La médiatisation de l'espace public comme phénomène de fragmentation

Patrick Charaudeau

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/edc/2346>

DOI : 10.4000/edc.2346

ISSN : 2101-0366

Éditeur

Université Lille-3

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 1999

Pagination : 73-92

ISBN : 2-9514961-0-1

ISSN : 1270-6841

Référence électronique

Patrick Charaudeau, « La médiatisation de l'espace public comme phénomène de fragmentation », *Études de communication* [En ligne], 22 | 1999, mis en ligne le 23 mai 2011, consulté le 19 avril 2019.

URL : <http://journals.openedition.org/edc/2346> ; DOI : 10.4000/edc.2346

Ce document a été généré automatiquement le 19 avril 2019.

© Tous droits réservés

La médiatisation de l'espace public comme phénomène de fragmentation

Patrick Charaudeau

- 1 Ayant déjà traité dans mon dernier livre la question de la médiatisation de l'espace public ainsi que celle de l'interdisciplinarité¹, je reprendrai ici certaines parties de celui-ci pour, en les rapprochant, tenter de mieux exposer mon point de vue sur le thème proposé par ce numéro de la revue *Études de communication*.

Un postulat de départ : la fragmentation sociale du sens

- 2 Le sens n'est jamais donné par avance, il est construit par l'action langagière de l'homme en situation d'échange social. Le sens n'est jamais saisissable qu'à travers des formes, toute forme renvoyant à du sens, tout sens renvoyant à de la forme dans un rapport de solidarité réciproque. C'est cette double proposition qui permet de postuler que le sens se construit au terme d'un double processus de sémiotisation du monde : processus de *transformation* et processus de *transaction*.
- 3 Le processus de transformation est celui par lequel un « monde à signifier » est transformé en « monde signifié », lequel se trouve structuré selon un certain nombre de catégories, celles qui identifient les êtres du monde en les nommant, celles qui assignent à ces êtres des propriétés en les qualifiant, celles qui décrivent les actions dans lesquelles ces êtres sont engagés en narrant, celles qui fournissent les motifs de ces actions en argumentant, enfin celles qui évaluent ces êtres, ces propriétés, ces actions et ces motifs en modalisant². Ainsi, l'acte d'informer s'inscrit-il dans ce processus en tant qu'il doit *décrire* (identifier-qualifier des faits), *raconter* (décrire des événements), *expliquer* (donner les motifs de ces faits et de ces événements).

- 4 Le processus de transaction est celui par lequel une signification psychosociale est attribuée à l'acte de langage. Celui-ci devient alors acte de communication par le biais de l'enjeu qui lui est assigné en fonction de l'identité des partenaires du processus et du type de relation qui s'instaure entre eux. Ce processus est appelé transaction parce qu'il pose que, pour qu'un acte de communication soit valide, il faut que les deux partenaires soient en mesure de reconnaître le cadre d'intentionnalité dans lequel il se produit. Ainsi, peut-on dire que l'acte d'informer est un acte de transaction dans lequel l'objet d'échange qui circule entre les partenaires est un certain savoir, que l'un est censé posséder et l'autre pas, que l'un est chargé de transmettre et l'autre est censé recevoir, comprendre, interpréter, subissant du même coup une modification de son état de connaissance, et dont le résultat ne peut être mesuré qu'à la possible réaction de cet autre. Ce qui fait qu'aux activités du processus de transformation précédemment décrites, il faut ajouter celle, issue du processus de transaction qui se charge d'identifier et justifier la position des sujets de l'acte d'échange.

- 5 Mais pour être complet, il faut encore préciser que c'est le processus de transaction qui commande le processus de transformation et non l'inverse. L'homme ne parle pas d'abord pour découper, décrire, structurer le monde ; il parle d'abord pour se mettre en relation avec l'autre, parce qu'il y va de sa propre existence, la conscience de soi passant par la prise en compte de l'autre, et un jeu d'assimilation/différenciation avec cet autre³. Le langage naît, vit et meurt dans une *intersubjectivité*. Ainsi, tout discours, avant de témoigner du monde, témoigne d'une relation intersubjective, ou, plus exactement, témoigne du monde à travers une certaine relation intersubjective. Et cela est également vrai pour le discours d'information. Le sujet informateur pris dans les filets du processus de transaction (supposer l'ignorance de l'autre, transmettre un savoir, supposer l'utilisation par l'autre de ce savoir) ne peut construire son information (processus de transformation) qu'en fonction des données spécifiques de la situation d'échange. Voilà pourquoi il est vain de poser le problème de l'information en termes de fidélité aux faits ou à une source d'information. Aucune information ne peut prétendre, par définition, à la transparence, à la neutralité ou à la factualité. Car elle est un acte de transaction, et donc dépend du type de cible que se donne l'informateur et de la coïncidence ou non coïncidence de celle-ci avec le type de récepteur qui interprétera l'information donnée selon des paramètres qui lui sont propres et qui n'ont pas été nécessairement postulés par l'informateur. Toute information dépend du traitement qu'elle subit dans ce cadre de transaction.

- 6 C'est au croisement de ce double processus et de ce qui détermine l'enjeu de l'acte d'échange informatif que se construit une dialectique subtile entre *événements*, *représentations* et *dispositifs*.

