

Marc Lits

Information, médias et récit médiatique

L'information apparaît de plus en plus comme un produit qui a une dimension culturelle, qui représente une valeur économique et qui circule de manière transnationale. Un produit culturel parce que les événements qui nous sont transmis à travers les récits construits par les médias constituent le substrat de toute notre vie sociale, dans les pays industrialisés comme dans les pays en voie de développement. Mais un produit culturel aussi parce que ces informations transitent majoritairement par des supports dont le contenu culturel (ou paraculturel, au sens où l'on parle de paralittérature, mais je n'aborderai pas ce débat ici) est dominant, tout particulièrement en télévision.

Un produit économique, parce que le traitement de l'information et ses modes de diffusion sont de plus en plus abordés selon des logiques marchandes. Le contrôle opéré par les grands groupes de communication fusionnés sur les technologies comme sur les contenus (l'exemple américain récent de la fusion entre Time Warner et AOL, ou la fusion entre les opérateurs européens CLT-UFA, Pearson et Audiofina le confirment bien) renforce la valeur économique du transfert de l'information gérée comme une marchandise, et a aussi des conséquences sur le traitement du récit médiatique, entre autres sur la part grandissante de l'émotion dans l'information.

Un produit transnational enfin, parce que les nouvelles chaînes et les fournisseurs d'accès à l'information (de CNN à Internet) sont conçus et fonctionnent selon des logiques de diffusion mondiale, sans que l'appartenance d'origine apparaisse encore comme un critère déterminant.

Dans cet environnement en évolution accélérée, où la presse écrite est en crise profonde dans un bon nombre de pays industrialisés, où la télévision reste encore le diffuseur principal d'informations, à travers ses journaux télévisés consommés en commun par un public large, mais où l'usage d'Internet apparaît comme un support permettant toutes les fragmentations, dans la diffusion des messages, et surtout dans leur consommation éclatée, que reste-t-il de la notion de récit médiatique?

L'Observatoire du récit médiatique a construit son modèle d'analyse autour de cette notion centrale de récit, plutôt qu'autour de celle de discours, pour deux raisons essentielles. Nous sommes persuadés que l'information médiatisée est un des lieux principaux de structuration de l'imaginaire des sociétés contemporaines (autant sinon davantage que la fiction). Et nous pensons aussi que cette information est transmise par de micro-récits que nous consommons et co-construisons simultanément.

Cette dynamique de la médiatisation narrativisée, ou de la narrativité médiatique, doit aujourd'hui être réinterrogée en fonction de l'évolution des supports et des usages. Un récit présenté dans la presse écrite n'a guère de rapport avec le même événement traité par un magazine, dans un journal télévisé, ou répercuté via un ou des sites web. Il faut donc vérifier d'urgence si le récit médiatique n'est pas soluble

dans l'intermédialité émergente.

Y a-t-il des récits médiatiques?

Pour les linguistes, la narration désigne restrictivement un type de texte parmi d'autres. Ainsi, pour Jean-Michel Adam, au sein de la formation discursive journalistique, il y a différents genres (fait divers, reportage, éditorial...) qui peuvent être travaillés comme des énoncés (c'est-à-dire en tant qu'objets matériels empiriques). ¹ Dans cette optique, l'ORM travaillerait donc sur des énoncés extraits du discours journalistique, dont certains genres pourraient prendre la forme d'un type narratif, lorsque les six critères suivants sont tous réunis: une succession d'événements, une unité thématique, des prédicats transformés (l'inversion des contenus posée par la sémiotique greimasienne), un procès (c'est-à-dire une action qui forme un tout, comprenant un début, un noeud et un dénouement, similaire à la mise en intrigue de Ricoeur), une causalité narrative qui excède l'enchaînement chronologique, une évaluation finale configurante².

Ces critères définitionnels sont assez semblables à ceux que Ricoeur développe dans *Temps et récit*, ³ bien que le philosophe ne les ait jamais formalisés dans un modèle théorique, afin de garder l'aspect dynamique de l'intrigue. L'ensemble de ces traits permet d'aboutir à une définition extrêmement stricte du type (ou du prototype) narratif, à nuancer par deux remarques. Adam reconnaît d'abord « le fait que chaque texte est une réalité beaucoup trop hétérogène pour qu'il soit possible de l'enfermer dans les limites d'une définition stricte ». ⁴ En outre, dans la lignée de Bakhtine, il prend en compte une approche pragmatique de la notion de récit, fondée sur les principes d'échange dialogique et de mise en situation « qui font éclater la belle unité monologique du récit », ⁵ et qui orientent la narratologie dans deux directions: « en direction du langage ordinaire et non plus de la seule narration littéraire, d'une part, en direction de la non-hétérogénéité du récit, de ce que j'appellerai son orientation argumentative, d'autre part ». ⁶ Il y a donc un dépassement de la clôture structurale, pour aller vers l'interaction langagière en situation.

