature, et pour peu que les circonstances les favorisent, les espèces ne sont pas incapables de quelque permanence et de quelque stabilité, de même les genres aussi se fixent, au moins pour un temps. Observons que c'est même ce qui a pu faire croire quelquefois qu'ils étaient séparés les uns des autres par des frontières ou des barrières infranchissables. Troisième question, celle de la fixation des genres, ou des conditions de stabilité qui leur assurent une existence, non plus seulement théorique, mais historique — je veux dire, comprise entre une date et une autre date —, une existence individuelle, une existence comparable à la vôtre ou la mienne, avec un commencement, un milieu et une fin. » (p. 36-37). « Des modifications des genres. Toutefois, et par cela seul que nous la comparons à l'existence humaine, cette existence des genres n'est pas éternelle. De même encore que dans la nature, il arrive donc un moment dans l'évolution d'un genre, où la somme des caractères instables l'emporte sur celle des caractères stables, et où, si l'on peut ainsi dire, le composé qu'il était se dissout. Sous quelles influences ? ou, en d'autres termes, quels sont les modificateurs des genres ? » (p. 37). « De la transformation des genres. Nous chercherons ici s'il y a des lois du phénomène ou, au contraire, si, comme on serait d'abord plutôt tenté de le croire, l'évolution de chaque genre ayant ses lois à elle, il n'y a pas de loi générale de l'évolution des genres. » (p. 37).
10. « Nous allons traiter de l'art poétique en lui-même, de ses espèces, considérées chacune dans sa finalité propre. »

11. « [...] puis la tragédie s'épanouit peu à peu, les auteurs développant tout ce qui se faisait jour en elle ; enfin, après de multiples transformations, elle se fixa lorsqu'elle eut atteint sa pleine nature. »

12. Au sujet des épopées : « [...] pour que, semblable à un être vivant un et qui forme un tout, elles produisent le plaisir qui leur est propre. »

RÉSUMÉS

Dans cet article, l'œuvre de Jean Painlevé, cinéaste-chercheur et précurseur du film de vulgarisation scientifique, est un prétexte pour aborder la mouvance des genres. Il s'agit, ici, dans un contexte sociohistorique chaque fois particulier, de faire émerger le processus d'hybridation et d'en révéler la dimension discrète, voire dissimulée. Pour ce faire, nous opérons selon des méthodes pluridisciplinaires liées à la sémiologie de l'image, à la sémiologie du cinéma, à la narratologie et à l'esthétique saisie sous sa forme esthétique.

In this article, the work of filmmaker/researcher, and precursor to the scientific vulgarization film, Jean Painlevé, is a pretext to understanding the mouvance of genres. Here, we will see emerge, each time in a particular socio-historical context, the process of hybridization and further, will show the discrete even dissimulated dimension. In order to do this, we will operate according to pluridisciplinary methods linked to the semiotics of the image, the semiotics of cinema, narratology, and aesthetics considered in its aesthetic form.

En este artículo, la obra de Jean Painlevé, cineasta, investigador y precursor de las películas de vulgarización científica, es un pretexto para tratar sobre la esfera de los géneros que cambian. Aquí se trata, en un contexto sociohistórico cada vez particular, de resaltar los procesos de hibridación y revelar la dimensión discreta, incluso, disimulada. Para lograrlo, se ha trabajado a partir de métodos pluridisciplinarios relacionados con la semiología tanto de la imagen, como del cine, la narrativa y la estética comprendida en su forma estética.

INDEX

Mots-clés : cinéma, hybridation, Painlevé Jean , sémiologie, vulgarisation scientifique

Keywords : cinema, hybridization, Painlevé Jean , scientific vulgarization, semiotics

Palabras claves : cine, hibridación, Painlevé Jean , semiología, vulgarización científica

AUTEUR

FRÉDÉRIQUE CALCAGNO-TRISTANT

Frédérique Calcagno-Tristant est docteur en science de l'information et de la communication, Centre de recherches Images et Cognitions, Université Sorbonne Panthéon, Paris I et chargée de cours à l'Université catholique de l'Ouest.

La référence à l'autorité dans la conversation

Réflexions sur le jeu avec la force des assertions

Martin David-Blais et Christian R. Bellehumeur

- 1 L'exposé qui suit apportera une contribution à la théorie pragmatique de la communication argumentative naturelle. Il traitera des fonctions de la référence à l'autorité lorsqu'elle est jointe à un acte assertif P dans la conversation.
- 2 Pour situer le lecteur, voyons un cas d'entrée de jeu, à savoir une déclaration de feu Yasser Arafat à un journaliste du journal montréalais *La Presse* (août 2002). Ce dernier évoquait le reproche, fréquemment formulé à l'époque par le gouvernement israélien, selon lequel l'Autorité palestinienne ne cherchait nullement à contrôler les actions terroristes du Hamas. Le président Arafat a répondu ceci :

Vous devez prendre en considération que le Hamas est un produit d'Israël, il a été établi par les Israéliens à l'époque, soit en 1988, pour faire concurrence à l'Organisation de libération de la Palestine (OLP). Et ce n'est pas moi qui le dis. Ce sont les leaders israéliens qui l'ont dit, et pas seulement devant moi. Devant les leaders arabes aussi¹.
- 3 Voilà le genre de cas que nous avons à l'esprit en avançant la proposition qui suit.

Proposition générale

- 4 On pense généralement que l'appel à l'autorité consiste à recourir à l'opinion d'une autorité (un expert, un témoin, etc.) pour appuyer le contenu d'une assertion P : le contenu de P est fondé (vrai ou très plausible) parce qu'il est garanti par cette autre voix plus compétente, mieux placée. Nous croyons au contraire qu'il n'en va pas toujours ainsi dans le cadre de la conversation, encore que ce soit souvent le cas. Il sera d'abord soumis que ce procédé prend deux formes distinctes, soit (1) l'« argument d'autorité » qui a une fonction de vérification et (2) la « référence à l'autorité » qui a une fonction indicative. Cette position théorique n'est pas absolument nouvelle. Elle reprend la distinction entre les « procédés argumentatifs » qui interviennent directement dans la production de conclusions et les « procédés rhétoriques » qui permettent de moduler

des énoncés (Martel, 2000). Elle s'inscrit en fait dans le sillage de l'école polyphonique franco-scandinave qui, après le travail pionnier de Ducrot et d'Anscombre (dans les années 1970 et 1980), a accompli passablement de travail en montrant qu'un locuteur peut effectuer divers jeux de voix, dont des voix en autorité, à des fins de modulation rhétorique d'énoncés. Notre proposition consiste à aller au-delà du seul cas de modulation d'énoncés. Il arrive fréquemment dans la conversation (au sens large) que le locuteur effectue des références à l'autorité en tant qu'indices lui permettant de gérer l'interaction qui se déroule avec un alter-locuteur. C'est ce qui se passe dans la réplique de Yasser Arafat.

- 5 Il nous a semblé que la position traditionnelle (« l'appel à l'autorité sert à fonder P ») est, face à des cas comme celui-là, en posture difficile. D'abord, parce qu'il paraît délicat d'ignorer les enjeux d'action qui se posent ici,
 en l'occurrence : la reconnaissance verbale par le président Arafat ne fût-ce que d'un minimum de responsabilité de l'Autorité palestinienne aurait eu, en 2002, des conséquences immédiates.
- 6 Mais il y a plus problématique d'un point de vue théorique : dès lors que l'on accepte la grande fréquence de cas comme celui-là dans la conversation, c'est-à-dire des cas apparemment défectueux, se pose le problème de la réussite. On peut difficilement penser ici que s'est opéré, dans la réponse d'Arafat, un transfert de confiance réussi qui permettrait la concrétisation d'une opération de véridiction. Il est en tout cas difficile de penser que le destinataire va le considérer comme tel ; il est plutôt probable que lui viendront à l'esprit toutes sortes d'objections. La question pour nous n'est pas qu'adviennent sporadiquement des opérations de véridiction que l'on peut juger défectueuses, mais bien la fréquence de tels appels à l'autorité (1) dont on se dit qu'ils sont loin de satisfaire aux fameuses maximes gricéennes de quantité et de qualité sans pour autant (2) être contestées. Nous ne viderons pas la question, mais nous soumettons qu'il se passe autre chose dans un tel jeu de voix : le locuteur cherche à intervenir sur un mode indiciel dans l'action et, dans bien des cas, le destinataire (qui est aussi alter-locuteur) est à même de repérer et de comprendre l'intention locale du procédé.
- 7 Nous proposons d'envisager la possibilité analytique que, dans un tel cas, la référence à l'autorité n'est ni un procédé de véridiction ni un élément de modulation, mais bien un indice fort qui, bien que jouté à P (« le Hamas est un produit d'Israël »), porte sur un enjeu de communication politique large et lourd. Le lecteur de l'article de *La Presse* sent tout de suite que le leader palestinien n'entend pas s'en laisser imposer et qu'il est prêt, sur cette question précise du contrôle du Hamas, à donner un tour musclé à la discussion — notamment en ayant recours à des opinions appartenant à tous les camps politiques, dont celui de l'ennemi. Mais il y a probablement plus : le jeu polyphonique (« ce sont les leaders israéliens qui l'ont dit ») lui permet de jouer sur le terrain des inférences concernant son intention globale de communication et ainsi éviter la disqualification immédiate de sa position.
- 8 Le présent article ne pourra traiter de tout cela en profondeur. Il poursuit plus modestement les objectifs suivants : situer notre proposition, en expliciter les fondements théoriques et faire valoir la plausibilité générale au moyen d'exemples de la vie courante.

Définir l'appel à l'autorité

- 9 Commençons avec quelques clarifications conceptuelles. L'appel à l'autorité doit être distingué de certains procédés et processus connexes. Il faut notamment le distinguer du « parler d'autorité ». Cette autre notion désigne l'effort d'un individu pour contraindre une interaction à son avantage en vertu de son propre statut (Breton, 1996 : 50). Dans le cas de l'appel à l'autorité, le locuteur soumet P à l'appréciation du destinataire et P se trouve ostentatoirement associé à l'avis d'un individu en situation d'autorité cognitive, laquelle autorité est par ailleurs contingente. L'appel à l'autorité ne désigne pas davantage une « attribution spontanée d'autorité » par le destinataire au profit du locuteur au moment du traitement de P. Cette opération d'attribution est certes des plus courantes dans la communication naturelle (l'« effet halo » en est une forme²), mais il ne s'agit pas d'un procédé argumentatif mis en place par un locuteur ; il s'agit là plutôt d'un phénomène inférentiel spontané qui advient du côté du destinataire.
- 10 En des termes plus spécifiques maintenant, on dira que la notion d'« appel à l'autorité » (qui inclut à la fois l'« argument d'autorité » et la « référence à l'autorité ») désigne un procédé argumentatif au cours duquel le locuteur introduit explicitement une autre voix dans un segment de discours. L'opinion (explicitée ou non) de cette seconde voix est associée à un acte assertif P et cette voix se voit conférer (explicitement ou non) un statut de supériorité cognitive en contexte (elle « sait plus que... parce que... », elle « peut plus que... et donc sait plus que... »). Le plus souvent, AUTORITÉ est un individu ou un groupe d'individus (telle équipe de recherche, par exemple) bien qu'il puisse aussi s'agir d'une entité institutionnelle. Ce procédé met en place un double rapport (Martel, 2000) :
 - premier rapport : le locuteur associe explicitement une assertion P à l'opinion (explicitée ou non) d'AUTORITÉ ;
 - second rapport : AUTORITÉ se verra conférer, explicitement ou implicitement, un statut de supériorité par le locuteur dans un rapport asymétrique entre AUTORITÉ et une personne ou des personnes présentes dans la situation de communication.
- 11 Ces deux mises en rapport sont liées. Si la pertinence argumentative de l'opinion (explicitée ou évoquée) attribuée à AUTORITÉ et associée à P tient pour une bonne part à la pertinence argumentative du « qui est » AUTORITÉ, il reste que l'effet de communication recherché tient aussi à l'asymétrie entre AUTORITÉ et telle autre personne présente en contexte. Le second rapport est très souvent une question ouverte lorsqu'il n'y a pas un haut niveau d'explicitation : le destinataire peut supposer qu'il y a appel à l'autorité dans l'esprit du locuteur alors que ce n'est pas forcément le cas et il arrive probablement souvent que le destinataire ne perçoive nulle dimension d'autorité dans un acte pourtant désiré comme tel.
- 12 Apportons tout de suite une précision qui deviendra plus claire par la suite. Le concept d'appel à l'autorité n'est pas qu'un jeu de voix (à celle du locuteur s'ajoute une voix rapportée) ; c'est aussi un jeu avec une asymétrie des statuts. Cette conception n'est pas partagée par tout le monde (Ducrot, 1984a ; Perrin, 2000). Pour Oswald Ducrot, l'appel à l'autorité (distingué du raisonnement par autorité) constitue souvent un moyen utilisé par le locuteur pour faire intervenir une opinion commune. Nous soumettons pour notre part qu'un locuteur (politique ou autre) peut tantôt faire intervenir une opinion

commune, tantôt faire intervenir une opinion en autorité, mais il s'agit de procédés différents bien qu'il s'agisse dans les deux cas de faire intervenir une autre voix.

Situer la discussion

- 13 Notre proposition allègue que, si l'on peut utiliser l'appel à une voix en autorité pour fonder P (argument d'autorité) ou pour moduler le sens de P (référence à l'autorité), on peut aussi faire une référence à l'autorité qui, bien qu'elle soit joutée à P, a pour fonction de gérer des enjeux relatifs à l'ensemble de l'interaction. Cette proposition présente le locuteur comme étant d'abord un acteur et, partant, accorde beaucoup d'importance aux enjeux psychosociologiques de l'action. Il importe cependant de voir qu'une telle proposition est rendue possible sur le terrain de l'analyse pragmatique des procédés langagiers grâce au travail qui a été fait, depuis une trentaine d'années, par Ducrot et Anscombre de même que par l'école polyphonique dite franco-scandinave. Les prochaines sections du texte sont consacrées à la mise en question de la position traditionnelle.

La position classique : la fonction de véridiction de l'appel à l'autorité

- 14 L'on a, pendant longtemps, tenu pour acquis que la seule fonction de l'appel à l'autorité était la véridiction d'énoncés. Et cela demeure une idée très commune encore aujourd'hui. On a pensé que ce procédé servait exclusivement à assurer la validité de P au moyen d'un transfert de confiance envers un individu AUTORITÉ qui « sait mieux que d'autres » et qui, partant, « peut mieux juger P ». Il s'agissait pour le locuteur de contourner deux problèmes classiques, soit (1) un problème d'accès à de l'information rare ou difficile à obtenir, soit (2) un problème de manque de compétence. Le locuteur propose le recours à l'avis de celui qui a l'expérience nécessaire ou qui a une formation académique ou professionnelle appropriée, voire les deux. Dans les deux cas de figure, la pertinence de l'opinion d'AUTORITÉ tient à la quantité d'informations mises en garantie de même qu'aux circonstances et aux conditions qui font de l'opinion d'AUTORITÉ une solution au problème posé. Voyez Plantin :

L'argument d'autorité est un argument de confirmation. Il soutient une conclusion P, dans une argumentation dont la forme canonique est la suivante :

Proposant : - P, car X dit que P, et X est une autorité en la matière.

Il y a argumentation d'autorité quand le Proposant donne pour argument en faveur d'une affirmation le fait qu'elle ait été énoncée par un locuteur particulier autorisé, sur lequel il s'appuie ou derrière lequel il se réfugie. La raison de croire (de faire) P n'est donc plus recherchée dans la justesse de P, son adéquation au monde tel qu'il est ou qu'il devrait être, mais dans le fait qu'il est admis par une personne qui fonctionne comme garant de sa justesse (1996 : 88).

- 15 Voyez Breton au sujet des arguments d'autorité :

Leur forme est constante : le réel décrit est bien le réel acceptable parce que la personne qui le décrit a l'autorité pour le faire. Cette autorité elle-même doit bien évidemment être acceptée par l'auditoire pour qu'il accepte du même coup comme vraisemblable ce qu'elle lui propose (1996 : 49).

- 16 Nous pourrions ajouter une quantité importante de références, dont Johnson et Blair (1983 : 144) ; Rieke et Sillars (1984 : 77) ; Walton (1989 : 172) ; Déry (1990 : 103) ; Woods et Walton (1992 : 40).
- 17 La prévalence de cette conception s'explique en partie, selon nous, par le fait que le regard sur les pratiques argumentatives a été pendant longtemps de nature essentiellement normative. L'on s'est surtout préoccupé de réfléchir aux moyens de produire des conclusions valables ainsi qu'aux moyens de s'assurer de la validité d'assertions par lesquelles on parvient aux conclusions. Dit autrement, même si l'argument d'autorité a souvent eu très mauvaise presse, l'on s'est efforcé d'en faire valoir la légitimité sous certaines conditions. D'une part, comme personne ne peut tout savoir ni être compétent sur tout, on aura admis qu'il est parfois nécessaire, en discussion, d'appuyer des énoncés sur l'avis d'autrui. D'autre part, comme on sait qu'un locuteur habile peut manipuler fallacieusement l'asymétrie des statuts à des fins de persuasion, l'on aura jugé essentiel de réfléchir aux conditions permettant la légitimité d'une telle pratique argumentative.

L'arrivée des pragmaticiens

- 18 L'intérêt de certains pragmaticiens pour l'argumentation a changé bien des choses. De notre point de vue, la contribution de Ducrot et d'Anscombe a été (et demeure) très importante. Ces auteurs ont, entre autres contributions, développé l'idée de modulation des énoncés à des fins de communication persuasive. Ce qui a donné lieu à la distinction, aujourd'hui commune, entre les procédés véridictifs et les énoncés rhétoriques ; la distinction entre l'argument d'autorité et la référence à l'autorité procède de cette première distinction. Voyons cela de manière un peu plus approfondie.
- 19 En formulant les choses de manière quelque peu synthétique, nous distinguerons trois moments théoriques.
- 20 *Premier moment.* Il y a une trentaine d'années, Ducrot et Anscombe ont commencé à penser l'argumentation dans le cadre interactif, et souvent éclaté, de la conversation. Le concept de conversation est un concept large qu'il n'est pas nécessaire de circonscrire plus avant ici si ce n'est que pour dire (1) qu'il désigne ici toutes sortes d'interactions verbales plus ou moins spontanées entre deux ou quelques interlocuteurs et (2) qu'il insiste sur la proximité dans le temps des allers et retours entre participants. En prenant un tel objet, les analystes ont entre autres choses vu que le sens de P n'est pas qu'affaire d'énonciation par le locuteur mais aussi affaire d'inférences et de microraisonnements de la part du destinataire. On a dès lors véritablement pris acte des processus de co-construction des énoncés. On a remarqué dans la foulée que des locuteurs tant soit peu expérimentés peuvent faire intervenir toutes sortes de procédés rhétoriques pour jouer avec les processus d'inférence qui adviennent dans le traitement d'actes de langage.
- 21 *Second moment.* On a entrepris de conceptualiser les actes assertifs en contexte de conversation au moyen de la notion de « force », en donnant toutefois à cette notion une dimension d'interaction ouverte.
- 22 Vue du côté du destinataire, la notion de « force » désigne ceci : le sens que confère le destinataire à un acte illocutoire P est construit sur la base de l'ostentation de P, mais il

procède aussi des hypothèses que fait le destinataire à la fois (1) sur la nature de l'acte illocutoire et (2) sur les qualités et les intentions de communication du locuteur. Précisons un peu plus. Vue du côté du locuteur, la notion de « force » désigne le jeu du locuteur avec les possibles inférences du destinataire recevant P. À cet égard, le locuteur peut faire plusieurs choses. Il arrive très souvent qu'il n'éprouve aucune nécessité d'orienter la réception et que, non seulement énonce-t-il P de manière spontanée, mais aussi qu'il laisse *de facto* au destinataire une grande marge de manœuvre dans son interprétation de P du fait du haut degré d'implicité. À l'inverse, il arrive parfois que le locuteur produise non seulement des énoncés mais qu'il précise en outre directement la nature voulue de l'acte énonciatif. Le locuteur peut aller jusqu'à faire des énoncés assertifs relatifs à l'énonciation de l'énoncé P. Entre ces deux extrêmes, le locuteur peut choisir de juxter à P avec plus ou moins de discrétion et d'habileté un appareil indiciel. Il pourra par exemple anticiper la réaction qu'est susceptible de provoquer auprès d'un interlocuteur polonais l'assertion « l'économie de la Pologne se porte mal » (une demande de garanties sur la valeur de P, voire carrément des questions sur sa capacité à asserter P). Il juxtera des clauses modulatrices comme celle-ci (ce qu'il ne ferait sans doute pas avec un collègue de travail) :

• formulation ! : « l'économie de la Pologne *semble* mal se porter. »

- 23 Voilà un procédé rhétorique de modulation qui ne change rien au contenu même de P mais qui néanmoins est susceptible d'en modifier le sens dans l'esprit du destinataire (il s'agit d'un procédé d'atténuation de valeur).
- 24 *Troisième moment.* On comprend qu'assez naturellement, l'appel à l'autorité se soit vu conférer une seconde fonction par-delà celle de véridiction, soit une fonction de modulation. Nous trouvons cet apport dans le cadre du travail de l'école polyphonique qui s'intéresse aux jeux de voix dans le dispositif de modulation des énoncés. Comme on va le voir dans la section qui suit, il existe divers types de jeux de voix. Le locuteur peut explicitement mettre en scène sa voix comme il peut faire intervenir d'autres voix. La référence à l'autorité est un cas de figure parmi d'autres.
- 25 Notre proposition est que l'on peut aller plus loin en reprenant ces principes analytiques de co-construction de sens, d'inférence et d'orientation des processus inférentiels par le recours à des procédés argumentatifs. Il s'agit de considérer cette fois ce qui peut être fait par le locuteur par rapport au dispositif indiciel juxté à P pour gérer des enjeux qui vont au-delà de P. Notre proposition ne fait pas du locuteur un analyste et un stratège au sens fort ; il s'agit plutôt d'avancer que certains patrons inférentiels sont suffisamment classiques et typiques pour permettre des anticipations rapides de la part d'un locuteur quelque peu expérimenté et, partant, la mise en place de possibles parades. C'est ce qui paraît se passer dans le cas de la déclaration de Yasser Arafat présentée en introduction.

La valeur de P et l'apport de l'école polyphonique

- 26 Voyons maintenant de plus près l'apport de l'école polyphonique sur la question des jeux de voix dans la modulation de la valeur des énoncés. Cela permettra d'exposer l'essentiel du programme de cette école que nous cherchons à prolonger.
- 27 Le point de départ de la théorie est le suivant : toute assertion P est reconstruite par le destinataire. Cela s'explique pour une bonne part par le principe d'économie

communicationnelle qui conduit le locuteur à restreindre le plus possible l'ostentation. Dans la théorie courante des actes de langage (Vanderveken, 1992), on considère que le destinataire fait spontanément des hypothèses (même si, bien entendu, il n'utilise pas le vocabulaire technique) sur les points suivants (la liste est indicative et non exhaustive) :

- recevant P, le destinataire se demandera « est-ce un acte illocutoire ? » ;
 - voyant un acte illocutoire, le destinataire recevant P se demandera « de quel type ? » (assertif ? expressif ?) ;
 - s'il s'agit d'un acte assertif, il s'interrogera sur la valeur de P (c'est-à-dire : est-ce que P est vrai ou plausible ?).
- 28 On le voit, dans cette approche théorique, le destinataire se trouve à prendre plusieurs décisions pour ce qui est de la reconstitution du sens d'un énoncé.
- 29 La théorie polyphonique suppose qu'en d'innombrables circonstances, ce processus se passe naturellement, c'est-à-dire que rien de problématique n'advient de part et d'autre³. La théorie considère toutefois qu'il existe de nombreux cas où advient inopinément un hiatus. Comme dans le cas d'un professeur de science politique de l'Université d'Ottawa, spécialiste de politique européenne, qui lançait sans trop réfléchir lors d'une soirée :
- formulation 2 : « Que voulez-vous ? Paul Martin⁴ n'était pas assez préparé lors de la dernière campagne... »
- 30 Aux fins de l'exemple, disons que le professeur réitérait un lieu commun (commun en tout cas dans son entourage) ; il se trouve qu'il fut interrogé et contesté précisément sur la solidité de cette assertion par un journaliste qui, lui, avait suivi la campagne électorale de très près. Il y a là un hiatus, car le destinataire voyait devant lui un acte assertif ayant des prétentions de vérité (et pouvant être soutenu par des raisons clairement formulées) alors que, pour le locuteur, il s'agissait d'une sorte de monstration, ou plus précisément d'un acte assertif de type « doxatique » (énoncer une assertion que l'on tient pour vraie parce que beaucoup de gens pensent ainsi mais que l'on ne pourrait soutenir et je ne ferais pas vraiment l'effort pour le faire). La réussite d'un acte comme celui-là, tout comme la non-réussite, est pour une large part une affaire d'inférences de la part du destinataire relatives à la paramétrisation de P. En termes plus spécifiques, on dira qu'il s'agit de concordance (ou non) entre la reconstitution de l'acte à coups d'hypothèse et les visées communicationnelles plus ou moins précisées du locuteur qui asserte P. Parfois, la non-réussite est rendue patente par la contestation.
- 31 La théorie pose alors la nécessité de la rhétorique. Il arrive souvent qu'un locuteur pressente que P ne passera pas comme une lettre à la poste ou qu'il ne sera pas en mesure de soutenir P jusqu'au bout ou encore qu'il n'ait pas envie de faire face aux objections du destinataire. Il arrive aussi souvent que le locuteur pressente que le traitement de P, réussi ou non, posera des enjeux importants et que la contestation ouverte de P aura des conséquences importantes (blessure d'amour propre ; voir s'écrouler un effort de conviction ; perdre le fil d'un argumentaire). De tels enjeux peuvent être anticipés. Des locuteurs expérimentés savent qu'ils peuvent parer à ces difficultés et que, souvent, ils ont des options devant eux :
- ils peuvent souvent — mais pas toujours — s'abstenir ;
 - ils peuvent élever radicalement le degré d'explicitation relatif à ce qu'ils disent, ce que font les savants ;

- ils peuvent intervenir plus discrètement sur l'appareil indiciel, paramétrisant l'acte au moyen de procédés rhétoriques.
- 32 Cela nous amène à considérer brièvement les procédés rhétoriques pour moduler P et tenter de réduire la valeur.
- 33 On peut par exemple atténuer la valeur de P au moyen d'un marqueur indiquant le caractère plausible de l'assertion au lieu de son caractère avéré. Cas simple d'atténuation :
- formulation 3 : « *Il semble* que l'économie de la Pologne se porte mal. »
- 34 au lieu de
- formulation 4 : « L'économie de la Pologne se porte mal. »
- 35 Dans ce petit exemple, P est énoncé par un journaliste canadien qui ne vit pas en Pologne et qui ne parle pas polonais ; le destinataire est un haut fonctionnaire polonais de passage. La formulation (3) ne suscitera vraisemblablement pas la même réaction en situation que (4). L'atténuateur « semble » permet au locuteur de gérer la réception au moyen d'une clause « ceci n'est pas une assertion vraie mais une conjecture plausible » tandis que (4) laisse une marge d'évaluation plus grande au destinataire.
- 36 Regardons un autre exemple de modulation :
- formulation 5 : « Il semble que l'économie de Pologne se porte *moins bien depuis quelques temps*. »
- 37 On cherche à provoquer un effet de cadrage temporel (portée de P dans le temps) qui induit un microraisonnement : on n'attribue pas en (5) un état permanent à l'économie de Pologne, ce que pourrait induire (4). L'énoncé (5) peut même laisser entendre au destinataire que le locuteur sait bien qu'il y a une sorte de miracle économique après l'instauration de la politique dite du *Big bang* au début des années 1990. Pour Anscombe (1995 a et b), l'argumentation dans la vie courante consiste pour beaucoup à chercher à induire des microraisonnements qui neutralisent des schèmes cognitifs ou idéologiques forts. Dans un cas comme celui-ci, c'est-à-dire lorsque deux individus se trouvent à représenter anonymement deux groupes sociaux distincts (en l'occurrence, la Pologne et l'Occident), des schèmes dispositionnistes sont constamment susceptibles d'intervenir.
- 38 On peut aussi moduler un énoncé P avec des jeux de voix. C'est là le véritable propos de l'école polyphonique (Ducrot, 1984 : 191 ; Nolke, 1994 : 149). Par exemple, le locuteur peut se mettre en scène :
- formulation 6 : « l'économie de Pologne, *je crois*, se porte mal. »
- 39 Le locuteur montre sa voix et dit implicitement que c'est une croyance (au sens large) : on a alors une monstration et non pas une énonciation véridictive (Ducrot, 1984 : 127). Le locuteur montre une proposition qui pourrait être soutenue mais qui, dans les circonstances, ne l'est pas. Il existe une autre forme très fréquente de jeu de voix : faire intervenir une voix commune :
- formulation 7 : « *À ce qu'on dit*, l'économie de Pologne se porte mal. »
- 40 Ce faisant, le locuteur change de statut : il rapporte un acte assertif. En disant sans plus que P est rapporté, il indique que P est une opinion qui court.
- 41 La référence à l'autorité est un autre cas de jeux de voix. On peut jouer avec le statut de la personne dont on rapporte l'opinion pour moduler P et non pas pour fonder

l'énoncé. Parmi les cas de figure que l'on peut concevoir, deux sont particulièrement saillants : (1) la déresponsabilisation du locuteur et (2) le jeu sur la scalarité.

La fonction de déresponsabilisation

- 42 Le locuteur peut, en assertant P, faire usage de la référence à l'autorité pour se départir de la responsabilité de P (Nolke, 1994 : 150 ; Norén, texte Internet) et ainsi contourner une éventuelle demande d'explicitation de garanties (« ce n'est pas moi qui le dis, c'est plutôt... »). Voici, par exemple, le cas d'un ministre des Transports qui, à la suite d'un accident ferroviaire considérable (tant du point de vue du nombre de victimes et des dégâts matériels), doit donner à chaud une première conférence de presse. Il est tout à fait vraisemblable qu'en de telles circonstances, il utilisera l'appel à l'autorité tantôt pour garantir P (argument d'autorité), tantôt pour ne pas prendre la responsabilité de tel autre P (référence à l'autorité) :
- formulation 8 : « Voilà un très grave accident. *Selon le rapport final de la police*, le nombre des victimes est de 153, dont 34 personnes tuées et 47 blessées dans un état critique »
 - formulation 9 : « *selon le Président de la compagnie ferroviaire*, le matériel roulant est inspecté très régulièrement. »
- 43 Dans le cas de (8), l'appel à l'autorité de la police garantit l'assertion puisque l'on sent bien que les conditions nécessaires à la validation de P ont été remplies⁵. C'est un argument d'autorité. Dans le cas de (9), le ministre utilise l'appel à l'autorité (« selon le Président de la compagnie ferroviaire ») pour marquer que s'il est plausible que P soit juste, il n'en prend toutefois pas la responsabilité et qu'il se dissocie de P. Il y a référence à l'autorité.
- 44 Nous ne pouvons nous empêcher de remarquer dès à présent qu'en (9) le locuteur pourrait chercher à intervenir sur un terrain inférentiel plus large, et ce, pour suggérer qu'il a fait son travail en ayant pris contact avec le sommet de la hiérarchie de la compagnie de transport en question. Ce que n'aurait pas permis une formulation plus générale et ostentatoirement moins détaillée (comme celle-ci : « dans notre pays, le matériel ferroviaire est inspecté très régulièrement »). Le fait de ne pas prendre la responsabilité d'une assertion n'a pas le « perdre la face » comme seul enjeu ; on se doute bien qu'en des circonstances comme celles-là interviennent pêle-mêle dans l'esprit du ministre devant faire face à une foule de journalistes, des considérations légales et politiques.

Un jeu avec le principe de scalarité

- 45 Une seconde fonction de la référence à l'autorité est le jeu avec le principe de scalarité. On a vu qu'il est loisible pour le locuteur de présenter un énoncé, soit dans la catégorie des « énoncés vrais », soit dans la catégorie des « énoncés plausibles » ; cependant, le degré de plausibilité ne peut être précisé par un léger surcroît d'ostentation.
- 46 Le locuteur peut certes, en étant laconique, laisser le positionnement de P au jugement du destinataire. Mais il peut aussi tenter de l'orienter par une intervention dans le dispositif de force. La clause « on a dit » (un procédé polyphonique consistant en un recours à l'opinion commune) précise quelque peu l'interprétation du destinataire en déplaçant ostentatoirement P depuis le pôle « vrai » vers le pôle « plausible », mais elle demeure passablement imprécise en laissant l'énoncé quelque part entre le « assez

plausible » et le « très plausible ». La référence à l'autorité peut élever le niveau de plausibilité.

- 47 Reprenons un exemple commencé plus haut. Lors d'une réception, un journaliste d'Ottawa rencontre un très haut fonctionnaire polonais de passage. Quittant le terrain des aménités, le journaliste entreprend de le questionner sur l'opinion courante selon laquelle l'économie de la Pologne a perdu l'élan de croissance des années 1990. Il se pourrait bien qu'il ne se sente pas en mesure de justifier pleinement l'assertion « l'économie de la Pologne se porte mal » (après tout, il a un sous-ministre devant lui). Le journaliste pourra dès lors atténuer la valeur de l'assertion en la formulant comme suit :

- formulation 10 : « L'économie de la Pologne *semble* mal se porter depuis deux ans. »

- 48 Le locuteur pourrait cependant jouter à P une référence à l'autorité :

- formulation 11 : « *Selon The Economist*, l'économie de la Pologne se porte mal depuis deux ans. »

- 49 ou mieux

- formulation 12 : « Lors d'une récente déclaration, *Leszek Balcerowicz* disait que l'économie de la Pologne se porte mal depuis deux ans. »

- 50 Dans des cas comme ceux-là, on atténue P en lui donnant le statut épistémique d'opinion, ce qui est à l'évidence très différent d'une prétention à la vérité ; toutefois, citer *The Economist* ou Leszek Balcerowicz a pour effet d'élever le degré de plausibilité de P. *The Economist* est, dit-on souvent, le magazine d'information le plus prestigieux du monde occidental ; cela permet de suggérer en même temps « voici une opinion que l'on saurait rejeter de suite » tout simplement parce que le célèbre magazine londonien a une formidable réputation dans les milieux économiques et politiques. Citer Leszek Balcerowicz, c'est jouer avec l'opinion d'un individu qui est particulièrement bien informé puisqu'il a occupé, entre autres postes, celui de ministre des Finances et qu'il est présentement président de la Banque centrale polonaise.

- 51 Une dernière remarque pour compléter notre survol de l'approche polyphonique. Celle-ci suppose la capacité du destinataire à distinguer les procédés argumentatifs et les procédés rhétoriques de modulation. Cela signifie qu'il est habitué à ce que ces jeux existent et qu'il a la compétence pour en détecter, ce qui, bien évidemment, ne veut pas dire qu'il n'y a jamais de cas de hiatus ni de contestation.

Plus avant sur notre proposition

- 52 Nous partons du programme polyphonique qui nous a éloigné considérablement de la représentation classique de l'appel à l'autorité par un recadrage du côté de l'analyse de la conversation et par son idée d'effet rhétorique de modulation. Nous entendons toutefois nous déplacer vers une conception plus interactionniste de la conversation ; nous soumettons qu'il arrive que le locuteur introduise dans l'appareil de paramétrisation de P une référence à l'autorité dont la fonction n'est pas la modulation de P mais de chercher à induire, en tant qu'indice, un effet concernant l'interaction au sein de laquelle P prend place. Autrement dit, les enjeux que peut concevoir le locuteur ne se limitent pas au cas de l'impact d'une contestation de P.

- 53 Lorsque nous discutons, c'est une banalité que de le dire, nous nous contentons rarement de décrire le monde. Nous interagissons certes avec divers moyens de communication, mais nous sommes mus par des finalités que l'on qualifiera approximativement de finalités sociopsychologiques, comme faire plaisir à des amis, convaincre notre supérieur que notre proposition est astucieuse, encourager un collègue hésitant ou encore ne pas reconnaître de responsabilité directement sur les actions terroristes du Hamas (Bromberg et Trognon, 2000).
- 54 Dans la palette des moyens de communication à la disposition d'un locuteur-acteur figurent les actes de langage dont les actes assertifs. Telle madame Kowalska, qui travaille pour un concessionnaire de voitures japonaises et qui veut vous vendre une voiture, vous offrira un thé, vous proposera de vous asseoir dans divers modèles et vous décrira forcément les modèles :
- formulation 13 : « Malgré sa faible consommation, ce moteur a une grande capacité d'accélération, ce qui est pratique pour monter sur une autoroute. »
- 55 Yasser Arafat a dit au journaliste de *La Presse* :
- formulation 14 : « Le Hamas est un produit d'Israël, il a été établi par les Israéliens à l'époque, soit en 1988, pour faire concurrence à l'Organisation de libération de la Palestine (OLP). »
- 56 Non seulement les actes assertifs ne sont-ils pas indépendants de l'action en situation, mais ils participent aussi à sa construction. Partant de là, nous reprenons cette idée vue plus haut d'un jeu bidirectionnel avec les inférences du destinataire que le locuteur-acteur anticipe et tente d'orienter, souvent sur le mode indiciel. Les processus spontanés d'inférence viennent de la rencontre intersubjective d'individus qui sont autant d'entités socio-cognitivo-psychologiques à la fois capables de *mind reading* et d'anticipation d'inférences (Charaudeau, 1995 ; Bromberg, 2004). Seulement, et c'est là notre proposition, les processus indiciels vont au-delà de P et de sa paramétrisation.
- 57 Nous soumettons plus spécifiquement qu'un locuteur quelque peu expérimenté peut faire sur un mode indiciel des références à l'autorité (des jeux de voix où l'on joue sur l'asymétrie des statuts) pour tenter d'influer sur des processus inférentiels cruciaux qu'il anticipe chez le destinataire. Ces processus concernent un enjeu important en situation d'interaction ouverte (Ghiglione et Trognon, 1993 ; Trognon, Musiol et Kostulski, 1999). Pour développer cette proposition, nous allons considérer trois types d'enjeux :
- le coût d'une interaction pour la personne qui est sollicitée ;
 - l'interprétation des intentions d'action du locuteur par le destinataire ;
 - l'interprétation des intentions de communication du locuteur par le destinataire.