- 7 L'événement n'existe qu'à travers une perception et une interprétation par l'homme de celui-ci. Se pose donc le problème du rapport qui s'établit entre ce qui surgit dans le monde phénoménal et le travail d'ordonnement du sens auquel se livre le sujet qui perçoit et interprète. Du côté du monde phénoménal, on peut postuler qu'il existe, indépendamment du regard de l'homme, une nature qui vit selon des principes énergétiques dont on peut penser qu'ils obéissent à certaines lois. On pourra ainsi distinguer par exemple des phénomènes *auto générés* « qui se développent selon une logique interne » dans laquelle les événements ont une place prédictible et donc une relative stabilité participant de l'ordre des états des choses (comme par exemple, la succession des saisons, l'apparition d'un cyclone), et des phénomènes *hétérogénérés* « qui

ont besoin d'incitations événementielles-accidentelles pour se développer » (Morin, 1972), et qui sont produits soit par la rencontre inopinée (coïncidence) d'éléments appartenant à des systèmes différents, soit par l'apparition d'un élément externe au système considéré qui joue le rôle d'événement perturbateur (comme par exemple, les effets destructeur d'un cyclone sur un village). On voit donc que l'événement, ce n'est pas seulement le désordre ; c'est tantôt l'ordre (la nécessité), tantôt le désordre (le hasard, la contingence). Du côté du travail d'ordonnement du sens, se trouve un sujet qui a une double faculté : celle de percevoir à travers une expérience directe, non encore conceptualisée⁴, les phénomènes dans ce qu'ils ont de potentiellement structurable en rapport avec le temps et l'espace (par exemple la perception des phénomènes climatiques), et celle de structurer le monde en le décrivant et en le commentant à l'aide du langage (configuration conceptualisante). Mais dans un cas comme dans l'autre, ce travail dépend de la capacité du sujet à intégrer ses perceptions dans un système d'expérience et de pensée préexistant au surgissement du phénomène, ce qui explique que l'événement ne puisse faire sens qu'au terme d'un double processus de construction renvoyant pour une part à la perception d'une modification de l'état du monde (saillance), d'autre part au système d'intelligibilité qui permet de le saisir (prégnance)⁵. On a donc affaire à un processus et non à un état ce pourquoi il conviendrait de parler d'« événementialisation » et non d'événement. L'événement médiatique s'inscrit dans ce processus en étant marqué au sceau d'un double effet contradictoire : effet de transparence du fait qu'il semble renvoyer au surgissement du monde phénoménal (*'il s'agit bien d'un bombardement'*) ; effet d'opacité du fait que, pour le saisir, il faut se livrer à un travail d'interprétation qui exige la connaissance de la grille interprétative en œuvre (*'s'agit-il d'un acte de représailles justifié, d'un acte d'exaction sacrifiant des innocents'*, etc.)⁶. La perception et la signification de l'événement médiatique dépend donc du regard que le sujet humain porte sur celui-ci.

- 8 Les représentations sont des objets de sens qui résultent de la construction par le groupe social de systèmes de valeurs destinés à fonder ses comportements. Elles constituent ainsi pour chacun d'eux le miroir dans lequel il peut trouver les imaginaires qui justifient et donnent un sens à ses pratiques. Plus précisément, on peut dire qu'elles ont trois fonctions intimement liées l'une à l'autre : d'organisation collective des systèmes de valeurs qui s'instituent en schèmes de pensée normés propres à un groupe ; d'exhibition, à des fins de visibilité, face à sa propre collectivité ou à une collectivité étrangère, de ce que seraient ces valeurs, car les membres du groupe ont besoin pour construire leur identité de savoir ce qu'ils partagent et ce qui les différencie des autres groupes ; enfin, une fonction d'incarnation des valeurs dominantes du groupe à l'aide de formes de « présentification » dans un quelque chose matérialisé qui joue le rôle de représentant de l'identité collective. C'est pourquoi ces représentations sont configurées à la fois par des discours explicitant ces jugements et croyances (maximes, proverbes, dictons et toutes les manières de parler propres au groupe qui constituent autant de sociolectes), par des comportements ritualisés (d'abordage de l'autre, de politesse, d'excuse, etc) qui jouent le rôle de normes de référence, par des objets emblématiques (institutions et autres lieux de mémoire), qui jouent le rôle de symboles dans lesquels le groupe peut se reconnaître. Les médias mettent en scène ces représentations, souvent de façon non consciente. La plupart du temps ils le font en traitant d'un événement (tel fait de violence renvoyant aux représentations sociales sur la violence), mais parfois aussi plus directement en montant des dossiers, des reportages ou des débats sur ce qu'il est convenu d'appeler des phénomènes de société (l'immigration, les jeunes de banlieue, l'écologie, etc.).

- 9 Les dispositifs constituent les circonstances matérielles dans lesquelles se réalise la communication sociale. Celles-ci sont plus ou moins systématisées en mécanismes de mise en œuvre et utilisent pour ce faire divers systèmes de formes (verbal, iconique, gestuel, etc.). Ces dispositifs se construisant sous l'effet d'une ritualisation communicative, il en résulte des types de reconnaissance sociale que l'on appelle des genres. Mais il faut ajouter que ces mécanismes et ces genres sont eux-mêmes porteurs de sens, comme on vient de le dire à propos des représentations. Ce n'est pas la même chose de traiter un même thème social sous forme d'un reportage, d'un débat, d'un talk show⁷ ou d'un téléfilm : le sens qui en résulte pour le téléspectateur ne sera pas le même. En cela, l'étude des dispositifs s'oppose à celle des contenus de l'événement : celle-ci relève d'une analyse de contenu, alors que la première relève d'une analyse sémio-discursive, car les dispositifs sont eux-mêmes porteurs de représentations.
- 10 Au terme de ce jeu de construction du sens qui met en œuvre événements, représentations et dispositifs, lesquels interagissent les uns sur les autres (en des mouvements de « normativisation » selon J. Habermas (1978, 1987), de « publicisation » selon H. Arendt (1972), se constituent des « exclusions »⁸, et partant les territoires et frontières d'un espace identitaire qui permet aux individus de reconnaître ce qui est perçu comme « le même » ou comme « l'autre ». Ainsi s'homogénéise et se fragmente le sens social : il s'homogénéise comme nécessité de créer un espace de reconnaissance d'intentionnalité ; il se fragmente comme résultat d'un processus de différenciation et d'altérité sans lequel ne pourrait se produire la signification.

