Marcel PAUL-CAVALLIER, Jacques WALTER, dirs,
Organisations, médias et médiations

Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Communication et civilisation, 2001, 299 p.

Jean-Luc Bouillon

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7153>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.7153

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2004

ISBN : 978-2-86480-838-1

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Jean-Luc Bouillon, « Marcel PAUL-CAVALLIER, Jacques WALTER, dirs, *Organisations, médias et médiations* », *Questions de communication* [En ligne], 5 | 2004, mis en ligne le 19 juillet 2013, consulté le 02 janvier 2023. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7153> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7153>

Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International
- CC BY-NC-ND 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

pique). Deux autres chapitres parlent de deux niveaux de rapports : celui de l'acteur au réalisateur avec ses multiples facettes selon les choix esthétiques et d'écriture opérés par les cinéastes, et celui du comédien au personnage. Les chapitres qui précèdent le tour d'horizon du champ déjà mentionné portent sur le « naturel » obtenu par les acteurs américains, notamment dans le cadre de l'*Actors Studio*, et sur cet autre cas limite que représente l'acteur non-professionnel, le non-acteur.

Le parcours de l'ouvrage est riche mais non rectiligne : l'unité sous-jacente reposant plutôt sur un certain nombre de thèmes récurrents. L'une des idées centrales – on est tenté de parler d'une sorte de *leitmotiv* – est la suivante : le désir du cinéma serait, paradoxalement, que l'acteur disparaisse, que son corps perde son opacité, que son jeu ne soit plus du joué : « Devenir soi-même, ne jouer que soi-même, étaient depuis les débuts, à tort ou à raison, les objectifs de tout acteur de cinéma » (p. 118). Si cette idée est intéressante et paraît, à plusieurs égards, tout à fait plausible, elle porte le risque d'une conception téléologique de l'évolution du jeu d'acteur au cinéma. Et, malgré les précautions rhétoriques que prend l'auteur, on peut retrouver les traces d'une telle téléologie au long de cette étude. L'acteur aspire à paraître toujours plus « naturel » en se libérant de ce qui est en trop dans son jeu : les gestes trop appuyés, trop larges, trop théâtraux. Un lapsus révèle d'ailleurs la ténacité de l'idée d'une progression quasiment « naturelle » vers le naturel. Dans la *Poétique* d'Aristote, nous dit Jacqueline Nacache (p. 14), est évoquée une opposition entre deux générations d'acteurs, la deuxième qualifiant ses prédécesseurs de « singes » du fait de leur jeu outré. Or, chez Aristote c'est bel et bien l'inverse : la première génération critique ses successeurs !

De manière générale, et surtout si l'on suppose qu'il a été conçu – entre autres objectifs – comme une introduction s'adressant à des étudiants, l'ouvrage procède plutôt par affirmations que par démonstrations. Ainsi, tel ou tel phénomène se trouvera-t-il illustré par un renvoi global à une liste de titres de films et de noms d'acteurs, ce qui présuppose, de la part du lecteur, une

solide culture cinématographique. On regrettera alors de ne pas trouver davantage d'études de cas plus approfondies, comme l'excellente analyse du travail de Claude Rains sur le *supporting actor* (pp. 93-94). On s'étonnera aussi (ici, on ne sait pas si l'on a affaire à un choix délibéré de l'auteur ou à une contrainte matérielle) qu'il n'y ait pas une seule illustration alors que l'ouvrage traite d'une matière sur laquelle une image peut, parfois, en dire plus qu'un long discours. En outre, on a l'impression, que l'auteur n'a pu entièrement résoudre le conflit entre le souci didactique et l'exposé d'une position personnelle par rapport à l'objet. Néanmoins, le texte de Jacqueline Nacache est stimulant et enrichissant, et l'on se rend compte, à sa lecture, de la complexité que représente la problématique de l'acteur de cinéma.

Frank Kessler

Film- en televisiewetenschap
Instituut Media en Representatie
universiteit Utrecht

Marcel PAUL-CAVALLIER, Jacques WALTER, dirs, *Organisations, médias et médiations*.

Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Communication et civilisation, 2001, 299 p.

Dirigé par Marcel Paul-Cavallier et Jacques Walter, *Organisations, médias et médiations* se prête à deux niveaux de lecture. En premier lieu, les dix-huit contributions rassemblées proposent une typologie très détaillée des interdépendances complexes reliant médias et organisations, mais également des formes de communication non strictement médiatiques, ou « médiations » mises en œuvre. En second lieu, la mise en perspective de ces textes donne à l'ouvrage une portée beaucoup plus étendue, relative à la dimension « institutionnelle » des organisations et à leur place dans les transformations sociétales.