Premier enjeu : gérer le problème des coûts d'interaction

- 58 Il s'agit d'un cas où le locuteur utilise la référence à l'autorité pour solliciter une interaction. En termes plus précis, on dira que le locuteur introduit dans le dispositif jouté à P une référence à l'autorité afin de conférer à ce qu'il ostente une charge de pertinence suffisante pour solliciter efficacement l'interaction. Nous partons du principe selon lequel toute proposition d'interactions venant d'un inconnu est estimée par le destinataire en termes de coûts (effort, énergie et de temps) et de risque. Étant donné la récurrence de ce cas de figure, un locuteur peut mobiliser des indices — que

l'on peut qualifier d'indices d'invitation — pour tenter d'orienter dans l'esprit du destinataire les processus inférentiels relatifs à l'évaluation des coûts et des bénéfices à court terme. Un acteur peut aussi modifier la configuration de la situation en se plaçant d'entrée de jeu en position d'obligation par un geste de don et ainsi manipuler la norme de réciprocité, ce que font les démarcheurs lorsqu'ils nous offrent une petite documentation (Joule et Beauvois, 2002 : 97 *sqq.*).

- 59 Reprenons une autre fois l'exemple du journaliste et du fonctionnaire en le modifiant encore un peu plus. Lors d'une réception officielle, A, qui est journaliste à la section économique au journal *The Citizen* d'Ottawa, veut obtenir un entretien avec tel haut fonctionnaire polonais de passage dont il semble manifeste par ailleurs qu'il aspire à se retirer dudit cocktail. Le journaliste aurait bien besoin d'une ou deux « histoires » pour l'édition du week-end et une entrevue un peu substantielle sur l'état de l'économie polonaise dans le contexte de l'entrée dans la CEE ferait tout à fait son affaire. Dans une telle situation, l'appel à l'autorité peut servir d'indice d'invitation. Voici donc que notre journaliste, après un bref échange d'aménités, énonce (15) ou (16) :

- formulation 15 : « *selon une enquête du quotidien de Varsovie Rzeczpospolita*, l'économie de la Pologne se porte moins bien depuis deux ans... »
- formulation 16 : « *Leszek Balcerowicz déclarait récemment, au New York Times* je crois, que l'économie de la Pologne se porte moins bien depuis deux ans. »

- 60 Nous avons ici un journaliste qui veut et doit se poser en interlocuteur au sens fort. En faisant référence au grand quotidien *Rzeczpospolita*⁶ ou aux opinions de Leszek Balcerowicz (qui fut le premier ministre des Finances de la Pologne postcommuniste⁷), il cherche à indiquer à son interlocuteur qu'il s'y connaît passablement ou qu'il s'est sérieusement documenté.
- 61 Examinons d'un peu plus près l'enjeu. En reprenant avec un peu de liberté la problématisation de Sperber et Wilson (1989), nous dirons que le locuteur inclut une référence à l'autorité dans le dispositif indiciel jouté à P afin de lui conférer une charge de pertinence suffisante pour solliciter efficacement une décision d'allocation. Car cette décision est lourde d'implications pour le destinataire/interlocuteur. Celui-ci doit décider d'accorder ou non l'entrevue, ce qui est une allocation de temps et d'énergie ; advenant une décision positive, il doit en outre décider soit de s'en tenir à des généralités, soit d'aller au-delà, ce qui, derechef, commande une dépense de ressources cognitives. Qui plus est, le destinataire doit envisager le risque de trop parler et celui d'être mal interprété. Un journaliste chevronné sait tout cela et aura forcément développé tout un répertoire de manières discrètes et subtiles de se mettre en scène et de créer une invitation efficace.

Second enjeu : construire un acte au moyen d'indices

- 62 Il s'agit cette fois d'un cas où la référence à l'autorité sert d'indice permettant la co-construction du sens général de l'interaction en orientant les processus inférentiels de reconnaissance d'intention. Nous partons cette fois du principe, classique depuis George Herbert Mead (1962 : 77) et repris par l'école de Palo Alto, selon lequel les co-acteurs cherchent, pour interagir, à se doter d'une compréhension des finalités d'ensemble d'autrui, soit pour s'ajuster, soit pour réagir autant que possible de manière idoine. Il existe certes d'innombrables cas où les finalités d'action du locuteur sont limpides. Par exemple, lorsque vous déposez vos livres au comptoir du prêt à la

bibliothèque de l'université, l'énoncé perlocutoire « votre carte d'usager, s.v.p. » qui suit votre geste procède d'un scénario connu de tous les utilisateurs (Schank et Abelson, 1977), lequel scénario est lui-même associé au rôle de préposé du prêt. Il est cependant de nombreux cas aussi où l'intention n'est pas du tout donnée, ou bien parce que l'action est relativement inusitée, ou bien parce que le destinataire peut difficilement choisir entre diverses voies d'interprétation (Kerbrat-Orecchioni, 1987). L'acteur qui prend l'initiative de l'interaction n'a alors pas le choix que de donner une quantité suffisante d'indications pour rendre explicite une certaine intention et dissiper les ambiguïtés les plus prévisibles. Il peut le faire de manière directe ou de manière indirecte par usage d'indices. Imaginez que, par exemple, vous marchiez lentement dans le voisinage et regardiez par-dessus les clôtures. Au regard vaguement suspicieux d'un passant vous pourrez lancer :

- formulation 17 : « Louis ! Où es-tu ? Il est temps de manger ! »

63 Ajoutez à cela :

- formulation 18 : « Ça fait trois fois que je t'appelle, Louis ! Ça suffit ! Viens ! »

64 Le passant aura sûrement reconnu votre intention d'action et, comme il a autre chose à faire que de vous observer, il continuera son chemin et ne mettra pas en doute votre sincérité. S'il a de jeunes enfants, il pourrait même y aller d'un « ils sont tous pareils ».

65 Voici maintenant un cas où la référence à l'autorité sert d'indice de ce type. Au moment du réveillon de Noël, Alain donne à Laurence, sa belle-sœur, un enregistrement CD du célèbre Concerto pour orchestre de Bela Bartok et ajoute ceci :

- formulation 19 : « Selon le critique du *New York Times*, c'est la version enregistrée la plus fidèle à la partition. »

66 Décomposons la situation qui comporte les cinq éléments suivants : (1) Alain n'a vraiment aucun intérêt pour la musique dite sérieuse (il n'a d'oreille que pour les groupes du type Radiohead) ; (2) Laurence a une affection soutenue pour la musique classique de Russie et d'Europe centrale ; (3) Alain et Laurence connaissent très bien leurs préférences musicales respectives ; (4) il est connu dans toute la famille qu'Alain a l'habitude de faire ses achats de cadeaux en quelques heures le 22 ou le 23 décembre et sans trop y mettre de soin ; (5) Laurence a rendu un grand service à Alain dans une démarche professionnelle récente. Dans un cas comme celui-là, il n'y a rien d'incongru de penser que la référence à l'autorité ne sert nullement à soutenir l'assertion « cette version est la plus fidèle à la partition ». Il est su par les deux interlocuteurs qu'Alain n'a aucune capacité de juger P ni de procéder à une délégation de confiance sérieuse, fût-ce le critique du *New York Times*. La référence à l'autorité sert plutôt de marqueur d'intention d'action : le beau-frère utilise ce procédé simple pour indiquer discrètement à sa belle-sœur qu'il a, cette année, soigné son choix de cadeau, et ce, pour un motif connu des deux.

67 La reconnaissance psychologique de l'intention de faire particulièrement plaisir (plus qu'à l'habitude) est rendue possible par le traitement inférentiel de l'acte assertif. La référence à l'autorité qui s'y trouve jouxtée n'est peut-être pas absolument nécessaire à la reconnaissance de l'intention, mais elle a une fonction d'aiguillage (Bromberg, 2004).

Troisième enjeu : l'intention de communication

- 68 Il s'agit cette fois d'un cas où la référence à l'autorité sert d'indice relatif à l'intention de communication. Cet indice doit permettre la formulation par le destinataire d'une hypothèse concernant l'intention de communication distinguée de l'intention d'action. Considérez le cas de notre vendeuse de voitures, madame Kowalska : autant l'intention de l'action vous paraîtra-t-elle limpide en vous assoyant dans son bureau (on le sait d'entrée de jeu : elle est là pour vendre), autant la reconstitution de l'intention de communication peut être problématique. Est-elle sincère ou tentera-t-elle une manipulation psychologique ? Ou encore : procédera-t-elle à un exercice de dissimulation et de duperie ? Dans un cas de vente comme celui-là, nous sommes souvent sur nos gardes ; toutefois, un locuteur-vendeur minimalement expérimenté anticipera de telles interrogations. Il ou elle pourra avoir recours à une foule d'indices environnementaux (mettre en évidence quelques photos des enfants), vestimentaires (des vêtements ostentatoirement de qualité mais classiques, nullement extravagants), non verbaux (regarder dans les yeux) et verbaux (parler furtivement des parents âgés dont on s'occupe). Ces indices combinés en un petit dispositif suggèrent la respectabilité et l'honnêteté afin d'induire une interprétation favorable des intentions globales de communication. Nous soumettons ici que la référence à l'autorité peut servir à orienter le processus de production d'hypothèse.
- 69 Un cas simple et bien connu consiste à susciter la sympathie et la confiance par des marqueurs de similitudes avec le destinataire. Les acteurs politiques font régulièrement cet usage de la référence à l'autorité. L'ancien premier ministre du Québec Lucien Bouchard, on s'en souvient peut-être, n'avait de cesse de citer René Lévesque, cofondateur du Parti québécois et premier chef d'un gouvernement indépendantiste, sur le mode de l'épingleage (« comme le disait Monsieur Lévesque... ») dans le but probable de réitérer (par petites touches) à sa base militante son adhésion au projet souverainiste bien qu'il fût (dans un passé nullement ancien) ministre fédéral d'un gouvernement conservateur sous la direction de Brian Mulroney. Les leaders socialistes français ont souvent fait des références du même type à l'œuvre de feu François Mitterrand. Dans un cas comme celui-là, le jeu avec l'autorité est minimaliste.
- 70 L'on peut aussi tenter de déjouer une objection du genre « bien sûr qu'Untel parle ainsi car il est totalement dans son intérêt de dire ça ! » ou « il ne peut dire que ça ! ». C'est ce qui nous semble se passer dans la réplique du président Arafat présentée en ouverture. Le locuteur peut essayer de désamorcer un microraisonnement comme celui-là en opposant un contre-raisonnement offrant la même structure : il fait intervenir des voix qui, de prime abord, devraient avoir intérêt à tenir l'opinion P et qui, en fait, se trouvent à tenir l'opinion contraire. L'asymétrie des statuts tient alors au fait que l'individu cité « ose » aller à l'encontre de ce qu'il « devrait naturellement » dire ou penser.
- 71 Voici un autre exemple de ce cas de figure. Il est tiré d'un débat électoral télévisé de chefs politiques canadiens, soit le débat en français de 1988. On se souvient que la proposition d'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) constituait l'objet de discussion premier de l'élection fédérale de 1988. On se souviendra aussi qu'au cours de cette période s'était opérée une polarisation de l'opinion (le projet a suscité en gros deux types de positions, les tenants enthousiastes et les opposants féroces) et que la polémique a, comme il arrive souvent, surtout porté sur les conséquences dudit

accord. Bien entendu, le premier ministre conservateur du temps, Brian Mulroney, se fit un ardent promoteur de l'ALENA.

- 72 C'est pourquoi, au cours des deux débats télévisés de la campagne, les intentions de communication du premier ministre Mulroney posaient l'enjeu dès lors qu'il était question des conséquences de l'accord. M. Mulroney a multiplié, tant dans le débat en anglais que lors du débat en français, les références idéologiquement discordantes. Voici un extrait du débat français. Brian Mulroney est appelé à justifier la teneur d'une étude du Conseil économique du Canada au sujet des conséquences prévisibles de l'accord pour ce qui concerne l'intervention de l'État dans l'économie :

[Le Conseil économique du Canada], c'est un conseil indépendant, qui représente toutes les couches de la société, présidé par madame Judith Maxwell. Le Conseil a émis un rapport, je pense objectif, sur, justement, cette question des subventions, des programmes sociaux, etc. Elle mentionne qu'il n'y a rien dans l'Accord de nature à mettre une interprétation, celle que vous venez de donner.

- 73 Dans la foulée, il ajoute :

D'ailleurs, Bernard Landry qui était ministre dans le gouvernement du Parti québécois au Québec, qui est quand même un artisan d'un grand nombre de programmes sociaux, affirme exactement la même chose.

- 74 Que vient faire ici la référence à l'autorité de Bernard Landry ? On doit d'abord préciser aux lecteurs la répétition du procédé. Mulroney et ses conseillers ont, au cours des deux débats, mis en place un dispositif à plusieurs voix indiquant que le gouvernement ne parlait pas seul et qu'il avait avec lui de multiples voix normalement discordantes. L'effet agrégé n'est toutefois possible que par le jeu avec l'autorité de ces autres voix qui « peuvent davantage parler ». À cet égard, la référence à Landry est significative. En 1988, M. Landry était un ministre de longue date du Parti québécois. Son option indépendantiste ne faisait aucun doute et il était en général perçu comme un politicien social-démocrate. Il était au surplus professeur de sciences administratives à l'Université du Québec à Montréal. Nous soumettons que la référence, sur un mode allusif, aux opinions de M. Landry est bien trop maigre du point de vue informationnel pour véritablement se porter sur le contenu de P (à savoir que le rapport du Conseil économique du Canada est valable) ; il tente plutôt d'induire des raisonnements spontanés comme ceux qui suivent (Anscombe, 1995 : 38-39) :

- Landry est nationaliste et aime le Québec. En raison de son choix idéologique, il s'intéresse forcément aux intérêts du Québec. S'il souscrit à un projet qui, en apparence, va dans une autre direction que celle de son option de base et qu'il entrevoit des conséquences favorables au projet, ce n'est sûrement pas à la légère ;
- Landry est social-démocrate et assez à gauche. Il est forcément soucieux des intérêts des « gens ordinaires » du fait de son option idéologique. S'il souscrit au projet de libéralisation des échanges, ce n'est pas à la légère.

- 75 Nous soumettons que la référence à Landry procède d'une finalité qui relève d'abord de la maîtrise des interprétations du destinataire des intentions de communication.

Conclusion

- 76 Nous croyons avoir mené à bien les tâches que nous nous étions assignées. Il s'agissait, redisons-le, de situer notre proposition, d'en expliciter les fondements théoriques et

d'en faire valoir la plausibilité générale au moyen d'exemples banals comme il est en général de mise en pragmatique. Ces exemples ont permis :

1. de révéler le caractère opérationnel de la définition de l'appel à l'autorité (l'asymétrie des voix est au cœur des processus décrits) ;
2. de faire valoir la plausibilité de notre proposition générale ;
3. de donner à penser qu'il n'est nullement question de mettre en scène un locuteur-acteur improbable qui surinvestirait la réflexivité et la discursivité au détriment de l'action ou, encore, qui serait constamment capable de prouesses stratégiques. Le travail ne fait évidemment que commencer. Le présent exposé ne nous aura pas permis d'explorer en profondeur le répertoire des possibilités que permet la référence à l'autorité. Dès à présent, plusieurs autres cas de figure nous viennent à l'esprit, notamment sur le terrain des interactions politiques.

77 Notons cependant que notre exploration a bien fait voir le tour qu'a pris la pragmatique (surtout francophone) : si elle fait de la réussite des actes de langage (c'est-à-dire la reconnaissance des intentions énonciatrices) une condition généralement nécessaire à l'interaction, il reste qu'elle n'est pas plus enfermée dans une logique purement conventionnaliste. La pragmatique actuelle fait de l'inférence le moyen conceptuel pour concilier le principe selon lequel toute interaction est une coopération symbolique et le fait que l'action quotidienne procède d'une immense variété de finalités, dont la compétition ou le désir de vaincre (Chilton, 2004 : 18-29). La réplique de Yasser Arafat au journaliste de *La Presse* commandait, pour être d'une certaine efficacité tactique, que l'intention rhétorique et non véridictive de la référence à l'autorité des leaders israéliens fût reconnue par le destinataire ; il n'en demeure pas moins que l'on ne comprend pas guère ce que le président de l'Autorité palestinienne a cherché à faire avec ses moyens rhétoriques sans considérer les enjeux énormes d'action qui se posaient à lui.

BIBLIOGRAPHIE

- AGNOLETTI, M.-F. (1999), « Effet de la force illocutoire et du premier tour de parole dans la réalisation d'un script interlocutoire », *Revue internationale de psychologie sociale*, 12, p. 79-95.
- AGNOLETTI, M.-F. (2003), « Variation écoculturelle dans la production d'un script interlocutoire lors d'une première rencontre », *Revue canadienne des sciences du comportement*, 35(3), p. 185-196.
- ANSCOMBRE, J.-C. (dir.) (1995), *Théorie des topoï*, Paris, Kimé.
- ANSCOMBRE, J.-C. (1995a), « De l'argumentation dans la langue à la théorie des topoï » dans Jean-Claude ANSCOMBRE (dir.), *Théorie des topoï*, Paris, Kimé, p. 11-47.
- ANSCOMBRE, J.-C. (1995b), « La nature des topoï », dans Jean-Claude ANSCOMBRE (dir.), *Théorie des topoï*, Paris, Kimé, p. 49-75.
- ANSCOMBRE, J.-C. (1995c), « Théorie des topoï », *Hermès*, n° 15, p. 185-198.
- BENTHAM, J. (1824/1954), *The Books of Fallacies*, Baltimore, John Hopkins University Press.

- BLAIR, J.-A., et R.-H. JOHNSON (1983), *Logical Self-Defense*, Toronto, McGraw-Hill.
- BOUGNOUX, D. (2001), « Les sciences du langage et de la communication », dans J.-M. BERTHELOT (dir.), *Épistémologie des sciences sociales*, Paris, Presses universitaires de France.
- BRETON, P. (1996), *L'argumentation dans la communication*, Paris, La Découverte.
- BROMBERG, M. (2004), « Contrat de communication et co-construction de sens », dans M. BROMBERG et A. TROGNON, *Psychologie sociale et communication*, Paris, Dunod, p. 95-108.
- BROMBERG, M., et A. TROGNON (2004), *Psychologie sociale et communication*, Paris, Dunod.
- BUFFON, B. (2002), *La parole persuasive*, Paris, Presses universitaires de France.
- CHARAUDEAU, P. (2004), « Le contrat de communication dans une perspective langagière : contraintes psychosociales et contraintes langagières », dans M. BROMBERG. et A. TROGNON, *Psychologie sociale et communication*, Paris, Dunod, p. 109-120.
- CHILTON, Paul (2004), *Analysing Political Discourses*, Londres, Routledge.
- DÉRY, R. (1990), « De l'information à l'argumentation », dans J.-F. CHANLAT (dir.), *L'individu dans l'organisation*, Québec, Presses de l'Université Laval, p. 101-115.
- DUCROT, O. (1980), *Les échelles argumentatives*, Paris, Minuit.
- DUCROT, O. (1984), *Le dire et le dit*, Paris, Minuit.
- DUCROT, O., et J.-C. ANSCOMBRE (1983), *L'argumentation dans la langue*, Bruxelles, Mardaga, Bruxelles.
- ENGEL, M. (1980), *With Good Reason : An Introduction to Informal Logic*, New York, St.Martin's Press.
- GARCIA NEGRONI, M. M. (1995), « Scalarité et réinterprétation : les modificateurs surréalisants », dans Jean-Claude ANSCOMBRE (dir.) *Théorie des topoï*, Paris, Kimé, p. 101-144.
- GHIGLIONE, R. (dir.) (1989), *Je vous ai compris ou l'analyse de discours politique*, Paris, Armand Colin.
- GHIGLIONE, R. (1995), « Opérateurs argumentatifs et stratégies langagières », *Hermès*, n° 15, p. 227-243.
- GHIGLIONE, R., et A. TROGNON (1993), *Où va la pragmatique ?*, Grenoble, Presses de l'Université de Grenoble.
- HABERMAS, J. (2001), *Vérité et justification*, Paris, NRF-Gallimard.
- JOULE, R.-V., et J.-L. BEAUVOIS (2002), *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*, Grenoble, Presses de l'Université de Grenoble.
- KAHANE, H. (1988), *Logic and Contemporary Rhetorics. The Use of Reason in Everyday Life*, 5^e éd., Belmont, Wadsworth.
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1988), « La notion de “place” interactionnelle ou les taxèmes qu'est-ce que c'est ça ? », dans J. COSNIER et C. KERBRAT-ORECCHIONI (dir.), *Échanges sur la conversation*, Paris, Éd. du CNRS, p. 185-198.
- MARTEL, G. (dir.) (2000), *Autour de l'argumentation*, Québec, Nota bene.
- MARTEL, G. (2000a), « Vers un modèle fonctionnel d'analyse du discours argumentatif », dans G. MARTEL (dir.), *Autour de l'argumentation*, Québec, Nota bene, p. 155-176.
- MARTEL, M. (1983), *Political Campaign Debates*, New York, Longman.
- MEAD, George Herbert (1937/1962), *Mind, Self and Society*, Chicago, University of Chicago Press.

- MEY, J. L. (1993), *Pragmatics*, Oxford, Blackwell.
- MOESCHLER, J. (1996), *Théorie pragmatique et pragmatique conversationnelle*, Paris, Armand Colin.
- MOESCHLER, J., et A. REBOUL (1998), *La pragmatique aujourd'hui*, Paris, Seuil.
- MUCCIHELLI, A. (2000), *L'art d'influencer*, Paris, Armand Colin.
- NEL, N. (1990), *Le débat télévisé*, Paris, Armand Colin.
- NØLKE, Henning (1994), « La dilution linguistique des responsabilités », *Langue française*, 102, p. 84-94.
- PERELMAN, C., et L. OLBRECHTS-TYTECA, (1970), *Traité de l'argumentation*, Bruxelles, Éd. de l'Institut de sociologie de l'Université libre de Bruxelles.
- PERRIN, L. (2000), « L'argument d'autorité comme forme de modalité allusive dans la conversation », dans G. MARTEL (dir.), *Autour de l'argumentation*, Québec, Nota bene, p. 81-106.
- PLANTIN, C. (1996), *L'argumentation*, Paris, Seuil.
- RIEKE, R.-D., et M.-O. SILLARS (1984), *Argumentation and the Decision Making Process*, Glenview, Scott, Foreman.
- SALMON, W. (1973), *Logic*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall.
- SCHANK, R.C., et R. P. ABELSON (1977), *Scripts, Plans Goals and Understanding*, Hillsdale, Erlbaum.
- SEARLE, J. R. (1969), *Speech Acts*, Cambridge, Cambridge University Press.
- SEARLE, J. R. (1995), *The Construction of Social Reality*, New York, Free Press.
- SHOEMAKER, P. J., et S. D. REESE (1991), *Mediating the Message*, New York, Longman.
- TROGNON, A., M. MUSIOL et K. KOSTULSKI (1999), « Une théorie de la conversation est-elle possible ? », *Verbum*, XXI(2), p. 378-384.
- TOULMIN, S. E. (1958), *The Uses of Argument*, Cambridge, Cambridge University Press.
- VANDERVEKEN, D. (1992), « On the unification of speech act theory and formal semantics », dans P.-R. COHEN, J. MORGAN et M.-E. POLLACK (dir.), *Intentions in Communication*, Cambridge, MIT University Press, p. 195-220.
- WALTON, D. (1987), *Informal Fallacies : Towards a Theory of Argument Criticism*, Amsterdam, John Benjamins.
- WALTON, D. (1989), *Informal Logic : A Handbook for Critical Argumentation*, Cambridge, Cambridge University Press.
- WALTON, D. (1997), *Appeal to Expert Opinion*, University Park, Pennsylvania University Press.
- WILLARD, C. (1989), *A Theory of Argumentation*, Tuscaloosa, University of Alabama.
- WILSON, D., et D. SPERBER (1988), *La pertinence*, Paris, Minuit.
- WILSON, D., et D. SPERBER (2002), « Truthfulness and relevance », *Mind*, 111(443), p. 583-632.
- WOODS, J., et D. WALTON (1974), « Argumentation ad Vericundiam », *Philosophy and Rhetoric*, n° 7, p. 135-153.
- WOODS, J., et D. WALTON (1992), *Critique de l'argumentation : logiques des sophismes ordinaires*, Paris, Kimé.

Textes Internet

MOESCHLER, J. (texte Internet n° 1), *La pragmatique après Grice : contexte et pertinence*, [En ligne], <http://www.unige.ch/lettres/linge/moeschler/jacques/html>

MOESCHLER, J. (texte Internet n° 2), *Pertinence et conversation*, [En ligne], <http://www.unige.ch/lettres/linge/moeschler/jacques/html>

NØLKE, H., « La polyphonie : analyses linguistiques et littéraires », *La Tribune* (Bergen), 1999, n° 9, [En ligne], <http://www.hum.au.dk/romansk/romhn/tribune/htm>

NORÉN, C., *L'argumentation par autorité dans les répliques de Madame Bovary*, [En ligne], <http://www.hum.au.dk/romansk/romhn/tribune/htm>

REBOUL, A., *Pragmatique et cognition : la présupposition*, [En ligne], <http://isc.cnrs.fr/reb/pressupp.htm>

NOTES

1. *La Presse*, 10 août 2002 : A7
2. Il peut s'agir aussi d'un expédient cognitif : A prend pour acquis que B s'y entend plus en telle matière et accepte d'emblée son avis parce que ça le dégage d'une opération de traitement.
3. Par exemple, un individu A dit à un nouveau collègue B que « la cantine ferme à 15 h 30 ». A sait qu'il peut légitimement asserter une telle chose et B se fiera tout naturellement à A (c'est le genre de choses que tout employé régulier sait). Le destinataire complète donc ce qui est ostenté et, pour le sens de l'énoncé, se dit intuitivement qu'il y a là un acte assertif dont le contenu prétend être vrai. De part et d'autre, on éprouve une impression de coopération complète.
4. L'actuel premier ministre du Canada et ancien ministre des Finances.
5. Mais bien sûr, cette assertion pourrait être modulée de diverses manières et ainsi atténuée. Par exemple : « selon le dernier rapport de police qui m'a été soumis, le nombre de victimes est de... ». La présence des indications « dernier rapport » (au lieu de rapport final) et « de police » (au lieu de la police) conduit à une conclusion passablement différente sur la valeur de P (dont la teneur apparaît comme provisoire).
6. *Rzeczpospolita* est à peu près l'équivalent du *Globe and Mail* canadien.
7. Leszek Balcerowicz fut aussi le leader du parti libéral Unia Wolnosci avant d'être nommé président de la Banque nationale de Pologne (BNP).

RÉSUMÉS

L'objectif du présent article est d'analyser la fonction indicielle de la référence à l'autorité jointe des actes assertifs dans la conversation. Il s'agit de prolonger le travail de l'école polyphonique qui a mis en lumière la fonction de modulation et de paramétrisation des énoncés de la référence à l'autorité, et ce, en allant davantage du côté de l'action au sens fort. On fera valoir que la référence à l'autorité peut permettre à un locuteur expérimenté de gérer un certain nombre d'enjeux psychosociaux en intervenant de manière discrète sur le terrain des inférences. L'article situera cette proposition théorique dans le champ des travaux sur l'argumentation et la développera en étudiant trois cas d'enjeux.

The objective of this article is to analyse the indexical function of the reference to authority juxtaposed with assertive acts in conversation. This then prolongs the work of the polyphonic school, which shed light on the function of modulation and parametrization of authority referencing statements and this, leaning toward the side of action in the pure sense. We will show that the reference to authority can allow an experienced speaker to manage a number of psychosocial issues by discretely intervening on the terrain of inferences. The article will situate this theoretical proposition in the field of work on argumentation and will develop it by studying the cases of three issues.

El objetivo de este artículo es analizar la función de los índices de la referencia a la autoridad lindada a los actos ratificados en la conversación. Se trata de prolongar el trabajo de la escuela polifónica que ha puesto énfasis en la función de modulación y parametrización de los enunciados de referencia a la autoridad, yendo particularmente de lado de la acción en el sentido fuerte de la palabra. Se hace hincapié en el hecho que la referencia a la autoridad puede permitir a un locutor experimentado, manejar cierto número de situaciones psicosociales, interviniendo de manera discreta en el ámbito de las inferencias. El artículo situará esta propuesta teórica en el campo de los trabajos sobre la argumentación y la desarrollará, estudiando tres casos de situaciones.

INDEX

Mots-clés : argumentation, autorité, conversation, inférences, locuteur

Keywords : argumentation, authority, conversation, inferences, speaker

Palabras claves : argumentación, autoridad, conversación, inferencias, locutor

AUTEURS

MARTIN DAVID-BLAIS

Martin David-Blais est professeur de communication à l'Université Saint-Paul, Ottawa.

Courriel : mblais@ustpaul.ca

CHRISTIAN R. BELLEHUMEUR

Christian R. Belhumeur est étudiant au doctorat en psychologie sociale à l'Université d'Ottawa.

Les significations majeures du mot « éthique » dans les journaux québécois

Alain Létourneau

- 1 Quels sens prend le mot « éthique » dans les médias, de manière générale ?¹ Ces sens, une fois repérés et situés dans des usages itérés et identifiables, ne permettent-ils pas de mieux comprendre l'opinion publique, les attentes publiques en matière d'éthique, ou du moins de saisir à partir de quelles sources cette opinion se nourrit ? Nous présenterons ici les objectifs de nos recherches, l'approche méthodologique, les raisons du choix de notre corpus, les données et, pour terminer, nos commentaires sur les tendances du traitement du terme par la presse écrite et notre conclusion.

Le sens de la démarche

- 2 L'éthique peut sans doute être comprise comme une réflexion sur les fins visées par les personnes ou les groupes, quitte à articuler cette réflexion sur les valeurs et les normes (morales ou réglementaires) jugées appropriées par les personnes². Nous cherchons à savoir quel est le sens de « l'éthique » effectivement véhiculé par les médias dans leur usage du terme. Nous passons ainsi du génitif subjectif au génitif objectif, si nous prenons au sérieux les usages sociaux du terme, dans toute leur richesse et leur fluidité³. Nous voulons considérer le rôle actif que jouent les médias dans la définition publique de ce qu'est l'éthique, qui ne sera certes pas celle du dictionnaire. Leurs usages seront sans doute multiples comme le sont tous les autres usages sociaux de ce terme et seront largement laissés à l'interprétation des lecteurs, des auditeurs et des téléspectateurs (Machor et Goldstein, 2001 ; Frow, 2001 ; Eco, 1979). Ainsi, savoir quels sens le terme « éthique » prend n'est pas indifférent si nous estimons que l'usage médiatique des mots renferme une certaine charge normative, dans la mesure où il fixe les thèmes de discussion⁴. Cette charge existe puisque les médias l'inscrivent dans l'air du temps et l'expriment tout à la fois. Ils structurent notre pensée en nous offrant non seulement des termes, mais aussi en nous suggérant des usages et des sens à notre

compréhension⁵. Ils cadrent⁶ la question éthique de façon toujours contextualisée et jamais de façon formelle.

- 3 Nous ne voulons pas occulter notre position de quelqu'un qui est confronté régulièrement au problème de la « réception » des discours en éthique dont les attentes à cet égard sont fortes et dont le sens n'est pas d'emblée évident. Au-delà des perceptions ou des idées préconçues que nous pouvons partager avec un public forcément limité, la question qui se pose est la suivante : quelle est la situation d'un plus large public eu égard à l'éthique ? Comment se situe-t-il dans la pratique ? Comment mieux cerner l'opinion publique à ce sujet ? Nous avons pour hypothèse que la presse écrite, bien qu'elle ne soit pas le seul, est l'un des lieux privilégiés pour découvrir ses fluctuations.
- 4 La question éthique est d'avance habitée par une vie sociale qui précède les usages éventuellement critiques du mot « éthique ». Il s'avère que les journaux, documentés ou documentarisés, sont l'un des lieux intéressants pour étudier ce que nous nommons la « demande d'éthique » dans la société. Comme récepteurs, nous sommes toujours plus ou moins touchés par cette série de termes, d'images et de concepts qui sont communiqués par les médias, y compris sur cette question de l'éthique⁷. Et parmi ces médias, le journal livre à ses lecteurs des significations du terme « éthique », différentes mais peu distinguées entre elles, et qui sont reconnues par les utilisateurs comme des usages acceptables et valables avant toute discussion. Ce plan sémantique, à distinguer du plan pragmatique mais qui lui est intimement lié, passe inaperçu dans l'évidence même de ces usages. Le terme « éthique » intervient dans les médias pour y être pourvu d'un sens déterminé, qui est immanent à l'usage, le plus souvent non réfléchi et qui se comprend par le contexte. Nous voulons savoir quelles sont les balises principales ou majeures de ce sens usuel, avant toute justification théorique chez ses utilisateurs⁸.
- 5 Il s'agit ici de traiter un segment de la production médiatique sur la question de l'« éthique », en travaillant sur des productions concrètes et un corpus délimité. Nous voulons savoir comment, dans la presse écrite, les textes comprennent-ils, ou du moins utilisent-ils, eu égard à leur public, le mot « éthique » ? Quel(s) sens donne-t-on à ce mot ? S'agit-il d'usage avec un ou des sens principaux, et quels sont-ils ? Quelle est l'importance pratique de ces sens et pouvons-nous la documenter quantitativement ?
- 6 Le présent travail s'insère dans une interrogation que nous menons depuis quelques années sur la construction et les caractéristiques évolutives de l'opinion publique ; rappelons ici quelques grandes lignes d'une théorie critique de l'opinion publique⁹. L'opinion publique n'est pas un tout cohérent, mais plutôt un ensemble éparé et disparate d'éléments soutenus par des personnes, des groupes ou des organisations. Il s'agit d'une série d'opinions éclatées, sans substrat commun, en évolution et en déplacement. Les opinions sont plus ou moins réfléchies par leurs émetteurs, et il ne faut surtout pas transformer les résultats sur lesquels nous travaillons ici en autant d'opinions ou en expression de « l'opinion publique » ! D'autant que nous savons bien que la majorité des gens ne puisent pas dans la presse écrite le principal de leurs informations : il ne saurait être question de prendre ce qui s'exprime dans la presse comme un reflet exact de « l'état de l'opinion¹⁰ ». Nous nous situons en deçà d'une telle reconstruction, estimant seulement que la presse est l'un des lieux privilégiés de l'expression de l'opinion réfléchie. Le public en général, comme les journalistes et les lecteurs qui publient leur opinion dans la page éditoriale, ne

partagent pas les mêmes rythmes de vie. L'opinion des personnes est portée par les langues, les valeurs, les idéologies, les croyances et les cultures qui composent les courants historiques et culturels de fond. Il n'en demeure pas moins que les contenus des médias ne peuvent pas être indifférents, non pas à la question de savoir *ce qu'est* l'opinion publique, mais bien à celle de savoir *à partir de quoi pouvons-nous, comme récepteur et comme agent, former notre opinion individuelle*. Enquêter donc sur les usages médiatiques du mot « éthique », c'est chercher à établir à partir de quels « lieux » notre opinion comme citoyen est susceptible de se former¹¹.

- 7 Parmi les institutions qui contribuent à construire et à modifier continûment l'opinion des personnes, des groupes et du public en général, les *médias* jouent un rôle clé à cet effet étant donné qu'ils leur fournissent un accès important aux *sources* de nouvelles, travail qui est également relayé et réverbéré par la rumeur publique. Sans compter que les médias se font écho les uns aux autres : la nouvelle diffusée au point A est relayée aux points B ou C, en passant des médias écrits aux médias électroniques et informatiques. Selon notre hypothèse, et malgré la baisse de ses chiffres de circulation depuis plusieurs années, la presse écrite joue un rôle clé dans ce processus, car elle permet une expression plus détaillée des opinions et sert également de « source » et de point de référence aux autres médias, ainsi qu'aux décideurs. D'ailleurs, les médias écrits ont aussi leur tribune sur Internet, ce qui facilite leur accessibilité¹².
- 8 Comme élément clé de l'opinion, le mot « éthique » n'échappe pas à ce phénomène de diffusion et de réverbération médiatique pas plus d'ailleurs que les autres termes du langage. Il est « parlé » et mis en scène d'une certaine manière qui, pour être multiple et diversifiée, n'en est pas moins descriptible.

Méthode et procédure

- 9 Nous menons ici une analyse de contenu quantitative, portant sur une période historique rapprochée, mais en prenant en compte plusieurs aspects qualitatifs¹³. Nous avons classé notre corpus en utilisant une grille catégorielle de type herméneutique que nous avons élaborée dans le cadre d'une préanalyse, en fonction des contextes d'usage des termes et des expressions. Par la suite, nous avons noté, sur le plan du commentaire des corrélations et des correspondances entre les parties du corpus (Bardin, 2002 : 245 *sqq*).
- 10 Cette recherche sur l'occurrence du mot « éthique » dans les principaux journaux québécois a utilisé le moteur de recherche *Biblio Branchée*. Nous avons cherché des articles qui contenaient ce mot dans leurs titres ou sous-titres. Nous avons d'abord retenu les quotidiens *La Presse*, *Le Devoir*, *Le Soleil*, *Le Droit* ainsi que l'hebdomadaire *Voir* et le magazine *L'Actualité*¹⁴. Ce dernier n'a livré aucun article pour les quatre années de la recherche et *Voir* n'a fourni qu'un nombre négligeable de textes (six en tout). Notre corpus est donc constitué de journaux quotidiens. Les textes de l'agence Presse Canadienne, qui n'ont pas été repris par l'un ou l'autre journal, ont été retirés du corpus.
- 11 Une période de quatre années (de 2000 à 2003) nous est apparue intéressante en raison de la polémique durable soulevée en 2002 autour du conseiller à l'éthique du gouvernement fédéral. Au total, notre corpus comprend 342 articles avec une moyenne

de 85 textes par année, en excluant les doublons du même texte, répartis assez uniformément sur les 52 semaines.