De la fragmentation de l'espace public

- 11 On peut dès lors reprendre la question de l'espace public, à partir de ce postulat sur les conditions de la construction sociale du sens, car l'espace public est à la fois point de départ et point d'aboutissement de cette construction du sens. Je rappelais dans mon livre que depuis l'origine⁹, la notion d'espace public pose deux questions, corrélatives l'une de l'autre : celle de la frontière entre le public et le privé, devenue particulièrement accrue avec l'évolution de la télévision, et celle de la nature de ce qui est d'ordre public, particulièrement si celle-ci est une ou plurielle, homogène ou hétérogène. Je ne m'attacherai ici qu'à la deuxième question pour proposer une explication qui diffère légèrement de celle d'Habermas (1992), sans pour autant la contredire dans ses conclusions.
- 12 Mon explication consiste à s'appuyer sur la notion de « discours circulant », notion centrale en analyse du discours, parfois dénommée « intertextualité » ou « interdiscursivité ». Le discours circulant est une somme empirique d'énoncés à visée définitoire sur ce que sont les êtres, les actions, les événements, leurs caractéristiques, leurs comportements et les jugements qui s'y attachent. Ce sont ces énoncés, regroupés en divers ensembles, qui constituent les représentations dont il a été question plus haut, et c'est à travers eux que les membres d'une communauté se reconnaissent, et ce faisant, se construisent des identités collectives diverses. Le discours circulant exerce au moins trois fonctions qui sont intimement liées les unes aux autres.
- 13 Une fonction d'institutionnalisation du pouvoir qui est assurée par des discours porteurs d'une « parole de transcendance », c'est à dire d'une parole qui s'impose comme autorité, définissant une position de suprématie ou d'au-dessus de la mêlée sociale, et qui de ce fait

donne un sens à l'action sociale, l'oriente, lui sert de guide et fonde sa puissance¹⁰. Il s'agit ici du discours du pouvoir politique et de tout ce qui l'incarne institutionnellement, que ce soit sous la figure des grandes institutions (l'Etat, l'Eglise, la Justice...), ou sous celle des garants scientifiques, moraux et culturels des différents secteurs sociaux ou professionnels (les Académies, Conseils de l'ordre, CSA et autres conseils de disciplines). Cependant, face à ces discours de pouvoir se développent, là où c'est possible, d'autres discours de revendication, de contestation de l'ordre imposé, et dont la force dépend à la fois de l'organisation du groupe qui les produit, de ses possibilités de mobilisation et des valeurs éthiques qu'il emblématise. En cela ces discours agissent comme un contre-pouvoir, une contre-orientation, représentant traditionnellement le discours du pouvoir civil. Cette fonction du discours circulant aboutit à la constitution d'une « socialité politico-citoyenne »¹¹.

- 14 Une fonction de régulation de la quotidienneté sociale qui est assurée par des discours ordinaires¹² qui en même temps déterminent ce que sont et ce que doivent être les comportements du corps social. En ritualisant les actes langagiers du quotidien, en produisant des discours qui justifient les habitudes comportementales (alimentaires, de transports, de travail, de loisirs, etc.), en se dotant de codes langagiers (de politesse, d'honneur, d'accueil), les groupes sociaux normalisent les relations sociales. Mais, parallèlement, ils traitent également des questions qui sont mises sur la place publique par la parole institutionnelle en produisant des commentaires, des récits, des discours de rationalisation sur le pourquoi et le comment de la vie en société, ce qui constitue une sorte de patrimoine discursif témoignant des évaluations éthiques, pragmatiques, esthétiques ou affectives qui déterminent les imaginaires sociaux du groupe, ce que Erving Goffman appelle des « cadres de l'expérience », et Habermas « la culture ordinaire ». Cette fonction du discours circulant aboutit à la constitution d'une « socialité civile ordinaire ».
- 15 Une fonction de régulation des drames humains qui est assurée par des discours qui racontent les problèmes de la vie des hommes, la façon dont ceux-ci, confrontés aux aléas des forces du visible et de l'invisible, jouent leur vie par fictions interposées, dans un combat sans merci entre les forces de leur propre désir et celles du destin qui s'impose comme fatalité. Il s'agit ici des histoires, récits de fictions, mythes populaires et autres discours qui traitent de la destinée humaine aboutissant ainsi à la constitution d'une « socialité mythique ».
- 16 De l'entrecroisement de ces discours surgit le socle de connaissances, de croyances, de représentations sur lequel se construit l'espace public sociétal. Dès lors, on comprend que celui-ci ne puisse être considéré comme un lieu homogène, traversé qu'il est par ces mouvements et ces discours de socialisation et de publicisation. On rejoint ici le point de vue d'Habermas qui dans sa récente révision théorique reconnaît que « les critères de jugement eux-mêmes ont changé [...] du fait de la perméabilité croissante des frontières entre culture ordinaire et haute culture », et de la « nouvelle intimité entre politique et culture », elle-même tout aussi ambivalente et n'assimilant pas simplement l'information à la distraction (1992) L'espace public n'est ni unique, ni un fait, ni un point de départ : il résulte de la conjonction des pratiques sociales et des représentations. Les premières constituent le moteur des secondes, et celles-ci donnent leur raison d'être à celles-là en leur attribuant des valeurs qui tendent à les conforter ou les modifier. Cette interaction dialectique construit un espace public pluriel et mouvant. Il est d'abord fragmenté en un certain nombre de sphères (politique, médiatique, économique, religieuse, ...) qui,

chacune, identifie et redistribue les rôles des acteurs sociaux de façon propre, et il est ensuite fragmenté par les discours circulants qui construisent divers types de socialité.