D'abord, les premières contributions exposent comment les médias – particulièrement la télévision – abordent des organisations. Le traitement de l'entreprise par le journal télévisé de TF1 (Françoise François-Poli), ou par le *Magasin du mineur* des Houillères du Nord-Pas-de-Calais dans les années 60 (Pascal Chabaud), est analysé, ainsi que la disparition de La 5 – version Berlusconi –

observée depuis d'autres chaînes (Virginie Spies). Dans un registre voisin, il en est de même de l'étude des visions de l'activité professionnelle et de l'entreprise propagées par la chaîne de l'emploi « Demain ! » (Sylvie Thieblemont-Dollet), et par le ministère de l'Emploi dans ses productions cinématographiques (Thomas Heller). Dans les discours médiatiques et par-delà la diversité des cas particuliers, se dessine une représentation cohérente de l'entreprise contemporaine. Cette dernière doit faire face à des changements inéluctables – exprimés à l'aide de mots-valises (mondialisation, concurrence...) non explicités – pour lesquels elle est contrainte de s'adapter sous peine de disparaître. Face à ce défi, les rapports sociaux conflictuels reliant employeurs et salariés ne sont plus d'actualité : place au consensus et à la coopération. Ces transformations sont présentées sous un angle positif, le travail devenant un lieu d'épanouissement d'où les dimensions économiques sont paradoxalement absentes. L'heure n'étant plus aux grandes oppositions structurant la société, l'accent est mis sur l'individu, les relations interpersonnelles, les solidarités locales. Une convergence entre le monde « civique » et le monde « domestique » émerge des nombreuses références aux *De la justification. Économies de la Grandeur* (Paris, Gallimard, 1991) de Luc Boltanski et Laurent Thévenot, tandis que le « marchand » et « l'industriel » semblent curieusement absents.

Cette double dimension civique et domestique apparaît également lorsque les organisations sont prises dans une crise qui les place au premier plan sur la scène médiatique. C'est le cas de la communication offensive d'Alcatel qui fait face à la chute du cours de son action en 1998, en insistant sur l'importance de ses fidèles actionnaires (Marcel Paul-Cavallier). De même, les problèmes politiques et sanitaires généraux soulevés par le désamiantage de l'université Jussieu cèdent la place aux questions de logistique (Michèle Gabay et Anna Halatchev). Les relations avec les médias peuvent éventuellement être au service d'une stratégie de communication, comme c'est le cas de l'Église qui exploite un conflit l'opposant à Volkswagen et à ses publications, afin de

diffuser son propre message sans apparaître trop réactionnaire (Jacques Walter). Dans un tout autre registre, des relations personnalisées entre maisons de disques et journalistes de la presse Rock assurent une promotion croisée des journaux et des œuvres commercialisées (Mathieu Grunfeld). Dans chacun de ces exemples, pas d'instrumentalisation mais des processus de régulation sociale à partir des intérêts, des objectifs et des contraintes des acteurs en présence. Implicitement, il est déjà question de médiations : ces processus reposant sur des ajustements directs et souvent tacites entre acteurs occupent une place grandissante dans les stratégies organisationnelles.

Les mises en scène autour des visites d'entreprises (Patrice de la Broise) et des petites annonces de recrutement (Violaine Appel et Hélène Boulanger, Marie-Agnès de Gail), le relais des initiatives individuelles dans des actions de mécénat social et humanitaire (Nicole Denoit, Vincent Meyer), la personnalisation du marketing (Valérie Carayol et Liliane Sochacki, Béatrice Damian-Gaillard) se retrouvent dans ce cadre : à chaque fois, les références aux valeurs domestiques et civiques sont encore privilégiées. Le dévouement des bénévoles prime sur les explications des causes socio-économiques de la précarité et sur les réponses plus générales qui pourraient être apportées, tout en mettant en évidence la citoyenneté des entreprises. De même, la localisation géographique, le nom, la capacité à intégrer des comportements et des valeurs, sont plus importants dans l'accès à l'emploi que les compétences professionnelles. Enfin, par les clubs de consommateurs et l'exploitation de la connivence reliant lectorat et magazine, les entreprises créeraient du lien social, sans qu'il soit question des stratégies commerciales sous-jacentes, visant à connaître les clients et prospects de manière personnalisée.