- 12 Notons-le d'emblée : ce n'est pas la pratique des *journalistes* professionnels qui nous intéresse en tant que telle, mais bien l'analyse de *ce qui est publié* dans la presse. Dans les faits, il est clair que l'immense majorité de nos textes sont écrits par des journalistes. Toutefois, nous avons retenu aussi les écrits des lecteurs et des collaborateurs externes pour la simple raison que de telles tribunes d'opinion ont une importance aussi grande que les textes proprement journalistiques. Nous nous intéressons aux récurrences des positions de problèmes et de leurs cadrages et non aux caractéristiques des divers types de producteurs de messages. Pensons aux textes d'opinion dans la colonne des lecteurs ou dans les tribunes ouvertes aux experts de *La Presse* ou du *Devoir*, pour ne donner que ces exemples. Ces textes n'ont pas à priori moins d'autorité pour le lecteur que ceux des journalistes réguliers. Une autre recherche pourra interroger les caractéristiques spécifiques de divers types de productions, leur degré relatif d'autorité auprès de tel ou tel public, mais ici notre objet est la presse en tant qu'organe de formation possible des opinions individuelles¹⁵.
- 13 L'étape de la préanalyse a consisté en une double lecture herméneutique¹⁶ effectuée par l'auteur et un doctorant, sur un échantillon du corpus. Elle a permis d'identifier six catégories de sens majeurs attribués au mot « éthique ». Les sens ont été déterminés par les associations récurrentes du mot « éthique » avec d'autres termes. C'est l'usage du terme et ce à quoi il est associé dans le texte — ses cooccurrences (Bardin, 2003 : 254-256) — qui permettent de dégager son sens, c'est-à-dire son groupement avec des syntagmes et la proximité d'autres opérateurs de sens pertinents sur le plan sémantique (Benveniste, 1974).
- 14 Les sens que nous avons dégagés ne sont pas des *définitions* de ce qu'est l'éthique : ce sont des usages intelligibles de ce terme, pourvus de sens mais non précisés par une définition lexicale qui émanerait des auteurs des articles. Ce sont les « sens immédiats », non les sens réfléchis. C'est dire que l'analyse menée ici se situe sur le plan sémantique. Comme chercheurs, nous nous sommes demandé : parlant d'éthique, de quoi les gens parlent-ils ? Et non pas la question de la définition : comment les gens définissent-ils cette chose dont ils parlent ?¹⁷ Il s'est agi ensuite de classer les articles selon ces six catégories, et en même temps de vérifier la capacité qu'avaient les catégories de les classer effectivement de manière heuristique.
- 15 Le fait que le mot paraisse au titre ou au sous-titre est un indicateur de son importance selon le point de vue des auteurs ou des responsables du titrage. Le libellé ne suffit évidemment pas pour identifier et regrouper chacun des articles selon ces six catégories. Pour cela, nous avons repéré l'usage que faisait l'article du terme « éthique » dans l'ensemble du texte afin de l'assigner dans une catégorie. Certains articles employaient ce terme de plusieurs façons, ce qui a donné lieu à une double classification : en termes d'occurrence majeure ou d'occurrence mineure selon que ce sens était dominant ou second. Alors que l'« occurrence majeure » renvoie à l'usage principal, l'occurrence mineure rend compte de ces usages moins importants, mais tout aussi explicites, dans le texte. Il est arrivé que des textes renfermaient de manière égale deux usages et deux sens différents du mot « éthique ». Nous avons simplement indiqué les deux usages comme des occurrences majeures. En outre, nous n'avons pas pris en compte les sens indirects des usages, car ceux-ci auraient eu pour conséquence notamment de gonfler considérablement le nombre de textes de la catégorie 1 (le sens

comportementaliste), étant donné qu'indirectement l'éthique renvoie toujours de près ou de loin à un certain agir.

- 16 Une fois que l'ensemble des textes ont été classés et l'exercice du classement contrôlé, nous avons pu ensuite effectuer un calcul des occurrences. Le contrôle correctif a fourni un taux d'écart d'occurrences majeures et mineures acceptables, dans la mesure où les écarts entre le premier classement et sa correction intervenaient de manière aléatoire autour d'une normale prévisible, de moins de 2,5 % en moyenne sur chaque groupe concerné.
- 17 Nous avons tenté d'éviter un usage purement rhétorique de la statistique : les nombres donnent un ordre de grandeur et permettent de compacter les données, ils ne renferment ni jugement critique, ni jugement de valeur, ni considération sur l'aspect qualitatif des données. Nous avons tâché d'éviter notamment ce que nous appelons le sophisme de la statistique partielle ou incomplète¹⁸. Il n'est ni nécessaire ni souhaitable d'inférer, à partir de données comme celles-ci, des « états mentaux » quelconques chez ceux et celles qui écrivent pour un journal qui, en tant qu'organisation, possède déjà une certaine idée des attentes de son public. La production d'un journal est, en soi, un phénomène complexe qui tient compte lui-même des attentes supposées du public.
- 18 La présente recherche a quelques limites. Elle ne se déploie ni sur le plan rhétorique ni sur le plan pragmatique, mais sur le seul plan sémantique du texte. Elle n'analyse pas en profondeur le rôle des journalistes et elle ne prend pas en compte l'usage du sarcasme, du ridicule et des formules humoristiques dans le traitement de l'« éthique » des divers acteurs publics, bien qu'il s'agisse là d'une arme redoutable dans des plaidoyers à forte teneur polémique et rhétorique et qu'on retrouve assez souvent dans le contexte du sens comportementaliste (catégorie 1).
- 19 Les six catégories représentent chacune un usage sémantique différent du mot « éthique », bien qu'il y ait parfois des recoupements. Qu'un tel recoupement existe ne devrait ni surprendre ni offusquer : dans la pratique, quand il y a plusieurs sens attribués à un même terme, ceux-ci se recoupent, ce qui fait d'ailleurs leur force et leur attraction. La notion d'éthique n'étant pas un objet empirique, le sens doit se comprendre forcément dans un contexte discursif et intersubjectif. Il s'agit forcément d'une notion complexe, dotée de plusieurs sens qui, bien que distincts, sont pourtant compatibles les uns avec les autres. Ils ne se retrouvent donc pas en situation de pouvoir mutuellement s'exclure. Certes, une règle de méthode connue veut que les catégories de classement soient exclusives (Laramée et Vallée, 1991 : 260). S'il fallait s'en tenir *stricto sensu* à cette règle, aucune analyse de contenu concernant le mot « éthique » ne serait possible. En effet, penser qu'un terme comme celui-là peut renfermer des sens tout à fait étanches les uns aux autres serait ignorer ce que le philosophe R. G. Collingwood a montré : les catégories philosophiques, dont forcément le mot éthique fait partie puisqu'il ne s'agit pas là d'un objet simple réductible à des descriptions « objectives », supposent ce qu'il appelle « *an overlap of classes* ». Ces classes ou catégories philosophiques ne sont pas étanches alors que, dans le cas d'un objet empirique, nous avons le choix entre voir ou ne pas voir l'objet en question — par exemple, voir ou ne pas voir une automobile. Cela ne veut pas dire que l'usage du sens dominant ne soit pas repérable. Qu'un objet soit classé comme une table ou une chaise se décide sur une base perceptuelle et catégorielle, mais une notion comme celle de l'éthique est forcément variable selon les contextes, les traditions, les sociétés et les courants de pensée dans lesquels on se situe. Il n'y a pas d'éthique « en soi »¹⁹.

- 20 Quant à la règle de l'exclusion mutuelle des catégories, je la modifierais de la façon suivante : les catégories de classement doivent être distinctes et tendre le plus possible vers des usages exclusifs. Les occurrences sont classées selon le sens dominant de l'usage, repérable par les termes associés et le contexte sémantique. Les opérateurs de sens immédiatement situés dans l'entourage du terme permettent d'en livrer le sens contextuel, celui que l'usage commande et requiert. À l'épreuve de la lecture et de la relecture, le classement et la typologie sont soutenus par les textes : tout lecteur critique contemporain peut reproduire le corpus en utilisant le même moteur et les mêmes termes clés.
- 21 Un portrait cohérent se dégage de l'ensemble de notre analyse et nous commenterons brièvement les variantes qui se reproduisent d'année en année. Nous énumérerons et expliquerons d'abord les six sens et ensuite nous présenterons les tableaux et graphiques qui permettront de saisir l'ensemble du regard. Enfin, nous ferons des commentaires sur les fluctuations et sur les constantes repérées dans le corpus tout en formulant des hypothèses.

Les six catégories et leur sens

- 22 Voici les sens qui sont documentés et qui ont servi de catégories de classement²⁰.

1. *Sens comportementaliste*. L'éthique est synonyme du *bon comportement*, d'une conduite exemplaire, et en revanche un comportement non éthique (et les expressions équivalentes) est un comportement jugé mauvais. L'éthique est ici utilisée souvent comme adjectif (comportement éthique, gestion éthique, crise éthique, tourisme éthique) afin de souligner l'importance d'un modèle à suivre ou à construire. Le terme est ainsi un qualificatif, mais il peut se retrouver comme substantif. Nous avons alors une multitude d'expressions allant de l'« éthique du travail » à l'« éthique capitaliste ». Mais toutes ces expressions renvoient à l'éthique en tant que comportement juste, respectueux, honnête²¹.
2. *Sens régulateur*. L'éthique est une notion qui renvoie directement et spécialement à des *règles* ou à un *code*. L'expression la plus connue et la plus utilisée ici est celle de « code d'éthique ». Le sens du terme se définit dans le contexte du paragraphe ou de l'article par le recours immédiat au code, qui est déclaré suivi, manquant, souhaité, désiré, absent, etc. L'éthique est donc un ensemble de règles et de directives que nous devons suivre ; éthique et code s'expliquent alors l'un par l'autre. Si ce code est présent pour d'autres fins comme promouvoir des valeurs ou une mission, celles-ci sont presque absentes des textes²².
3. *Sens expert*. L'éthique en tant qu'*expertise*. Ces textes font référence à ces personnes censées être des experts en éthique ou à leurs instances ou groupes de travail. Cet usage se réfère aux conseillers ou aux commissaires à l'éthique, mais il renvoie aussi aux comités et aux commissions d'éthique. C'est un usage qui est bien attesté dans la pratique et qui s'impose aux journalistes²³. Nulle raison de penser qu'il en va autrement pour le lecteur ou le commentateur non journaliste.
4. *Sens financier*. Des chroniques financières régulières présentent à leurs lecteurs des produits étiquetés « éthiques ». Quand il est question d'éthique, on parle de *l'investissement éthique* ou des fonds éthiques²⁴. Certes, cet usage recoupe la première catégorie (comportementaliste), puisque l'éthique est utilisée pour identifier les bons placements, ceux qui garantissent la promotion de certaines valeurs (environnement, justice, équité). Ce n'est toutefois pas toujours le cas, puisqu'une bonne part de la discussion, quand elle existe, porte en fait sur les critères de sélection appliqués (qui sont variables), ce qui nous rapproche du sens de la catégorie 2. À certains égards, tous les sens sont convoqués quand il est question d'investissements éthiques (l'expertise, la morale et le réflexif). Il s'avère préférable de créer

une catégorie pour ce domaine qui n'est pas banal puisqu'il lie intimement éthique et pratique financière sur le marché des valeurs mobilières. Dans l'usage du journal écrit, il constitue une catégorie à part, qui d'ailleurs revient régulièrement (voir plus loin) et se distingue donc des autres catégories²⁵.

5. *Sens moral*. L'éthique en tant que *sens moral*, la préoccupation pour les *valeurs sociales* qui forment un tout et pour la *moralité publique*. Ici, on parle souvent d'éthique publique, d'éthique commune ou de sens profond de l'éthique, dans un usage du terme qui n'est pas celui des spécialistes qui enseignent l'éthique. Toutes les expressions de cette catégorie renvoient à des valeurs qui ont pour caractéristique de transcender les comportements individuels afin de mieux les guider. Certains articles de cette catégorie se réfèrent à des théories éthiques ou à des fondements et pointent quelque peu vers la catégorie suivante, quoiqu'ils soient moins discursifs que ces derniers²⁶.

6. *Sens réflexif*. L'éthique en tant que *questionnement social*, *réflexion critique*. Cette catégorie comprend les expressions « enjeux éthiques » et « débats éthiques », dont les principaux sujets relèvent souvent du domaine de la bioéthique (embryons congelés, décryptage du génome humain), mais pas uniquement ; par exemple, le domaine de l'éthique des médias notamment. Nous y trouvons aussi les positions des éthiciens qui insistent pour définir l'éthique comme une activité réflexive et non comme une nouvelle normativité²⁷.

Tableau 1a. Répartition des occurrences selon les années, année 2000

Catégories	Occurrence Majeure	Occurrence Mineure
Comportementaliste	38 (43,2 %)	10 (26,3 %)
Régulatoire	05 (05,7 %)	11 (29,0 %)
Expert	11 (12,5 %)	10 (26,3 %)
Financier	05 (05,7 %)	0
Moral	08 (09,1 %)	03 (07,9 %)
Réflexif	21 (23,8 %)	04 (10,5 %)
TOTAL	88	38

Tableau 1b. Répartition des occurrences selon les années, année 2001

Catégories	Occurrence Majeure	Occurrence Mineure
Comportementaliste	22 (31,9 %)	14 (35,9 %)
Régulatoire	12 (17,4 %)	07 (17,9 %)
Expert	16 (23,2 %)	11 (28,2 %)
Financier	03 (04,3 %)	0

Moral	08 (11,6 %)	03 (07,7 %)
Réflexif	08 (11,6 %)	04 (10,3 %)
TOTAL	69	39

Tableau 1c. Répartition des occurrences selon les années, année 2002

Catégories	Occurrence Majeure	Occurrence Mineure
Comportementaliste	32 (27,1 %)	35 (41,2 %)
Régulatoire	31 (26,3 %)	26 (30,6 %)
Expert	32 (27,1 %)	18 (21,1 %)
Financier	05 (04,2 %)	03 (03,5 %)
Moral	12 (10,2 %)	02 (02,4 %)
Réflexif	06 (05,1 %)	01 (01,2 %)
TOTAL	118	85

Tableau 1d. Répartition des occurrences selon les années, année 2003

Catégories	Occurrence Majeure	Occurrence Mineure
Comportementaliste	38 (48,8 %)	06 (19,3 %)
Régulatoire	12 (15,4 %)	10 (32,2 %)
Expert	15 (19,2 %)	08 (25,8 %)
Financier	03 (03,8 %)	02 (06,5 %)
Moral	05 (06,4 %)	01 (03,2 %)
Réflexif	05 (06,4 %)	04 (12,9 %)
TOTAL	78	31

- 23 Nous proposons maintenant d'examiner ce qui caractérise, année après année, chaque sens repéré et de commenter ses usages les plus fréquents à l'aide de quelques exemples d'usages types.

Le sens comportementaliste

- 24 C'est la catégorie la plus importante pour l'ensemble de notre corpus et son usage est très diversifié. En 2000, il est employé comme qualificatif, avec des expressions comme « la diplomatie éthique », « la crise éthique », « la gestion éthique », « le jugement éthique ». En tant que substantif, nous avons surtout les expressions comme « les questions d'éthique », « la formation en éthique », « l'éthique de travail », « le manquement à l'éthique », « l'éthique et santé ». Toutes ces expressions renvoient au bon comportement, à une pratique professionnelle exemplaire. L'expression « le manquement à l'éthique » se retrouve dans quelques articles politiques. Gilles Duceppe, chef du parti souverainiste à Ottawa (le Bloc québécois), s'en sert pour qualifier le mauvais comportement du Parti libéral, particulièrement celui du premier ministre de l'époque, Jean Chrétien.
- 25 Pour l'année 2001, le pourcentage est moins élevé, mais nous observons encore une très grande diversité d'expressions. Plusieurs sont identiques à celles de l'année précédente dont voici un échantillonnage où le mot « éthique » est utilisé comme qualificatif — « le problème d'éthique », « la question d'éthique », « en matière d'éthique », « le tourisme éthique » — et comme substantif — « l'éthique gouvernementale », « l'éthique capitaliste », « l'éthique de Jean Chrétien », « l'éthique journalistique », « le contraire de l'éthique », « sur le plan éthique », « le manquement à l'éthique », « l'éthique de travail ». Les domaines où sont utilisées ces expressions sont très variés : sport, culture, politique, journalisme mais les expressions les plus usuelles, soit « le manquement à l'éthique » et « le problème d'éthique », se trouvent le plus souvent dans le domaine politique (politique fédérale, Loto-Québec).
- 26 Cette catégorie occupe une part moins importante en 2002 et se trouve à égalité avec la catégorie 3 (l'expert). Le débat autour de la question d'un conseiller fédéral en éthique est alors vraiment focalisé, ce qui explique cette convergence. La diversité des expressions et des domaines demeure toujours aussi grande, sinon davantage. Quelques nouvelles expressions manifestent d'ailleurs assez bien cette diversité. En voici quelques exemples : « l'éthique gouvernementale », « les firmes éthiquement indésirables », « le manque d'éthique », « l'éthique et le lobbying », « la question d'éthique », « l'éthique scientifique », « chasser de façon éthique », « l'éthique municipale », « l'éthique élastique », « la consommation éthique », « l'éthique du tourisme », « l'éthique informatique ». Le domaine politique domine légèrement les autres, surtout lorsqu'il est question de l'éthique des politiciens par rapport au lobbying. Nous remarquons aussi quelques articles qui traitent des exigences d'une bonne gouvernance d'entreprise dans le monde des affaires, notamment à cause de l'affaire Enron.
- 27 L'année 2003 ressemble à l'année 2000, puisque la catégorie du « sens comportementaliste » occupe, là aussi, une proportion très élevée (48,8 % en 2003 et 43,2 % en 2000). Cette catégorie accapare la plus grande partie des occurrences, avec la même diversité : une « grosse fatigue éthique », « le comportement éthique », « la dérive éthique », « les problèmes d'éthique », « manque d'éthique », « des leçons d'ordre éthique », « les décisions éthiques », « la recherche éthique », « éthiquement répréhensible », « les accrocs à l'éthique », « l'éthique de vente », « l'éthique ministérielle ». Les seuls domaines qui se démarquent sont la politique et l'économie, où plusieurs scandales ont de nouveau défrayé les manchettes.

- 28 Les textes évitent, le plus souvent, de nous préciser en quoi consistent les comportements souhaitables ou condamnables. Ce sont surtout des généralités, comme « le conflit d'intérêts », qui sont dénoncées. Les articles n'élaborent pas sur ce qui constitue le bon ou le mauvais comportement ; ils allèguent seulement leur existence et s'appuient sur des descriptions de faits souvent complexes.

Le sens régulateur

- 29 En 2000, les occurrences majeures des règles d'éthique se situent dans plusieurs domaines : la Sûreté du Québec, le code d'éthique des médecins, les règles d'éthique de la recherche. Les occurrences mineures se retrouvent surtout dans les domaines de la bioéthique, de l'éthique de la recherche et de l'éthique clinique. Notons que l'usage de cette catégorie se manifeste toujours dans une situation qui pose problème, c'est-à-dire dans des cas où des intervenants ont transgressé, ou sont accusés d'avoir transgressé, certaines règles. Le domaine de la vie politique concrète des gouvernements et des partis de l'opposition domine largement cet usage en raison du débat autour du conseiller à l'éthique du gouvernement fédéral. En deuxième position viennent les comités d'éthique biomédicale.
- 30 Trois fois plus présente en 2001 qu'en l'an 2000, cette catégorie se compose principalement de l'expression « le code d'éthique » en référence surtout au domaine politique (celui de la politique fédérale principalement). On évoque aussi la nécessité d'introduire des codes d'éthique dans le milieu du travail ou dans le milieu sportif en vue de diminuer certains écarts de conduite ou de promouvoir une attitude plus respectueuse. Les expressions « les règles d'éthique » et surtout « le code de déontologie » apparaissent beaucoup moins souvent que l'expression « le code d'éthique », qui a la faveur des rédacteurs, et ce, malgré qu'ils n'établissent pas de distinctions claires entre les trois.
- 31 En 2002, le nombre d'occurrences de cette deuxième catégorie est le plus élevé (27,1 % en 2002, 17,4 % et 5,7 % en 2001 et 2000 respectivement). Comment expliquer ce saut quantitatif ? Les raisons renverraient largement au débat politique sur la requête d'une plus grande indépendance du conseiller à l'éthique, les scandales dont celui des commandites et du ministre MacAuley et la question du lobbying. Que ce soit aux niveaux provincial, fédéral ou même municipal, les politiciens sont soupçonnés de conflits d'intérêts ou de favoritisme. Plusieurs comportements des politiciens font les manchettes, ce qui oblige les différents gouvernements à réagir en promettant des règles plus sévères. D'autres domaines connaissent aussi des problèmes d'ordre éthique. Il s'agit plus particulièrement des domaines du sport (le hockey mineur) et de la recherche en génétique. C'est encore l'expression « le code d'éthique » qui est la plus usuelle, suivie de « les règles d'éthique ».
- 32 En 2003, cette catégorie accuse une baisse de 30 % de ses occurrences. Les discussions qui ont eu lieu en 2002 à propos des différents codes d'éthique introduits par les différents gouvernements expliquent cette baisse des occurrences en 2003. Il reste toutefois que la plus grande partie des articles de cette catégorie traite des codes d'éthique en milieu politique, parce qu'ils sont transgressés, créés, changés ou abolis. Nous remarquons aussi quelques articles qui traitent des codes d'éthique dans le domaine du sport. C'est toujours l'expression « le code d'éthique » qui conserve le haut

du pavé, loin devant les expressions comme « les règles d'éthique » ou « les directives en matière d'éthique ».

- 33 Une fois qu'on affirme dans ces articles qu'un code d'éthique est requis, utile ou indispensable, le lecteur ne sait toujours pas, du moins de manière générale, de quoi il sera fait, ni en quoi et comment sa seule mise en vigueur aura pour effet de régler la situation et de changer l'agir, apparemment déplorable, des agents concernés.

Le sens expert

- 34 En 2000, les expressions les plus courantes sont surtout « le conseiller en éthique », « le commissaire en éthique », « le comité d'éthique » ou encore « la commission d'éthique ». Les positions prises par le conseiller en éthique du gouvernement fédéral, Howard Wilson, et les critiques qui suivirent constituent le sujet vedette. Ce débat, déjà bien présent en 2000, s'intensifie dans les années à venir.
- 35 En 2001, la très grande majorité des occurrences se réfèrent encore au conseiller en éthique fédérale. Ses décisions créent beaucoup de remous à la Chambre des communes. L'indépendance et la pertinence de son rôle sont souvent remises en question. Les autres expressions, dont « le comité d'éthique » et « la commission d'éthique », sont beaucoup moins usuelles et se réfèrent le plus souvent au domaine sportif (le hockey mineur, les Jeux olympiques).
- 36 La proportion de la catégorie 3 est moins forte que celle de la catégorie 2, mais elle suit la même courbe ascendante (27,1 % en 2002, 23,2 % et 12,5 % en 2001 et 2000 respectivement). Comme pour les années précédentes, une très forte majorité des articles traitent de façon critique le conseiller à l'éthique du gouvernement fédéral. Ils attribuent aux liens de dépendance qu'il entretient avec le bureau du premier ministre et au fait qu'il a blanchi tous les élus impliqués dans les scandales, la source de tous ses problèmes. Les autres expressions, qui demeurent peu fréquentes, sont « les professionnels de l'éthique » et « le spécialiste de l'éthique ».
- 37 En 2003, l'usage du sens expert, comme pour celui du sens régulateur, subit une baisse relative. Cette baisse s'explique surtout par une diminution des scandales politiques au gouvernement fédéral²⁸. Toutefois, si, en très forte majorité, les articles sont encore consacrés à ce sujet, près de la moitié des textes traite du projet de loi qui remplacerait le conseiller à l'éthique par un commissaire à l'éthique qui serait indépendant. Ce projet de loi a d'ailleurs été adopté au cours de l'année 2003.
- 38 Le simple fait d'alléguer, de recourir, de discuter, de réclamer et de critiquer le conseiller ou la commission à l'éthique a plusieurs effets notables. D'une part, de manière générale, cela confirme l'existence et la légitimité de ces institutions, dont on réclame seulement un meilleur usage. D'autre part, au point de vue sémantique, il est clair, compte tenu des événements concernés (les scandales et requêtes diverses à tous les niveaux), que le principal problème est celui des conflits d'intérêts. Ce phénomène occupe une partie imposante du corpus, au point d'éclipser par son importance tout autre thème.

Le sens financier

- 39 En 2000, lorsque le sujet de « l'investissement éthique » est abordé, c'est surtout pour en montrer les bienfaits et souligner sa popularité croissante auprès des investisseurs.

Très peu présents en 2001, comme avant et après, ces articles considèrent toujours que ces investissements sont avantageux et sont de plus en plus populaires auprès des investisseurs. En 2002, un seul des cinq articles manifeste un certain scepticisme par rapport au rendement de ce type d'investissement. En 2003, deux des trois articles répertoriés sont plus critiques et tendent à montrer que les fonds éthiques ne sont pas plus rentables que les fonds traditionnels. Ces fonds ne sont pas une panacée et un certain laxisme règne dans les procédures pour vérifier l'intégrité des compagnies qui font partie des listes éthiques.

- 40 De manière générale, les articles ne relèvent aucune contradiction dans le terme de « investissement éthique ». Tout au contraire, c'est un leitmotiv que de chercher un tel investissement. Le capitalisme éthique est possible, il faut s'en réjouir. La question de savoir comment on le vérifie, de quelle manière et ce que valent les vérifications est peu traitée puisque les journalistes ou commentateurs financiers qui sont concernés s'occupent bien plus de la valeur économique et de la rentabilité du produit que du détail de certaines situations comme des *sweatshops* ou de l'environnement.

Le sens moral

- 41 Les différents usages de la cinquième catégorie renforcent une même tendance, qui est d'associer l'éthique au sens moral, à la générosité, aux valeurs fondamentales. Aucun sujet ne se démarque particulièrement. Il y a cependant certains usages qui se rapprochent de la catégorie « comportementaliste », par exemple les expressions « éthique publique » et « crise éthique ». La première expression se réfère à l'identification au bien commun que doivent manifester les fonctionnaires, tandis que la seconde se rapporte à une crise profonde du sens moral dans l'attribution de certains soins de santé.
- 42 En 2001, alors qu'on atteint le sommet de la courbe, cette catégorie renvoie le plus souvent à la morale ou au sens moral. Quelques particularités méritent d'être notées. Par exemple, l'expression « long frisson éthique » dans un article traitant du clonage reproductif fait appel à un sens moral fondamental²⁹.
- 43 En 2002, le pourcentage de ces textes est plus faible qu'en 2001. Voici les expressions les plus caractéristiques : « l'éthique du cybercitoyen », « éthique commune », « sens profond de l'éthique », « sens éthique » et « fibre éthique ». Quelques articles prennent comme référence des courants de pensée en philosophie ou une personnalité particulière ; par exemple, le photographe Josef Koudelka (Guerrin, 2002).
- 44 En 2003, la cinquième catégorie a connu une faible baisse dans ses occurrences. Même si cette catégorie ne contient que cinq articles, il est intéressant de remarquer que presque tous abordent le même sujet : proposer une nouvelle éthique pour les sociétés en perte de sens. Les expressions suivantes manifestent d'ailleurs très bien ce souci : « une éthique de l'espèce humaine », « une éthique pour le Québec et pour la Terre », « en quête d'une éthique spirituelle », « changement de paradigme en éthique ». Cette catégorie embrasse des thèmes plus généraux faisant appel à des problématiques plus fondamentales.
- 45 À la lecture, ce « sens moral » prend une signification fort large, englobante, stimulante et même spirituelle, même si son contenu est assez vague. Il soulève l'intérêt du lecteur en revivifiant son sens des valeurs, son altitude d'esprit, son courage et ses autres vertus également. Il vient déplacer vers la philosophie personnelle et l'engagement

social la perspective de l'éthique, bien loin des questions de conflits d'intérêts. En fait, ces articles sont des appels au sens moral mais puisqu'ils sont en quelque sorte détachés de tout contexte d'action particulier, l'appel demeure très général.

Le sens réflexif

- 46 Ce sens présente différentes expressions dont les plus courantes sont « débats éthiques », « enjeux éthiques » et « questions d'éthique ». Nous avons regroupé dans cette catégorie les articles qui présentent les différents aspects d'une question, mais après analyse du contexte, nous constatons qu'elle renvoie à un questionnement, à une réflexion de fond, plutôt qu'à un problème de comportement. Les principaux débats éthiques dont il est question en 2000 touchent le décryptage du génome humain, le clonage et les embryons congelés. Nous remarquons aussi quelques textes de philosophes et d'éthiciens qui insistent pour défendre une conception de l'éthique qui soit axée sur la réflexion critique. Dans cette catégorie, nous regroupons aussi les articles où l'on fait voir différents aspects d'une question, souvent en faisant appel à plusieurs « experts ». On notera que le pourcentage de la catégorie 6 atteint un sommet en l'an 2000 pour ensuite décliner. Si nous cumulons les catégories 5 et 6, nous obtenons presque 33 % du corpus pour cette seule année.
- 47 En 2001, les occurrences sont nettement moins élevées. Il s'agit d'une baisse de 50 %. Aucune autre catégorie ne se démarque de cette façon. Quelques-unes des expressions apparaissent plus couramment, par exemple « dimension éthique », « faire de l'éthique », « réflexion éthique », ou encore l'éthique en tant que « discipline philosophique » et « enjeux éthiques ».
- 48 La sixième catégorie représentait 23,8 % des articles en 2000, 11,6 % en 2001 et seulement 5,1 % en 2002. On remonte à 6,4 % en 2003. C'est donc une chute jusqu'en 2002. Les trois articles de l'année 2002 interpellent des éthiciens ou professeurs d'éthique qui sont amenés à présenter leurs propres conceptions de l'éthique, mais nous ne trouvons aucun article présentant des débats de société importants comportant une dimension éthique incontournable. L'espace éthique semble monopolisé par le scandale Wilson, au point d'occulter une partie de l'espace de réflexion. En 2002, on délibère largement de la question de la loi sur le lobbying. Mais les thèmes habituels de discussion que sont la bioéthique, le génie génétique et les problèmes de biotechnologies ont été peu présents cette année-là³⁰.
- 49 Enfin, la sixième catégorie n'est guère plus présente en 2003 qu'en 2002, même si elle a connu une légère hausse. Nous y retrouvons les mêmes expressions que par le passé comme « enjeux éthiques », « débat éthique », « dilemme éthique », « réflexion éthique ». Chacune d'elles renvoie à la nécessité de la réflexion, de l'analyse des composantes du problème et de l'exercice du jugement.
- 50 Ce sens délibératif et réflexif est forcément le sens préféré des philosophes et des théoriciens de l'éthique. Son seul défaut est qu'il n'est accessible qu'à des personnes lectrices qui veulent réellement se mettre en frais de « réfléchir » et de « peser le pour et le contre » tout en considérant les diverses théories disponibles en éthique. Il suppose un niveau élevé de réflexion plutôt qu'un sentiment d'affection devant des comportements immoraux ou amoraux. Il permet aux diverses personnes réputées de se prononcer sur le sujet de l'éthique et de se faire entendre, usage qui nous rapproche, mais à bien plus faible échelle, des « philosophes médiatiques » en France.

Vue d'ensemble

- 51 Nous proposons maintenant de considérer les éléments dans une vue d'ensemble pour opérer les regroupements pertinents de nos données. À la suite des cumuls chiffrés, nous pourrions donner une représentation graphique de l'ensemble de la production écrite.

Tableau 2. Cumul des occurrences majeures et mineures 2000-2003

Catégories	Occurrence Majeure	Occurrence Mineure
Comportementaliste	130 (40,0 %)	65 (33,7 %)
Régulatoire	60 (16,1 %)	54 (28,0 %)
Expert	74 (20,7 %)	47 (24,4 %)
Financier	16 (04,5 %)	05 (02,6 %)
Moral	33 (09,1 %)	09 (04,6 %)
Réflexif	40 (09,6 %)	13 (06,7 %)
TOTAL	353	193

- 52 En cumulant les occurrences des quatre années, nous obtenons une distribution quantitative par ordre décroissant :
1. le sens comportementaliste (bon comportement) ;
 2. le sens expert (conseiller ou comité) ;
 3. le sens régulateur (codes de déontologie ou d'éthique) ;
 4. le sens réflexif (critique et questionnement théorique) ;
 5. le sens moral (éthique et valeurs communes) ;
 6. le sens financier (investissements éthiques).
- 53 Nous obtenons la même distribution si nous regroupons toutes les occurrences pour les mêmes années.

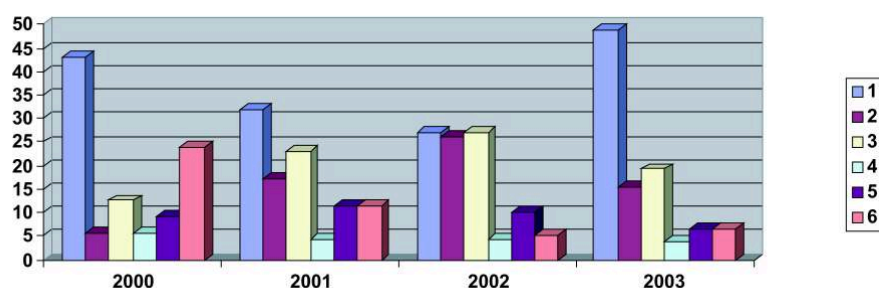
Tableau 3. Cumul de toutes les occurrences, 2000-2002

Catégories	NOMBRE D'OccurrenceS (MajeureS ET MINEURES)
Comportementaliste	195 (35,7 %)
Régulatoire	114 (20,9 %)
Expert	121 (22,2 %)
Financier	21 (03,8 %)

Moral	42 (07,7 %)
Réflexif	53 (09,7 %)
TOTAL	546

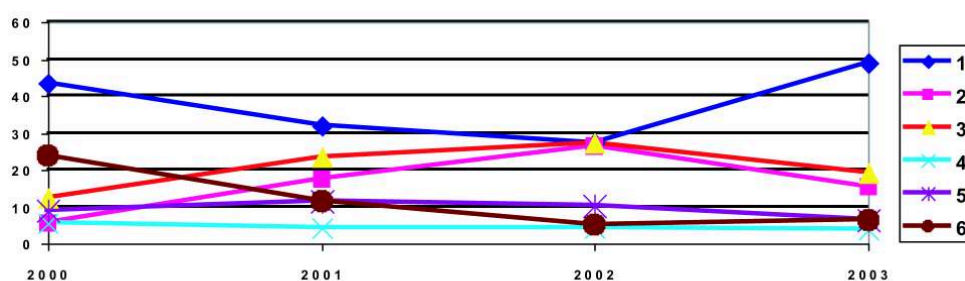
- 54 L'enseignement universitaire de l'éthique donne souvent l'impression que ce sont les codes qui représentent le sens le plus important quand nous parlons d'éthique. Or notre corpus infirme cette impression. Si nous regroupons les catégories 1, 2 et 3, réparties sur les quatre années, nous obtenons un pourcentage élevé, 78,8 %. En ajoutant la catégorie 4, assez mineure somme toute, nous obtenons au total 82,6 %. Les occurrences plus réflexives ou axées sur des valeurs sociales ne représentent que 17,4 %.
- 55 Le graphique 1 permet de visualiser l'importance relative des catégories d'usage et de présenter une vue d'ensemble de leur évolution. L'année 2002 se démarque puisque c'est l'affaire Wilson qui éclate avec la contestation de plus en plus ouverte de son rôle et la réclamation d'une plus grande indépendance du conseiller.

Graphique 1. Pourcentage des catégories par année, de 2000 à 2003



- 56 Le sens moral (catégorie 5) et le sens réflexif (catégorie 6) présentent une progression similaire, tout particulièrement de 2001 à 2003. Ce parallélisme suggère que la réflexion plus profonde sur les valeurs et l'éthique sociale occupe une place analogue à la délibération de nature plus diacritique sur les théories éthiques et leurs options. Le graphique 1 révèle aussi un parallélisme entre la catégorie 1, la plus importante en nombre, et la catégorie 6, à teneur diacritique et réflexive. Le graphique 2 fait ressortir plus clairement ces caractéristiques.

Graphique 2. Mouvement des pourcentages par année, de 2000 à 2003



- 57 Arrêtons-nous au contraste principal révélé par les graphiques, entre les sens 2 et 3, d'une part, et 5 et 6, d'autre part : la progression de ceux-ci est contraire à la progression de ceux-là. Corrélativement, on sera peu surpris de découvrir que le recours aux codes d'éthique et le recours aux conseillers et aux comités d'éthique vont de pair dans les textes de la presse écrite.
- 58 Risquons une interprétation de ce mouvement d'ensemble. Il semble que leurs auteurs hésitent entre le vœu d'une réflexion plus approfondie et le traitement des scandales. Au début de la période, soit avant la montée du traitement des scandales, la réflexion sur les valeurs et les théories occupe une place qui équivaut au tiers des productions, nombre qui va chuter par la suite. Les scandales, qui arrivent ensuite, appellent les codes et les officiers à la barre ou au banc des accusés (celui de l'opinion, et non nécessairement devant le juge), alors que l'accalmie appelle la réflexion seconde, plus sereine (la catégorie 6 remonte en 2003 par rapport à 2002). En d'autres termes, l'espace disponible dans le journal pour les réflexions profondes ou pour la discussion des théories éthiques et la présentation des options en présence, semble inversement proportionnel à l'espace monopolisé par les scandales (bien réels) qui affectent la vie sociale et politique !
- 59 On note une croissance marquée de la catégorie 2 (régulatoire) de la première année (2000) jusqu'à la troisième (2002) pour voir une décroissance l'année suivante. Ce vœu déontologique croissant aurait-il été satisfait par la « résolution » du cas Wilson ? Notons que les catégories 2 et 3 (expert) ont des courbes parallèles. On le voit très bien, la catégorie 4 (financier) est constante, mineure et relativement indépendante, elle ne « bouge » que très peu. Elle n'obéit pas à la logique de déplacement et de compensation que nous avons relevée entre les sens plus événementiels et scandaleux, d'une part, et les sens plus réflexifs ou philosophiques, d'autre part³¹.
- 60 L'année 2002 se démarque par le nombre d'articles dont la grande partie traite des thèmes autour de « éthique et politique ». Ceux-ci sont abondants, notamment autour de l'éthique municipale, de l'éthique du lobbying, des règles d'éthique pour les députés fédéraux, de l'affaire MacAuslay et des autres questions traitées ou posées autour de M. Wilson. C'est en 2002 que l'expression « scandale des commandites » commence à être repérée significativement, bien qu'on y fasse déjà référence en 2001 (juin 2001)³².