La sphère médiatique comme processus d'homogénéisation et de fragmentation de l'espace public

- 17 Mais à ces deux types de fragmentations il faut en ajouter un troisième, celui qui est produit par chacune des instances dominantes qui agissent à l'intérieur de chaque sphère. Ainsi, dans la sphère médiatique, c'est l'instance de production qui construit non seulement l'événement, mais la place et les rôles que doivent tenir les différents partenaires de cette communication, à savoir les images identitaires d'elle-même et des récepteurs de l'information ; elle le fait à travers son activité de mise en discours. J'ai longuement traité de cette question dans les deuxième et troisième partie de mon dernier livre. Je me contenterai donc de reprendre ici les trois principaux types d'activités qui interviennent dans cette mise en discours : de *thématisation*, de *traitement discursif de l'événement*, de *mise en scène*.
- 18 L'activité de thématization consiste à sélectionner l'événement médiatique en fonction de son potentiel d'*actualité*, de *socialité* et d'*imprévisibilité*. Le potentiel d'actualité concerne à la fois la temporalité et la spatialité de l'événement. La temporalité doit être coextensive de celle des sujets informateur et informé, ce qui amènera les médias à créer des dispositifs adéquats pour configurer cette co-temporalité (par le direct), pour en donner l'illusion (par le différé), ou pour la justifier (par la commémoration). La spatialité doit être dans un environnement dont on peut supposer qu'il touche le sujet informé, soit par sa proximité (le village), soit par sa globalité (la planète). Ce potentiel d'actualité fera que les médias auront tendance à traiter l'événement dans son immédiateté comme s'il existait dans un état définitif, aussitôt chassé par un autre sans que le précédent soit nécessairement suivi, et dans une spatialité ego centrée au cœur de laquelle se trouve nécessairement le sujet informé¹³. Le potentiel de socialité correspond à la qualité qu'aurait l'événement de représenter tout ce qui touche à la destinée des hommes et à l'organisation de leur vie collective en tant que citoyens ou êtres humains¹⁴. Il s'agit là pour les médias de répondre à la condition de prégnance, ce qui les amènera à sélectionner dans le monde phénoménal les événements qui sont censés construire un imaginaire de coexistence spatio-temporelle. Quant au potentiel d'imprévisibilité, il correspond à la qualité d'inattendu qu'aurait l'événement dans la mesure où celui-ci viendrait perturber la tranquillité des systèmes d'attente du sujet consommateur d'information, ce qui entraînera l'instance médiatique à mettre en évidence l'insolite ou le notable (condition de saillance).
- 19 L'activité de thématization est donc marquée par plusieurs obsessions : l'obsession de l'ici maintenant qui donne aux événements un caractère a-historique et ego centré, l'obsession de l'accident qui donne aux événements un caractère dramatique¹⁵.
- 20 L'activité de traitement discursif de l'événement se trouve prise dans la contradiction du contrat de communication¹⁶ : au nom de la crédibilité, l'événement doit apparaître comme le plus authentique possible, mais au nom de la captation, il doit produire le plus d'effet dramatisant possible.

- 21 Tout d'abord dans la façon de rapporter l'événement. Plus que tout autre récit, le récit médiatique s'inscrit dans une problématique du vraisemblable : il doit à la fois rendre compte de la factualité de l'événement, et le présenter de telle sorte qu'il devienne structure de projection pour le récepteur. Du fait que le récit qui est proposé par les médias parle d'un événement qui se passe dans un autre lieu que celui où nous, lecteurs ou téléspectateurs, ancrons notre réalité présente, et du fait que les acteurs dont il est question sont comme des tiers absents dont on ne peut vérifier la réalité existentielle (cette réalité n'est qu'image), ce récit s'adresse à nos imaginaires en produisant des effets de fiction que les effets de réel ont du mal à compenser. Il peut transformer toute personne, entité ou institution en héros (*'La France obtient l'exception culturelle sur les biens de consommation artistiques'*) ou monstre (L'Europe, la technologie, la corruption, l'immigration, les hommes politiques sont cause de nos malheurs). Le récit médiatique construit son propre réel de vraisemblance en faisant commerce de nos imaginaires pour tenter de produire, au bout du compte, un effet de catharsis sociale : les lecteurs et téléspectateurs se mirent dans le miroir de ces récits, se voyant tantôt héros, tantôt victimes, tantôt les deux à la fois¹⁷.
- 22 Mais ces effets dramatisants apparaissent aussi dans la façon de commenter l'événement, car si le commentateur sait qu'il doit être crédible, il sait aussi qu'aucune analyse, aucune argumentation, ne peut avoir d'impact si elle n'éveille l'intérêt du consommateur d'information, et même si elle ne touche son affect. De là naît un imaginaire discursif propre au commentateur médiatique qui fonde la valeur d'un commentaire sur des qualités de clarté et d'enthousiasme. Dès lors, le journaliste, pris entre le marteau (crédibilité) et l'enclume (captation) tendra à préférer des modes de raisonnements qu'il jugera motivants et excitants pour l'esprit. Pour être motivant et dramatisant — il est bien difficile de faire le départ entre les deux — le raisonnement devra impliquer de façon directe ou indirecte le consommateur citoyen. Soit à l'aide d'arguments qui s'appuient sur des savoirs et des jugements les plus communément partagés que sont les lieux communs, afin d'établir une intercompréhension, voire une complicité entre le média et son consommateur qui agit comme un garant d'intelligibilité réciproque et donc d'information réussie ; soit à l'aide d'une « psychologisation » de l'explication des faits qui consiste à prêter une intention à des instances collectives ou des entités anonymes, voire non humaines : par exemple on ne dira pas qu'au lendemain de la victoire du parti populaire en Espagne (le PP), on observe un mouvement à la baisse de la bourse, mais on dira que *'la Bourse sanctionne le P.P.'* ; pour commenter le résultat de ces mêmes élections, on fera comme si on connaissait l'intention qui a présidé au vote des électeurs et les conséquences qui s'en suivront : *'La sagesse des électeurs. Ils donnent une chance au P.P. de négocier, à la démocratie de fonctionner'*¹⁸.
- 23 On voit que le traitement discursif de l'événement que proposent les médias ne consiste pas tant à créer un espace d'authentification réaliste ni de commentaire rigoureux et austère de la nouvelle, qu'un *espace d'interrogation* pour ce qui est des tentatives d'explication, et un *espace de projection* pour ce qui est du récit des faits.
- 24 L'activité de mise en scène dépend, elle, de la particularité de chaque support médiatique (radio, presse, télévision) qui permet de mettre en œuvre des dispositifs qui lui sont propres. Sans entrer dans une description détaillée de ceux-ci¹⁹, je rappellerai que tout dispositif informe le message et ce faisant contribue à lui donner un sens. Il n'est pas de message sans dispositif et les deux faces de cette réalité du sens sont liées par une solidarité telle²⁰ qu'on ne peut atteindre l'une sans l'autre, qu'on ne peut concevoir l'une