Pour éviter la dispersion de leurs messages, les entreprises sont amenées à mettre en œuvre des « stratégies d'image » globales, rapprochant communication commerciale et institutionnelle en fonction de l'environnement (Arlette Bouzon). La notion « d'espace médiatisé » est avancée par Bernard Lamizet pour tenter de conceptualiser les organisations en termes de sociabilité, d'image, de

normes et de gestion, et rendre compte de cette stratégie globale : les dimensions socio-économique et symbolique semblent se rapprocher, sans malheureusement que la démarche soit conduite à son terme. On ne peut que s'interroger sur l'opportunité de la notion « d'adhésion critique », mode d'appropriation des informations sur l'entreprise qui rendrait en permanence possible l'expression d'opinions et de débats sur l'organisation, voire une évaluation par les salariés des objectifs et du fonctionnement de l'organisation. Les rationalisations techniques et organisationnelles qui caractérisent le nouveau modèle productif ne semblent guère confirmer une telle optique.

L'un des principaux apports de cet ouvrage réside certainement dans le cadrage de la notion de médiation, trop souvent mobilisée sans être conceptualisée : loin de se résumer à des formes non médiatiques de communication organisationnelle, elle renvoie aux dynamiques sociales reliant l'individuel – l'interindividuel – et le collectif, en s'appuyant sur un niveau méso-social constitué par les organisations élevées au rang d'institution. Tel est l'un des messages que délivre Renaud Sainsaulieu dans un entretien avec Marcel Paul-Cavallier et Jacques Walter qui clôture l'ouvrage. Il serait stimulant de poursuivre cette intuition : la notion de médiation porte peut-être les bases d'une « théorie communicationnelle des organisations », susceptible de permettre d'analyser le fonctionnement organisationnel et de le réinscrire dans un contexte sociétal plus général. Au-delà des aspects domestiques et civiques, il importera pour cela de redonner leur place réelle aux dimensions économiques et de parvenir à articuler situations de travail, processus économiques et production symbolique.

Jean-Luc Bouillon

LERASS, université Toulouse 3

Jacques PERRIAULT, *L'accès au savoir en ligne*.
Paris, O. Jacob, coll. Le champ médiologique,
2002, 266 p.

L'une des premières choses qui frappe à la lecture de *L'accès au savoir en ligne*, est la dimension internationale des cas analysés par Jacques Perriault. La démarche de l'au-

teur n'a rien d'ethnocentriste et montre qu'il peut y avoir beaucoup d'enseignements à tirer des approches étrangères. Dans cet ouvrage, l'auteur a régulièrement recours à des chronologies telle l'archéologie de différentes technologies : télévision, radio, minitel. Mais il ne s'agit, en aucun cas, d'une énième relecture de l'évolution des techniques. Ici, l'histoire sert de manière très opérationnelle à éclairer le présent et à formuler des pistes de réflexion pour l'avenir. Il s'agit toujours pour Jacques Perriault de réintégrer les technologies dans leur environnement social et d'examiner comment technologie et société se coconstruisent ; ce qui est la seule manière d'échapper à un déterminisme technique encore bien trop au goût du jour. Cette approche est essentielle, car elle permet de démontrer que les modèles qui émergent avec l'explosion de l'internet ne sont que des projections réitérées de cette utopie qui accompagne l'apparition de chaque nouvelle technologie. Mais le regard de l'auteur n'en est pas pour autant désabusé : c'est dans une démarche réellement constructive qu'il fait appel aux études récentes et internationales – dont il fait des synthèses claires – et qu'il lance de nouveaux questionnements. Une histoire de l'enseignement à distance et des usages observés permet à Jacques Perriault de montrer vers quoi risque fort d'aller l'enseignement en ligne dont les premiers modules ont été disponibles en 1998 et qui a connu, *a priori*, son apogée en 2001 – l'engouement constaté semblant se modérer.

De l'expérience de la formation à distance sur supports traditionnels ressort une caractéristique qui risque de s'appliquer aussi à l'enseignement en ligne. En effet, en Europe, il y a une dizaine d'années, les étudiants suivant des formations à distance ont exprimé le besoin de se retrouver et de rencontrer des enseignants. Cette tendance émerge également dans le *e-learning*. Pour preuve, aux États-Unis, un nouveau concept correspondant à la même nécessité exprimée par les apprenants s'est formalisé : on parle aujourd'hui de *blended learning* (apprentissage hybride). Un apprentissage généralisé totalement en ligne semble donc difficile à envisager, car « notre psychisme se nourrit de trois types de repré-