Discussion des résultats

- 61 Certes, l'éthique est populaire à notre époque et on y fait référence dans les journaux comme partout, à propos de tout et de rien. En faisant appel simplement aux titres et

sous-titres, on obtient un corpus substantiel avec un nombre d'articles considérable, qui aurait été au moins le double si nous avions pris en compte les articles où ces mots interviennent dans le texte. Le corpus pourrait être élargi dans un second temps pour tester les présents résultats. En tout cas on constate qu'il est possible d'y voir plus clair qu'on ne le pense généralement sur les usages et les sens effectivement pratiqués du mot « éthique ».

- 62 L'éthique demeure un concept large qui recoupe une très grande diversité de sens. Dans la pratique, nous ne savons pas toujours quel sens est supposé par notre interlocuteur. De plus, la charge sémantique est diversifiée selon les domaines de spécialisation. Qu'ont en commun un économiste, un journaliste couvrant la politique, un commentateur sportif, un agent de voyage, un critique de Loto-Québec ou un critique des soins de santé ? Ils peuvent tous en appeler au bon comportement, à un code, à des experts ou à un commissaire. Selon le groupe, la définition précise qui en serait donnée pourrait être fort différente. On peut se permettre de parler de comité d'éthique, ou même d'utiliser le terme comme adjectif, sans qu'une définition préalable soit offerte. L'absence de définitions plus précises permet à ces termes de fonctionner dans leur généralité, ce qui est assez normal quand une chose est tenue en fin de compte pour évidente (c'est comme l'impôt ou l'école, on n'a pas vraiment besoin de définir...)

Les sens dominants et leurs étroits rapports

- 63 Rappelons la quantité plus élevée d'articles pour l'année 2002. Les autres années comportent un nombre comparable d'articles (88 en 2000, 69 en 2001 et 75 en 2003), tandis que l'année 2002 en compte 115. Cela s'explique surtout par les sujets politiques qui y furent très médiatisés.
- 64 On l'a vu, le sens comportementaliste est l'usage le plus populaire pour toutes les années analysées, bien qu'il soit rejoint en 2002 par le sens expert et que le sens régulateur suit de près. Les trois sens convergent en cette année qui voit le débat autour du conseiller Wilson atteindre son apogée. Tous les domaines de la vie sociale, ou presque, utilisent ce sens à leur façon ; par exemple, la finance (« gestion éthique »), la politique (« manquement à l'éthique »), le tourisme (« tourisme éthique »), le sport (« éthique de travail »). Le sens dominant est comportemental : on se plaint des manques à l'éthique et on exige plus d'éthique, selon qu'on requiert un agir disons plus moral, plus correct, ou qu'on déplore son absence. Un sens dominant qui atteste d'une préoccupation largement partagée, du moins par les journalistes et les patrons de la presse.
- 65 Le sens comportemental est dominant, mais il est aussi très lié aux deux autres sens dominants. Ces derniers, le sens régulateur et le sens expert, peuvent facilement s'amalgamer avec le premier, soit dans les textes, soit chez les récepteurs, bien que nous pouvons les distinguer. La connexion peut intervenir entre ces trois sens, selon une théorie de l'amalgame sémantique qui dirait que, par la pure force de la répétition des mêmes termes et des mêmes figures, un contexte sémantique de liaison implicite est mis en place et paraît normal ou « naturel ». Un tel amalgame donnerait l'énoncé suivant.

- 66 *L'expert en éthique ou ses instances, avec comme outil principal les règles d'éthique, sont alors au service d'un comportement éthique. D'autres combinaisons de ces éléments sont aussi possibles par amalgame. Du genre suivant, et tant pis pour la redondance : en appliquant les règles d'éthique, le comité d'éthique (ou le commissaire) peut nous dire comment adopter le boncomportement éthique.* La question est de savoir si l'horizon d'attente, ou l'espace de réception des personnes dans notre société, ne va pas à priori dans ce sens, conclusion qui suppose que nous reconnaissons dans la presse l'expression de l'opinion publique. Il serait relativement facile d'aller valider cette hypothèse en faisant des études de réception sur des groupes de personnes³³.
- 67 Nous avons défendu ailleurs la possibilité d'une « fondation » de telle ou telle idée en deçà de toute argumentation, par la pure répétition des mêmes figures dans les discours ou la communication. Est-il envisageable de penser que le consentement — par exemple à des commissaires à l'éthique et à plus d'éthique — peut s'obtenir sans intention manipulatrice, mais simplement par collusion de significations répétitives ?³⁴ Si une telle fondation (discutable en son contenu évidemment) était envisageable, une étude montrerait qu'un sens largement représenté et doté de redondance par recoupement comme celui que nous venons de présenter pourrait avoir un écho important dans la pensée des personnes.

La compatibilité des divers sens

- 68 Les sens plus minoritaires, les trois dernières catégories, sont aussi intéressants à considérer. On laisse entendre, de manière constante quoique sans insistance démesurée, que l'investissement éthique est une chose possible et une chose rentable. On fait écho, faible mais important, à une conception de l'éthique axée sur un « sens profond » et sur les « valeurs », qui s'incarne parfois dans l'agir des artistes, parfois dans celui des personnes admirées. Ensuite, une partie, tout de même significative certaines années, donne lieu à des débats où l'éthique prend une couleur plus réflexive. Si nous lions ensemble toutes les occurrences, on voit que le sens réflexif est le plus important des sens mineurs. Si nous reprenons notre théorie selon laquelle les médias exercent une certaine force normative en fixant les termes du débat public, selon une tradition bien établie en étude des médias de masse, il appert clairement qu'ils peuvent vraiment favoriser une discussion sur les valeurs ou les théories, bien qu'ils le fassent de façon plus discrète.
- 69 Ainsi, le contenu effectif de la première catégorie, le sens comportementaliste, est plutôt vague. Pourtant, ce qui est frappant, c'est qu'elle soit malgré tout censée aller de soi, au point qu'il n'est pas nécessaire de l'expliquer ! On présume de l'existence indubitable d'un sens moral. En revanche, la catégorie 6 n'est pas très populaire, mais nous pouvons souligner qu'au moins ce sens existe. Cette constatation est d'autant plus importante du fait que cette catégorie représente l'usage du mot « éthique » défendu par plusieurs éthiciens ou professeurs d'éthique (quoiqu'un pluralisme subsiste bien sûr à ce sujet). À l'exception de l'année 2000 où l'éthique entendue comme réflexion critique occupe le deuxième rang des occurrences, cette catégorie fait toujours partie des moins usuelles ; en fait elle occupe le quatrième rang si nous faisons la moyenne. Ainsi, un clivage existe entre l'usage du terme « éthique » dans le journal (première catégorie) et celui des professeurs ou des éthiciens qui insistent pour que l'éthique demeure une réflexion concernant les différentes activités humaines. Là-dessus, nous

pouvons raisonnablement penser que l'usage dans la presse écrite ressemble beaucoup à l'usage de la population instruite en général.

- 70 Pourtant, si nous regardons les choses du point de vue pratique, il n'y a pas d'opposition de principe, tout au contraire, à ce qu'une même personne combine les six sens du mot. Cette personne aurait une éthique multidimensionnelle. Elle comporterait une dimension réflexive et critique, une réflexion profonde sur les valeurs ; cette réflexion accepterait les codes, les comités, le bon agir moral et l'investissement (et la consommation) éthiques.

Éthique et politique

- 71 Enfin, nous ne pouvons passer sous silence la présence de la politique dans notre recherche. Au total, 43 % des articles traitent d'éthique et de politique. L'éthique est souvent associée à des problèmes politiques qui se présentent soit comme un manque qui reflète un état de crise, soit comme un ensemble de règles à mettre en place pour contrer cette même crise. Le tableau 4 montre clairement comment la discussion atteint un sommet en 2002.

Tableau 4. Nombre et pourcentage des textes sur « éthique et politique » selon les années 2000-2003

Année de référence	Textes sur éthique et politique	Total des textes
2000	19 (27,5 %)	69
2001	24 (34,8 %)	69
2002	66 (57,4 %)	11
2003	32 (42,7 %)	75
Total	141 (43 %)	328

- 72 Il est évident que la question du conflit d'intérêts allégué, possible ou avéré a largement défrayé les manchettes pendant ces quatre années. Elle est sans cesse discutée quand la question d'éthique et de politique est abordée bien que cette notion de conflit d'intérêts soulève des difficultés. D'une part, on peut tenter d'en défendre une conception positiviste et réduire le conflit à un fait, ce qui n'est pas très éclairant sur le fond. Mais d'autre part, cette notion est complexe et demande qu'on l'interprète. Il faut clarifier ce que sont les intérêts en présence, et comment les intérêts se contredisent dans tels actes particuliers. Cette notion assez complexe se doit de toujours se référer à des règles ou à des critères forcément très généraux dont l'application soulève le problème du classement des faits. Cette dispute sur le classement est très frappante dans le travail de l'opposition officielle par rapport au premier ministre Chrétien et à son conseiller à l'éthique Wilson. Quand on requiert l'indépendance de ce haut fonctionnaire, on le définit négativement comme celui qui, libre de tout conflit d'intérêts, peut en juger sainement, alors que d'autres disent que l'opposition peut utiliser cette indépendance à ses propres fins. Cette notion de conflit d'intérêts est

omniprésente dans le corpus, au point de sembler être le principal sujet de préoccupation et la principale raison d'exister des conseillers en éthique.

Conclusion

- 73 Selon toute évidence, sur la base de notre échantillon de quatre années, l'espace de couverture médiatique de la question éthique est important et relativement constant dans la presse écrite francophone québécoise. Si nous faisons les liens qui s'imposent, les significations majeures mises en circulation par la presse concernent trois des sens dégagés : le bon comportement (requis ou jugé absent), la régulation (requis ou défaillante) par les codes et les agents reconnus comme experts de ces questions (qu'ils aient bien fait ou non leur travail). Ce sont là des sens dominants qui sont très liés dans la pratique et peuvent aisément tenir ensemble. Les scandales de nature politique, omniprésents dans la période traitée, renvoient forcément à un tel triptyque. Une autre étude sur une autre période de temps pourra montrer si cette conjonction n'est que circonstancielle ou si elle montre une tendance plus durable. En revanche, deux sens mineurs, concernant le sens moral et la réflexion théorique en éthique, sont aussi présents et bien attestés. Les occurrences de ces sens mineurs se ressemblent également par leur structure de progression et par leur nombre. L'espace couvert par les sens dominants se montre inversement proportionnel à l'espace accordé à la réflexion et aux valeurs morales de société, quoique ces aspects soient liés bien évidemment. Quant à la question de l'investissement éthique, elle est une préoccupation constante bien que d'importance assez faible dans la presse.

BIBLIOGRAPHIE

- ARISTOTE (1950), *Les topiques*, traduction de J. Tricot, Paris, Vrin.
- BARDIN, Laurence (2003), « L'analyse de contenu et de la forme des communications », dans S. MOSCOVICI et F. BUCCINI, *Les méthodes des sciences humaines*, Paris, Presses universitaires de France, p. 243-270.
- BEAUCHAMP, Michel (dir.) (1991), *Communication publique et société. Repères pour la réflexion et l'action*, Boucherville, Gaëtan Morin.
- BENVENISTE, É. (1974), *Problèmes de linguistique générale*, t. 2, Paris, Gallimard.
- BLONDIAUX, Loïc (2003), « L'opinion publique », dans Anne-Marie GINGRAS (dir.), *La communication politique. État des savoirs, enjeux et perspectives*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 138-158.
- BOUTIN, M. (1974), *Relationalität als Verstehensprinzip bei Rudolf Bultmann*, Munich, Kaiser Verlag.
- BRETON, Philippe, et Serge PROULX (2002), *L'explosion de la communication à l'aube du XXI^e siècle*, Montréal/Paris, Boréal/La Découverte.
- BRETON, Philippe (1997), *La parole manipulée*, Montréal/Paris, Boréal/La Découverte.

- BRUNET, Patrick, et Martin DAVID-BLAIS (2004), *Valeurs et éthique dans les médias. Approches internationales*, Québec, Presses de l'Université Laval.
- CHOMSKY N., et W. MCCHESENEY (2000), *Propagande, médias et démocratie*, Montréal, Écosociété.
- COLLINGWOOD, R. G. (1933), *An Essay on Philosophical Method*, Oxford, Clarendon Press.
- COMTE-SPONVILLE, André (2001), *Dictionnaire philosophique*, Paris, Presses universitaires de France, p. 218-219 et 389-393.
- ECO, Umberto (1985), *Lector in fabula. Le rôle du lecteur*, Paris, Grasset.
- ELSTER, Jon (1999), *Alchemies of the Mind. Rationality and the Emotions*, Cambridge, Cambridge University Press.
- FROM, John (2001), « Economies of value », dans James L. MACHOR et Philip GOLDSTEIN (dir.), *Reception Study*, New York, Routledge, p. 294-317.
- GAUTHIER, Gilles (1991), « Éthique, communication publique et société », dans M. Beauchamp (dir.), *Communication publique et société. Repères pour la réflexion et l'action*, Boucherville, Gaëtan Morin, p. 57-59.
- GAUTHIER, Gilles (2002a), « L'évaluation et l'attribution dans l'analyse éditoriale. Une analyse comparative du quotidien *Le Devoir* entre 1965 et 1995 », *Les Cahiers du journalisme*, 10, p. 60-73.
- GAUTHIER, Gilles (2002b), « L'analyse éditoriale française et québécoise. Une comparaison entre *Le Monde* et *Le Devoir* », *Les Études de communication*, Université de Lille 3.
- GAUTHIER, Gilles (2004), « Les jugements de valeur des journalistes sportifs », dans Patrick BRUNET et Martin DAVID-BLAIS, *Valeurs et éthique dans les médias*, Québec, Presses de l'Université Laval, p. 65-81.
- GITLIN, Todd (2001), *Media Unlimited. How the Torrent of Images and Sounds Overwhelms our Lives*, New York, Metropolitan Books.
- GOFFMAN, Erving (1974), *Frame Analysis. An Analysis on the Organization of Experience*, New York, Harper & Row.
- GUERRIN, Michel (2002), « Joseph Koudelka, le photographe nomade », *Le Devoir*, 11 juillet, p. B6 (article du journal *Le Monde*).
- HABERMAS, Jürgen (1992), *De l'éthique de la discussion*, Paris, Cerf.
- HABERMAS, Jürgen (1998), *L'intégration républicaine*, Paris, Fayard.
- HACKING, Ian (2001), *An Introduction to Probability and Inductive Logic*, Cambridge, Cambridge University Press.
- HACKING, Ian (2002), *L'émergence de la probabilité*, Paris, Seuil.
- HERMAN, Edward, et N. CHOMSKY (1988), *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*, New York, Pantheon Books.
- JOHANNESSEN, Richard L. (1998), *Ethics in Human Communication*, Prospect Heights, Waveland Press.
- KLINE, Morris (1953), *Mathematics in Western Culture*, Londres/Oxford, University Presss.
- LARAMÉE, Alain, et Bernard VALLÉE (1991), *La recherche en communication. Éléments de méthodologie*, Québec, PUQ-Télé Université.

- LECLERC, Bruno, A. LÉTOURNEAU et LE BLANC (2005), « Advanced cell technology ou un cas de communication promotionnelle », dans Ch. BOUFFARD et R. DROUIN (dir.), *Communication scientifique et génétique*, Québec, Presses de l'Université Laval.
- LÉTOURNEAU, Alain (1997), « Un lexique pour l'éthique, applicable à l'analyse des contenus médias », *Ethica*, 9 (2), t. II, p. 343-360.
- LÉTOURNEAU, Alain, (2001a), « Éthique, religion et perspectives d'interprétation globales », *Éthique publique*, 3(2), p. 145-165.
- LÉTOURNEAU, Alain (2001b), « Remarques sur le journalisme et la presse au regard de la discussion dans l'espace public », dans Patrick J. BRUNET (dir.), *L'éthique dans un monde d'information*, Québec/Paris, Presses de l'Université Laval/L'Harmattan, p. 47-71.
- LÉTOURNEAU, Alain (2003), « L'environnement et le génome du point de vue d'une éthique philosophique de la communication », dans A. LACROIX et J.-F. MALHERBE (dir.), *L'éthique à l'ère du soupçon*, Montréal, Liber, p. 67-92.
- LÉTOURNEAU, Alain (2005), « Vers une éthique de la fréquentation citoyenne des médias », dans A. DUHAMEL et F. JUTRAS (dir.), *Pour une éducation à la citoyenneté*, Québec, Presses de l'Université Laval.
- MACHOR, James L., et Philip GOLDSTEIN (dir.) (2001), *Reception Study. From Literary Theory to Cultural Studies*, New York/Londres, Routledge.
- MILNER, Henry (2004), *La compétence civique. Comment les citoyens informés contribuent au bon fonctionnement de la démocratie*, Québec, Presses de l'Université Laval.
- MISRAHI, Robert (1997), *Qu'est-ce que l'éthique ?*, Paris, Armand Colin.
- MOSCOVICI, Serge, et Fabrice BUCCINI (2003), *Les méthodes des sciences humaines*, Paris, Presses universitaires de France.
- MUCCHIELLI, Alex (1996), *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin.
- RIEKE, Richard D., et Malcom O. SILLARS (2001), *Argumentation and Critical Decision Making*, Londres, New York.
- SCHÖN, Donald A., et Martin REIN (1994), *Frame Reflection. Toward the Resolution of Intractable Policy Conflicts*, New York, Basic Books.
- SIGNORIELLI, Nancy, et Michael MORGAN (1990), *Cultivation Analysis. New Directions in Media Effects Research*, Newbury Park, Sage.
- SPLICHAL, Slavko (1999), *Public Opinion. Developments and Controversies in the Twentieth Century*, Lanham/Boulder, Rowan & Littlefield.
- SPROULE, John Michaël (1980), *Argument. Language and its Influence*, New York, McGraw-Hill.
- TREMBLAY, Gaëtan, (1991), « L'opinion publique », dans M. Beauchamp (dir.), *Communication publique et société*, Boucherville, Gaëtan Morin, p. 149-181.

NOTES

1. Voir l'ouvrage important de P.-J. Brunet et M. David-Blais (2004). Alors que P.-J. Brunet problématise la question de la spectacularisation de l'information notamment à la télévision, J. Rivet renseigne sur la question des valeurs journalistiques québécoises. Gilles Gauthier regarde

en particulier les jugements de valeur des *columnists* de sport, et M.-D. Blais traite de la nouvelle religieuse d'un point de vue sociologique et épistémologique. Les autres textes présentent des réflexions intéressantes sur les cas d'Amérique du Sud, d'Europe et d'Asie, mais si plusieurs de ces textes prennent une position normative, seul Gauthier fournit une analyse de contenu serrée, limitée à un type de pratique journalistique donné. Sauf ses analyses pointues (voir Gauthier, 2002a et 2002b notamment), nous devons constater que les écrits en éthique journalistique prennent très rarement une approche descriptive comme nous tentons de le faire ici. Nous n'avons pas trouvé d'analyses de contenu qui soient des lectures transversales axées sur une période de temps et sur une série de publications. Une recherche bibliographique dans Eric, Francis, ProQuest, ISI Web of Knowledge, *Public Opinion Quarterly* et *Human Communication Research* ne fournit aucun résultat. La discussion est abondante, mais elle porte sur les problèmes éthiques substantiels qui sont posés et traités, soit en éthique du journalisme, en analyse du traitement de la presse de telle question ou de tel débat, mais non sur une analyse d'occurrences du terme « éthique » lui-même.

2. Voir à ce sujet Létourneau (2003). Sur la distinction d'éthique et morale, reportons-nous aux distinctions établies par Rawls (1992) et Habermas (1982, 1998). Nous trouvons aussi une distinction chez Comte-Sponville (2001), alors que c'est beaucoup moins clair chez Misrahi (1997). Le débat se poursuit donc sur la définition juste de ces termes.

3. Nous rejoignons ainsi ce que Gauthier (1991) appelait déjà une éthique descriptive. Voir aussi Létourneau (1997).

4. Sans nous y restreindre, nous reconnaissons la valeur du courant de recherches d'*agenda setting* en études de la communication.

5. Voir Signorielli et Morgan (1990), même si nous pouvons nuancer le *mainstreaming* par le recours au *narrowstreaming* de plus en plus répandu.

6. Sur la notion de cadre, voir bien sûr Goffman (1974), mais aussi Schön et Rein (1994).

7. Nous pouvons ici reprendre avec profit la métaphore du flux, développée entre autres dans Gitlin (2001).

8. On ne posera pas ici la question de savoir si les journalistes (et les organisations ou entreprises de presse qui les emploient) servent *vraiment* l'intérêt public ou s'ils cherchent plutôt à faire *frémir* la population dans le but de *vendre* de la copie. C'est là un débat qui présuppose d'emblée un sens assez usuel du mot « éthique » (comme pratique du repérage des conflits d'intérêts ou des manques à l'équité journalistique). Nous voudrions plutôt contribuer à éclairer la manière même dont le problème de l'éthique se pose, non pas pour les journalistes mais pour le public tel qu'on peut le reconstruire à partir des pratiques journalistiques.

9. Nous nous situons bien sûr dans la foulée des critiques de l'opinion publique, qui ont montré combien cette notion est de part en part construite, et qui ont souligné notamment le rôle abusif souvent joué par les sondages comme instruments de propagande. Pour des analyses nuancées, voir surtout Tremblay (1991), Splichal (1999) et Blondiaux (2003, 1997).

10. Voir Milner (2004 : 156). Il nous explique toutefois, données à l'appui, que les lecteurs adultes de journaux retiennent davantage de ce qu'ils ont lu que ne le font, de manière générale, les consommateurs de la télévision.

11. Faut-il le préciser, la notion de lieu est centrale en théorie de l'argumentation, depuis les *Topiques* d'Aristote. Ici, toutefois, le lieu est construit par les médias en tant qu'organisations plutôt qu'utilisé par un plaideur isolé. Voir Aristote (1950).

12. Breton et Proulx (2002 : 243) soulignent aussi l'autorité conservée des médias.

13. Voir Muchielli (1996 : 38-40), en référence à l'exemple d'Authier.

14. Parce qu'il n'est pas accessible à partir des moteurs de recherche usuels, le *Journal de Montréal* n'a pas été traité.

15. Encore une fois, un bon exemple d'analyse spécifique d'un genre journalistique particulier se trouve chez Gauthier (2004), à propos des *columnists* sportifs. On découvre d'ailleurs dans ses analyses leur forte tendance moralisatrice.
16. Depuis Gadamer (1992, 1960), l'approche herméneutique a consisté à montrer comment les présupposés d'une recherche, loin d'être un obstacle, sont au contraire sa condition de possibilité, même s'ils ne doivent pas prédéterminer le résultat. Des interprètes compétents et agissant de manière indépendante doivent être en mesure de classer des textes selon des catégories : cela est présupposé avant toute opération de codage des textes.
17. C'est la distinction classique entre la quoddité et la quiddité, en allemand le *dass* et le *was*, bref le *definiendum* (chose définie) et le *definiens* (le définissant). L'idée défendue ici est que sur le plan des usages, c'est la chose définie par l'opération de communication écrite qui importe. Voir là-dessus Boutin (1974).
18. À ce sujet, voir Rieke et Sillars (2001 : 137-141). Ceci étant dit, pour penser l'élément statistique nous utilisons surtout les sources suivantes : Kline (1953 : chapitres XXII-XXIV) et Hacking (2002, 2001).
19. Sur le recoupement des classes, voir Collingwood (1933). Voir aussi Sproule (1980) sur ce qu'il appelle les « termes dialectiques », qui ne peuvent être définis que par appel à d'autres notions.
20. Nous avons choisi de donner deux exemples pour chaque type de textes. Nous donnons des échantillons quand le titre ne confirme pas le sens de manière évidente. L'ensemble de nos données sont disponibles sur demande.
21. À titre d'exemples : Jean-Claude Leclerc, « Notre démocratie passe-t-elle encore avec succès le test de l'éthique ? », *Le Devoir*, 13 novembre 2000 : B6. À propos des politiciens : « [...] la classe politique [...] s'en montrerait indigne [du système politique] » dans Olivier Kaestlé, « Une dérive éthique », *La Presse*, 19 janvier 2003 : A11. Parlant d'une émission de télévision, il écrit : « [...] approuvons-nous les valeurs ou le style de vie qu'elles [les émissions] proposent [...] ».
22. Exemples : *La Presse canadienne*, « Génétique des populations. Il faut adopter un code d'éthique, pense le chercheur Claude Laberge », *Le Soleil*, 9 septembre 2002 : A7. Norman Delisle, « Québec renforce les règles d'éthique pour ses fonctionnaires », *Le Droit*, 22 novembre 2002 : 33.
23. (AFP), « Présidence du CIO : Un-Yong savait. Un rappel à l'ordre éthique coûteux », *Le Soleil*, 17 juillet 2001 : E22 ; Louis Tanguay, « Commissaire au lobbying : l'idée du ministre Bégin est faite. Pas question d'élargir le mandat pour en faire un conseiller à l'éthique », *Le Soleil*, 30 mai 2002 : A9.
24. La possibilité de créer une catégorie « consommation éthique » à l'intérieur de laquelle on pourrait faire entrer, en plus des investissements, le tourisme éthique et le commerce éthique aussi appelé équitable a été sérieusement considérée puis rejetée. Il a semblé que l'importance numérique significative et la récurrence de l'investissement éthique lui méritait une mention spéciale ; les autres éléments n'ont qu'une importance très mineure étant donné le nombre très faible des occurrences de la « consommation » si on exclut l'investissement éthique.
25. Voir Hélène Baril, « L'investissement éthique se répand », *La Presse*, 27 novembre 2001 : D5 ; Charles Côté, « La révolution éthique d'une sœur économe », *La Presse*, Cahier Affaires, 13 mai 2002 : D1.
26. Rappelons que nous ne comptons pas que les usages proprement « journalistiques » mais bien tout article publié, y compris par les lecteurs. Voir Pierre Vennat, « Marcel Pénin (1926-2000). Une vie consacrée à la moralité publique et à une certaine éthique », *La Presse*, 7 mars 2002 : A7 ; Pierre Brunet, « Réforme bien amorcée. L'éthique, l'intégrité et l'honnêteté doivent être promues au premier rang des valeurs économiques », *La Presse*, section opinion/forum, 14 octobre 2003 : A18.
27. Voir Stéphane Baillargeon, « Œil pour œil. <La souffrance ne disparaît pas dans l'acte de vengeance>, dit le professeur d'éthique Denis Jeffrey », *Le Devoir*, 17 septembre 2001 : A1 ; Pierre

Vallée, « Éthique et mondialisation : penser par soi-même », *Le Devoir*, 20 mars 2002 : G8 (cahier spécial).

28. Ils seront à la hausse en 2004.

29. Il s'agit de l'annonce (bidon) d'un clonage humain par Advanced Cell Technology. Voir Michèle Ouimet, « Un long frisson éthique », *La Presse*, mardi 27 novembre 2001 : A14. Pour une analyse de ce coup médiatique, voir Leclerc, Létourneau et Le blanc (2005) et Leclerc (2005).

30. Sauf quelques textes réclamant un code d'éthique en génétique des populations, septembre 2002.

31. Voir Elster (1999) sur la question des compensations.

32. Il en a été question d'abord dans le *Globe and Mail*. Voir ensuite André Pratte, « L'éthique rouge », *La Presse*, vendredi 22 juin 2001 : A10.

33. Un des usages rhétoriques abusifs est celui de l'amalgame cognitif, voir Breton (1997 : 126 sqq.) Il y a là une technique manipulatoire. Ce que nous relevons ici est quelque peu différent : sans qu'il y ait intention de tromper, la cooccurrence des termes peut produire chez le lecteur ou le récepteur un amalgame pourvu de sens !

34. Voir bien sûr Chomsky (1997). Rappelons que dans l'ouvrage *Manufacturing Consent*, le « propaganda model » ne fonctionnait pas selon une intention machiavélique délibérée, mais plutôt comme système de filtres produisant ensemble leur effet (sur la base d'une collusion des intérêts). Voir Herman et Chomsky (1988).

RÉSUMÉS

Le but de cette recherche vise à déterminer les sens du mot « éthique » parus dans un échantillon de titres et de sous-titres publiés dans trois quotidiens québécois de langue française de 2000 à 2003. L'auteur se questionne sur les espaces de communication à partir desquels un citoyen est susceptible de former son opinion. L'approche privilégie une analyse de contenu contextuelle, qui lie des éléments quantitatifs (statistique des occurrences, fluctuations annuelles) et des éléments qualitatifs (construction des catégories sur la base d'une préanalyse).

The goal of this research aims to identify the meanings of the word « ethic » where it appears in a sample of titles and subtitles published in three French language Québec dailies between 2000 and 2003. The author questions the spaces of communication, which are susceptible to guide a citizen in forming his/her opinion. The approach privileges a contextual content analysis, which links quantitative elements (statistics on frequency; annual fluctuations) and qualitative elements (the construction of categories on the basis of a pre-analysis).

Esta investigación tiene como objetivo identificar los sentidos de la palabra « ética » existentes en una muestra de títulos y subtítulos publicados en tres diarios quebequeses de lengua francesa de los años comprendidos del 2000 al 2003. El autor de este artículo se cuestiona sobre los espacios de comunicación a partir de los cuales un ciudadano puede crear su opinión. El enfoque privilegia un análisis de los contenidos contextuales, que relacionan elementos cuantitativos (estadísticas de los casos recurrentes y fluctuaciones anuales) y los elementos calitativos (construcción de las categorías con base a un preanálisis).

INDEX

Keywords : citizen, content analysis, daily press, ethics, Quebec

Mots-clés : analyse de contenu, citoyen, éthique, presse quotidienne, Québec

Palabras claves : análisis de los contenidos, ciudadano, ética, prensa diaria, Quebec

AUTEUR

ALAIN LÉTOURNEAU

Alain Létourneau est professeur de philosophie, d'argumentation et d'éthique des communications, Université de Sherbrooke. Il tient à remercier Richard Lair pour son aide à la collecte et au classement des textes. Courriel : alain.letourneau@usherbrooke.ca

Recherches

NOTE DE L'ÉDITEUR

Communication participative et appropriation du Nouveau partenariat pour le développement de l'Afrique (NEPAD)

Charles Moumouni

- 1 Le Nouveau partenariat pour le développement de l'Afrique (NEPAD) est né, en octobre 2001, de la fusion de deux plans de développement de l'Afrique : le Millenium African Plan (MAP) et le Plan Oméga. Dans son texte constitutif, les chefs d'État africains ont affirmé que le NEPAD « ne réussira que si les peuples africains, unis dans leur diversité, se l'approprient ». Les dirigeants africains se disent « convaincus que le continent dont le processus de développement a toujours été caractérisé par de faux départs et des échecs, sera couronné de succès avec la présente Initiative ».
- 2 Pourtant, les critiques du NEPAD ne se sont pas fait attendre. Certains universitaires africains (NEPAD Scholars' Forum, 2002) pensent qu'il est trop axé sur les exigences d'une économie néolibérale et sur le financement extérieur. On lui reproche notamment de fonder sa mise en œuvre essentiellement sur la volonté politique des chefs d'État et dirigeants africains, sans faire une grande place aux mécanismes par lesquels la société civile et les populations africaines peuvent y participer activement. On regrette ainsi l'absence, au stade actuel de gestion du NEPAD, de réelles stratégies de communication conçues par ses promoteurs. Or, le NEPAD, qu'on peut assimiler à une sorte de Plan Marshall pour l'Afrique, fait l'objet d'une importante mobilisation des bailleurs de fonds. Le Canada y a déjà engagé 500 millions de dollars, dont 3 millions en appui aux activités de sensibilisation des populations africaines. Toutefois, l'appropriation du NEPAD par les populations africaines est restée jusqu'ici dans l'ordre des déclarations d'intention et il est souhaitable de développer une réflexion poussée en ce sens.
- 3 Le présent projet¹ répond à un tel souhait. Il se propose, par une analyse documentaire, des entretiens en profondeur et des séminaires de validation dans trois pays africains (le Bénin, le Sénégal et le Cameroun), d'examiner les approches communicationnelles

prises en œuvre pendant les cinq premières années du NEPAD pour le faire connaître et permettre aux populations africaines de se l'approprier. Cet examen se fera notamment à la lumière de deux modèles de communication pour le développement. Le premier est le modèle diffusionniste unidirectionnel associé à la théorie de la modernisation, qui était le paradigme dominant dans les années 1950 et 1960 (Lerner, 1958 ; Rogers, 1962 ; Schramm, 1966). Le deuxième est le modèle participatif lié à la théorie de la communication participative pour le développement, qui est devenue la norme depuis les années 1970 (Melkote et Steeves, 2001 ; Alexandre et Bessette, 2000 ; Bessette et Rajasunderan, 1996 ; Paquet-Sévigny, 1996). Outre la caractérisation des activités de sensibilisation au NEPAD, la contribution la plus importante du présent projet de recherche portera sur l'exploration d'une approche de communication qui puisse faire de cette initiative de chefs d'État africains un projet des populations et des acteurs du développement africain. Le modèle adapté au NEPAD devra tenir compte du rôle clé joué par les leaders africains et de la nécessité d'un soutien populaire au plan. Le modèle ne doit être ni élitiste ni populiste. Dans cette optique, il serait, par exemple, intéressant de voir dans quelle mesure l'approche communicationnelle du leadership participatif, développé en management (Gordon, 1995 ; Hermel, 1988), pourrait être explorée aux fins de la connaissance, de l'acceptation et de l'appropriation du NEPAD.

- 4 Le projet pourrait générer des contributions importantes tant sur le plan de l'évolution de la discipline de la communication pour le développement que sur le plan du développement de stratégies de communication qui favoriseraient le succès de programmes de coopération conçus dans le cadre du NEPAD. C'est pour cela que la diffusion des résultats de la recherche se fera, après des séminaires de validation, d'abord en direction des partenaires africains y ayant participé : milieux des affaires, membres de la société civile, responsables engagés dans les discussions et l'élaboration des politiques conçues dans le cadre du NEPAD et agents responsables de leur mise en œuvre. Les résultats de la recherche seront aussi diffusés dans les milieux académiques, par des conférences et des publications.

Problématique

- 5 Le développement de l'Afrique est un problème récurrent depuis la vague des indépendances nationales du début des années 1960. Les premières recherches sur le développement africain ont pris un accent sinon catastrophique, du moins pessimiste. Ainsi, sur le plan du développement et de la démocratie, on trouvait que les Africains, qui font partie des « damnés de la terre » (Fanon, 1961), ont pris un mauvais départ (Dumont, 1962). À un moment donné, on se demandait même si l'Afrique ne refusait pas le développement (Kabou, 1991). D'autres recherches expriment, par contre, des visions plus optimistes et proposent des moyens de transformer la pauvreté en richesse (Tévoédjèrè, 1978) et de vaincre l'humiliation imposée par cette pauvreté (Leonard, 2002 ; Tévoédjèrè, 2001). Il faut souligner que plusieurs plans ont été mis en place ces deux dernières décennies pour sortir l'Afrique du sous-développement. Le Plan d'action de Lagos, qui a été adopté avec beaucoup d'enthousiasme au début des années 1980 (Centre africain de recherche appliquée, 1983), n'a malheureusement pas eu les retombées prévues. La Commission économique pour l'Afrique, antenne régionale de l'ONU en Afrique, a aidé avec plus ou moins de succès à mettre en place le Programme d'action du Caire pour la relance du développement socioéconomique de l'Afrique². Le

Japon prend actuellement des initiatives dans le cadre de la Conférence internationale de Tokyo sur le développement en Afrique (TICAD)³. C'est dans ce contexte qu'a été lancé le Nouveau partenariat pour le développement de l'Afrique, plus communément appelé NEPAD (New Partnership for Africa's Development).

- 6 Le NEPAD est né de la fusion, d'une part, du Millenium African Plan (MAP), proposé par les présidents Thabo Mbeki de l'Afrique du Sud, Olusegun Obasanjo du Nigéria et Abdel Aziz Bouteflika de l'Algérie et, d'autre part, du Plan Oméga, proposé par le président sénégalais Abdoulaye Wade. L'objectif principal du NEPAD est d'enrayer la pauvreté en Afrique et de combler le fossé de développement qui sépare l'Afrique des pays développés, en lui donnant la part qui devrait lui revenir dans la mondialisation de l'économie, tout en la sortant du binôme crédit-aide qui caractérise ses programmes de développement. Dès sa conception, le NEPAD a suscité beaucoup d'enthousiasme dans les milieux des partenaires au développement, notamment lors des sommets des chefs d'État du G8 à Gênes (Italie en 2001) et à Kananaskis (Canada en 2002). Le Canada a même engagé immédiatement 500 millions de dollars dans un Plan d'action du G8 pour l'Afrique. Dans le domaine de la communication, le Canada prévoit

[...] trois millions de dollars sur trois ans pour appuyer les initiatives visant à faire mieux connaître aux Africains les principes et les objectifs du NEPAD, à promouvoir le dialogue public sur le partenariat et le programme de réformes exposés dans le NEPAD et à favoriser, de manière générale, les échanges entre les Africains et leurs gouvernements⁴.

- 7 Il est important que la société civile et les acteurs économiques africains, notamment, se reconnaissent dans le NEPAD, qui est dit être « [...] l'expression de l'engagement des dirigeants africains à traduire en actions concrètes les aspirations profondes des peuples africains » (point 53 du NEPAD).
- 8 Le développement nécessite la participation effective des populations bénéficiaires à la conception et à la réalisation des programmes et des projets qui les concernent (Aïdam, 2003). Le manque d'appropriation (Makolo, 1990) de ce plan-cadre de coopération par les acteurs clés du développement de l'Afrique pourrait résulter en une sorte de rejet ou de boycott des programmes et des projets qui en découlent (Culpeper, 2003 ; Ben Mammouda et Kassé, 2002 ; Bebbe-Njoh, 2002). Certains responsables d'organisations non gouvernementales parlent d'un « NEPAD des chefs d'État, fait par les chefs d'État et pour les chefs d'État » et proposent même un programme alternatif fondé sur les contributions réelles des peuples africains : « Programme de l'Afrique pour le Salut » (Origbede, 2003). Dans ces conditions, le sort du NEPAD risque de ressembler à celui des autres plans de développement de l'Afrique qui sont morts dans l'œuf. La collaboration des populations africaines à la réalisation des objectifs du NEPAD est aussi importante pour les pays bailleurs de fonds, dont le Canada, qui ont besoin de légitimer leur contribution devant leur opinion publique. Au Canada, le NEPAD n'a pas toujours bonne presse ; quelques titres sont évocateurs : « Développement de l'Afrique. Le NEPAD souffre d'un manque de crédibilité. Le G8 et les dirigeants africains ont négligé d'informer les citoyens » (*Le Devoir*, 2 mai 2002 : A2) ; « Des militants africains contre le NEPAD » (*La Presse*, 18 juin 2002 : A9) ; « Le G8 à Kananaskis. Le <sommet des pauvres> rejette le NEPAD » (*Le Devoir*, 27 juin 2002 : A2) ; « Much-touted reform plan means little to Africans » (*The Globe and Mail*, 27 juin 2002 : A7) ; « Où est passé le fameux NEPAD ? » (*Le Droit*, 30 mai 2003 : A19).