sans concevoir l'autre dans le même mouvement de pensée. L'influence entre elles est de réciprocité dialectique, conception qui s'oppose autant à l'idéalisme d'une culture humaniste classique qu'à l'instrumentalisme d'une culture technologique moderne. Tout dispositif s'organise en « support » à l'aide d'un (ou plusieurs) « matériau sémiologique » plus ou moins « technologisé ». Le support est l'élément matériel qui sert de canal de transmission fixe ou mobile : le parchemin, du papier, du bois, un mur, des ondes sonores, un écran de cinéma, un écran vidéo. Le matériau est la matière du signe dans laquelle s'informe, prend corps et se manifeste de manière codée, le système signifiant : l'oralité, la scripturalité, la gestualité, l'iconicité. La technologisation réfère à l'ensemble de la machinerie plus ou moins sophistiquée qui régule le rapport entre les différents éléments du matériau et du support. Elle combine oralité, scripturalité, gestualité et iconicité, place d'une certaine façon les éléments sur les supports et va même jusqu'à ordonnancer l'ensemble des participants à l'acte de communication, déterminer leurs possibles connexions, voire réguler une partie de leurs relations. L'étude du dispositif ainsi conçu relève donc d'une médiologie telle qu'elle a été définie par R. Debray et D. Bounoux²¹.

- 25 En prolongeant ce point de vue, on pourrait dire que la radio se « médiologise » essentiellement autour de la voix, des sons, de la musique, du bruit, inscrivant ce média dans une tradition orale, d'autant plus marquée qu'il ne s'accompagne d'aucune image, d'aucune représentation figurée des locuteurs ni des objets qui produisent ces voix, ces bruits et ces sons. Il en ressort une magie particulière due à cette absence d'incarnation, et à cette omniprésence d'une pure voix dont on va jusqu'à entendre le grain par lequel passe le mystère de la séduction. La télévision se médiologise essentiellement autour de l'image en relation avec la parole. Pas seulement l'image comme on le dit parfois lorsqu'il s'agit d'en dénoncer les effets manipulateurs, mais image et parole dans une solidarité telle qu'on ne saurait dire de laquelle des deux dépend la structuration du sens. L'image-parole télévisée procède d'une origine énonciative multiple²² à des fins de construction d'un discours à la fois référentiel et fictionnel, ce qui pose le problème du contrat de lecture que propose la télévision. En effet, l'image est susceptible de produire un effet de *réalité* lorsque, par des procédés de « présentification », elle tend à donner l'illusion que la réalité est montrée telle qu'elle est en train de surgir et de se dérouler ; un effet de *fiction* lorsque, par des procédés de « figuration », elle tend à représenter de façon analogique une réalité qui a déjà eu lieu ; un effet de *vérité* lorsque, par des procédés de « visualisation » elle tend à rendre visible, à travers un certain système de représentation codé, ce qui ne l'est pas à l'œil nu. Ainsi, on peut dire que la télévision en tant que dispositif remplit une fonction sociale de projection dans un monde à la fois connu et inconnu par le jeu de vraisemblance d'une image qui construit une certaine visibilité du monde. La presse se médiologise essentiellement sur une aire scripturale, faite de mots, de graphiques, de dessins et parfois d'images fixes, sur un support papier. Cet ensemble inscrit ce média dans une tradition écrite qui se caractérise essentiellement par un rapport distancié entre celui qui écrit et celui qui lit, un parcours oculaire multi-orienté de l'espace d'écriture qui fait que ce qui a été écrit reste comme une trace sur quoi on peut constamment revenir, ce qui entraîne une activité de conceptualisation de la part des deux instances pour se représenter le monde qui passe par des mots, mettant en œuvre un type de compréhension plus discriminative, organisatrice et hiérarchisée que dans l'oralité non reparcourable et apparemment plus éphémère.
- 26 Ce sont ces dispositifs qui permettent aux médias d'avoir un troisième type d'activité propre, celui qui consiste à provoquer l'événement par des procédés de mise en scène

variables selon les supports. Au dispositif de la radio le privilège de produire une parole d'information factuelle immédiate (les '*flashes*'), une parole polémique dans les interviews, une parole intimiste dans certains entretiens qui relèvent presque de la confession, une parole d'analyse à chaud faite de comparaisons et métaphores, enfin une parole de récits à évocations pour peu qu'agisse la magie du verbe. Au dispositif de la télévision d'avoir le privilège de créer l'illusion de transparence en prétendant lever le voile, découvrir le caché, donner à voir l'au-delà du miroir à l'occasion de reportages, de débats où se jouent les conflits de parole entre pouvoir politique et pouvoir citoyen, d'entretiens où se joue la parole de l'intimité à effet cathartique. Au dispositif de la presse d'avoir le privilège des éditoriaux, tribunes et autres chroniques qui permettent d'approfondir l'information, de la mettre en perspective et de s'interroger sur les conséquences à venir des événements.

- 27 Fragmentation constitutive de la construction sociale du sens de par un rapport dialectique entre la mise en discours de l'événement, des représentations et des dispositifs ; fragmentation de l'espace public en sphères d'organisation sociale de par la constitution de « champs d'action »²³ qui s'ordonnent autour de pôles alternativement dominants (le politique, l'économique, le médiatique...) ; fragmentation à l'intérieur de la sphère médiatique de par ses activités de thématisation, de traitement discursif, de mise en dispositif ; voilà qui va bien au-delà de la reconnaissance par Habermas de « la perméabilité croissante des frontières entre culture ordinaire et haute culture » citée plus haut.
- 28 Je voudrais pour terminer cette partie mettre en relation ce phénomène de fragmentation de l'espace public avec celui de la fragmentation de l'opinion publique. Je rappellerai d'abord que j'ai proposé de distinguer les notions de « savoir » de celles de « croyance », d'« opinion » et d'« appréciation ». Non pas pour le plaisir du distinguo mais parce que cette distinction permet de comprendre comment peuvent se former ce que j'appelle des « communautés discursives ». Un regroupement d'individus autour d'un corps de savoirs (une discipline théorique) constitue une « communauté scientifique » ; un regroupement d'individus autour d'un corps de croyances fixe (une doctrine) constitue une « communauté dogmatique » ; un regroupement d'individus autour d'un corps d'opinions (une prise de partie) constitue une « communauté partisane » ; un regroupement d'individus autour d'un corps d'appréciations constitue une « communauté morale » plus ou moins stable autour d'un imaginaire émotionnel. Je rappellerai ensuite que j'ai proposé de distinguer l'opinion publique selon qu'elle est imaginée par l'instance de production médiatique, qu'elle est observée de l'extérieur et donc construite à l'aide d'instruments de mesure (audimat, sondages, enquêtes, ...), ou qu'elle émane du résultat de la mise en scène discursive (destinataire potentiel). C'est que là aussi, on voit apparaître une fragmentation de l'opinion publique en communautés selon un lieu de pertinence²⁴ qui met en cause cette fois la différenciation des points de vue méthodologiques. J'ajouterai enfin que se construisent autour des contrats de communication des communautés que j'appelle « communicationnelles ». Il se produit ici des regroupements plus ou moins éphémères d'individus autour de genres communicationnels²⁵, regroupements qui peuvent tantôt correspondre à certaines catégories sociologiques d'âge, de sexe ou de milieux sociaux, tantôt opérer d'autres clivages qui traversent ces catégories. Ces regroupements communautaires peuvent s'opérer à différents niveaux situationnels : celui des supports (les radios, les télévisions, les presses) ; celui des genres (les récits historiques, les entretiens ou la musique à la radio ;

les sitcoms, les reportages, les jeux ou les débats à la télévision). Ces regroupements dépendent plus ou moins des modes et donc des époques, et sont souvent explicitement reconnus par les individus eux-mêmes lorsqu'ils se questionnent sous la forme : *'Etes-vous radio ou télé ?', 'Moi, je suis très reportages. Et vous ?'*. En fait, cela reviendrait à définir ces communautés à partir de la question suivante : « Dites-moi ce que vous regardez, lisez, écoutez, et je vous dirai à quelle communauté (imaginaire) vous appartenez (vous vous référez) ».

- 29 Fragmentation de l'espace public, fragmentation de l'espace public médiatisé et fragmentation des communautés médiatiques sont en relation d'interdépendance et constituent le lot de cet objet d'étude.

De l'interdisciplinarité

- 30 Cette multi-fragmentation de l'espace public et de l'opinion publique m'amène à conclure sur l'interdisciplinarité. Non seulement parce que cela est demandé par les initiateurs de ce numéro de revue, mais parce que toutes les fois que l'on se trouve devant un objet hétérogène se pose la question de sa saisie disciplinaire. Je crois avoir été clair à ce propos dans l'introduction de mon ouvrage, et n'ayant pas changé d'avis depuis, j'en reprendrai les grandes lignes²⁶.
- 31 Il faut tout d'abord considérer que les disciplines des sciences humaines et sociales ont un statut différent des autres disciplines scientifiques. D'une part, leur objet n'est pas extérieur à l'homme, comme c'est par exemple le cas en physique où on peut observer le phénomène de la gravitation ou le mouvement des planètes, où on peut faire des expériences et provoquer volontairement des phénomènes, voire les reproduire ; dans nos disciplines, l'objet est issu de l'activité de symbolisation de l'homme, et il se confond avec celui-ci. D'autre part, les principes d'explication qui prévalent dans nos disciplines n'épuisent pas la signification de l'objet, comme c'est le cas des lois plus ou moins universelles en astrophysique. Ces lois reposent sur des principes d'explication qui tirent leur pouvoir de leur propre clôture. Ces principes sont donc vrais jusqu'à ce qu'ils soient faux. En sciences humaines et sociales, le savoir qui se construit n'est pas complètement substituable. Les énoncés premiers ne disparaissent jamais complètement, ne sont pas entièrement remplacés par d'autres postérieurs ; ils peuvent même se superposer à d'autres ou peuvent être réactualisés. Ces caractéristiques expliquent peut être que nos disciplines soient des disciplines de la *compréhension* et non de la *production*, et en outre d'une compréhension qui ne peut se satisfaire d'une clôture explicative. Voilà pourquoi s'impose ici de l'interdisciplinarité : les sciences humaines et sociales ont besoin d'une ouverture sur plusieurs filiations et plusieurs types de chaînes explicatives. Mais en même temps le découpage en disciplines est nécessaire pour penser l'humain. Il permet que se construisent des concepts, des méthodologies, des types d'explication qui sont autant de points de repères pour pouvoir échanger et ne point dire n'importe quoi. Il s'agit donc de se frayer une voie (ou plusieurs) entre l'ostracisme disciplinaire au nom de la scientificité, et l'absence de référence disciplinaire au nom de la complexité.
- 32 Mon point de vue est qu'il est possible de construire une « interdisciplinarité focalisée », c'est à dire une articulation entre plusieurs disciplines, à condition de le faire d'un lieu géométrique, d'un lieu disciplinaire, faute de quoi il n'y aurait plus de validation possible du savoir. Il convient donc de se doter d'un cadre de pensée permettant de distinguer des

secteurs d'approche disciplinaire, à partir de lieux de pertinence qui définissent l'objet d'étude.