- 9 La recherche sur l'appropriation du NEPAD par les populations africaines soulève des problèmes théoriques qui doivent être situés dans les écrits scientifiques portant sur la communication pour le développement des pays dits du tiers-monde. À notre connaissance, aucune étude n'a encore été consacrée à la dimension communicationnelle du tout nouveau plan panafricain de développement qu'est le NEPAD.
- 10 Rappelons que trois principales théories de communication pour le développement ont été élaborées depuis les années 1950 : la théorie de la modernisation, la théorie de la dépendance et celle de la communication participative pour le développement. Ces trois théories peuvent-elles nous aider à comprendre la stratégie de vulgarisation du NEPAD ? Peuvent-elles aider à atteindre l'objectif de son appropriation ? N'y a-t-il pas lieu de recourir à un modèle plus adapté à la réalité du NEPAD ? C'est l'intérêt de l'approche communicationnelle que nous voulons explorer, celle du leadership participatif pour le développement en Afrique. Dans cette optique, *nous écartons tout de suite la théorie de la dépendance*, car bien qu'elle pose le diagnostic du sous-développement et dénonce les facteurs qui retardent le développement du Tiers-Monde (Baran, 1957 ; Freire, 1968 ; Dos Santos, 1970 ; Cardozo, 1972), elle ne débouche pas sur une proposition concrète ayant trait à l'approche de communication à privilégier pour résoudre les problèmes de développement. Il reste alors la théorie de la modernisation et celle de la communication participative pour le développement. Ces théories expriment trois niveaux de préoccupation : premièrement, elles proposent un modèle de développement ; deuxièmement, elles définissent le rôle que peut jouer la communication dans le développement ; troisièmement, elles indiquent la façon de communiquer ou de vulgariser les plans, programmes ou projets de développement. Dans le cadre du présent projet, nous ne nous intéresserons qu'au troisième niveau de préoccupation. Les deux premiers seront abordés dans une recherche ultérieure, mais il convient d'en parler brièvement ici afin qu'on puisse bien comprendre les modèles susceptibles de favoriser l'appropriation du NEPAD par les populations cibles.
- 11 Dans la *théorie de la modernisation*, qui est le paradigme dominant dans les milieux universitaires dans les années 1950 et 1960, le développement est perçu essentiellement comme un processus linéaire de croissance économique (Smith, 1776), qui doit se réaliser par étapes (Rostow, 1960) et par l'industrialisation, l'urbanisation et les investissements. On pense que le développement des technologies et des infrastructures conduirait à la croissance du revenu per capita. Soutenue par des chercheurs américains tels que Daniel Lerner (1958), Everett Rogers (1962) et Wilbur Schramm (1966), la théorie de la modernisation a donc pour postulat le transfert massif des capitaux, des technologies, du savoir-faire, de l'idéologie et de la culture sociopolitique des sociétés modernes occidentales développées vers les sociétés traditionnelles du Tiers-Monde sous-développées (Melkote et Steeves, 2001 ; Servaes, 1995).
- 12 Le NEPAD semble avoir abondé partiellement dans le sens de cette approche économique du développement. On trouve dans le texte constitutif adopté par les chefs d'État africains en octobre 2001 des références explicites à la théorie économique néolibérale et aux postulats de la théorie de la modernisation. Le NEPAD met l'accent sur la croissance économique (7 % par an sur 15 ans pour l'ensemble du continent), les infrastructures physiques (y compris l'industrialisation et surtout les nouvelles technologies de l'information et de la communication), les capitaux et les

investissements directs étrangers. Le NEPAD compte notamment sur un « partenariat » équilibré avec l'OCDE, le G8 et les institutions financières internationales. La philosophie économique et l'économie politique du NEPAD ont d'ailleurs été vivement critiquées par des chercheurs africains réunis au sein du NEPAD Scholars' Forum, tenu à Nairobi du 26 au 29 avril 2002 (Tandon, 2002).

- 13 Les approches communicationnelles qui sont liées au paradigme de la modernisation, sur le plan de la vulgarisation ou de la mise en œuvre des programmes de développement, sont essentiellement de type *top-down* ou unidirectionnel (Melkote et Steeves, 2001 ; Wilkins, 2000 ; Servaes, 1995 ; Miège, 1995 ; Weaver et Shannon, 1975 ; Schramm, 1966 ; Lerner, 1958), qu'il s'agisse de la diffusion des innovations (Rogers, 1962) ou même du *two-step flow of communication* (Katz et Lazarsfeld, 1955). Nous avons constaté, lors de nos observations directes tant à Libreville, au Gabon (fin mai 2002) à Cotonou, au Bénin (juin-août 2002), qu'à Yaoundé, au Cameroun (novembre et décembre 2004), que le NEPAD signifie différentes choses pour différentes personnes. Pour les uns, c'est un nouveau programme d'ajustement structurel. Pour les autres, c'est un produit de la mondialisation. Le NEPAD peut alors être perçu comme un plan de développement élaboré en conclave par les chefs d'État africains, imposé aux Africains et diffusé selon les modèles de la communication unidirectionnelle. Quoiqu'il en soit, même si la théorie de la modernisation peut être utilisée pour caractériser la politique et les stratégies de communication du NEPAD, elle ne peut pas permettre d'atteindre l'objectif de son appropriation.
- 14 Il restera à voir si la *théorie de la communication participative pour le développement* est celle qui est indiquée pour favoriser l'appropriation du NEPAD. Cette théorie définit le développement notamment en termes de satisfaction des besoins fondamentaux de l'être humain (se nourrir, se soigner, se loger, s'éduquer, se vêtir). Tout en reconnaissant le caractère interdépendant et varié des expériences de développement, elle prône cependant un processus de développement endogène et durable (Huesca, 2002 ; Servaes, 1995 ; Williamson, 1991). Elle opte pour une approche communicationnelle de type participatif *bottom-up* et non *top-down* (Melkote et Steeves, 2001 ; Bessette et Rajasunderan, 1996 ; Paquet-Sévigny, 1996 ; Mody, 1991 ; Mowlana, 1990 ; Bessette, 1993 ; Nair et White, 1987 ; Jayaweera, 1987), de type horizontal, interactif (Joshi, 2002) et bidirectionnel symétrique (Grunig, Grunig et Dozier, 2002). Il y a deux types de participation : la « participation as a means to achieve an end approach » et la « participation as an end in itself approach » (Melkote et Steeves, 2001). Dans la première approche, la participation n'est qu'un simple moyen pour atteindre des objectifs de développement déjà fixés. Il s'agit, en fait, de faire le marketing social de programmes ou de projets de développement presque coulés dans le béton. La communication est bidirectionnelle, mais asymétrique. La deuxième approche de participation, par contre, tient grand compte de l'identité culturelle, des besoins, des expériences et des contributions des populations locales tant dans la vulgarisation, la mise en œuvre et l'évaluation des programmes de développement, que dans leur conception et leur élaboration. La participation ici n'est pas un simple moyen, mais une fin en soi. Le besoin pour un individu d'avoir son mot à dire dans les décisions importantes qui touchent sa vie est tout aussi essentiel pour son développement que le fait pour lui de manger, de boire et de dormir. Dans ce cas, la participation devient une mesure du développement lui-même.

- 15 Lorsqu'on considère les premières réactions des divers acteurs de la société civile africaine par rapport au NEPAD, on pourrait penser que la démarche communicationnelle qui accompagne l'élaboration et le lancement du NEPAD ne semble pas être celle de la vraie communication participative pour le développement. Cette approche supposerait une implication réelle des populations en amont (dès la phase de conception) et en aval (mise en œuvre) des programmes de développement. Ce qui n'est pas le cas du NEPAD, qui demeure une initiative de chefs d'État africains que les populations doivent s'approprier. Le NEPAD, dans son état actuel, ne peut faire l'objet que de la deuxième approche de participation, celle qui ressemble au marketing social. Il est fort douteux qu'une telle approche conduise à son appropriation par des acteurs qui n'étaient pas associés à sa conception.
- 16 C'est pour cela que nous voulons explorer une autre piste théorique, celle dite du *leadership participatif* (Mahone, 2001) pour le développement. L'expression « leadership participatif » n'est pas nouvelle ; on l'employait déjà dans le domaine du management (Axley, 1996 ; Gordon, 1995 ; Hermel, 1988). Mais à notre connaissance, c'est la première fois qu'elle pourrait être utilisée pour le développement en contexte africain⁵. Il s'agit donc d'un domaine de recherche inexploré, d'une nouvelle approche qui n'existe pas encore dans les écrits scientifiques sur la communication et le développement. L'approche du leadership participatif pour le développement africain ne serait ni élitiste ni populiste. Elle ne consisterait pas à « inviter la base à se lever et à rencontrer le sommet », selon les termes d'un chef d'État africain. Il s'agirait plutôt pour le sommet du NEPAD de descendre à la base, pour engager une véritable communication avec les populations (jeunes, travailleurs, agriculteurs, syndicats, femmes, hommes), sans faire du NEPAD un fait accompli, une parole d'évangile. De notre point de vue, le NEPAD est une sorte de « Constitution du développement africain ». Sa légitimité est fonction du rôle qu'y joueront les peuples africains.

Méthodologie

- 17 L'appropriation du NEPAD sera au cœur de notre démarche méthodologique. L'appropriation peut se définir ici comme le fait pour les Africains de percevoir le NEPAD comme un plan de développement élaboré par les Africains pour les Africains, de connaître les caractéristiques clés du NEPAD, de s'y reconnaître, d'en être fiers et d'accepter d'œuvrer pour son succès. Pour évaluer cette appropriation, nous distinguerons entre deux catégories de répondants : d'une part, ceux que nous appellerons les initiateurs ou « émetteurs » du NEPAD et, d'autre part, les « récepteurs du NEPAD », c'est-à-dire les publics susceptibles de s'approprier le NEPAD (société civile et monde des affaires). Notre recherche sera essentiellement de type qualitatif. Elle pourrait être complétée plus tard, dans d'autres cadres, par des sondages de firmes spécialisées.
- 18 Du côté des « émetteurs » du NEPAD, nous procéderons par triangulation de méthodes de recherche (Yin, 2003 ; Laramée, 1991). Nous ferons une analyse documentaire (textes fondamentaux, discours officiels, etc.) et vingt entretiens en profondeur avec des informateurs clés (décideurs politiques et hauts fonctionnaires) dans trois pays africains (voir plus loin). Compte tenu du rôle de leadership joué par le Canada dans le NEPAD (mais le Canada doit plutôt être vu comme un accompagnateur du NEPAD), nous rencontrerons quelques hauts fonctionnaires du ministère des Affaires étrangères, de

la Coopération et du Commerce international, ainsi que les responsables du NEPAD à l'Agence canadienne de développement international (ACDI). L'observation documentaire et les différents entretiens en profondeur que nous réaliserons nous permettront de prendre connaissance de la politique et des stratégies de communication que les initiateurs du NEPAD ont adoptées tant au niveau national, régional que panafricain. Nous allons pouvoir les caractériser à la lumière de la théorie de la modernisation, de la théorie du développement participatif et de l'approche communicationnelle que nous voulons explorer, celle du leadership participatif en matière de développement.

- 19 *Du côté des « récepteurs » du NEPAD*, nous ferons aussi de l'analyse documentaire et des entretiens en profondeur. L'analyse documentaire portera, notamment, sur les critiques du NEPAD dans les écrits savants, les écrits institutionnels, les rapports statistiques et les articles publiés dans les médias. Nous catégoriserons ces critiques et dégagerons celles qui posent implicitement ou explicitement les problèmes de communication du NEPAD. En outre, nous ferons 45 entretiens en profondeur (à raison de 15 par pays) avec des informateurs clés, choisis dans le monde des affaires et dans la société civile. En ce qui concerne le monde des affaires, nous mènerons nos enquêtes auprès des responsables de chambres de commerce et d'associations professionnelles. En ce qui concerne la société civile, nous mènerons nos enquêtes surtout auprès d'informateurs clés des organisations non gouvernementales (ONG) et des milieux universitaires. Mentionnons que les difficultés d'enquête de terrain dans certains pays africains nous obligeront peut-être à envisager l'utilisation d'Internet pour joindre et consulter certains informateurs. Les questions que nous poserons aux répondants de la catégorie « récepteurs » seront de nature à vérifier leur appropriation du NEPAD. Ainsi, elles viseront à déterminer leur implication dans l'élaboration du NEPAD, leur degré de connaissance de ce plan (comment en ont-ils été informés, ont-ils recherché des informations supplémentaires, quelle compréhension en ont-ils ?), leur opinion sur ses objectifs, leur volonté de participer à sa mise en œuvre et leur opinion sur les retombées du NEPAD dans leur vie quotidienne. Ces répondants seront choisis en fonction de leurs intérêts par rapport à deux secteurs stratégiques du NEPAD : le secteur du commerce international et des investissements et le secteur des nouvelles technologies de l'information et de la communication. C'est pour cette raison que nous allons faire des entretiens en profondeur dans le monde des affaires et avec des informateurs clés qui sont des spécialistes de ces secteurs. Les premiers résultats de notre recherche devront être validés dans chacun des trois pays africains choisis par 10 experts réunis dans le cadre d'un séminaire de validation d'une journée.
- 20 Par ailleurs, il faut préciser que le NEPAD est un vaste programme concernant tous les pays africains. Il ne serait pas réaliste de mener d'un seul coup une étude sur toute l'étendue du continent. C'est pourquoi nos recherches sur le terrain se dérouleront seulement dans deux pays de l'Afrique de l'Ouest (le Bénin et le Sénégal) et dans un pays de l'Afrique centrale (le Cameroun). Une enquête auprès des acteurs du développement en Afrique du Sud, pays qui accueille le secrétariat du NEPAD, serait tout aussi intéressante, mais cela nous paraît trop ambitieux en termes de budget de recherche. Ce pays pourrait être pris en compte dans une autre étude prolongeant la présente recherche.

BIBLIOGRAPHIE

- AXLEY, Stephen R. (1996), *Communication at Work : Management and the Communication-Intensive Organization*, Wesport, Connecticut, Quorum Books.
- BARAN, Paul (1957), *The Political Economy of Growth*, New York, Monthly Review Press.
- BESSETTE, Guy, et C. V. RAJASUNDERAN (1996), *La communication participative pour le développement : un agenda ouest-africain*, Ottawa, CRDI.
- BESSETTE, Guy (1993), « Communication pour le développement et transfert des connaissances : au-delà des pratiques émetteur-récepteur », *Communication*, 14(2), p. 137-168.
- CARDOSO, Fernando Henrique (1972), « Dependency and development in Latin America », *New Left Review*, n° 74 (July-August).
- DOS SANTOS, Theotonio (1970), « The structure of dependency », *American Economic Review*, 60(21), p. 231-236.
- DUMONT, René (1962), *L'Afrique noire est mal partie*, Paris, Éditions du Seuil.
- FANON, Frantz (1961), *Les damnés de la terre*, Paris, Éditions La Découverte.
- FOUNOU-TCHUIGOUA, Bernard (2002), « Le Nepad, ou le défi du rattrapage ». Communication au African Scholars' Forum, Nairobi, Kenya, 26-29 juin.
- FREIRE, Paulo (1968), *Pedagogy of the Oppressed*, New York, Herder and Herder.
- G6B PEOPLE'S SUMMIT (2002), « G6B Recommendations for G8 Leaders », Calgary, 25 juin, [En ligne], <http://www.g6bpeoplesummit.org/frames/content.html>
- GORDON, Thomas (1992), *Leaders efficaces : communication et performance en équipe*, Montréal, Le Jour & L'Actualisation inc.
- GRUNIG, James, Larissa GRUNIG et David DOZIER (2002), *Excellent Public Relations and Effective Organizations : A Study of Communication Management in Three Countries*, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates inc.
- HERMEL, Philippe (1988), *Le management participatif : sens, réalités, actions*, Paris, Éditions d'Organisation.
- HUESCA, R. (2002), « Participatory approaches to communication and development », dans W. B. GUDYKUNST et Bella MODY (dir.), *Handbook of International and Intercultural Communication*, Thousand Oaks, Sage, p. 499-518.
- INKELES, Alex (1974), *Becoming Modern : Individual Change in Six Developing Countries*, Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press.
- JAYAWEERA, Neville, et Sara AMUNUGAMA (1987), *Rethinking Development Communication*, Singapore, AMIC.
- JOSHI, Ila (2002), « Participatory development communication », article publié sur le site Internet du réseau ORBICOM (Université du Québec à Montréal), le 19 juin 2002. [En ligne], http://www.orbicom.uqam.ca/in_focus/columns/en/archives/1999_mai.html
- KABOU, Axelle (1991), *Et si l'Afrique refusait le développement*, Paris, L'Harmattan.
- KATZ, Elihu, et Paul F. LAZARSFELD (1955), *Personal Influence : The Part Played by People in the Flow of Communication*, Glencoe (Ill.), Free Press.

- LARAMÉE, Alain, et Bernard VALLÉE (1991), *La recherche en communication : éléments de méthodologie*, Sillery, Presses de l'Université du Québec.
- LERNER, Daniel (1958), *The Passing of Traditional Society : Modernizing the Middle East*, New York, Free Press.
- MAGREBI, Mouhammed (1980), « Vers un nouvel ordre de l'information : la collaboration entre les agences de presse africaines », *Communication*, 3(2), p. 57-65.
- MASMOUDI, Moustapha (1979), « Third world news and views : The new World information order », *Journal of Communication*, 29(2), p. 172-185.
- MCCLELLAND, David (1961), *The Achieving Society*, New York, Free Press.
- MELKOTE, Srinivas, et Leslie STEEVES (2001), *Communication for Development and Empowerment in the Third World : Theory and Practice*, New Delhi/Newbury Park/London, Sage Publishers.
- MIÈGE, Bernard (1995), *La pensée communicationnelle*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- MODY, Bella (1991), *Designing Messages for Development Communication : An Audience Participation-Based Approach*, New Delhi, Sages Publications.
- MOUMOUNI, Charles (1997a), « Communication et développement : état de la question et enjeux ». Mémoire de maîtrise, Québec, Université Laval.
- MOUMOUNI, Charles, et Michel BEAUCHAMP (1997b), « Médias et développement international : de la modernisation à la globalisation », *ESJ-Lille, Les Cahiers du journalisme*, n° 3, p. 160-188.
- MOWLANA, Hamid, et Laurie WILSON (1990), *The Passing of Modernity : Communication and the Transformation of Society*, White Plain, New Jersey, Longman.
- NAIR, K. S., et Shirley A. WHITE (1987), « Participation Is the key to development communication », dans Chandra SHARMA (dir.), *Média, Communication, and Development*, Jaipur, Rawat Publications, p. 36-40.
- NOLEN, Stephanie (2002), « Much-touted reform plan means little to Africans : More Canadians know about <partnership> among nations than those it's meant to help », *The Globe and Mail*, 27 juin, p. A7.
- PAQUET-SÉVIGNY, Thérèse (dir.) (1996), *Communication et développement international*, Québec, Presses de l'Université du Québec.
- ROGERS, Everett M. (dir.) (1962), *Diffusions of Innovations*, New York, Free Press of Glencoe.
- ROGERS, Everett M. (dir.) (1969), *Modernizing Among Peasant : The Impact of Communication*, New York/Montréal, Holt, Rinehart and Winston.
- ROGERS, Everett M. (dir.) (1976), *Communication and Development : Critical Perspectives*, Beverly Hills, Sage.
- ROSTOW, Walter Whitman (1960), *The Stages of Economic Growth : A Non Communist Manifesto*, Cambridge, Massachusetts, Cambridge University Press.
- SCHRAMM, Wilbur (1966), *L'information et le développement national : le rôle de l'information dans les pays en voie de développement*, Paris, Unesco.
- SERVAES, Jan (1995), « Development communication – for whom and for what ? », *Communicatio*, 21(1), University of South Africa Press, [En ligne], <http://www.unisa.ac.za/dept/press/comca/211/servaes.html>

SMITH, Adam (1776), *The Wealth of Nations*, Random House, Inc. ; version électronique disponible, [En ligne], www.marxists.org

TANDON, Yash (2002), « NEPAD and FDI : Symmetries and contradictions ». Communication au NEPAD Scholar's Forum, Nairobi (Kenya), 26-29 avril. [En ligne], <http://www.worldsummit2002.org/texts/YashTandon.pdf>

TÉVOÉDJRÈ, Albert (1978), *La pauvreté, richesse de mon peuple*, Paris, Éditions Économie et humanisme.

TÉVOÉDJRÈ, Albert (2002), *Vaincre l'humiliation*, 2^e éd., Rapport de la Commission indépendante sur l'Afrique et les enjeux du 3^e millénaire, PNUD.

WEAVER, Warren, et Claude SHANNON (1975), *La théorie mathématique de la communication*, Paris, Retz.

WILKINS, K. (dir.) (2000), *ReDeveloping Communication For Social Change : Power, Theory, and Practice*, Boulder, Rowman & Littlefield Publishers, Inc.

WILLIAMSON, H.A. (1991), « The fogo process : development support communications in Canada and the developing world », dans F. CASMIR (dir.), *Communication in Development*, Norwood, Ablex, p. 270-287.

YIN, Robert K. (1994), *Case Study Research : Design and Methods*, 2nd ed, Thousand Oaks (CA), Sage.

Ressources Internet sur le NEPAD (au 8 octobre 2003)

AFRICA ACTION (ONG) – ACCRA DECLARATION ON DEVELOPMENT [En ligne], <http://www.africaaction.org/docs02/accr0204.htm> [En ligne], http://www.africa.upenn.edu/Urgent_Action/apic-050202.html

AÏDAM, Célestine Akuavi (2003), « NEPAD et genre : quelle contribution des femmes africaines pour une meilleure participation au développement à la base ? ». Rencontres du Réseau africain sur le développement intégré (RADI) à Dakar, 24-26 février [En ligne], <http://www.radi-afrique.org/nepad/programme.htm>

BAD – STATEMENT BY GOVERNOR FOR Canada [En ligne], <http://www.afdb.org/knowledge/speeches2001/statement-gov-canada-am2002e.htm>

CANADIAN COUNCIL FOR INTERNATIONAL CO-OPERATION – AFRICA-CANADA FORUM ON NEPAD [En ligne], <http://www.web.net/~iccaf/debtsap/nepadafricacdaforum.htm>

CHRÉTIEN, Jean, *Canada Helps Build New Partnerships with Africa* [En ligne], http://www.pm.gc.ca/default.asp?Language=E&Page=newsroom&Sub=NewsReleases&Doc=africa.20020627_e.htm

CHRÉTIEN, Jean, *Canada Summary of G8 Kananaskis Summit*, [En ligne], <http://www.planetark.org/dailynewsstory.cfm/newsid/16626/story.htm>

COMMISSION ÉCONOMIQUE POUR L'AFRIQUE [En ligne], http://www.uneca.org/fr/fr_main.htm Page consultée le 8 octobre, 2002.

CONFÉRENCE SUR LE FINANCEMENT DU NEPAD [En ligne], http://www.nepadsn.org/french_version/index_french.html

HEINRICH BÖLL FOUNDATION, *African Scholar's Forum – Executive Summary*, [En ligne], <http://www.worldsummit2002.org/texts/NEPAExecSummaryFinal.pdf>

INTER-CHURCH COALITION ON AFRICA, *NGOs Statement on NEPAD*, [En ligne], <http://www.web.net/~iccaf/debtsap/nepad.htm>

MAHONE, James P. (2001), « Participatory Leadership in Successful Rural Community », *Canadian Society of Extension*, July 9-11, [En ligne], http://www.uoguelph.ca/~csext/CSE%202001%20archive/abstracts/jim_mahone.html

MENNONITE CENTRAL COMMITTEE, *The Kananaskis G8 Summit*, [En ligne], <http://www.mcc.org/canada/ottawa/G8/nepad.html>

MONEYWEB, ITC and NEPAD [En ligne], <http://m1.mny.co.za/mnsbx.nsf/Current/C2256B190030A01742256BA400393BDC?OpenDocument>

MWAURA, Peter, « L'Afrique à l'heure de Tokyo », *Afrique Relance*, Nations Unies, [En ligne], <http://www.un.org/french/ecosocdev/geninfo/afrec/vol12no1/ticadfr.htm>

NEPAD, Home Page [En ligne], <http://www.nepad.org/>

NEPAD, Home Page. Action Plan, [En ligne], <http://www.nepad.org/pdf/Doc003.pdf>

NEPAD, *Scholar's Forum*, [En ligne], <http://www.worldsummit2002.org/index.htm> [En ligne], <http://www.worldsummit2002.org/activities/nepadforum.htm>

ORIGBEDE, M. O. (2003), « Promotion du développement populaire dans le cadre du NEPAD : stratégie d'appropriation du NEPAD par la société civile ». Rencontres du Réseau africain sur le développement intégré (RADI) à Dakar, 24-26 février, [En ligne], <http://www.radi-afrique.org/nepad/programme.htm>

PEOPLE'S SUMMIT, *G6B Statement of Recommendations*, [En ligne], <http://www.g6bpeoplesummit.org/>

SOMMET DU G8 À KANANASKIS, *G8 Africa Action Plan*, [En ligne], http://www.g8.gc.ca/kan_docs/afraction-e.pdf

SOMMET DU G8 À KANANASKIS, *Nouvelles initiatives canadiennes pour l'Afrique*, [En ligne], <http://www.g8.gc.ca/statements/20020627-f.asp?id=1> Page consultée le 9 octobre, 2002.

SOUTH AFRICAN PRESS ASSOCIATION, *Nepad Not Just About Money, Says G8 Official*, [En ligne], <http://www.web.net/~iccaf/debtsap/nepadg8official.htm>

TÉVOÉDJRÈ, Abert, *Millénaire pour l'Afrique*, [En ligne], <http://www.tevoedjre.net/tevfr/KITINFO.doc>

THE GLOBE AND MAIL, *Much-Touted Reform Plan Means Little to Africans*, [En ligne], <http://www.globeandmail.com/servlet/ArticleNews/printarticle/gam/20020627/UNEPAN>

THE HILL TIMES, *The 800 Million Africans Deserve Better Treatment*, [En ligne], <http://www.thehilltimes.ca/hilltimes/bhupinder.html>

UNICEF CANADA, *Statement on NEPAD*, [En ligne], <http://www.unicef.ca/eng/travail/g8Summit/nepadResponse.html>

WHELAN, Susan, *Canada and Africa : A New Partnership*, [En ligne], <http://www.sarpn.org.za/NEPAD/may2002/whelan.pdf>

NOTES

1. Ce projet de recherche est financé par le Conseil de recherches en sciences humaines du Canada (CRSH), 2004-2007.
2. Voir le site de la Commission économique pour l'Afrique [En ligne], http://www.uneca.org/fr/fr_main.htm Page consultée le 8 octobre, 2002.

3. Voir Mwaura.
 4. Voir le document « Nouvelles initiatives canadiennes pour l'Afrique » sur le site consacré au Sommet du G8 à Kananaskis [En ligne], <http://www.g8.gc.ca/statements/20020627-f.asp?id=1> Page consultée le 9 octobre, 2002.
 5. Le développement participatif a été déjà utilisé par un chercheur de l'Université de Guelph (Ontario) pour décrire le fonctionnement de certaines organisations de communautés rurales : voir Mahone.
-

INDEX

Keywords : Africa, Benin, Cameroon, development, NEPAD, Senegal

Mots-clés : Afrique, Bénin, Cameroun, développement, NEPAD, Sénégal

Palabras claves : Africa, Benin, Camerún, desarrollo, NEPAD, Senegal

AUTEUR

CHARLES MOUMOUNI

Charles Moumouni est professeur au Département d'information et communication, Université Laval, Québec. Courriel : charles.moumouni@com.ulaval.ca

La théorie des jeux et la pensée en réseau. Dynamique hypertextuelle et réticulaire

Jean-N. de Surmont

My dictionary defines « artificial » as, « Produced by art rather than by nature ; not genuine or natural ; affected ; not pertaining to the essence of the matter ».

Herbert Simon, *The Science of Artificial*.

- 1 Depuis quelques années, les questionnements sur les technologies de l'information et de la communication TIC ont donné lieu à une profusion de publications sur support papier et électronique concernant, d'une part, l'avenir de l'imprimé et, d'autre part, les dimensions économiques, sociales, linguistiques et épistémologiques des modes de communication digitale. Au sein de cet environnement, les perspectives herméneutiques et heuristiques ouvertes par la dimension hypertextuelle corollaire au texte multilinéaire invitent à une réflexion sur la pensée en réseau, sur les réseaux eux-mêmes et sur les dimensions théoriques de la navigation hypertextuelle. Divers outils supradisciplinaires et, en quelque sorte, paradigmatiques vont donner lieu à des interprétations enrichissant le point de vue sur l'hypertexte. Dans les prochaines pages, nous allons caractériser le texte multilinéaire dit « circulaire » (Rojo et Cabré, 1996) aussi nommé le « texte tabulaire » (Vandendorpe, 1999)¹. Nous allons aussi conceptualiser l'hypertexte et la pensée paradigmatique en évoquant quelques points de ressemblance entre les propriétés de la navigation hypertextuelle et la théorie des jeux.

Du texte linéaire au texte multilinéaire

- 2 La naissance du texte linéaire imprimé avait, aux XV^e et XVI^e siècles, contribué à la fixation de l'orthographe, donc à la disparition progressive des variantes orthographiques et morphologiques qui étaient le fait d'une société d'oralité primaire. Le texte imprimé se constitue d'un centre unique et d'une logique phraséologique et

sémantique progressive allant du moins vers le plus avec une introduction, un développement et une conclusion. Cette linéarité du développement du texte n'empêche pas l'existence des gloses au Moyen Âge, puis l'apparition du titre à la Renaissance. Plusieurs procédés de présentation textuelle annoncent la naissance de l'hypertexte comme le titrage et le sous-titrage journalistiques, les notes de bas de page, les renvois analogiques, les corrélats encyclopédiques. Dans les années 1930 et 1940, Vannevar Bush s'intéresse à la gestion de l'information et développe le microfilm. Il sera le premier à conceptualiser l'hypertexte en développant la notion de « trails ».

- 3 L'innovation du *microfilm rapid selector* de Bush permet de solliciter semi-automatiquement et de visualiser les anciens résultats d'une recherche. Au début des années 1950, Bush cherche toujours une façon de créer une machine analogue aux mécanismes que le cerveau humain utilise pour stocker, catégoriser et interroger l'information. La machine conceptualisée par Bush, Memex, tient son nom du fait qu'elle améliore la puissance de la mémoire humaine et l'association. Sa caractéristique essentielle est de lier deux éléments entre eux. Ted Nelson, dans la foulée, reprend les mêmes objectifs que Bush et développe l'hypertexte :

In Bush's trails, the user had no choices to make as he moved through the sequence of items, except at an intersection of trails, with computer storage, however, no sequence need to be imposed on the material; and instead on simply storing materials in their order of arrival or of being noticed, it will be possible to create overall structures of greater useful complexity (Nelson, 1991 : 253).

Le texte multilinéaire

- 4 Nelson, alors professeur de sociologie, crée en 1965 le terme « hypertexte » inspiré des travaux de l'ingénieur Bush, et nourrit sa réflexion en se basant sur des expériences cinématographiques. L'analogie entre le film et l'hypertexte est propice au logiciel interactif et à l'affichage digital, en continu. Nelson affirme à ce sujet : « Any interactive software, from video games to office software is literally a branch of cinema. The design of electronic media is not technology but a very special art form » (Nelson, <http://www.sfc.keio.ac.jp/~ted/>).
- 5 Ainsi, sauf exception (Nelson, 1990 : 10), l'hypertexte est une technique qui supporte aussi les interfaces multimédias comme les graphiques, la vidéo et le son alors que les cédéroms utilisent en général plus de fonctionnalités hypermédias².
- 6 Le rapprochement entre la projection filmique et l'affichage d'un site comprenant des fonctionnalités hypermédias est intéressant dans la mesure où l'on peut considérer l'hypertexte à la fois comme un processus et comme le résultat d'une série de fragments textuels plus ou moins dépendants les uns des autres. Mais le film et le microfilm sont imprimés sur une pellicule fixe et localisée alors que la page hypertexte est enregistrée sur disque dur sans localisation définitive des informations.
- 7 Les déplacements par association que permettent certains logiciels comme Régate apportent aux experts de nouveaux modes de recherche d'information et d'apprentissage. La recherche d'information ne se fait plus uniquement à partir des éléments dont l'expert a connaissance, mais aussi à partir des concepts qui sont réellement présents dans la base (Léveillé, 2000).
- 8 Par ailleurs, l'hypertexte est essentiellement lié à la pensée en réseau, une pensée *réticulaire-relationnelle* qui se décompose en autant d'éléments que des arcs qui lient les

nœuds entre eux forment des graphes. Non seulement peut-on comparer le fragment cinématographique à l'affichage hypertextuel, mais en outre, on peut comparer la théorie des jeux en mathématiques aux fondements des stratégies de navigation sur la toile. La compréhension du paradigme de navigation se fait en se basant sur les options successives des relations entre les nœuds du réseau exécuté par l'internaute et assimilable aux déplacements d'un joueur de jeu d'échecs. L'espace non linéaire permet de permuter les nœuds, de modifier les paradigmes, comme tout autant de stratégies de jeux. Il y a tout autant de paradigmes de navigation qu'il y a d'internautes, car une même stratégie de navigation peut donner lieu à une sélection de traits sémantiques divergents. Herbert Simon affirme : « They seek to define the decisions that would be substantively rational in the circumstances defined by the outer environment » (1996 : 23).

- 9 Christian Vandendorpe caractérise le concept d'hypertexte en ce qu'il permet « le dévoilement par le locuteur des éléments d'information que ce dernier juge nécessaires. Cette caractéristique situe l'hypertexte dans une pragmatique de l'interactivité » (1999 : 90).
- 10 Ces deux citations traduisent des concepts élémentaires de la théorie des jeux en ce qu'elles évoquent notamment la question de l'historicité des déplacements³ et le fait d'avoir ou non une information complète et parfaite sur un autre joueur (Haurie et Krawczyk, 2003 : 14).
- 11 Il est évident qu'un déplacement symétrique de la part des internautes et des parcours de lecture ne signifient pas forcément qu'il y ait des configurations herméneutiques similaires. Le retour vers un site Web antérieur rompt le schéma de la linéarité progressive et du même coup, celui auquel nous a habitué la pensée historique occidentale. De plus, la rétroversion d'un site vers un autre (sur le plan logique, il s'agit d'une inférence) ou vers le lieu de partance différent (le paradigme épistémique de départ) pour arriver vers un site similaire à un autre internaute témoigne d'une pratique que je nomme le « déplacement symétrique inversé » ou « convergeant ». Cette pratique conduit à sélectionner sur le parcours de navigation des éléments d'information différents (en empruntant parfois le chemin le plus court, problème typique de la théorie des graphes) avant d'arriver à un nœud commun équivalent à une position spatiale similaire.

Notion de paradigme

- 12 Les études épistémologiques d'abord puis les sciences humaines en général ont largement diffusé les idées de Karl R. Popper et de Thomas Kühn. Le premier a théorisé les principes méthodologiques d'une recherche scientifique dont les fondements ont trouvé des applications en criminologie, en sociologie et dans les sciences sociales en général. En effet, la conduite d'une démarche empirique implique l'émission d'hypothèses dont la propriété est leur falsifiabilité. En raison de sa nature imparfaite, une hypothèse est toujours susceptible de cheminer entre un raisonnement logique de type inductif ou de type déductif par la voie d'une inférence notamment. D'ailleurs, ces types de raisonnement sont de nos jours automatisés à des fins d'application en intelligence artificielle et en traitement automatique des langues.
- 13 La falsifiabilité d'une proposition relève en partie de son interactivité avec d'autres hypothèses liées à des récentes découvertes ou à d'autres facteurs. Le fait qu'elle soit

validée ou invalidée par une communauté scientifique témoigne de son appartenance au paradigme dominant d'une époque. J'emprunte le mot « paradigme » dans le sens où Kuhn l'a employé, c'est-à-dire l'ensemble des hypothèses partagées par une communauté scientifique en un lieu et en une époque donnés. Si cette notion de paradigme trouve une application dans la pluralité des usagers d'Internet (que l'on peut par exemple vérifier par la fréquence de connexion à un site Web), en revanche la dimension cognitive n'est pas toujours sous-entendue dans le concept de Kuhn. De plus, Gerhard Budin fait remarquer que les disciplines des sciences humaines, contrairement aux sciences naturelles comme la physique,

[...] do not have any predominant paradigm (in the sense of T. S. Kuhn) but rather a plurality of theories, hypotheses, schools of thought etc. concerning the same « objects » This means that several differing concepts are formed about the same object according to the framework of the respective theory (1991 : 338).

- 14 D'ailleurs, Kuhn lui-même, dans sa seconde édition de *The Structure of scientific revolution*, avait modifié sa conception de paradigme préférant le terme « disciplinary matrix », ce qui semblerait à priori plus approprié pour notre application dans la recherche d'information parce qu'il permet des appréciations et des investissements heuristiques différents selon les disciplines et les sous-disciplines. Cependant, nous continuerons d'employer le terme « paradigme » en spécialisant son emploi à l'activité de l'internaute ou à toute activité informatique nécessitant la prise de décisions impliquant le passage d'un nœud à un autre.
- 15 Si je préfère conserver l'usage du terme « paradigme », c'est que je lui confère une application individuelle. Le paradigme de navigation correspond au programme heuristique, sémiotique et herméneutique d'une seule entité, d'un seul joueur ou d'un seul point de vue épistémique sur un objet. Bien qu'il soit possible d'adopter une vision intertextuelle qui confronte différents groupes de points de vue, l'approche paradigmatique adopte une vision individualiste où, par analogie, l'on peut comparer la stratégie de navigation à celle des décisions prises au cours de jeux ou à la formulation d'hypothèses liées à des prises de décision. Cette notion rattachée au terme « paradigme » me semble d'autant plus importante que l'un des reproches récurrents faits à l'environnement Internet, c'est de fournir une masse d'information dont l'internaute n'est pas toujours à même de juger la valeur. La démarche cognitive d'Internet suscite de nombreux débats, car naviguer sur le Web consiste aussi à s'imprégner d'une culture de gestion de l'information.