- 33 Si l'on se fonde sur un modèle de discours qui dit que tout acte de communication est un objet d'échange qui circule entre deux instances, l'une de production, l'autre de réception, et dont le sens dépend de la relation d'intentionnalité qui relie ces instances, on peut déterminer trois lieux de pertinence — qui ne doivent être conçus ni dans un rapport de préséance, ni dans un rapport de hiérarchie — : lieu des *conditions de production*, lieu des *conditions d'interprétation*, lieu de la *construction du discours*. On peut appliquer ce modèle au cas de la communication médiatique.
- 34 Le lieu des conditions de production se compose de deux espaces : l'un qu'on qualifiera d'« externe-externe », l'autre d'« externe-interne ». Le premier de ces deux espaces, comprend les *conditions socio-économiques* de la machine médiatique en tant qu'elle est une entreprise dont l'organisation est régie par des acteurs qui possèdent des statuts et des fonctions en relation avec celles-ci, et qui de plus ont besoin de penser et de justifier leurs pratiques en produisant des discours de représentation. Le second espace, l'externe-interne, comprend les *conditions sémiologiques* de la production, celles qui président à la réalisation même du produit médiatique (tel article de journal, telle mise en page, tel journal télévisé, telle émission de radio), réalisation pour laquelle un journaliste, un réalisateur, un rédacteur en chef conceptualisent ce qu'ils vont mettre en discours à l'aide des moyens techniques dont ils disposent. Cet espace constitue un lieu de pratiques qui se trouve lui aussi pensé et justifié par des discours de représentation sur le « comment faire en fonction de quelle visée ». Dans le premier espace, les conditions de production relèvent d'analyses sociologique et économique pour étudier les moyens de faire vivre la machine médiatique comme produit de marché. Dans le second espace, les conditions de production relèvent d'une analyse *socio-discursive* pour étudier les pratiques de réalisation en relation avec les discours de justification de ces pratiques, de manière à percevoir comment se met en place une « sémiologie de la production » et des « effets visés ». On peut faire l'hypothèse que s'établit un certain jeu d'influence réciproque entre l'externe-externe et l'externe-interne, sans pouvoir déterminer à priori en quoi il consiste.
- 35 Le lieu des conditions d'interprétation se compose également de deux espaces externe-interne et externe-externe. Dans le premier se trouve le destinataire idéal (celui que, en communication, on appelle la « cible »), imaginée par l'instance médiatique comme susceptible de percevoir les effets qu'elle vise qui ne sont que des « effets supposés ». Dans le second se trouve le récepteur réel (qui peut être appelé le « public »), l'instance de consommation de l'information médiatique, lieu des « effets réellement produits ». Le premier espace fait encore l'objet d'une analyse *sémio-discursive* autour des effets supposés, et le deuxième d'analyses soit de type *psychosociologique* pour tenter de mesurer des processus psycho-socio-cognitif de compréhension ou d'appréciation, soit *sociologique* pour tenter d'établir des corrélations entre des catégories sociologiques et tel ou tel type de média ou de genre médiatique.
- 36 Le lieu de construction du discours est le lieu où tout discours se configure selon un certain agencement de formes dont les unes appartiennent en dominance au système verbal et les autres à divers systèmes sémiologiques tels l'iconique, le graphique, le gestuel. Le sens qui en résulte dépend donc de la structuration particulière de ces formes. Ce lieu est celui où les effets se trouvent à l'état latent, effets qui surgissent en écho aux effets visés par l'instance d'énonciation, et qui représentent des « possibles interprétatifs » pour l'instance de réception. Ce lieu de la construction du discours relève

également d'une analyse *sémio-discursive* qui consiste à mettre en relation l'organisation sémantique des formes avec des hypothèses sur la co-intentionnalité qui relie l'instance d'énonciation à l'instance cible.

**

*

- 37 La distinction entre ces trois lieux de pertinence permet de mieux comprendre que le sens résultant d'un acte d'information se construit dans une co-intentionnalité comprenant effets visés, effets possibles et effets produits, et qu'il ne représente ni la seule intention du producteur de l'information ni la seule interprétation du récepteur. Il n'empêche que ces trois lieux se définissent l'un par rapport à l'autre, et que si effets visés et effets possibles sont étroitement solidaires, les effets produits, par retour d'image, ont quelque incidence sur l'acte de production, à la condition, toutefois, que cette instance en ait connaissance²⁷. Ainsi est-il permis de penser qu'on peut faire en sorte que le discours médiatique soit étudié dans un cadre où sont mis en regard la structuration sémio-discursive du produit fini et les discours de représentation qui circulent d'une part dans le lieu des conditions de production, d'autre part dans le lieu de l'instance d'interprétation, ces types de discours constituant les imaginaires socio-discursifs qui alimentent et rendent possible le fonctionnement de la machine médiatique. En tout cas, cette interdisciplinarité semble être la mieux appropriée pour rendre compte de la fragmentation de l'espace public et de l'opinion publique.
- 38 Pour ma part, j'essaie d'intégrer trois types de problématique : « sémio-discursive » pour tenter de rendre compte du comment se construit le sens à travers la mise en discours des formes, « psychosociale » pour tenter de comprendre les jeux d'influence qui s'instaurent entre les trois lieux de pertinence, d'« interprétation » en faisant appel à des hypothèses tantôt anthropologiques, tantôt sociologiques, tantôt historiques, tantôt psychosociologiques.

BIBLIOGRAPHIE

Arendt, H., (1972), *La crise de la culture*, Gallimard.

Arendt, H., (1972), *Le Système Totalitaire*, Le Seuil.

Benveniste, E., (1966), *Problèmes de linguistique générale*, Gallimard.

Chanial, P., (1992), « Préface » revue *Quaderni* n° 18, Université Paris 1.

Charaudeau, P., (1997), *Grammaire du sens et de l'expression*, Hachette.

Charaudeau, P., (1997), *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Nathan-Ina.

Charaudeau, P., (1997), « Les conditions d'une typologie des genres télévisuels d'information », revue *Réseaux* n° 81, Cent.

Charaudeau, P. et Ghiglione, R., (1997), *La parole confisquée. Un genre télévisuel : le talk show*, Dunod.

Charaudeau, P., (à paraître), « Des types de discours aux genres textuels : conditions pour une typologie discursive », Actes du colloque *Analyse des discours : textes, types et genres*, Université Toulouse Le Mirail.

Foucault, M., (1975), *Surveiller et punir*, Gallimard.

Habermas, J., (1978), *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Payot.

Habermas, J., (1978), *Théorie de l'agir communicationnel*, Fayard.

Habermas, J., (1992), « L'Espace Public, 30 ans après », revue *Quaderni* n° 18, Université Paris1.

Maingueneau, D., (1995), « Les analyses du discours en France », revue *Langages* n° 117, Larousse.

Morin, E., (1972), « Le retour de l'événement », revue *Communication* n° 18, Le Seuil.

NOTES

1. *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Nathan-Ina, 1997.
2. Voir notre *Grammaire du sens et de l'expression*, Hachette, 1992.
3. C'est du moins ce que postule la philosophie de la « conscience du soi ».
4. Si l'on décide de réserver la « conceptualisation » à l'opération de langage.
5. Voir notre : *Le discours d'information médiatique. op. cit.*, pp. 102-107.
6. C'est pourquoi chaque discipline scientifique (histoire, sociologie, psychologie, linguistique, mais aussi physique, biologie) propose sa propre grille de définition de l'événement.
7. Voir notre : *La parole confisquée* (en collaboration avec R. Ghiglione), Dunod, 1997.
8. C'est le fondement de la théorie de l'enferment de Michel Foucault (1975).
9. Voir sur cette question la présentation du dossier « Espaces publics, sciences sociales et démocratie », par P. Chanial (1992).
10. Voir la notion de « discours fondateur » développée par D. Maingueneau, in la revue *Langages* n° 117.
11. J'ai ici modifié légèrement l'explication proposée dans mon livre (op. cit., pp. 113-114), à la suite du travail que j'ai mis en chantier sur le discours politique.
12. « Ordinaires » au sens du « langage ordinaire » de la philosophie analytique.
13. En fait il s'agit d'un imaginaire de « corporéité », c'est à dire de conjonction spatio-temporelle où le corps joue toujours le rôle de référence absolue.
14. Il faut remarquer ici que quand on parle d'espace public, il est généralement fait allusion au citoyen, alors que fait partie de cet espace, en tant que lieu de publicisation, tout ce qui concerne l'être humain dans sa destinée collective. Ainsi s'explique que le fait divers soit autant objet d'information médiatique que le fait politique. Seul le « privé » devrait y échapper, mais les médias modernes se chargent de le récupérer (voir notre *La télé du talk show ou la parole confisquée*, en collaboration avec R. Ghiglione, (1997).
15. Pour plus de détail sur cette question voir, dans notre op. cit., les chapitres 8 et 11.
16. Voir notre op. cit., pp. 67, 231, 267.
17. Pour plus de détail sur cette question voir dans notre op. cit. le chapitre 9.
18. Op. cit., chapitre 9

19. *Op. cit.*, chapitres 7, 10 et 13.

20. Rapport de « consubstantialité », terme issu du vocabulaire théologique, repris par E. Benveniste (1966) pour parler du rapport de « nécessité » entre signifiant et signifié (p. 52).

21. Voir *Les cahiers de médiologie*, Gallimard.

22. Celle de l'événement lui-même, celle de sa filiation, celle de son montage et celle de sa diffusion avec son commentaire et le travail de la régie.

23. Au sens de Bourdieu

24. Voir ci-dessous : « De l'interdisciplinarité ».

25. Voir notre « Les conditions d'une typologie des genres télévisuels d'information » (1997), ainsi que « Des types de discours aux genres textuels : conditions pour une typologie discursive » (à paraître).

26. Voir les pp. 11 à 25 de l'*op. cit.*

27. Cette hypothèse, qui n'est pas retenue par tous les analystes des médias, a le mérite de la cohérence en s'inscrivant dans une problématique de l'*influence* laquelle peut se réclamer d'une double filiation pragmatique issue à la fois de la philosophie du langage, et de la psychologie sociale.

RÉSUMÉS

La fragmentation de l'espace public est présentée à différents niveaux : d'abord au niveau de la construction sociale du sens qui est constitutivement fragmentée par un jeu dialectique entre « événements, représentations et dispositifs » ; puis au niveau de la pratique sociale qui est fragmentée en différentes sphères d'action (politique, économique, médiatique) ; enfin, au niveau de la sphère médiatique qui est elle-même fragmentée par différentes activités discursives. Cela amène tout naturellement à poser la question de l'interdisciplinarité à laquelle est apportée ici une réponse en termes d'« interdisciplinarité focalisée ».

INDEX

Mots-clés : médiatisation, espace public, dispositif, constructivisme

Keywords : media coverage, public sphere, device, constructivism

AUTEUR

PATRICK CHARAUDEAU

Patrick Charaudeau est Professeur de Sciences du Langage à l'Université Paris XIII. Il dirige le Centre d'Analyse du Discours. Il est l'auteur de nombreux articles sur le discours des médias. Il a publié, en 1997, « Le discours d'information médiatique », en collaboration avec l'Inathèque, aux éditions Nathan.