Centre et périphérie

- 16 Si nous adoptons une perspective individuelle du paradigme de navigation, il devient dès lors important de mettre en relief le fait que la dimension polyédrique du nœud hypertextuel relève aussi d'une construction intertextuelle multilinéaire. La multiplicité des discours sur un même objet (donc des paradigmes d'approche) implique que « hay pues, una conciencia clara de que todo texto está ligado a un contexto y a una intertextualización, y esto no es de modo estático, sino vivo y cambiante » (Royo, 2002 : 3).
- 17 L'information sur le Web, dynamique, est organisée de manière non structurée par sa dimension multilinéaire même si l'on peut la représenter graphiquement par une

arborescence. La multiplicité des paradigmes de navigation fait d'ailleurs état de la non-existence d'un centre et d'une périphérie. Gadamer écrit :

[...] le terme de structure veut dire qu'il n'y a pas d'abord une cause et ensuite un effet mais qu'il s'agit au contraire d'un jeu commun d'effets. C'est ainsi que Wilhelm Dilthey fait intervenir un autre concept, qui a été pour moi d'une grande importance, à savoir le concept d'un « système d'effets » (Wirkungszusammenhang) qui vise non pas la distinction entre cause et effet, mais la mise en évidence de ce qui lie les uns aux autres des effets qui sont tous en relation mutuelle (2001 : 29).

- 18 Si l'usage du terme « organisation » nous semble plus juste pour traiter de la disposition non linéaire et non séquentielle que celui de « structure », les affirmations de Gadamer et Dilthey nous semblent quant à elles tout à fait appropriées.
- 19 L'interconnexion des savoirs par le réseau confère à la toile une dimension universelle. Le dynamisme de celle-ci est lié à sa nature expansive en même temps que virtuelle. Ainsi, le déroulement progressif du support imprimé dans lequel le tout ne se dévoile qu'à la fin est supplanté par un affichage digital où il n'y a plus de centre préétabli, où le tout se manifeste dans la diversité. C'est d'ailleurs ce qui fait de la toile un élément constitutif de la pensée réticulaire. Pour l'architecte qui prend part à la conception hypertextuelle et à la fabrication d'un site, faisant souvent l'objet de changements⁴, cela constitue un ensemble de prises de décision relatives à la résolution de problème de recherche d'information, donc de positionnements sur la toile susceptibles d'être repérés par un internaute, et ce, d'autant plus que son site sera indexé sur des moteurs de recherche. Plusieurs emprunts métaphoriques dans la terminologie relative à la navigation hypertextuelle s'expliquent par les similitudes entre le fait d'opter pour des stratégies d'optimisation des déplacements semblables à ceux que l'on retrouve dans la navigation maritime : repérage d'un cadre de navigation qui tiendra compte des bascules de vents, des vent favorables, des adonnantes plutôt que des refusantes et des phénomènes microclimatiques qui vont influencer sur les trajectoires à suivre par les régatiers.

Conclusion

- 20 Pragmatiquement, l'hypertexte consiste en une liste de titres, d'unités hypertextuelles (ou nœuds) sur lesquels l'internaute clique pour pouvoir faire afficher le contenu. Lorsque vous et moi naviguons sur la toile, notre séance de navigation est donc soumise à des épisodes de lectures linéaires. On nous répète en outre que nous naviguons au sein d'un texte circulaire. Pourtant, l'absence de marqueurs, de centre et de périphérie, de début et de fin n'implique pas forcément une vision circulaire de l'organisation de l'information.
- 21 L'internaute construit son paradigme de navigation à l'aide d'une disposition préconstruite sur le Web. Certes, l'organisation hypertextuelle de la pensée s'oppose à l'expérience univoque et linéaire. L'innovation du microfilm résidait dans le fait qu'il permettait non seulement de réduire l'espace de stockage, donc de minimiser et de rentabiliser la gestion de l'information, mais aussi qu'il s'inscrivait dans une étape importante sur le plan social et culturel dans nos sociétés postmodernes, à savoir l'expérience fragmentée. À ce sujet, Thomas De Koninck affirme ceci : « [m]ais le

problème central demeure la fragmentation de la vision sociale, qu'aggrave l'influence d'expériences fragmentaires entretenues par les médias, télévision en tête » (2000 : 42).

- 22 Évitions aujourd'hui de nous plonger dans le débat éthique sur la pensée fragmentaire. Considérons l'hypertexte comme un processus interactif de pensée en réseau plutôt qu'un simple outil médiatique permettant une économie d'espace de stockage des informations. Enfin, considérons que l'internaute investit dans des mécanismes heuristiques de type relationnel réticulaire et, de surcroît, universel du savoir.

BIBLIOGRAPHIE

BUDIN, Gerhard (1991), « The application of terminology-based knowledge data bases in the humanities and the social sciences and its impact on research methods », dans Heinrich BEST, Ekkehard MOCHMANN et Manfred THALLER (dir.), *Computer in the humanities and the social sciences achievements of the 1980s, Prospects for the 1990s ; Proceedings of the Cologne Computer Conference 1988, Uses of the Computer in the Humanities and Social Sciences held at the University of Cologne, September 1988*, K. G. Saur, München, p. 337-342. [Aussi publié dans *Infoterm*, 16-88].

DE KONINCK, Thomas (2000), *La nouvelle ignorance et le problème de la culture*, Paris, Presses universitaires de France.

GADAMER, Hans-Georg (2001), *Au commencement de la philosophie, pour une lecture des Présocratiques*, Paris, Seuil.

HAURIE, A., et J. B. KRAWCZYK, *An Introduction to Dynamic Games*, [En ligne], www.ecolo-info.unige.ch/~haurie/fame/game.pdf

LÉVEILLÉ, V. (2000), « De l'organisation des données dans les systèmes d'information. Réalisation d'un outil de gestion de données hétérogènes et formelles appliqué à la veille technologique ». Thèse de doctorat, Marseille, Université d'Aix-Marseille III. [En ligne], <http://193.51.109.173:81/intranet/Public/memoires.html> Page consultée novembre 2003.

NELSON, Ted (1991), « As we will think », dans James M. NYCE and Paul KAHN (dir.), *From Memex to Hypertext : Vannevar Bush and the Mind's Machine*, Boston, Academic Press Boston, p. 245-260.

NIELSON, Jakob (1990), *Hypertext & Hypermedia*, Boston, Academic Press.

ROJO, Arcadio (2002), « El conflicto entre el texto multilineal (hipertexto) y el texto unilineal. Fundamentos antropológicos y filosóficos », *El catablepas, revista crítica del presente*, n° 8, octobre 2002, [10] p. [Impression papier]. [En ligne], www.nodulo.org/ec/2002/n008p15.htm Page consultée novembre 2003.

SIMON, Herbert Alexander (1996), *The Science of Artificial*, Cambridge, MIT Press.

VANDENDORPE, Christian (1999), *Du papyrus à l'hypertexte : Essai sur les mutations du texte et de la lecture*, Montréal/Paris, Boréal/La Découverte.

NOTES

1. Texte dans lequel l'information est spatialisée et permet à l'œil de s'arrêter à l'endroit qu'il désire et au lecteur de pointer à l'endroit qu'il veut.
 2. Lorsque des nœuds contiennent des images, des sons, des animations, des simulations, des séquences vidéo, etc., on parle aussi d'hypermédia.
 3. La fonction de retour se rattache à la notion de *perfect recall* qui consiste à se remémorer tous les déplacements antérieurs.
 4. Les liens entre les nœuds peuvent être modifiés de telle manière que l'organisation et les contenus de l'hypertexte peuvent évoluer dynamiquement.
-

INDEX

Mots-clés : théorie des jeux, hypertexte, réseaux, paradigme, digital

Palabras claves : teoría del juego, redes, hipertexto, paradigma, digital

Keywords : game theory, networks, hypertext, paradigm, digital

AUTEUR

JEAN-N. DE SURMONT

Jean-N. de Surmont est chercheur autonome (Bruxelles). Courriel : jdesurmont@yahoo.fr

Lectures

Nicolas BOURRIAUD, *Esthétique relationnelle* (2001) et *Postproduction* (2003)

Dijon, Les Presses du réel, 2001 et 2003

Yveline Montiglio

RÉFÉRENCE

Nicolas BOURRIAUD (2001), *Esthétique relationnelle*, Dijon, Les Presses du réel. Nicolas BOURRIAUD (2003), *Postproduction*, Dijon, Les Presses du réel.

- 1 Critique d'art et codirecteur du Palais de Tokyo à Paris, Nicolas Bourriaud a à son actif de nombreuses expositions en tant que curateur. Il est également le fondateur de la revue Documents sur l'art, dont il a été le directeur de 1992 à 2000. Il nous propose deux livres qui ont fait l'objet de traductions en plusieurs langues. *Postproduction* est la version française de *Postproduction*, paru en anglais en 2001 aux Éditions Lukas & Sternberg.
- 2 Si *Esthétique relationnelle* et *Postproduction* sont présentés conjointement, c'est qu'ils forment les deux volets d'une même réflexion sur l'évolution des pratiques artistiques en fonction de l'« espace mental mutant qu'ouvre pour la pensée le réseau Internet » (2003 : 6).
- 3 Dans un contexte sociétal où les relations interhumaines sont moins vécues directement que par l'entremise de leurs représentations, la question que pose Bourriaud est de savoir s'il est possible pour l'art d'aujourd'hui de créer des rapports directs au monde alors qu'il est issu d'un domaine historiquement dévolu à leurs « représentations » (2001 : 9). La réponse apportée est à la fois encourageante et rafraîchissante. En proposant une nouvelle esthétique axée sur la relation, Bourriaud révèle une autre façon d'appréhender le camaïeu d'œuvres à priori disparates dont est composée la scène de l'art actuel. L'esthétique relationnelle dont il est question ici n'est

pas une théorie de l'art mais se veut plutôt une « théorie de la forme » (2001 : 19), l'objectif portant sur les expressions que peut revêtir l'œuvre en tant que monde viable, habitable par le regardeur.

- 4 Le principe de transitivité de l'œuvre, c'est-à-dire la relation commune qui s'établit entre l'artiste et le monde et entre le regardeur et le monde, est une constante dans l'histoire de l'art. Ce qui fait la particularité de l'art actuel, c'est que cette transitivité se traduit par la « production de relations externes au champ de l'art » (2001 : 26). À une approche micro, c'est-à-dire axée sur le fonctionnement interne du champ de l'art, Bourriaud oppose une perspective macro dont l'objet serait les « relations externes inventées par les œuvres » (2001 : 27). Le particularisme des pratiques contemporaines consiste à instaurer la sphère des relations humaines comme « forme artistique à part entière », dépassant ainsi le caractère relationnel intrinsèque à toute œuvre d'art (2001 : 29). Si l'on adhère à cette vision, « l'ensemble des modes de la rencontre et de l'invention de relations représente des objets esthétiques susceptibles d'être étudiés » (2001 : 29).
- 5 Pour Bourriaud, « une œuvre peut fonctionner comme un dispositif relationnel comportant un certain degré d'aléatoire, une machine à provoquer des rencontres individuelles ou collectives » (2001 : 30). Une œuvre relationnelle est en fait un moyen habile de mise en relation et s'inscrit donc dans le continuum historique des années 1960. Toutefois, s'il y a continuité dans la modalité des pratiques, le propos de l'art aujourd'hui n'est pas celui des époques précédentes. Alors que l'objet de l'art des années 1960 et 1970 était la définition de l'art et de ses frontières, les artistes des années 1990 tournent leur intérêt vers les relations entre l'art et la société et tentent, par de micro-événements favorisant la proximité, de résister de l'intérieur à une culture de communication de masse dans laquelle la représentation de la réalité se substitue trop souvent à cette dernière. Les œuvres relationnelles sont autant d'« interstices » dans le tissu social et culturel, donnant naissance à des pratiques d'exploration des liens sociaux qui ouvrent sur des opportunités d'émergence de nouveaux modes de pensée, de nouvelles possibilités de vie. L'art relationnel est donc bien un art politique qui occupe une fonction sociale.
- 6 Dans une interview, Bourriaud résume le propos de l'art actuel de la façon suivante : « Il ne s'agit plus forcément de repartir à zéro mais de se situer par rapport au réel existant. La question posée n'est plus comment fait-on pour tout reconstruire ? mais comment peut-on mieux habiter ce dont nous héritons ? »
- 7 En ce sens, l'art actuel ne partage pas la vision moderniste créatrice d'utopies des avant-gardes du ^{xx}e siècle. Ce n'est pas un art de rupture avec le quotidien.
- 8 Les tendances au relationnel que l'on perçoit dans le domaine artistique sont le fruit de plusieurs facteurs : l'utilisation de plus en plus généralisée d'Internet, l'introduction de technologies interactives dans les productions artistiques et la croissance de l'industrie du loisir culturel. Ces tendances se traduisent par une approche relationnelle de la mise en exposition et par une collaboration grandissante du public aux œuvres. Dans ce contexte, la fonction esthétique, c'est-à-dire poétique, propre à l'art actuel s'actualise dans la recomposition d'univers de subjectivation.
- 9 Selon Oscar Wilde, la modernité commence lorsque « ce n'est pas l'art qui imite la vie, mais la vie qui imite l'art » (2001 : 107). Dans la mesure où il permet des expériences qui

se concrétiseront dans la transformation de comportements sociaux, l'art actuel peut se réclamer d'être un art moderne.

- 10 Là où Esthétique relationnelle traitait de l'aspect convivial et interactif, c'est-à-dire de la sphère interhumaine, et de modèles de socialité comme objets des pratiques artistiques, Postproduction aborde les nouveaux modes de production dont les matériaux sont puisés à même la prolifération des produits culturels et grâce auxquels la distinction entre production et consommation se voit abolie. Bien qu'hétérogènes dans leurs concrétisations, ces œuvres ont pour point commun « de recourir à des formes déjà produites » (2003 : 9).
- 11 Cette volonté d'enchâsser l'œuvre d'art dans le réseau sémiotique culturel existant entraîne une transformation des relations à la culture en général et à l'œuvre d'art en particulier. L'œuvre d'art n'est plus à considérer comme une « forme autonome ou originale » (2003 : 9), mais comme un domaine d'activité au même titre que les autres. L'art ne se situe plus ici dans la spirale d'innovations sans fin de l'art d'avant-garde. Il s'agit maintenant de puiser dans le donné comme dans une vaste « boîte à outils », pour faire avec et non pas nouveau, pour « inventer des protocoles d'usage pour les modes de représentations et les structures formelles existantes », de s'emparer des formes sociales et culturelles à l'intérieur desquelles se joue notre quotidien et de les « faire fonctionner » (2003 : 10).
- 12 Ces nouveaux modes de production transforment également le rôle de l'artiste. Celui-ci devient un programmeur de formes nouvelles, un « sémionaute » (2003 : 10) dont le propos est de produire des parcours ou des scénarios originaux parmi les signes et les significations. L'œuvre d'art n'est donc plus à envisager comme le résultat fini du processus de création mais comme un « moment dans la chaîne infinie des contributions » (2003 : 12).
- 13 L'éclectisme des œuvres de la postproduction, qui ne trouve plus sa place dans le paradigme moderniste d'une histoire de l'art linéaire, aux catégories mutuellement exclusives, recèle également dans ses gènes, il ne faut pas se le cacher, une esthétique du *everything goes* (Feyerabend). Pour Bourriaud, le dilemme de l'éclectisme peut être dépassé dans la mesure où l'art, en produisant des contre-images d'une réalité réifiée, œuvre à l'émergence d'une « culture de l'activité » (2003 : 91), c'est-à-dire au développement d'une approche citoyenne, c'est-à-dire active, responsable et engagée, de la culture de consommation qui constitue notre écosystème.
- 14 Le caractère peu structuré, le manque d'unité de ces deux ouvrages dans leur ensemble ainsi que les répétitions ou les redondances sur lesquelles bute la lecture s'expliquent par le fait qu'il s'agit de recueils de textes rassemblant des publications parues dans la revue Documents sur l'art. Il n'en reste pas moins que les textes de Bourriaud s'articulent autour d'une vision cohérente dont la crédibilité se voit renforcée par les multiples exemples de démarches artistiques s'inscrivant dans une esthétique relationnelle que donne l'auteur.
- 15 Devant l'éclectisme de la production artistique actuelle, force est de constater l'inadéquation des critères de jugement esthétique hérités d'autres époques et d'autres contextes sociaux. « Aucun style, aucune thématique ou iconographie » (2001 : 45) ne lie entre eux les artistes dont le travail relève de l'esthétique relationnelle. Les textes de Bourriaud mettent l'accent sur un « même horizon théorique et pratique » (2001 : 45), celui de la sphère des rapports interhumains, et ouvrent la voie à un

nouveau paradigme esthétique permettant d'évaluer une œuvre, non plus selon le thème ou la technique utilisée, mais selon son usage et sa fonction sociale.

- 16 Derrière cette nouvelle perspective se dessine également en filigrane une question d'importance : « Quel avenir pour le marché de l'art dans un contexte de production d'œuvres à caractère non marchand ? »

AUTEURS

YVELINE MONTIGLIO

fsaymo@hermes.ulaval.ca

Corey ANTON, *Selfhood and Authenticity*

New York, State University of New York Press, 2001

Ruud van der Helm

RÉFÉRENCE

Corey ANTON (2001), *Selfhood and Authenticity*, New York, State University of New York Press.

- 1 Pour réussir sa vie, doit-on chercher l'authenticité ? Et si oui, qu'est-ce que l'authenticité ? Et encore, comment peut-on comprendre la relation entre l'authenticité et le moi ? Par ces questions et maintes autres, Corey Anton, spécialiste de l'interface de la communication et de la philosophie, cherche à éclairer la quête pour l'authenticité qui pousse l'homme à réussir son existence individuelle. Mais, ajoute-t-il dès le début, il ne s'agit ni de voir le moi en dehors du social ni d'apprécier l'authenticité comme la révolte contre le social. L'authenticité véritable ne doit point surgir d'un moi égoïste et superficiel, mais d'un moi multidimensionnel et approfondi. Par conséquent, l'authenticité humaine ne peut s'établir que par un renouvellement, par une remise en discussion, de « l'être-moi » (selfhood). Ce défi se trouve à la base de la délibération philosophique que développe Anton au long de son ouvrage. Il s'agit de rétablir le moi par une lecture érudite des pensées phénoménologiques et existentialistes, en faisant appel à de grands penseurs comme Heidegger, Merleau-Ponty, Sartre, Bakhtine, Schrag ou Taylor.
- 2 La grande part de cette réflexion remet en avant quatre dimensions du moi : la corporalité (embodiment), la socialité, la symbolicité et la temporalité. Chaque dimension est mise en exergue dans un chapitre au sein duquel l'auteur lance maintes questions. Comprendre le moi est certainement un enjeu de poser les bonnes questions et Anton va loin dans cette quête, parfois en énumérant question après question pour arriver aux fondements radicaux de son objet. Par exemple : pour comprendre si le moi transcende ou dépasse le corps physique (la corporalité du moi), il faut aller aux

questions basiques, comme : Qu'est-ce que le corps ? Le corps, n'est-il qu'une enveloppe charnelle au sein duquel le moi réside, ou n'est-il pas du tout matériel ? Quelle est la place de ce corps dans le « monde » ? Qu'est-ce que le « monde » ? Existe-t-il un monde en dehors des corps vivants, etc. ? L'avalanche de questions, parfois couvrant des pages entières, peut parfois susciter la perplexité du lecteur.

- 3 Il est évident qu'il est impossible de répondre à autant de questions, notamment parce qu'elles touchent aux fondements de l'être et de l'existence – en effet le lieu où Anton cherche à construire sa réponse. Par conséquent, il propose, pour chaque dimension, une mise en perspective par des positions « extrêmes », pour donner au fur et à mesure forme à une conception plus authentique du moi, en puisant abondamment à la philosophie phénoménologique et existentialiste. Ce mode de travail lui permet de contourner le moi par des positions opposées, pour ensuite se positionner par rapport à elles. Le but final est de présenter le moi comme un être-existence, comme un corps-monde, comme un moi-société, comme une temporalité-intemporelle. C'est par cette voie que le moi peut s'éloigner de l'égoïsme introverti : l'être-moi est un état qui met en dialogue perpétuel ce qui est du moi et ce qui est du monde. L'authenticité qui en est le résultat n'est donc pas une authenticité qui oppose le moi au monde : je ne suis point authentique (c'est-à-dire créatif et original) parce que j'oppose mon moi à ce qui l'entoure. Tout au contraire : je ne serai véritablement authentique qu'en cherchant l'originalité et la créativité d'un moi qui est du monde et dans ce monde, du temps et dans le temps.
- 4 L'ouvrage *Selfhood and Authenticity* est une tentative de rétablir la métaphysique pour comprendre les enjeux de l'homme qui, comme le disait le philosophe Gaston Berger, « imagine alors qu'il n'a pas seulement un futur, mais qu'il a peut-être une destinée ». L'importance de l'ouvrage est qu'il se produit au moment où la notion de « l'homme » ne réfère plus à l'humanité en entier, mais à « l'homme » comme individu, qui cherche à concrétiser une destinée qui appartient à lui seul. La revendication d'Anton, que l'authenticité devrait être un concept majeur dans les sciences de la communication, se justifie donc par le fait que l'histoire en a profondément changé la base. La communication doit comprendre l'homme qui revendique un nouveau moi dont on ne comprend pas encore les motivations les plus profondes.
- 5 Toutefois, il faut se demander à quel point l'auteur a atteint son objectif de rapprocher l'authenticité de la communication par le détour phénoménologique et existentiel. À la base, ses réponses demandent une forte connaissance préalable de ces courants de pensée, auxquels il puise à la fois les idées et le vocabulaire. Notamment, l'invention des concepts composés, à la recherche d'une précision aiguë des concepts, rend la lecture difficile. On se pose parfois la question à quel point le vocabulaire pourrait être simplifié pour mieux mettre en avant les idées ; de notre point de vue, la codification l'emporte parfois trop sur le message. De ce fait, *Selfhood and Authenticity* se trouve plus proche des ambitions de la philosophie (la précision des concepts afin d'en comprendre les conséquences ad extremis) que de la communication, qui est, elle, plus proche de la théorie pratique en sacrifiant un certain niveau de précision.
- 6 Cela ne met certainement pas en cause l'érudition importante de cet ouvrage, qui met bien en exergue la pensée de plusieurs grands auteurs à la lumière d'un nouvel enjeu. C'est pour cela que le livre a obtenu en 2004 le Erving Goffman Award de la Media Ecology Association. Mais en contraste avec la quatrième de couverture qui suggère qu'Anton arrive à ouvrir ces philosophies à des auditoires plus larges, le lecteur, à notre

avis, se prépare bien à lire ou à relire certains auteurs pour mieux pouvoir l'apprécier. Autrement, il risque de passer à côté de ce qu'apporte l'ouvrage à la réflexion sur le moi et son authenticité, aussi bien qu'à l'intégration de la communication et de la philosophie.

AUTEURS

RUUD VAN DER HELM

ruudvanderhelm@gmail.com

Raymond BELLOUR, *L'entre-images 2. Mots : images*

Paris, P.O.L./Traffic, 1999

Yves Laberge

RÉFÉRENCE

Raymond BELLOUR (1999), *L'entre-images 2. Mots : images*, Paris, P.O.L./Traffic.

- 1 Depuis maintenant quarante ans, le critique français Raymond Bellour (né en 1939) écrit des essais sur le cinéma, les langages et la littérature, dans la continuité de certains auteurs français et de théoriciens de l'image aujourd'hui disparus, comme André Bazin, Christian Metz, Serge Daney, Gilles Deleuze, auxquels le présent ouvrage rend d'ailleurs un hommage respectueux. Ce recueil dense et exigeant fait suite à *L'entre-images 1*, ouvrage méconnu et assez aride publié en 1990 aux Éditions La Différence, et qui réunissait un grand nombre d'articles et d'essais sur le cinéma publiés dans diverses revues françaises spécialisées, parfois difficiles à trouver, ou encore dans *Traffic*, une revue française fondée par Serge Daney et qui se consacre à l'étude théorique de l'image.
- 2 Ce livre sur les mots entre les images expose des intuitions théoriques et plusieurs pistes de recherche. Raymond Bellour n'est pas historien du cinéma ; il ne résume pas les scénarios, il ne raconte pas les films individuellement et n'aborde pas de manière exhaustive les œuvres dans le but de nous les faire comprendre. Au contraire, les textes sont des méditations plus larges qui traitent de théorie du cinéma et de problèmes liés au récit, à la narration, en se concentrant surtout sur le statut de l'image animée, à la manière des écrits récents de théoriciens comme Jacques Aumont, François Jost ou de Roger Odin, en empruntant autant à la sémiologie de l'image qu'à la philosophie. Chaque texte traite d'un problème particulier, dans lequel les films sont plutôt mentionnés à titre d'exemples, servant à illustrer un propos plus global, comme sur la délicate question de la représentation de la mort au cinéma, ou encore sur les complémentarités possibles entre le film et les autres supports (la vidéo, le livre, la

peinture, les images numériques). Les œuvres abordées sont variées et souvent exigeantes : les films de Jean-Luc Godard (un auteur cité dans presque chaque article du recueil), mais aussi ceux d'Alain Resnais, Jacques Rivette, Jean-Marie Straub, Roberto Rossellini et de Fritz Lang, qui figurent parmi les principaux réalisateurs cités. À ceux-ci s'ajoutent d'autres créateurs de l'image multimédia, infographistes, vidéastes et artistes utilisant les nouvelles technologies de l'image. Un thème central traverse l'ouvrage, à savoir le statut fragile et évanescent de l'image, impossible à saisir précisément et à définir définitivement. On trouve d'ailleurs très peu de définitions dans ce livre d'une grande densité.

- 3 La plupart du temps, les chapitres n'ont pas de conclusion ni de synthèse, et pourront sans doute être complétés ultérieurement. Comme dans ses livres précédents, l'auteur fait preuve d'une grande culture cinématographique et d'une maîtrise certaine de plusieurs théories du cinéma. Critique littéraire de longue date, Raymond Bellour sait créer son propre univers discursif dans l'étude du cinéma, sans toutefois imposer trop de néologismes au lecteur non initié. Cet ouvrage apprendra sans doute peu aux historiens du cinéma, mais pourra sans doute stimuler les chercheurs aguerris en sémiologie de l'image et en philosophie esthétique.

AUTEURS

YVES LABERGE

Université Laval

Guy BESSETTE, *Communication et participation communautaire. Guide pratique de communication participative pour le développement*

Québec, Presses de l'Université Laval, 2004

Micheline Frenette

RÉFÉRENCE

Guy BESSETTE (2004), *Communication et participation communautaire. Guide pratique de communication participative pour le développement*, Québec, Presses de l'Université Laval.

- 1 L'auteur¹ présente ici un condensé de son expérience dans les pays en voie de développement.

Ce guide introduit les notions de communication participative et de recherche pour le développement ; il aborde les sujets reliés à l'utilisation efficace de la communication bi ou multidirectionnelle entre les communautés locales et les intervenants ; et il présente une méthodologie qui aidera à planifier, à mettre en œuvre et à évaluer des stratégies de communication efficaces (2004 : 2).

- 2 La première section définit les rôles du chercheur et de l'intervenant en tant que facilitateur d'un processus de communication. Disons d'entrée de jeu que le paradoxe inhérent à l'approche participative n'est pas abordé. La question fondamentale du comment et du pourquoi le chercheur ou l'intervenant se retrouve dans une communauté quelconque, sans y avoir été invité par celle-ci, demeure entière. La deuxième section aborde la méthodologie et propose une stratégie en 10 étapes à partir de la relation initiale avec la communauté jusqu'à l'utilisation des résultats. L'étape de l'évaluation est particulièrement bien détaillée et un schéma résume la démarche d'ensemble. La dernière partie traite des outils de communication et de leurs usages particulier : les médias habituels mais coûteux comme la télévision, les médias

modestes comme de simples affiches mais aussi les médias traditionnels comme le théâtre qui demeurent pertinents pour des communautés moins scolarisées.

- 3 Le premier grand mérite de cet ouvrage est de s'inscrire dans la vision participative du développement et de promouvoir une approche proprement dialogique de la communication, et non une conception linéaire ou autoritaire comme c'est souvent le cas dans des projets de développement impliquant des experts, le plus souvent de cultures étrangères. Le second mérite est d'avoir écrit dans un style clair un ouvrage qui témoigne d'une volonté de partager et de systématiser des connaissances dans un secteur important et complexe, où le besoin d'ouvrages en français se fait sentir. Néanmoins, la prétention de l'auteur d'offrir un guide pratique nécessite qu'on y jette un regard attentif.
- 4 L'objectif de l'auteur n'est pas de défendre sur un plan scientifique ou pragmatique l'approche participative quoique la supériorité de la méthode participative soit fortement affirmée tout au long de l'ouvrage. S'il retrace brièvement l'évolution des modèles de développement, l'auteur ne cite aucun exemple de réussite et n'évoque aucune évaluation de projets menés selon les différentes approches. Quoique cet ouvrage s'inscrive dans une optique de développement international, on ne peut s'empêcher de constater la parenté étroite, tant philosophique que pratique, avec l'approche de l'empowerment dont s'inspirent certains projets communautaires avec des groupes souvent défavorisés ici même au Québec (Damant et al., 1999 ; Ouellet et al., 2000). Le croisement de l'expérience de l'auteur et de ces pratiques aurait été une source d'enrichissement et, à la limite, un ouvrage qui aurait servi également de guide au développement communautaire, de la pertinence de l'approche participative dans un contexte bien précis. Celui ou celle qui a beaucoup d'expérience de terrain et qui est convaincu, comme l'auteur, y trouvera un aide-mémoire utile. Celui ou celle qui n'a pas d'expérience y trouvera un canevas pour parfaire sa formation. Les préceptes énoncés sont certes valables, mais demeurent plutôt vagues : établir une relation, éviter les conflits, utiliser les résultats oui, mais comment au juste ? Les difficultés de mettre en pratique l'approche participative sont trop rapidement évoquées (la possibilité de conflits, le temps requis, la participation des femmes dans des sociétés patriarcales). Aucune solution ou ressource n'est offerte et l'absence de référence à des ouvrages plus concrets, par exemple sur la communication interculturelle, la gestion des conflits, l'organisation d'un groupe de discussion ou la conduite d'une recherche formative, est étonnante. L'idée de parsemer le livre de photographies est bonne mais malheureusement, leur qualité laisse à désirer. De plus, les lieux, les peuples, les projets qui y sont représentés sont trop peu identifiés. Enfin, une reliure en spirale n'aurait-elle pas été souhaitable compte tenu de la vocation du livre ?
- 5 On peut regretter que l'auteur n'ait pas fait bénéficier davantage les lecteurs de son expérience en développement international en étayant ses propos par des exemples. Sa visée semble plutôt d'offrir une ressource aux formateurs et à leurs étudiants. « Ce guide n'est qu'un point de départ [...] [qui] doit être adapté à chaque contexte [...] La démarche présentée ici demande à être enrichie de l'expérience dans les communautés [...] » (2004 : 128).
- 6 La véritable valeur de l'ouvrage se jugera donc sur le terrain.

BIBLIOGRAPHIE

DAMANT, D., C. BOUCHARD, L. BORDELEAU, N. BASTIEN et G. LESSARD (1999), « 1, 2, 3 GO ! Modèle théorique écologique et activités d'une initiative communautaire pour les enfants et parents de six voisinages de la grande région de Montréal », *Nouvelles pratiques sociales*, 12 (2), p. 133-150.

OUELLET, F., J.-F. RENÉ, D. DURAND, R. DUFOUR et S. GARON (2000), « Intervention en soutien à l'empowerment dans Naître égaux-Grandir en santé », *Nouvelles pratiques sociales*, 13(1), p. 85-102.

NOTES

1. Guy Bessette travaille au Centre de recherches pour le développement international, Ottawa, à titre de spécialiste en environnement.

AUTEURS

MICHELINE FRENETTE

Université de Montréal

Antoine CHAR, *Comme on fait son lead, on écrit*

Québec, Presses de l'Université du Québec, 2002

Gilles Lugin

RÉFÉRENCE

Antoine CHAR (2002), *Comme on fait son lead, on écrit*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

- 1 Le lead, « locomotive qui entraîne le lecteur malgré lui jusqu'au bout de l'article », intéresse tout journaliste. Antoine Char, fort d'une expérience de trente ans dans le journalisme, nous livre un ouvrage aux vertus pédagogiques incontestables, même si une certaine redondance et quelques titres abscons en rendent parfois la lecture difficile. Plus de 90 exercices corrigés participent aux qualités didactiques de ce manuel.
- 2 Au fil des sept chapitres sont présentées les exigences auxquelles est supposé se soumettre le lead. Le premier chapitre porte sur la captation : le lead doit être une invitation à poursuivre la lecture. Premier paragraphe de l'article, il doit aussi répondre à six questions : qui ?, quoi ?, où ?, quand ?, comment ?, pourquoi ? Le deuxième chapitre présente la pyramide inversée comme plan de texte du lead : « le lead à pyramide inversée, c'est commencer par la conclusion pour grimper ensuite dans les détails de l'information. »
- 3 À ce titre sont déclinés les principaux critères à même de hiérarchiser l'information :
 - l'actualité « le journalisme c'est tout ce qui sera moins intéressant demain qu'aujourd'hui »,
 - l'intérêt « le lecteur lit en fonction de ses atomes crochus, de ses intérêts et de ses émotions »,
 - la conséquence « écrire en fonction de l'importance de la nouvelle sur la vie et l'environnement du lecteur ».

- 4 À la composition en pyramide inversée s'ajoute enfin la structure en poupées russes, aussi appelée ailleurs « tuyau de poêle », et qui désigne la rédaction d'un article d'information en paragraphes assez autonomes pour être éventuellement supprimés sur la table de composition, selon l'espace disponible.
- 5 Le troisième chapitre propose une typologie des différents types de lead, en fonction de la ponctuation privilégiée, du type de discours rapporté, de moules syntaxiques ou logiques... Ce chapitre rappelle aussi les principales caractéristiques du lead « efficace » : il doit être à la fois résumé enrichi et invitation à poursuivre la lecture. Le quatrième chapitre présente les spécificités du contexte de réception de l'article d'information : le lecteur est un kangourou (parcours de lecture propre à chaque lecteur) ; il est pressé ; sa mémoire, véritable passoire, est défaillante. Dès lors, pour qu'un article soit « efficace », il doit être composé d'un lead structuré, d'informations classées et de paragraphes agencés en suivant le cheminement logique de la pyramide inversée. Il doit être concis et objectif. Afin qu'on puisse faire face à ces exigences, le cinquième chapitre précise quelques aspects linguistiques de l'écriture du lead, en s'inspirant notamment des contraintes d'écriture nouvellement imposées par la cyberpresse. Dans ce chapitre sont encore donnés quelques conseils pour sortir de l'éventuel syndrome de la page blanche auquel tout journaliste peut être confronté.
- 6 Le sixième chapitre introduit la distinction entre le *hard lead* (le lead direct) et le *layed lead* (le lead indirect). Ce dernier s'utilise par exemple comme préambule aux *soft news*. Cette distinction permet à l'auteur d'introduire la question du « style », qu'il définit à partir des (cinq) sens du lecteur : écrire avec des images qui parlent au lecteur, solliciter un rythme qui résonne en lui, etc. Le septième et dernier chapitre enseigne l'économie syntaxique : le *rewriting*, c'est remettre vingt fois l'ouvrage sur le métier. Pour Antoine Char, le lead demande donc « la plus haute exigence de l'écriture journalistique », ce qui en fait un lieu exemplaire de l'apprentissage de l'écriture journalistique, mais aussi un lieu riche d'enseignements pour l'analyste.
- 7 Les qualités pédagogiques indéniables de cet ouvrage ont cependant à souffrir de trois reproches. Le premier concerne la définition du lead. Ce dernier est sommairement défini comme le premier paragraphe d'un article (le *sublead* en étant le second). Nous y voyons deux problèmes. D'une part, certains leads donnés en exemple, en particulier des leads *delayed*, sont formés de plusieurs paragraphes, ce qui mène à une certaine confusion définitionnelle. D'autre part, la structure en pyramide inversée, le lead en tête, n'est applicable qu'aux articles d'information. Ces modalités d'écriture ne sont donc pas transposables aux articles dits d'opinion ou de commentaire : l'éditorial ou le billet d'humeur ne s'écrivent pas comme la brève (forme de lead) ou le fait divers.
- 8 Le second reproche porte sur l'absence de mise en rapport du lead avec l'ensemble du péri-texte, entendu comme tout ce qui entoure matériellement le corps de l'article (surtitre, titre, sous-titre, chapeau, photographie, légende, intertitres...). Le lead n'est pas le premier niveau de lecture de l'article. Il intervient au mieux dans un deuxième temps, après la prise de connaissance des constituants du péri-texte énumérés ci-dessus. Se pose dès lors la question des liens entre le lead et le péri-texte. Cette question éludée est pourtant centrale : toute information « divulguée » par le péri-texte perd de son importance vue depuis le lead. Ce dernier est donc un prolongement du péri-texte ; il développe le contenu livré par le péri-texte. Travailler un lead sans son contexte péri-textuel est dès lors très artificiel. On pourrait certes nous rétorquer que, dans les faits, le journaliste écrit le lead, alors que le péri-texte est du ressort de la table de

rédaction (ce qui n'est que partiellement le cas). Antoine Char va dans ce sens lorsqu'il s'étend sur le titre, qu'il considère « un peu comme le lead ». À cette similitude, nous préférons une complémentarité : pour qu'un article d'information reste de qualité, il faut soit écrire le lead en fonction du péri-texte, soit réécrire le lead après avoir pris connaissance du péri-texte. Séparer radicalement les deux paraît être une erreur, parfois commise par les rédactions.

- 9 Le troisième et dernier reproche concerne l'arsenal de citations et de références savantes (Aristote, Cicéron, Caelius, Confusius et autres Descartes) auxquelles recourt l'auteur. Pas toujours très heureuses, elles comportent, parmi quelques imprécisions, une erreur fâcheuse. Faisant allusion aux preuves d'Aristote, l'auteur associe le *logos* à l'introduction, le *pathos* au développement et l'*éthos* à la conclusion. Or, si Aristote parle de *disposition* pour décrire l'organisation du discours (exorde, narration, confirmation, réfutation, péroration), il n'associe pas les trois preuves (*éthos*, *pathos*, *logos*) à la *disposition*. Pour éviter toute confusion, rappelons les définitions minimales des trois preuves : l'*éthos* désigne l'image de l'orateur et du sujet dont il est question ; le *pathos* désigne les sentiments, les passions que l'on convoque et que l'on tente de communiquer à son auditoire ; le *logos* désigne enfin la part argumentative, démonstrative du discours. Certes, Quintilien a pu ici ou là observer une certaine prédilection des trois preuves pour l'une ou l'autre des parties du discours, mais tout discours reste un panachage des trois preuves. Il est donc erroné d'attribuer aux trois preuves des places prédéterminées dans l'organisation textuelle d'un article d'information ou d'un lead. Cette erreur est d'autant plus regrettable que ces notions héritées de l'ancienne rhétorique ont été réactualisées par de nombreux travaux ces vingt dernières années, et qu'elles constituent aujourd'hui un apport précieux à l'analyse du discours journalistique. Malgré ces quelques réserves, cet ouvrage demeure un bon manuel pour qui souhaite s'initier à l'écriture d'articles d'information.

AUTEURS

GILLES LUGRIN

gilles.lugrin@unil.ch

Didier COURBET et Marie-Pierre FOURQUET (dir.), *La télévision et ses influences*

Bruxelles, De Boeck Université, Coll. « Médias Recherches », 2003

Frédérique Calcagno-Tristant

RÉFÉRENCE

Didier COURBET et Marie-Pierre FOURQUET (dir.) (2003), *La télévision et ses influences*, Bruxelles, De Boeck Université, Coll. « Médias Recherches ».

- 1 Cet ouvrage sur les différentes recherches liées aux effets de la télévision sur le téléspectateur manque très souvent d'exemples concrets ou d'analyses critiques, au point non seulement de lasser le lecteur/étudiant, mais également de donner l'image d'une recherche inactive et apathique.
- 2 Par exemple, Jacques Araszkiewicz parle de l'impact de la publicité à travers le concept de frustration et de sa complétude dans le temps :
Cette opération initiale étant effectuée, le publicitaire peut alors réconcilier les deux valeurs [le désirable et l'utile] pour lever le sentiment de frustration initialement créé et provoquer un acte d'achat délié de toute culpabilité (2003 : 49).
- 3 L'auteur continue plus loin en spécifiant que « la publicité oppose à un futur immédiat idéal dans lequel s'insère l'acte d'achat, une unité temporelle spécifique dans laquelle présent et passé tendent à se confondre... » (2003 : 49).
- 4 Jusqu'à présent, Jacques Araszkiewicz pose parfaitement le cadre stratégique marketing mais son mode d'argumentation à partir d'exemples nous semble beaucoup trop implicite. Il demeure dans la généralité au lieu de procéder à une analyse pragmatique d'une publicité qui illustrerait parfaitement son propos : « [...] cette publicité pour les téléphones portables qui stipule que le téléphone vendu aujourd'hui sera nécessairement obsolète demain » (2003 : 49).

5 D'une autre manière cette fois-ci, Jean-Léon Beauvois met en place un véritable catalogue des travaux sur les effets de la télévision mais sans apporter un réel sens critique. Citons deux exemples :

- « dans ces recherches, il est montré qu'un héros de film (par exemple agressif ou, au contraire, altruiste) fonctionne comme un modèle pour les gens et ceci d'autant plus que la situation dans laquelle ils se trouvent reproduit les données du film » (2003 : 168) ;
- « l'effet Werther » : les suicides augmentent après le suicide médiatisé d'un personnage auquel les gens peuvent s'identifier. Cette augmentation est plus forte dans les régions où le suicide a été le plus médiatisé. Phillips a étendu l'effet Werther aux effets de modelage que peuvent avoir les retransmissions de matchs de boxe. Il a pu calculer qu'une élévation significative du nombre de crimes s'observait systématiquement, indépendamment de l'heure, du jour de la semaine, du mois de l'année, de la saison... quelques jours après la retransmission d'un championnat poids lourds. Il a également constaté que ces victimes « surnuméraires » ressemblaient au « boxeur battu » (2003 : 168).

6 Heureusement, Didier Courbet et Marie-Pierre Fourquet apportent quelques précisions. Ainsi, au sujet des travaux sur les effets des programmes violents, les auteurs nous racontent ceci :

Dans une célèbre enquête corrélationnelle sur les effets des programmes violents, Greenberg a constaté une corrélation faible mais significative entre un taux élevé d'exposition à des programmes violents et l'agressivité sociale des téléspectateurs (2003 : 182).

7 Puis, ils stipulent que « [l]e lien de cause à effet est cependant impossible à déterminer : il est possible que ce soit les personnes déjà agressives qui regardent de tels programmes » (2003 : 182-183).

8 Finalement, ils écrivent « Une synthèse de ces différents types d'études montre que l'influence de la violence télévisuelle est effective mais faible comparée à l'influence de l'environnement social ou de la famille » (2003 : 183).

9 En revanche, certaines contributions synthétisent parfaitement les dernières hypothèses de la recherche sur l'impact de la télévision. Ioan Dragan et Nicolas Pélissier se sont particulièrement penchés sur les effets de l'information journalistique selon le cas des actualités télévisées. Ils font alors un tour de table qui plante judicieusement les notions élaborées autour des travaux portant sur la réception du journal télévisé. Ainsi, « [p]our Miège, par exemple, le JT produit "un discours de non savoir, dont la fonction résidant avant tout dans la nature du lien crée avec les citoyens" » (2003 : 105).

10 Quant à Bourdieu, il « dénonce ce leurre avec tout autant de vigueur : "on va de plus en plus vers des univers où le monde social est décrit-prescrit par la télévision. Celle-ci devient l'arbitre de l'accès à l'existence sociale et politique" » (2003 : 105).

11 Ainsi, selon Bourdieu, la télévision définit un moule social auquel les téléspectateurs-citoyens doivent adhérer pour être dans la « norme ».

Toujours dans une perspective critique, certains travaux ont mis en évidence les fonctions rituelles et identitaires des actualités télévisées. [...] Le vision du monde proposée par les JT est plutôt consensuelle que critique [...]. Le JT est ritualisation du rendez-vous quotidien, mais il est aussi ritualisation de la quotidienneté elle-même : éternel retour du même, il inscrit le temps au cœur de sa fonctionnalité (2003 : 106).

- 12 Mais, l'effet symbolique le plus important sur le public consiste dans ce sentiment d'appartenance à un groupe :

L'intérêt de voir le JT en direct réside dans ce sentiment de faire partie d'une communauté – la communauté nationale essentiellement – que confère le fait de prendre connaissance des nouvelles en même temps que tous les autres membres de cette communauté. On retrouve ici la fonction de contact, centrale dans l'opérativité du JT. La ritualité du rendez-vous prend le pas sur l'actualité de l'information (2003 : 106).

- 13 Bref, les effets du journal télévisé seraient moins à évaluer en termes de transmission de contenu que de construction d'une relation communautaire.

- 14 Lucien Sfez, pour finir, nous fera saisir que les médias audiovisuels construisent aussi une certaine réalité par ses images. En effet, en résumé,

[L']information est liée à l'image. L'image est reçue comme indice véritable de la réalité. [...] ; la réception de l'image est univoque ; nous ne pouvons renvoyer une réponse imagée en direction du média (pas d'interaction) ; l'image des choses [...] est soumise à la répétition. La répétition renforce la preuve [...] ; l'image est toujours vue comme simultanéité [...]. Nous sommes dans le temps de la prise de réalité ; ce temps est impossible à remonter [...]. La force de l'image est de ne pouvoir être discutée (2003 : 139).

- 15 Mais, pour conclure, ce qui manque à cet ouvrage, c'est ce rappel majeur que les images ne sont en soi ni trompeuses, ni mensongères, ni fausses. Leur « vérité » ne se juge qu'en fonction des genres dans lesquels elles s'insèrent. Selon Jost (2003), les mondes du réel, du ludique et du fictif permettent de regrouper les principaux genres télévisuels. Finalement, toujours selon Jost,

seuls les genres renvoyant au monde réel s'évaluent sur l'axe vrai-faux. Ainsi, à sa manière, « l'affaire » Timisoara marque la fin de la croyance à l'image vérité à la télévision. Si cet événement fit un tel scandale, ce n'est pas, comme on le dit rapidement, qu'il rappela à ceux qui l'avaient oublié le pouvoir de l'image, mais plutôt qu'il attira l'attention sur le fait que derrière les images, il y a des mots. Ce ne sont pas une douzaine de corps qui ont suscité l'indignation, mais leur traduction verbale en « charnier des martyrs de Ceausescu ». Nous faisons confiance au voir et nous nous apercevions finalement que nous avions cru l'image sur parole, et qu'à son origine se trouvait une parole mensongère (2003).

- 16 Dès lors, dans ce monde d'influence, il s'agirait peut-être d'abord de former l'individu-citoyen à la lecture de l'image dès son plus jeune âge, mais c'est loin d'être le cas.

BIBLIOGRAPHIE

JOST, François (2003), *La télévision du quotidien*, Bruxelles, De Boeck

AUTEURS

FRÉDÉRIQUE CALCAGNO-TRISTANT

Courriel : frederique.calcagno.tristant@wanadoo.fr

Éric DACHEUX, *L'impossible défi : la politique de communication de l'Union européenne*

Paris, CNRS Édition, 2004

Bernard Lamizet

RÉFÉRENCE

Éric DACHEUX (2004), *L'impossible défi : la politique de communication de l'Union européenne*, Paris, CNRS Édition.

- 1 L'auteur propose une analyse de la politique de communication de l'Union européenne. Cette question devient, aujourd'hui, une question majeure. D'abord, et en particulier, à la suite du récent élargissement qui a fait passer à 25 le nombre des pays membres, l'Union européenne devient un acteur considérable de l'espace public international et, par conséquent, la politique qui lui donne sa visibilité acquiert une importance stratégique considérable. Ensuite, l'Europe n'a pas d'autre moyen que sa politique de communication pour se donner une identité qui soit perceptible et reconnaissable partout dans le monde et qui soit assumée par tous les pays membres de l'Union, supposés, à ce titre, être porteurs des formes, des symboles et des représentations de cette identité.
- 2 Il est, d'ailleurs, curieux que l'ouvrage ne pose à aucun moment la question des conséquences de l'élargissement sur la conception, l'élaboration et la mise en œuvre de la politique de communication de l'Union européenne. On a le sentiment d'un livre sans date, puisqu'il ne pose pas au moment de sa parution les problèmes contemporains qui s'adressent à l'Union européenne. S'agissant de la politique de communication, on s'attendrait à une réflexion un peu précise, illustrée d'exemples, sur l'évolution de la communication de l'Union dans son histoire, sur des analyses d'exemples particuliers et sur des réflexions à propos d'événements ayant marqué l'histoire de l'Union européenne, de son identité et de sa visibilité. Or, en fait, l'ouvrage est très général,

souvent illustré de réflexions théoriques sur la communication politique en général, et, finalement, assez peu consacré à des expériences particulières ou à la représentation des événements ayant scandé l'histoire de l'unification de l'Europe.

- 3 Par ailleurs, on peut être surpris, dans un passage consacré à l'idéologie qui s'exprime dans la politique de communication de l'Union européenne, de trouver, sous la plume de l'auteur, à propos du processus de fondation de l'Union européenne, une réflexion dénuée de distance critique : « Ces associations et ces hommes politiques visionnaires¹ ont su au lendemain de la Seconde guerre mondiale, passer outre leurs divisions, pour se rassembler, le 8 mai 1948, à La Haye » (2004 : 98).
- 4 L'ouvrage ne comporte pas de véritable réflexion critique sur les logiques politiques qui, au commencement de la guerre froide, et dans le contexte de la division de l'Europe en deux blocs, ont amené les pays d'Europe occidentale à s'unir dans une organisation internationale. Cette dernière n'était sans doute pas fondée seulement sur des grands idéaux utopiques européens, mais elle était vraisemblablement animée par le souci de constituer une organisation solidaire face à l'Union soviétique et aux pays d'Europe de l'Est. Une réflexion sur la politique de communication d'une organisation politique internationale ne peut faire l'impasse sur l'analyse critique des logiques idéologiques et politiques qui sous-tendent les formes et les stratégies par lesquelles elle se donne à voir dans l'espace public international.
- 5 Enfin, l'ouvrage d'Éric Dacheux ne s'interroge pas non plus sur les logiques symboliques et les logiques de communication à l'œuvre dans l'établissement de la monnaie unique. Or, qu'est-ce qu'une monnaie, sinon l'une des premières formes de visibilité et de communication d'une puissance politique  L'euro fait doublement partie de la politique de communication de l'Union européenne. D'abord, comme toute monnaie, il est un système de représentation du pouvoir qui l'a émis. Une monnaie est un système symbolique qui fait partie, à ce titre, de l'ensemble de la stratégie de communication politique de l'État ou de l'autorité qui la frappe, parce qu'il en représente l'identité, parce qu'il en manifeste la présence à la fois sur l'ensemble du territoire et à l'extérieur et, enfin, parce que la monnaie d'un pays est un mode de visibilité de ses valeurs. On se rappelle les débats qui ont entouré l'émission des billets d'euros et les critiques apportées à ces billets sans autre image que celles de ponts et d'ouvrages d'art, soigneusement exempts de toute connotation politique. De ces débats ou de la sémiotique monétaire de l'Union européenne, pas de trace dans cet ouvrage.
- 6 *L'impossible défi* est articulé autour de trois pôles d'interrogation, que l'on peut, sans doute, considérer comme la façon dont l'auteur comprend les réalisations de la politique de communication de l'Union européenne et les difficultés auxquelles sont confrontés les acteurs qui l'élaborent et qui la mettent en œuvre. On peut observer que ces trois pôles correspondent, respectivement, au symbolique (stratégie de communication), au réel (existence effective de l'espace public) et à l'imaginaire (l'utopie) de la construction politique de l'Union européenne.
- 7 Le premier de ces pôles d'interrogation pose le problème de la stratégie de communication d'une institution comme l'Union européenne, de ses outils et de ses « impasses ». En parlant d'une « construction politique continue mais aux fondations mal assurées » (2004 : 77), Éric Dacheux situe le problème politique sans doute majeur qui se pose à la stratégie de communication de l'Union européenne. C'est qu'en effet, un pays, une organisation politique, une organisation internationale, ne peut se mettre en scène qu'à partir du moment où il repose sur une construction qui fait l'objet d'un

consensus, d'un accord, sur sa signification et sur ses implications. S'il y a des « impasses » de la politique de communication de l'Union européenne, la plus importante d'entre elles renvoie à l'absence d'adhésion de l'ensemble des pays et des acteurs politiques qui la composent à des orientations communes, à une politique générale commune. En ce sens, on peut s'interroger sur la pertinence des réformes institutionnelles ou techniques de la stratégie de communication de l'Union et de ses supports. La question n'est pas une affaire de moyens, de médias, mais, sans doute, bien davantage, une question de signification politique. « Beaucoup d'outils pour rien », diagnostique É. Dacheux (2004 : 35-51), mais sans doute ne s'agit-il pas d'une affaire de complexité des processus de communication ni, comme il le suggère également, « d'une absence de média européen généraliste et populaire », mais, bien davantage, de l'absence de signification politique d'un engagement européen qui soit pleinement assumé par les acteurs politiques de l'Union.

- 8 Le second pôle de l'ouvrage pose le problème de l'existence d'un « espace public européen » et, en particulier, revisite, à ce propos, le concept habermassien dans une logique internationale. Il s'agit, là, selon nous, du problème majeur de l'existence même de l'Union européenne. L'absence d'espace public européen, c'est à la fois l'absence de langue commune, l'absence d'espaces géographiques et de constructions qui rendent pleinement identifiables les institutions de l'Union européenne, mais, sans doute aussi, l'absence de pratiques quotidiennes de déplacement et de parcours de ses habitants dans l'ensemble de l'espace de l'Union. Comment acquérir le sentiment d'une appartenance sans expérience réelle, effective et quotidienne, pas exceptionnelle, de l'espace européen ? Il n'y a pas, dit É. Dacheux (2004 : 86), d'espace symbolique européen qui réponde aux trois critères que l'auteur énonce comme les exigences d'existence d'un espace public² au plein sens du terme. Sans doute, d'ailleurs, conviendrait-il d'ajouter aux critères retenus par l'auteur celui de l'existence d'un espace de débat public et de confrontation des identités politiques, ce que ne constituent, pour le moment, ni les médias européens, qui n'existent pas pleinement faute de langue, ni les institutions européennes, dominées par la représentation des États. Par ailleurs, l'ouvrage ne comporte pas véritablement d'analyse critique des institutions qui devraient assurer l'existence réelle de l'Union européenne par la mise en œuvre de pouvoirs effectifs et de responsabilités engagées.
- 9 Le troisième pôle est celui d'une utopie, qui renvoie l'identité politique de l'Union européenne à son histoire, aux mythes qui ont pu la jalonner et aux idéaux politiques qui peuvent donner un sens à la construction de l'Europe politique. Outre le fait que, comme sur d'autres aspects de l'ouvrage, on peut regretter une approche trop générale, trop abstraite, du concept d'utopie, on peut remarquer que l'ouvrage n'analyse ni les « mythes fondateurs » de l'Union ni le rôle des médias dans la formation des mythologies et des utopies qui peuvent nourrir l'imaginaire de l'Union. La « nostalgie xénophobe », dont la présence est dénoncée par l'auteur dans de nombreux pays de l'espace européen (2004 : 104 sqq.), gagnerait à être pleinement analysée sous les multiples formes qu'elle peut revêtir dans les médias et dans les discours politiques européens. Mais, par ailleurs, pour être pleinement pensé comme l'une des structures constitutives de l'identité européenne, sans doute faudrait-il que l'imaginaire européen fasse l'objet d'une analyse, à la fois dans l'histoire, la mémoire et le présent de la médiation esthétique et de la médiation culturelle mises en œuvre dans l'espace européen. C'est là une tâche qui est encore devant nous, et qui est indispensable à qui veut comprendre pleinement les logiques et les significations de la construction de

l'Europe comme identité politique, au-delà des médias et des techniques que l'Union peut être appelée à mettre en œuvre dans le quotidien de ses activités.

NOTES

1. Il s'agit, dans le propos de l'auteur, d'A. Briand et de W. Churchill et, précise-t-il, « d'associations comme les fédéralistes européens, le mouvement pan-européen ou le United Europe Movement, initié par W. Churchill ».
 2. L'auteur définit un espace public comme « un espace de légitimation, de mise en visibilité et comme une matrice identitaire d'une communauté politique » (2004 : 81).
-

AUTEURS

BERNARD LAMIZET

Institut d'études politiques de Lyon

Jean DUMAS, *Séduire par les mots : pour des communications publiques efficaces*

Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, 2001

Alain Laramée

RÉFÉRENCE

Jean DUMAS (2001), *Séduire par les mots : pour des communications publiques efficaces*, Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal.

- 1 Ce livre a d'abord été conçu comme manuel de base d'un cours de rédaction et de communication publique donné à la Faculté de l'éducation permanente de l'Université de Montréal. Il vise à fournir les notions conceptuelles mais aussi des outils et des techniques pour tout rédacteur et relationniste afin, comme l'indique l'auteur, de « produire des messages efficaces ».
- 2 L'ouvrage comprend 13 chapitres regroupés en 4 grandes parties : les fondements de la rédaction à des fins de communications publiques ; les conditions d'efficacité de toute rédaction de communications publiques ; les conditions d'efficacité liées à l'image de l'entreprise ; et, pour terminer, les façons de rédiger propres à chaque moyen de communiquer.
- 3 Chaque chapitre suit une structure de présentation uniforme, à savoir : une vue d'ensemble du thème du chapitre, les principes énoncés sur lesquels l'auteur s'appuie pour finalement présenter des applications concrètes qui prennent la forme d'exemples, de simulations ou d'outils usuels en relations publiques. Ainsi, on aborde les thèmes traditionnels dans ce genre de manuel comme une conception de la communication, la notion de communication publique et ses diverses formes, comment s'inscrit la rédaction dans cette conception, la notion de public cible ou visé par la rédaction, la séduction en fonction de la vérité des faits, la construction ou le maintien

d'images et d'impressions favorables, la distinction classique entre relationnistes et journalistes et une longue section sur les méthodes, outils et techniques de rédaction pour diverses formes de communication.

- 4 Au fil de la présentation de ces thèmes, on présente également, dans la section « Outils », les instruments, les activités usuelles et les médias classiques du relationniste : le communiqué, le dossier de présentation, la note de service, le dépliant d'information, l'exposé à une commission publique, la rétroprojection, le mémoire, le rapport annuel, le journal d'entreprise, le newsletter, le bulletin aux employés, le texte du point de presse, l'interview média, etc. Toutefois, chacune de ces activités est présentée non pas sous l'angle organisationnel ni politique mais sous celui de la spécificité de la rédaction pour chacune de ces activités ou chacun de ces événements.
- 5 Par ailleurs, outre les techniques classiques que l'on retrouve dans bon nombre de manuels de cette nature, on accorde ici une importance certaine à la rhétorique et à la typologie des discours, aux divers tons et niveaux d'écriture, au sens de la « parole écrite » et à l'importance de la culture et de la maîtrise d'une langue riche pour pouvoir rédiger des textes variés, efficaces et pertinents. On ne saurait passer sous silence toute l'importance qu'apporte l'auteur au développement et à la maîtrise de la langue et son souci d'exigence de qualité à cet égard.
- 6 L'apport majeur de ce manuel, sans être un livre de rhétorique, c'est d'avoir réussi à attirer l'attention sur la connaissance et la maîtrise de la rhétorique pour dépasser les simples habiletés de manipulation ou d'application de techniques répétitives tout en ne minimisant pas la connaissance et la maîtrise de ces mêmes techniques et de ces outils. Ces deux dimensions sont habituellement séparées dans l'enseignement de sorte que les formations en rhétorique, en art oratoire et en pratiques de la parole publique sont souvent dissociées de celle de la rédaction, conduisant ainsi le lecteur étudiant à considérer que la parole et l'écrit sont deux actes distincts de la communication. L'originalité, l'intérêt et la force du présent manuel sont de les avoir intégrés dans une vision intéressante et dynamique de la communication publique qui ne peut que stimuler le lecteur étudiant à développer ses connaissances de l'un pour pouvoir améliorer l'autre.
- 7 L'intérêt réside également dans le souci de l'auteur d'appliquer ses propres conseils et techniques à la rédaction du contenu de son ouvrage. Ainsi, le procédé pédagogique du jeu de rôles incite le lecteur étudiant à s'identifier au futur relationniste ou rédacteur par la simulation de situations plausibles et stimulantes. Cet intérêt est également suscité par de nombreuses références à la culture et au contexte social et politique de la société québécoise, par des astuces de mise en page et des illustrations diverses qui facilitent la visualisation, la rétention des informations, la compréhension du propos et l'usage des outils comme des schémas simples et claires, des tableaux, des figures, des encarts en caractère gras, des exemples très variés, des conseils utiles, des exercices pratiques, etc.
- 8 En somme, il s'agit d'un manuel qui peut servir de guide permanent à quiconque a recours à la rédaction dans l'exercice de ses fonctions de communication publique mais également pour tous ceux et celles qui cherchent une idée quelconque avec efficacité, c'est-à-dire à tous.
- 9 Enfin, et ce n'est pas la moindre de ses qualités, l'auteur parvient à rendre motivants, stimulants et séduisants l'apprentissage de la rédaction pour la communication publique et, surtout, le plaisir de chercher à toujours perfectionner ses outils, ses

techniques, son vocabulaire et son style. On peut comprendre pourquoi ce manuel ainsi que l'outil Internet qui l'accompagne ont obtenu le prix du ministre de l'Éducation en 2002 dans la catégorie « Cours de formation à distance ».

AUTEURS

ALAIN LARAMÉE

alaramee@teluq.quebec.ca

Jean-Marc FERRY et Séverine DE PROOST (dir.), *L'École au défi de l'Europe. Médias, éducation et citoyenneté postnationale*

Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles, Coll. « Philosophie et Société », 2003

Alain Payeur

RÉFÉRENCE

Jean-Marc FERRY et Séverine DE PROOST (2003), *L'École au défi de l'Europe. Médias, éducation et citoyenneté postnationale*, Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles, Coll. « Philosophie et Société ».

- 1 Quelle différence existe-t-il entre un numéro thématique de revue spécialisée ou savante et un livre à multiples contributeurs ? Sans doute une architecture plus forte et la mise à disposition de travaux de recherche arrivés à maturité parce qu'élaborés avec un minimum d'échanges critiques et de regards croisés. Ce sont ces deux qualités supplémentaires que l'on retrouve dans l'ouvrage coordonné par Jean-Marc Ferry et Séverine De Proost et qui justifient l'opportunité éditoriale. Cet ouvrage reflète les travaux menés « au sein du Centre de théorie politique de l'Université libre de Bruxelles » (2003 : 7) et c'est aux deux coordonnateurs que revient le mérite d'une publication des contributions, publication soignée, bien ordonnée et bien encadrée. Ils donnent ensemble à lire une solide introduction, fidèle à la lettre mais surtout à l'esprit des articles rassemblés et auxquels d'une certaine façon ils accordent leur patronage ; il revient à Séverine De Proost seule la prise en charge de la traduction d'un texte signé par Peter Dahlgren ainsi que la rédaction d'une conclusion substantielle (2003 : 203-218) dont le titre particulier reformule, mais d'une certaine façon aussi

réoriente, le titre général de l'ouvrage : « Éducation à la citoyenneté et communication médiatique ».

- 2 Pour éviter toute redondance et pour faire vite, car chaque lecteur pourra se faire rapidement une représentation synthétique des articles réunis en parcourant l'introduction qui les présente de manière linéaire, soulignons simplement, à notre tour, le projet éditorial. Les textes rassemblés renvoient à « la problématique des transformations (ou crises) affectant aujourd'hui l'État-nation, la citoyenneté, l'école, le paysage médiatique ainsi que la brûlante question », ajoutent les coordonnateurs. Mais ce n'est peut-être pas le plus nouveau si l'on souvient de travaux comme ceux de Louis Porcher « de la concurrence entre l'école et les médias » (2003 : 10). Ce qui relance l'intérêt pour ces questions, ce sont sans conteste les liens qui se dessinent avec la construction européenne au moment où celle-ci cherche, même timidement, ses voies d'entrée dans le domaine politique et où les avancées ne se font plus dans la seule perspective du développement d'un marché économique. Autrement dit, c'est bien dans le cadre d'une théorie politique que les analyses développées sont abordées. Mais il arrive que ce cadre devienne de plus en plus flou. Il le devient pour une première raison : « le contrepoint pour l'Europe » d'un article de Jean-Marc Larouche, « retraçant l'évolution historique des supports de l'éducation à la citoyenneté au Québec depuis 1965 » (2003 : 12), rompt un peu la ligne générale. Pourquoi sortir du domaine géographique fortement centré par ailleurs (trop peut-être ?) sur l'expérience de la Belgique francophone ? Certes, le regard sur cet État laboratoire du postnationalisme n'est pas tout à fait exclusif, mais une poussée vers le Sud avec l'intervention d'Antonio Candeias, professeur à l'Université de Lisbonne (« État-nation et éducation dans le contexte européen : une approche socio-historique ») et une poussée vers le Nord avec la contribution de Peter Dahlgren, professeur à l'Université de Lund (« Vers quelle citoyenneté européenne ? La démocratie au défi des bouleversements médiatiques ») ne suffisent pas à brosser un tableau vraiment satisfaisant de ce qui se passe à l'échelle continentale. Nul pas de côté vers l'Ouest ni vers l'Est. Signe que la dimension européenne sur le plan universitaire n'est pas tout à fait non plus une réalité ? Ce cadre théorique, celui d'une Europe à la recherche de sa construction politique, devient surtout de moins en moins bien marqué. Le contour d'une théorie politique s'estompe au fur et à mesure que les auteurs retenus s'attachent surtout aux processus de construction d'un sens commun, de l'émergence de communautés d'interprétation.
- 3 C'est à partir de la contribution de Peter Dahlgren que ce glissement s'opère vers une sociologie de la réception, et s'achève sur une analyse des processus cognitifs de construction du sens fondés sur une épistémologie génétique appliquée (voir Geoffroy Patriarche, « Une lecture piagétienne de la pratique des jeux vidéo »). La qualité intrinsèque des interventions, comme celle de Dominique Pasquier, auteur dont on connaissait déjà la qualité des travaux sur le sujet (la série *Hélène et les garçons*), n'est pas contestable. Toutefois, l'école dont on parle finalement est moins mise au défi de l'Europe que des médias en général. Est-ce l'effet du bicéphalisme de l'entreprise éditoriale ? Séverine De Proost prend en effet clairement la main dans la seconde partie de l'ouvrage ; en attestent les renvois qu'elle effectue elle-même prioritairement vers le texte de Dominique Pasquier (« Médias et expérience de vie : le rôle de la télévision dans les apprentissages relationnels des jeunes ») ou, avec une moindre fréquence, vers celui de Monique Rémy (« Le rôle des technologies de l'information et de la communication dans l'espace éducatif européen. Des médias-miracles ? »). Tout se

passé dès lors comme s'il fallait prendre acte de la « position spectatorielle » de sujets pour lesquels le système politique institutionnel présenterait désormais moins d'intérêt que d'autres activités, notamment les activités de loisir. D'où le recul de la citoyenneté dans une société composée : d'« individus politiquement désengagés » (2003 : 111) ; Dahlgren parle alors d'« aliénation ». Le questionnement politique n'apparaît plus que par bribes.

- 4 Emmanuelle Machet (« Tendances et limites des politiques européennes de la communication ») oppose deux principes régulateurs, celui du service public et celui du service universel qui rend problématique « la reconnaissance des objectifs d'intérêt général » (2003 : 136). Évoquant une « enquête européenne », Dominique Pasquier choisit « de ne pas alourdir le propos par l'étude des variations selon les cultures nationales » (2003 : 169). Dommage car une sociologie des usages pouvait apporter un éclairage utile et se rattacher à « l'échec de l'espace pan européen de télédiffusion » puisque « les cadres de références des récepteurs restent nationaux » (2003 : 100). Plus loin, Pasquier évoque rapidement la montée de la privatisation des équipements et la naissance de sous-groupes familiaux, révélatrices moins d'« une accessibilité économique (accrue) des matériels » que du déclin du modèle de l'autorité, en l'occurrence, parentale ; non négociable (2003 : 172). Bref, le glissement n'échappe pas à Séverine De Groot elle-même qui, dans la conclusion de sa conclusion, relance la question : « Quels sont, en définitive, les apports de ce qui précède pour une éducation à la citoyenneté ? » (2003 : 213). Rejoignant des formulations de Monique Rémy à propos d'une « médiatisation englobante de la société » (2003 : 209), d'une situation où la médiatisation précède la scolarisation, ce qui entraînerait, pour la recherche, « une focalisation sur le micro et sur le moment de la réception » (2003 : 208), elle tente comme mot de la fin une réponse, encore un peu énigmatique à nos yeux : elle prend position pour une « éducation renouvelée » : « une *éducation aux médias*, conçue comme une critique des médias avec les médias » (2003 : 215).
- 5 Ce que l'on ne voit pas, c'est pourquoi des analyses macro, celles des logiques politiques, sociales, économiques, celles portant sur les modalités de la convergence technologique en Europe et bien évidemment de ses limites, n'auraient pas leur place. Plus généralement, pourquoi ne pas faire écho aux travaux relevant de l'économie politique critique par exemple ? Dahlgren indique rapidement quelques traits caractérisant la mutation du système médiatique : la commercialisation, la digitalisation, la popularisation et l'essor du « non journalisme » (2003 : 107). Bref, il est significatif que Séverine De Groot, dans les dernières lignes, n'emploie plus le mot « Europe ». Si elle le fait, c'est en le resituant, en l'englobant, dans une « des missions du système médiatique. Il s'agit pour lui, de fournir les éléments d'une *culture commune* européenne », et dit-elle plus loin « une *culture politique* commune », c'est-à-dire offrant les ressources d'« une posture critique face au mode de fonctionnement du système », sous-entendu : médiatique. Peut-on mieux signifier que le médiatique l'emporte sur le politique et le pédagogique ?
- 6 Pour mieux comprendre cette domination du système médiatique sur l'État et la société civile, et l'impact des changements qui l'affectent (p. 106), on peut se reporter sur la première partie de l'ouvrage, là où la question politique reste prégnante. François De Smet (« L'éducation à la citoyenneté en Communauté française : un concept en quête de sens ») s'interroge sur les effets d'une « liberté moderne passive [qui] ne se manifeste plus que par quelques manifestations ponctuelles actives strictement encadrées par la

loi » (2003 : 37). L'affaiblissement de l'exercice des droits politiques que l'auteur désigne par la notion (aux contours un peu imprécis) d'oblitération a pour corollaire une tendance à la présentation formelle, abstraite, des devoirs. Et voilà l'École au risque de « barber » (oh !), voire de « braquer » (oh ! oh !) les jeunes si elle ne se donne pas les moyens d'une approche pratique, apte à « aiguiser dans les faits [leur] sens des responsabilités, et donc de [les] faire participer à des processus de décision » (2003 : 43), à commencer par ceux qui les concernent directement. De Smet s'intéresse en particulier à la démarche participative dans le cadre scolaire et aux vertus du « pouvoir d'élaboration du projet pédagogique » (2003 : 48). Il signale notamment à ce propos le « décret *Missions* de 1997 en Communauté française » (2003 : 47) qui installe des conseils de participation au sein de chaque établissement.

- 7 Il revenait à Majo Hansotte (« Formation à l'espace public et intelligences citoyennes ») de montrer la différence avec l'intentionnalité à l'œuvre dans ce qui fut l'éducation populaire. L'auteure décrit le « refoulement de l'expérience citoyenne active au profit d'une éducation tournée vers la socialisation et la paix sociale, devenues synonymes de citoyenneté » (2003 : 54). Autrement dit, l'intentionnalité fondatrice devient « non problématique » ; l'école du civisme s'impose au détriment de l'éducation à la citoyenneté et des mouvements qui « se sont régulièrement affirmés en rupture avec l'école, [qui] se sont dressés contre ses enjeux de reproduction sociale et de sélection » (2003 : 55). Approfondissant le débat, Majo Hansotte s'engage alors dans une réflexion qui la fait passer de la « capacité de subjectivation » repérée par Benveniste à la « conquête de l'énonciation » (2003 : 61) inspirée des travaux de Lefort. On pourrait discuter ce saut théorique. Quoi qu'il en soit, le texte qui suit enfonce la touche. Jean-Marc Larouche montre le passage d'une éducation à l'interculturel vers une éducation pour une culture publique commune et finalement, vers des « termes plus neutres tels que "cadre civique" ou "espace civique" » (2003 : 71). Dans un contexte pluraliste et surtout compliqué par les jeux de pouvoir et d'influence, ou dans un contexte, disons, qui n'est plus strictement national et qui passe par une refonte des visions historique et géographique que les sociétés se donnent, il montre un nouveau risque d'affadissement ; ce risque réside dans le passage de l'éthique à une morale privée. Cette évolution coïncide dans les « curriculum » avec des orientations (politiques) qui tendent à affirmer, au détriment de l'éducation aux valeurs, l'apprentissage de règles permettant avant tout le savoir-agir en public, assurant concrètement la capacité au vivre ensemble (2003 : 73). C'est en tenant compte de ce contexte que Pierre-Henri Tavoillot (« Les contenus d'enseignement en Europe : différences et convergences ») en arrive à sa proposition de « lieux de mémoire qu'ils soient lieux topographiques ou monumentaux, privés ou publics, symboliques ou matériels » (2003 : 94). L'objectif serait pour lui de surmonter les antinomies « qui pèsent sur toute considération identitaire ». Des annexes repoussées en toute fin d'ouvrage apportent d'utiles informations et rafraîchissent les données qui avaient pu être rassemblées, en particulier, par Jacques Fialaire (*L'école en Europe*, 1996).

- 8 En conclusion, il convient de retenir la problématique centrale dégagée d'entrée de jeu par Antonio Candeias : « La notion de système éducatif national – et il n'y a pas de système éducatif qui ne soit pas "national" – semble historiquement contradictoire avec le dépassement de l'État-nation comme "noyau politique" central de la modernité » (2003 : 28). Or, penser la modernité politique de la construction de l'Europe conduit à penser, comme Dominique Wolton l'avait déjà clairement indiqué, à *penser la communication* non seulement en raison de la nouvelle centralité occupée par le système

médiatique mais aussi en raison de la crise politique ouverte par les bouleversements identitaires et le pluralisme culturel. Peut-être faut-il y voir les nouvelles conditions d'un agir communicationnel en reconstruction ?

- 9 C'est sur ces interrogations qu'ouvre, pour nous, en définitive le solide ouvrage coordonné par Jean-Marc Ferry et Séverine De Proost et dont la lecture se révèle fort stimulante.

AUTEURS

ALAIN PAYEUR

Alain.Payeur@univ-littoral.fr

Anne-Marie GINGRAS (dir.), *La communication politique : état des savoirs, enjeux et perspectives*

Québec, Presses de l'Université du Québec, 2003

Emmanuel Viau

RÉFÉRENCE

Anne-Marie GINGRAS (dir.) (2003), *La communication politique : état des savoirs, enjeux et perspectives*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

- 1 À l'ère du tout communication, le public est bombardé de mots et d'images, aussi bien comme consommateur que comme citoyen. Nécessité d'unifier autour de valeurs communes des États à la forte démographie, accroissement de l'individualisme et bris des anciens liens sociaux et idéologiques, développement technologique : pour toutes ces raisons – et d'autres – l'exercice du pouvoir est de plus en plus dépendant des échanges communicationnels. En ce sens, la question de la communication est éminemment politique. Utopie ou mal nécessaire, la communication, par son omniprésence même, stimule la réflexion scientifique au-delà des polémiques partisans, en ce qu'elle est porteuse de pratiques et d'enjeux. Tout communique, mais qui communique, à qui, pourquoi et comment ? Derrière ces interrogations, c'est la démocratie qui est en jeu : comment elle est, comment nous la voulons. C'est aussi notre rapport à l'État, en ce que la communication a à voir avec une certaine mondialisation des liens sociaux et des pratiques culturelles. C'est, finalement, notre rapport à la science, pour une épistémologie qui interroge nos pratiques face à la complexité de l'objet étudié. Toute cette réflexion pose également la question d'une discipline, la communication politique, qu'il importe aujourd'hui de doter d'une direction et d'un bilan.
- 2 Selon Anne-Marie Gingras, la naissance de la communication politique ne saurait être historiquement située, puisque la communication est une nécessité pour l'exercice du

pouvoir, de quelque nature qu'il soit et à toutes les époques. Mais dans les démocraties hypermédianisées, fondées sur la légitimité donnée par le peuple, les enjeux sont accrus : le langage proprement communicationnel y acquiert le rôle de lien entre les gouvernants et les gouvernés. Face au développement des moyens et des outils de communication (tant dans les nouvelles pratiques que par la nouvelle technologie), il faut prendre en compte non seulement les dimensions de l'imaginaire et de l'idéologie dans les discours textuels et visuels, mais aussi la question du pouvoir institutionnel et symbolique, les pratiques anciennes et nouvelles de la communication politique établies par les acteurs ainsi que la question de la réception des messages par un auditoire citoyen. Car la communication politique se joue certes dans les institutions, mais aussi dans le langage des acteurs de la scène politique et, surtout, dans les réactions des citoyens eux-mêmes, en lien avec leur environnement social et leur façon d'interpréter la culture. En regroupant les savoirs issus de plusieurs disciplines scientifiques, cet ouvrage se veut le début d'une clarification disciplinaire. Il s'agit de faire le point sur la recherche actuelle, sous les angles du langage politique et de la rhétorique, de l'utilisation de l'image, de la définition d'une opinion publique, des enjeux de la communication électorale, de l'impact politique d'Internet et de la réception des messages.

- 3 Pour Anne-Marie Gingras, cette « explosion de la communication » (Breton et Proulx, 2002) exige un cadrage méthodologique. Elle aborde ainsi les théories de la communication politique selon une lecture historique partagée en deux pôles libéral et critique. Le premier se distingue notamment par la valorisation de la rationalité des acteurs. Le behaviorisme dominant s'y voit actuellement concurrencé par la montée du constructivisme. La recherche critique, quant à elle, s'écarte de l'individualisme méthodologique des libéraux. Inspirés par l'École de Francfort, le courant critique culturel et celui de l'économie politique ont permis de reconnaître l'enchevêtrement des influences dans les processus de domination et de redonner plus d'autonomie au sujet et à l'audience. Dans une perspective critique, la communication politique sera dès lors définie en fonction des dynamiques de pouvoir exercées dans l'espace public. Elle ne se réduit pourtant pas au problème des influences, mais renvoie plutôt à une gestion du pouvoir fondée sur l'échange.
- 4 Cette nécessité de l'échange entre sujet et audience évoque forcément le renouveau de la rhétorique. Pour Maurice Charland, le système politique est fondamentalement un système de communication, puisqu'il dépend du consentement des gouvernés. La politique est donc affaire de dire et de dit, d'où cet intérêt pour les fonctions persuasives du langage politique. La rhétorique permet alors d'aborder une communication plurielle, provenant d'une multiplicité d'acteurs publics qui formulent des discours fondés sur les valeurs communes en les transformant, établissent des relations de pouvoir, forgent des consensus. Il ne s'agit pas de condamner la prétendue fausseté d'un langage se déployant dans la contingence des affaires humaines, mais de comprendre le discours en soi et les effets qui en résultent, afin qu'il puisse être accompagné de normes pragmatiques qui permettraient l'émergence d'une pratique démocratique du discours.
- 5 Les images sont souvent juxtaposées aux mots. Faisant le constat de l'abondance de ces images, et consciente du soupçon dont elles font l'objet, Estelle Lebel montre les modalités de communication particulières et les enjeux politiques liés à l'image (ici essentiellement télévisuelle). Un historique des imaginaires politiques montre d'abord

que les manipulations d'images à des fins politiques correspondent à des pratiques très anciennes. La complexité de la réception est ensuite soulignée, en ce qu'elle est fondée sur une impression de réalité qui articule un discours sur le monde. Une impression qui fait intervenir des représentations de sens et une réflexion sur l'origine de la médiation. Une impression qui concerne aussi le contrôle des images, en fonction des contraintes et des intérêts qui régissent leur contenu et leur circulation. Pourtant, l'image, même contrôlée, demeure coproduite avec le récepteur, d'où cet encouragement à une analyse de l'image qui soit plus profonde et mieux diffusée (notamment par l'enseignement), dans l'intérêt de la démocratie.

- 6 Loïc Blondiaux souligne le contraste entre, d'une part, la fréquence et la persistance des usages politiques et scientifiques de la notion d'opinion publique et, d'autre part, les difficultés d'établir sa définition. L'opinion publique s'assimilerait-elle simplement à ce que mesurent les sondages ? Et si ce n'est pas le cas, que mesurent-ils, et sur quoi repose leur réussite ? Par une revue des critiques portées contre les sondages d'opinion depuis 1930, l'auteur relève d'abord une série de définitions et de critères implicites de l'opinion publique. Puis, il trouve « l'essence historique » de cette notion dans la contradiction entre logos et doxa, entre éloge de la raison et peur du nombre. Il relève enfin la proximité du dispositif du sondage avec celui du suffrage universel. En dupliquant le modèle référendaire, les sondages contracteraient la légitimité démocratique ; en objectivant l'opinion par la statistique, ils s'appuieraient sur la « supériorité » de la science. Les sondages créent ainsi une entité nouvelle en mesurant autre chose que ce qu'ils prétendent mesurer.
- 7 Nadeau et Bastien s'attardent sur l'émergence du champ de la communication électorale à l'intérieur de celui, plus vaste, de la communication politique. Suivant le développement des moyens de communication de masse, l'analyse aboutit à la situation actuelle, caractérisée par la professionnalisation et l'américanisation des campagnes électorales et par la montée du marketing politique. Sondages électoraux, nouvelles et débats télévisuels, publicité et Internet devraient idéalement diffuser une information qui est nécessaire à la démocratie, en vue de comprendre le monde et les enjeux pour une décision éclairée. Mais la motivation des partis n'est pas d'informer, et les médias sont plus tournés vers le divertissement que vers l'information. La solution viendrait alors de journalistes dotés de ressources suffisantes et affranchis des impératifs commerciaux ou des préférences politiques de leur employeur. De ce point de vue, une forte tradition de service public paraît un contrepoids utile à l'information issue des partis et aux médias commerciaux.
- 8 La jonction entre Internet et les pratiques politiques permet à Thierry Vedel de présenter le débat entre technophiles et technophobes, qu'il tente de circonscrire par une approche en termes de potentialités et d'usages. Les potentialités politiques concernent une meilleure information des citoyens, la stimulation du débat politique, les mobilisations politiques plus aisées, les relations plus étroites entre gouvernés et gouvernants. Les usages politiques d'Internet permettraient une meilleure transparence, l'amélioration de la qualité des services publics, la réduction des coûts et la réforme de l'État. Mais les problèmes sont nombreux : fracture numérique, exigence d'une citoyenneté hyperactive et éclairée, relativisation de la fonction de médiation, menaces d'un État de la surveillance, remise en cause de l'État-nation. L'auteur prédit qu'Internet s'intégrera aux côtés des autres moyens de communication, sans les remplacer. Un outil qui, bien utilisé, est susceptible de modifier les flux d'information

au sein des systèmes politiques, que ceux-ci soient vus comme relevant d'un modèle élitiste, pluraliste ou républicain.

- 9 Proulx et Bélanger traitent enfin de la réception des messages véhiculés par les médias, en particulier par la télévision. Un survol des analyses traditionnelles permet d'aborder les théories des effets directs et des effets limités, avant de définir le message télévisuel comme texte médiatique susceptible de lecture, grâce à l'apport des Cultural Studies. Les éléments du codage et du décodage sont ensuite raffinés par l'ethnographie qui ancre le décodage individuel au sein d'une communauté interprétative. Les auteurs s'attardent ensuite sur les possibilités de convergence d'un champ de recherche où se croisent des traditions apparemment incompatibles. Les optimistes parlent d'un regard global, tandis que les réalistes privilégient la multidisciplinarité et que les pessimistes refusent d'accorder des théories irréconciliables. Par ailleurs, un problème méthodologique est souligné, concernant la place du chercheur dans l'observation de la réception. En conclusion, le champ de l'analyse de la réception reste un champ de bataille, et la réception demeure un processus « mystérieux ».
- 10 Puisque la question de la communication pose à la fois les questions du pouvoir, de sa conquête et de sa préservation, mais aussi celle des croyances collectives, on aurait pu également intégrer une étude plus générale des fondements de l'idéologie en lien avec la communication. En ce sens, la question des valeurs promues aurait pu susciter un débat plus profond sur le pourquoi de cette surabondance de communication, en le fondant sur la question du lien social et du sens collectif. Nonobstant cela, ce livre s'avère exceptionnellement clair et accessible, précis et utile malgré la concision : une bonne synthèse de la recherche actuelle. Intégrant des travaux anglo-saxons et francophones, il se veut le « premier manuel avancé de communication politique en français ». Un point de vue global, interdisciplinaire et pluriculturel, sans doute aussi le début d'une meilleure circonscription de l'objet et des méthodes de la communication politique. D'ores et déjà, il s'agit d'un outil didactique et synthétique remarquable qui, à défaut d'être complet, permet de mieux situer la discipline de la communication politique dans le champ scientifique actuel.

BIBLIOGRAPHIE

BRETON, Philippe, et Serge PROULX (2002), *L'explosion de la communication à l'aube du XXI^e siècle*, Paris/Montréal, La Découverte/Boréal.

AUTEURS

EMMANUEL VIAU

viau@club-internet.fr

Jacques LAJOIE et Éric GUICHARD (dir.), *Odyssée Internet. Enjeux sociaux*

Québec, Presses universitaires du Québec, 2002

Katia Roquais-Bielak

RÉFÉRENCE

Jacques LAJOIE et Éric GUICHARD (dir.) (2002), *Odyssée Internet. Enjeux sociaux*, Québec, Presses universitaires du Québec.

- 1 Le titre de l'ouvrage pose, d'emblée, la question des représentations et des conséquences diverses que fait naître dans la société un phénomène aussi omniprésent que difficile à définir. Si la métaphore du voyage maritime semble communément admise pour parler de l'Internet, le terme d'« Odyssée » attire notre attention sur son caractère épique, c'est-à-dire sur ce mélange de légende et d'histoire, de merveilleux et de réel dont l'investissent ses usagers ou observateurs. Une aventure donc, aux allures héroïques, mais qui dépasse un destin individuel pour devenir un des enjeux sociaux majeurs de notre temps. Survient alors la question d'inscription d'Internet dans nos activités et des changements qu'il entraîne sur la réorganisation des sociétés industrielles tant pour la communication humaine, l'échange des biens et des services que pour la coordination des actions.
- 2 Serge Proulx – « Pratiques d'Internet et numérisation des sociétés » – présente ainsi Internet comme un dispositif sociotechnique qui se situe au carrefour des problématiques et des disciplines qui sont en rapport avec la notion même de l'information dans le contexte où une part importante du travail humain est accomplie par des « machines informationnelles ». Il suggère trois lectures possibles du phénomène Internet : technologique (Internet comme un nouvel outil technique), sociologique (en termes de continuité de transformation sociale des modes de production, de consommation et de communication) et anthropologique (où Internet serait emblématique d'une nouvelle synergie entre humains et machines). En se plaçant du côté de l'approche sociologique, l'auteur invite à chercher des moyens

épistémologiques et méthodologiques qui permettent de comprendre l'influence de la technique sur la société sans verser dans une vision déterministe et tout en anticipant certains risques comme celui de l'affaiblissement des institutions exposées aux processus de « spectacularisation du monde et de survalorisation des effets d'image » (2002 : 32). Il semble ainsi que si Internet s'impose comme un mode de production, de consommation et de communication, il nécessite une large réflexion sur la régulation qui en fixe l'étendue et les limites : l'accessibilité à Internet, la protection de la vie privée, le respect des droits des auteurs et des créateurs, la démocratie et la communication politique.

- 3 Paul Mathias – « La chose Internet » – propose, lui, une perspective délibérément philosophique qui a recours, entre autres, au modèle leibnizien de la concomitance, garante d'une autonomie normative d'Internet où les pratiques individuelles prévalent sur les dispositifs techniques. Il utilise à ce propos le terme de « humanware », entre le hardware et le software, qui serait le véritable enjeu de la régulation. L'importance de la composante humaine serait soulignée par l'incapacité du discours technologique à définir l'objet Internet. Ce dernier, en raison de sa structure réticulaire et dynamique, est plutôt un processus d'investissement et d'appropriation qui évolue au gré des usages qu'un instrument fini. À cela deux preuves, tout au moins : le caractère temporel plus que spatial du réseau et le caractère instable et pluriel des pratiques qu'il engendre.
- 4 Aux questionnements, parfois inquiets, sur les bouleversements sociaux dont Internet pourrait être un des facteurs les plus déterminants s'oppose une analyse optimiste, voire enthousiaste de Pierre Lévy – « Vers la cyberdémocratie ». Son point de vue prend pour acquis le fait que l'histoire des communications est aussi celle de l'accroissement de la transparence dans l'accès à l'information et dans sa circulation. D'un côté, Internet, permet de contourner la censure, de l'autre, il assure une omnivision où chacun dirigerait librement son regard vers les lieux et les événements diffusés en direct. La disparition des médiateurs traditionnels pourrait donner ainsi un accès, lui aussi direct, à la démocratie qui prendrait la forme d'un e-gouvernement (réduction des niveaux hiérarchiques, décloisonnement entre services...). D'où, également, une nouvelle définition de la sphère publique – inclusive, transparente et universelle. Car la cyberdémocratie n'est pas seulement un dialogue à l'échelle locale, entre le citoyen et ses édiles, mais, principalement, la mondialisation du débat politique. C'est ainsi que l'auteur inclut dans la bibliographie une liste, très riche, de sites Web voués à l'information politique et à la promotion de la démocratie en ligne ou à la liberté d'expression. Liberté qui trouve ses limites, mais aussi ses outils, dans l'article d'Aude Dufresne – « Les filtres à la communication sur l'Internet ». Après un rappel historique de la réflexion sur l'écriture non linéaire et l'organisation du contenu – notamment de Vannevar Bush et de Douglas Engelbart –, une place importante est réservée à l'analyse des moteurs de recherche et des filtres qui permettent de faire face à l'accumulation de l'information sur Internet et d'amorcer une symbiose entre l'humain et la masse croissante du contenu. Il s'agit, avant tout, de donner à l'utilisateur les moyens de lier les connaissances on et off line de façon à rendre l'information assimilable et pourvue d'une structure qui facilite la mémorisation. On aboutit ainsi à l'un des problèmes sociaux, et juridiques, qui suscitent le plus de polémiques dans le discours consacré à Internet – comment concilier l'ouverture et la créativité et le besoin d'exercer un contrôle. Si les outils techniques, comme les filtres justement, existent, ils ne relèvent pas de la compétence de tous les usagers et ne

s'adaptent que partiellement aux besoins particuliers. Le constat final pourrait même paraître quelque peu pessimiste : si nos moyens et nos pouvoirs de communiquer augmentent, leur maîtrise nous échappe et nous avons de plus en plus souvent recours à des « béquilles » pour établir notre rapport à l'information et à la réalité.

- 5 La dimension psychologique des enjeux amplifiés et modifiés par l'apparition et l'extension du réseau est abordée par trois contributions qui en présentent des aspects en quelque sorte complémentaires. Patrice Renaud – « La cinématique de la perception et immersion virtuelle » –, se référant aux modèles du philosophe Maurice Merleau-Ponty et du psychologue James J. Gibson, montre différentes interactions entre les dispositifs techniques propres à l'immersion dans la réalité virtuelle et le corps de l'utilisateur. L'expérience et l'exploration de ce terrain offrent de nouvelles possibilités d'observation de phénomènes de perception et de leurs variations dynamiques. « La cyberrelation. Du virtuel au présenciel » de Mario Poirier et d'Alexandre Simard est le résultat d'une recherche menée auprès de 36 sujets qui ont répondu au questionnaire sur les relations interpersonnelles sur Internet. Après la présentation du protocole de leur démarche, les auteurs analysent les spécificités de la sociabilité médiée par le réseau et de son influence sur les rencontres en présence, c'est-à-dire sans le filet sécurisant d'une confrontation « dématérialisée ». Ils posent ainsi la question de la raison du « charme du virtuel », y compris dans le contexte où il précède, voire engendre, une rencontre des correspondants. « Internet et activité exploratoire » de Jacques Lajoie rend compte des recherches accomplies dans le domaine du développement cognitif, en particulier quand il s'adjoint le concours d'un outil comme Internet, à savoir un moyen d'accès à toutes les formes de connaissances. Son analyse débouche sur le constat d'une augmentation et d'une diversification des apprentissages pour l'utilisateur avec, pour conséquence, un gain d'autonomie et d'ouverture – gages d'une plus grande diversité culturelle et sociale.
- 6 Trois articles posent, au sens large, la problématique d'Internet et de l'éducation. Éric Guichard parle des « Usages de l'Internet chez les chercheurs en sciences humaines » dans la mesure où ce public, très hétérogène, témoigne d'une attitude complexe, pour ne pas dire contradictoire, à l'égard d'un outil élaboré, entre autres, par ce même milieu universitaire. Un des exemples cités est celui de la difficulté à passer des publications scientifiques « papier » aux publications numériques sans bousculer l'inertie d'un système qui résiste au changement. Un autre exemple, sans doute plus encourageant, est donné dans « Le cybermentorat », article signé par Catherine Légaré, Jean-François Trudeau et Jacques Lajoie, qui se fondent sur l'expérience du programme Academos pour conclure à ses effets bénéfiques constatés dans les milieux ciblés : les forums, le courrier électronique et les listes de diffusion offrent des facilités, des flexibilités, dans l'organisation et la coordination du travail comme dans la diffusion des ressources. Que le soutien du type cybermentorat ait besoin d'un encadrement et d'une meilleure adaptation aux intérêts individuels n'est qu'une étape vers le partage de l'expérience à l'échelle interculturelle. Milon Campos et Thérèse Laferrière – « Internet en éducation » – apportent des nuances et quelques restrictions au rôle du réseau dans les démarches pédagogiques. En effet, si la facilité de diffusion est un atout, il ne faudrait pas qu'Internet soit un autre canal, une forme dérivée, du téléapprentissage avec une multitude de sites à voir mais sans véritable innovation dans l'interaction sociale. Les auteurs argumentent en faveur d'une indispensable

intégration des nouvelles technologies où la fascination pour l'outil n'occulterait pas la nature et les besoins humains.

- 7 Venus de plusieurs disciplines et utilisant des méthodes diversifiées, les auteurs de l'ouvrage dressent un paysage de problématiques et de méthodes d'approche qui est le reflet de la complexité du réseau et de ses enjeux. Cette multitude d'éclairages et d'appréciations convergent vers un point d'intersection qui donne au lecteur la possibilité d'exercer son jugement et de se forger une idée des potentialités et des difficultés propres à Internet, vu non pas tant comme un dispositif technique « subi » par l'utilisateur mais comme inscrit dans la continuité de l'évolution de la société.
-

AUTEURS

KATIA ROQUAIS-BIELAK

katia.roquais@u-bourgogne.fr

Tristan MATTELART (dir.), *La mondialisation des médias contre la censure*

Bruxelles, Éditions De Boeck Université, 2002

Mustapha Belabdi

RÉFÉRENCE

Tristan MATTELART (dir.) (2002), *La mondialisation des médias contre la censure*, Bruxelles, Éditions De Boeck Université.

- 1 Compte tenu de l'évolution rapide de la technologie des communications au cours du dernier siècle et le rôle croissant des médias audiovisuels dans la plupart des contrées de ce monde, la couverture des événements et l'accès à l'information ont traversé toutes les frontières. Le tiers-monde, qui a connu un élargissement important de son paysage médiatique audiovisuel, subit des changements sociaux et politiques importants. Cet ouvrage présente les résultats d'une étude dans le cadre d'un programme de recherche intitulé Le tiers-monde à l'épreuve des médias trans-frontières, menée conjointement par le Groupe de recherche et d'étude sur les enjeux de la communication (GRESEC) et l'Institut français de presse (IFP). L'ouvrage trace le portrait des médias audiovisuels dans plusieurs pays et régions du Sud dont l'Afrique noire et subsaharienne, le Maghreb, l'Iran, les deux Corées, la Chine et Cuba.
- 2 L'un des points forts de cet ouvrage est la variété des aires géographiques, des médias, des approches et des points de vue qui sont abordés à l'aide de concepts comme « changement », « impact », « réception », « enjeu », « domination » et « résistance ». La question des effets de l'implantation des médias télévisuels satellitaires dans les pays concernés traverse tous les chapitres. Sauf le dernier qui aborde le phénomène d'Internet en Chine, ils traitent essentiellement de la radio ou de la télévision (de la vidéo aussi pour le cas iranien) et de l'impact des antennes paraboliques.

- 3 Le premier de deux chapitres rédigés par Tristan Mattelart porte sur le tiers-monde sous l'assaut des médias audiovisuels transnationaux (chapitre 1) alors que le second (chapitre 7) traite du cas de la radio et de la télévision Marti comme armes audiovisuelles contre Fidel Castro.
- 4 Dans son premier chapitre, Mattelart passe en revue la littérature portant sur les médias audiovisuels dans le contexte de l'évolution des médias transnationaux et qui oppose mondialisation, régionalisation et localisation. Le texte soulève aussi la question du marché unique mondial et ses aspects géolinguistiques, l'hybridation, l'identité culturelle. Il souligne les controverses autour de la question des médias audiovisuels transnationaux et aborde les limites des recherches, notamment celles qui touchent les flux télévisés « pirates » ou clandestins ainsi que les questions de réception. L'auteur conclut en affirmant que même si les médias transfrontaliers contribuent à atténuer les monopoles étatiques de l'information, un regard critique sur ces médias demeure nécessaire compte tenu qu'ils appartiennent aussi à l'industrie commerciale et à sa logique de la compétitivité et du gain.
- 5 Son second article est consacré à la radio et à la télévision Marti soutenues par le lobby des exilés cubains résidant à Miami et appuyées par le gouvernement des États-Unis depuis la présidence de Ronald Reagan. Cette étude, bien documentée, rend compte de la création de cette station et des objectifs de ses promoteurs et alliés. Elle jette un éclairage sur les stratégies de propagande médiatique par un exemple fort représentatif d'antagonismes dans l'histoire politique contemporaine.
- 6 Dans les deux chapitres consacrés à l'Afrique noire, les auteurs traitent respectivement et de façon complémentaire de la radio et de la télévision. Théophile E. Vittin (chapitre 2) soutient que les radios internationales ont des retombées multiformes, ambivalentes et contestées dans certains pays de l'Afrique de l'Ouest même si leur rôle demeure utile, voire indéniable compte tenu qu'elles comblent un manque d'information et qu'elles contribuent à la constitution de l'opinion publique. L'inconvénient demeure toutefois le renforcement de la dépendance des pays africains en matière d'information et de communication. Le paysage médiatique africain, cependant, se renouvelle sous le signe d'une concurrence locale, notamment par la prédominance de télévisions qui dépassent dans certains cas l'audience de la radio.
- 7 Misse Misse (chapitre 3) interroge les changements sociopolitiques provoqués par la mise en place des télévisions internationales en Afrique subsaharienne. Selon l'auteur, la montée en puissance de ces médias relève des dynamiques sociales internes d'une population à la recherche de nouvelles sources d'information et d'une liberté de choix dans les programmes. Cette recherche accroît le risque d'un péril culturel pour les sociétés africaines. Le choix de ces médias par le public exprime pour le moins le rejet des produits médiatiques nationaux et par eux des systèmes politiques qui les soutiennent. L'enjeu est donc la confrontation continue entre ce que l'auteur appelle des modèles d'organisation sociopolitique nationaux et étrangers.
- 8 Riadh Ferjani (chapitre 5) aborde la question de la concurrence qu'a entraînée la présence de chaînes télévisuelles en Algérie. Il se réfère, plus spécifiquement, à la présence de la Rai Uno (Italie), Antenne 2/France 2, Al Jazeera (Qatar) et Al Mustakilla, la chaîne satellitaire tunisienne. L'auteur considère que « [...] ce processus d'internationalisation est une construction sociale à l'intérieur même de la société tunisienne, en plus d'être une injonction venue de l'extérieur » (2002 : 156).

- 9 Il souligne comment ces chaînes internationales fournissent une information anticipée, complète et qui échappe au contrôle des institutions tunisiennes. Cette information a provoqué, à plusieurs reprises, des réactions comme l'interdiction de retransmission des programmes d'Antenne 2 et le rappel de l'ambassadeur tunisien à Doha (Qatar). Même la chaîne satellitaire tunisienne n'a pas été épargnée.
- 10 Lotfi Madani (chapitre 6) décrit l'irruption du phénomène de l'antenne parabolique en Algérie comme un phénomène sociopolitique lié aux émeutes populaires d'octobre 1988. L'un des points marquants du chapitre, ce sont les statistiques sur l'utilisation des antennes paraboliques selon les foyers, les secteurs d'activité des utilisateurs, leurs niveaux d'instruction et la fréquence d'utilisation.
- 11 Mohamed Ali Kyanvar analyse l'expérience iranienne fortement marquée par l'idéologie de la révolution islamique. Il considère que les réformes engagées par ce pays pour accroître la diffusion des chaînes existantes et la création de nouvelles demeurent limitées. Le recours à des sources internationales est très répandu, ce qui multiplie les frustrations et crée davantage de confusion dans la gestion du flux d'information.
- 12 Seok-Kyeong Hong traite de l'enjeu audiovisuel entre les deux Corées, qui incarnent chacune deux systèmes politiques opposés. Il analyse ce qu'il nomme une guerre invisible de l'audiovisuel, à travers trois stratégies de propagande :
 - la propagande blanche, de type modéré, vise à faire connaître la culture des deux Corées à leurs populations respectives installées à l'étranger ;
 - la propagande grise cherche davantage à gagner leur sympathie ;
 - la propagande noire incite les nationaux à choisir leur camp et à se soulever contre l'autre identifié comme l'ennemi.
- 13 Le chapitre contient beaucoup d'information sur les politiques médiatiques des deux pays et notamment sur la Corée du Nord, qui fournit très peu de données sur sa politique et son système de communication. L'auteur présente au lecteur certains pans de l'histoire récente des médias nord-coréens et des outils méthodologiques pour mieux les comprendre.
- 14 Dominique Colomb s'interroge à propos d'Internet en Chine, perçu comme un outil de développement économique mais dont l'usage le transforme aussi en un instrument de liberté, dans un contexte de contrôle étatique. Il explique que ce sont les réseaux nationaux *backbones*, qualifiés d'intranet national, qui soutiennent les connexions à l'échelle du pays et gèrent tout le trafic sur ce plan. Le taux d'utilisation connaît une croissance importante selon les statistiques même si, comparativement à des pays comme l'Inde ou le Japon, cette croissance demeure encore limitée. Malgré la réglementation adoptée et le contrôle d'accès à des sites internationaux, des failles technologiques permettent de contourner la censure. L'impact sur la société reste cependant mitigé, car Internet n'est pas encore accessible à la majorité de la population.
- 15 L'ouvrage demeure une référence importante pour la suite de la recherche universitaire sur les médias audiovisuels transnationaux parfois dans un contexte difficile d'accès et même inhibiteur pour les chercheurs tant du point de vue du contenu que des questions suscitées et de l'analyse.

AUTEURS

MUSTAPHA BELABDI

Courriel : b_muss@yahoo.com

Claude SAUVÉ, *Faire dire. L'interview à la radio-télévision*

Montréal, Presses universitaires de Montréal, 2000

Séverine De Proost

RÉFÉRENCE

Claude SAUVÉ (2000), *Faire dire. L'interview à la radio-télévision*, Montréal, Presses universitaires de Montréal.

- 1 À l'heure où l'on assiste à la généralisation de la parole rapportée dans les médias – tant écrits qu'audiovisuels –, et ce, souvent aux dépens du discours journalistique pleinement assumé, il semble pour le moins utile de s'interroger sur la manière dont est recueillie cette parole convoquée. Dans ce cadre, l'ouvrage de Claude Sauvé expose tant concepts (théoriques) que techniques (pratiques) permettant de réaliser une interview constructive et enrichissante, du choix du sujet à la postproduction de l'interview.
- 2 Claude Sauvé s'adresse tant aux professionnels de l'interview, lesquels trouveront matière à enrichir leur méthode de travail, qu'aux néophytes, étudiants ou toute autre personne que la communication intéresse. *Faire dire*, en révélant un certain nombre de lois et de trucs de l'interview, se destine aussi à toutes les personnes qui, de par leur identité sociale ou, plus simplement, de par leur participation à un événement médiatisé, sont susceptibles d'être interviewées.
- 3 L'interview dont il est question est donc bien l'interview journalistique : celle qui a pour but principal d'informer le public. L'idée est de revaloriser la pratique de l'interview audiovisuelle, laquelle semble devenue aujourd'hui une forme bénigne, quasi rituelle, de communication. Bien souvent, en effet, l'interview n'est qu'un élément d'illustration d'une situation, une preuve en chair et en os, qui ne fournit guère plus d'informations que celles qui sont déjà contenues dans le récit journalistique proprement dit.

- 4 En cela, si l'on appréciera que le propos de Claude Sauvé témoigne d'un ancrage réel dans les réalités sociales de l'interview, en même temps, on déplorera sa vision quelque peu utopique des effets produits par ce discours oral sur le sens commun.
- Il y a, dans l'usage de l'interview, un bouleversement de la pensée elle-même. [...] Plus le public de ces émissions consomme de paroles à l'état naissant, de discours non écrits, de conversations dirigées mais en même temps improvisées, plus il reprend l'usage de la parole en public.
- 5 Si le journal télévisé constitue, en effet, le lieu par excellence où le citoyen est le plus franchement confronté à l'image que sa communauté se donne d'elle-même, c'est oublier à quel point la prolifération de la parole convoquée participe, en particulier dans le cadre du discours d'information médiatique, à un appauvrissement du discours télévisuel. Cette prolifération est dommageable pour la constitution de l'identité elle-même, quand on sait le rôle important de la parole, du langage et du discours dans la formation des identités.
- 6 Par ailleurs, la méthode préconisée semble difficilement applicable lorsqu'on la confronte aux conditions réelles dans lesquelles sont réalisés les journaux télévisés :
1. justifier le sujet de l'interview en précisant de quoi l'on traite ;
 2. déterminer un angle de traitement ;
 3. procéder à la recherche ;
 4. formuler une idée maîtresse ;
 5. choisir un interviewé ;
 6. procéder à l'interview ;
 7. passer un contrat d'interview ;
 8. réaliser l'interview proprement dite ;
 9. s'intéresser à la postproduction ;
 10. assurer le suivi de l'interview ;
 11. favoriser l'évaluation de l'interview.
- 7 Dans la pratique, en effet, il semble que les étapes 1 à 4 soient très souvent dédaignées, et ce, en raison du court laps de temps qui sépare généralement la réalisation de l'interview de sa diffusion. De même qu'il est très rare que les journalistes, pris dans le flot incessant de l'information, prennent le temps d'assurer le suivi et l'évaluation de leur interview (étapes 9 à 11).
- 8 En résumé, l'ouvrage de Claude Sauvé doit être avant tout considéré comme un outil pédagogique, une initiation à la gestion de la parole rapportée dans les médias.

AUTEURS

SÉVERINE DE PROOST

sdeproos@ulb.ac.be

Kim SCHRØDER, Kristen DROTNER, Stephen KLINE and Catherine MURRAY, *Researching Audiences*

London, Arnold, 2003

Bertrand Labasse

RÉFÉRENCE

Kim SCHRØDER, Kristen DROTNER, Stephen KLINE and Catherine MURRAY (2003),
Researching Audiences, London, Arnold.

- 1 La question des publics et de la réception de l'information jouit d'un statut particulier au sein des recherches en communication : thématique fondatrice, centrale, elle est aussi celle où se cristallisent les tensions de ce champ ; entre les approches qualitatives et quantitatives, entre les attentes instrumentales des uns et les préoccupations scientifiques des autres... Bref, par un curieux retournement, la question des publics pose, d'une certaine façon, la question des sciences de la communication.
- 2 C'est dire que tout ouvrage sur ce thème est par nature important ou, en tout cas, intéressant. Celui de Schrøder *et al.*, parce qu'il impose plusieurs lectures, l'est à plus d'un titre.
- 3 Il peut se lire simplement comme un manuel. Remarquablement complet, il offrira aux étudiants de troisième cycle un panorama dense et très construit des principales méthodes de recherche sur ce thème, recherches qu'il divise en quatre grandes branches : les approches « ethnographiques » (ici essentiellement l'observation participante), les « études de réception » (entretiens qualitatifs), les approches quantitatives et les approches expérimentales. Comme toute taxinomie, celle-ci pourrait laisser place à la discussion tant sur les appellations utilisées que sur les périmètres tracés. Mais elle en vaut bien d'autres. Chacune de ces parties veille à replacer les méthodes décrites dans une perspective historique (parfois un peu

succincte) et dans une réflexion approfondie sur leurs fondements et leurs limites de validité, avant de développer les aspects plus techniques, tels que la préparation du dispositif de recherche et l'analyse des données. Si poussé soit-il, l'ouvrage ne permettra sans doute pas à un doctorant de s'affranchir de la consultation d'ouvrages spécialisés dans la méthode choisie, mais sa vertu réside justement dans la large culture scientifique qu'il confère en confrontant de façon détaillée et raisonnée l'essentiel des grandes voies de recherche. Pour autant, l'ouvrage ne peut prétendre à l'exhaustivité. Pour ne prendre qu'un exemple, une approche longitudinale comme celle de Tichenor *et al.* (1970) n'y trouve pas de place et les spécialistes francophones (Dayan, Proulx, etc.) ne sont même pas évoqués.

- 4 Au-delà de sa portée didactique *Researching Audiences* relève, dans sa première et sa dernière partie, d'une autre visée, beaucoup plus ambitieuse. On le lira alors comme un manifeste et une tentative de rénovation épistémologique. Face aux antagonismes butés qui morcellent et mutilent depuis si longtemps les recherches sur les publics, les auteurs prêchent le pluralisme méthodologique avec des arguments bien connus, solides, raisonnés. On peut toutefois douter qu'ils ébranleront les vieilles murailles, en tout cas dans les pays où celles-ci sont épaisses. D'autant que les auteurs, même s'ils s'en défendent, semblent par moments réduire à une seule fracture des clivages qui s'assimilent difficilement : l'opposition entre recherches qualitatives et quantitatives n'est pas nécessairement la même que celle qui sépare le relativisme et le positivisme, ou encore le dévoilement critique et la recherche administrative (et chacune de ces catégories est évidemment caricaturale en soi). Toutefois, l'ouvrage, loin de se cantonner à un irénisme impuissant, a le mérite de promouvoir une autre voie. Un cadre conceptuel syncrétique, le « réalisme discursif » – qui gagnera à être étoffé pour montrer comment il résout les contradictions plutôt qu'il ne les englobe –, mais aussi des méthodes de recherche sinon nouvelles, du moins toujours prometteuses. L'objectif, en effet, n'est pas de juxtaposer simplement une enquête qualitative et une enquête quantitative : il convient de valoriser les techniques capables de combiner ces deux angles. C'est en particulier le cas de la méthode des cartes de choix (*Q sorts*), utilisée il y a un quart de siècle par Bourdieu (1979), mais dont les auteurs montrent toute la puissance heuristique et le riche potentiel de développement à la fois qualitatif et quantitatif.
- 5 Enfin, le livre peut se lire comme un témoignage. On l'a suggéré plus haut : tout discours savant sur les publics est, d'une certaine façon, un discours sur les sciences de la communication elles-mêmes. C'est évident de la dimension explicitement épistémologique de l'ouvrage qui, si elle s'applique ici aux problématiques liées à la réception, les dépasse nécessairement et serait toute aussi pertinente pour d'autres thématiques, telles que celles qui portent sur les producteurs et diffuseurs des informations. Mais c'est également vrai des aspects implicites du livre. Fruit d'une collaboration entre des chercheurs danois et canadiens anglophones, il peut en effet témoigner, pour des lecteurs latins, d'un « vécu » plus septentrional, et souvent vivifiant, de leur discipline. Ainsi est-il intéressant de voir que, si la dichotomie entre qualitatif et quantitatif se révèle universelle, l'une et l'autre approche sont envisagées ici sur un pied d'égalité, ce qui serait presque incongru en France (Souchon, 1993), pour ne pas parler de la place que le livre réserve aux approches expérimentales, également incongrues sous certaines latitudes. De même, l'importance accordée aux besoins instrumentaux des professionnels peut surprendre, et plus encore la légitimité conférée aux prestations des consultants : l'influence croissante des pseudo-études en

groupes restreints (*focus group*) dans la conduite des médias est même saluée ici comme un argument en faveur des méthodes qualitatives, comme si l'alchimie validait la chimie. Enfin, bien que les auteurs notent que l'histoire des sciences de la communication est « caractérisée par des luttes féroces et amères pour l'hégémonie scientifique », l'idée que le progrès des méthodes et le développement de la fiabilité des résultats prévaudront sur toute autre considération sous-tend tout leur ouvrage. On ne peut que le souhaiter, mais de là à le croire...

BIBLIOGRAPHIE

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

SOUCHON, Michel (1993), « Le vieux canon de 75 : l'apport des méthodes quantitatives à la connaissance du public de la télévision », *Hermès*, 11-12, p. 233-245.

TICHENOR, P. J., G. A. DONOHUE et C. N. OLIEN (1970), « Mass media flow and differential growth in knowledge », *Public Opinion Quarterly*, 34 (2), p. 159-170.

AUTEURS

BERTRAND LABASSE

Bertrand.Labasse@univ-lyon1.fr