Ces discussions sont bien sûr très anciennes dans le petit monde de la narratologie, puisqu'elles remontent au moins, pour ne pas retourner à Aristote, au fameux n° 8 de la revue *Communications*, et reposent sur le clivage entre ceux qui estiment que l'histoire, le signifié narratif, suffit à justifier la reconnaissance du narratif et ceux qui privilégient la forme narrative, le discours narratif. Vieux débat qu'il ne s'agit pas de recomposer ici, mais dont il faut constater qu'il n'a guère été mené sur le terrain médiatique, dans la mesure où le récit a longtemps été le grand refoulé des théories de la communication.

En fonction de l'objet d'étude pris en compte, mais aussi d'options philosophiques et épistémologiques, nous choisissons plutôt d'élargir la catégorie du récit, non pour contester la validité des définitions mises en place par la linguistique textuelle, mais par nécessité méthodologique. ⁷ Sans aller cependant jusqu'à considérer que tout texte est du récit, comme Barthes a pu l'avancer dès l'introduction de son article fondateur sur l'analyse structurale des récits, ou comme Umberto Eco quand il affirme: « Le roman comme genre peut disparaître. Mais la narrativité, elle non. C'est une fonction biologique ». ⁸ Mais il est vrai que cette déclaration radicale est

faite lors d'une interview, et non dans un ouvrage scientifique.

Nous ne nous avançons pas aussi loin, méthodologiquement parlant, mais nous élargissons l'acception de la linguistique textuelle, pour deux raisons. Il est indispensable d'investir, ou de réinvestir, le terme "récit" de tout le poids de refiguration expérientielle et sociale que lui donne Ricoeur dans la boucle mimétique, et particulièrement par le rôle important que nous octroyons à la mimésis III. Il faut aussi tenir compte de l'amplitude narrative forte que prend tout objet textuel, aujourd'hui plus que jamais, dans le champ médiatique contemporain. Cela nous amène à revendiquer le terme de récit, en l'utilisant dans une extension large, prenant en compte la refiguration individuelle et collective qu'il permet, créatrice d'identité, dans un ancrage social fort.

Cette refiguration narrative passe essentiellement par les médias de masse, dans la mesure où, selon G. Vattimo, ceux-ci « jouent un rôle déterminant dans la naissance d'une société postmoderne »⁹ et inscrivent « la société de communication généralisée » dans un système de « fabulation du monde ». ¹⁰ Ceci explique également, pour le philosophe italien, le retour de la narrativité et de l'approche herméneutique dans les sciences humaines. Nous partons donc de l'hypothèse que le pôle médiatique est central dans le système social et que ce pôle est essentiellement construit selon une logique narrative, dans sa production comme dans sa réception. Il y a donc bien, pour reprendre les termes d'Adam, un prototype narratif qui est central dans les médias, mais dont la centralité entraîne dans sa logique narrative d'autres types textuels ou manifestations discursives, en quelque sorte happés dans cette catégorie par la position dominante qu'exerce celle-ci sur l'ensemble du champ.

Nous justifions donc l'existence d'un récit médiatique, pour trois raisons. D'abord, les médias véhiculent différents types de textes, et un très grand nombre d'entre eux relèvent de la fiction narrative (le roman-feuilleton dans la presse écrite, le film ou la série à la télévision, les histoires racontées en radio, par Pierre Bellemare par exemple). Lorsque l'information nous est transmise par les médias, elle privilégie à son tour la voie narrative. ¹¹ Contre l'idéologie de la transparence énonciative de la factualité événementielle, nous choisissons l'opacité (relative) de la nécessaire mise en intrigue de l'événement. Un événement ne devient information qu'au moment où il est médiatisé, donc mis en récit. Entre faits et fiction, il y a cette troisième voie que certains auteurs américains ont qualifiée par le mot-valise *faction*. Reconnaissons cependant que le terme de fiction est peut-être excessif ici, car il postule une adéquation entre narration et fiction. Si l'information se présente sous le patron narratif, elle n'est pas fictionnalisée pour autant, même si la frontière est fragile.

Ensuite, le modèle narratif est tellement prégnant, surtout en télévision, qu'il s'impose comme une structure d'écriture des informations, mais qu'il contamine également nombre de séquences, faisant passer de simples descriptions d'actions pour des récits. L'exemple le plus frappant en est le bulletin météorologique télévisé. ¹² Simple présentation de séquences chronologiques concaténées dans la paléo-télévision, il est devenu un spectacle à part entière, mis en scène, dramatisé, accompagné d'anecdotes.

Enfin, si cet effet de narrativisation est patent du côté du producteur du message, il

intervient également dans la manière dont les récepteurs consomment ces séquences et bien d'autres. Barthes l'évoquait déjà en 1966 quand il avançait l'hypothèse de "la situation de récit", où les signes de narrativité interviendraient comme indicateurs du récit dans la communication narrative:

tout récit est tributaire d'une "situation de récit", ensemble des protocoles selon lesquels le récit est consommé si familier, si négligent que soit aujourd'hui le fait d'ouvrir un roman, un journal ou un poste de télévision, rien ne peut empêcher que cet acte modeste n'installe en nous, d'un seul coup et en son entier, le code narratif dont nous allons avoir besoin. [13](#)

La prégnance du modèle narratif est telle qu'il amène le récepteur à consommer sur ce mode narratif ce qui n'en relève pas au sens linguistique. La séquence d'information, saisie entre un feuilleton télévisé et une publicité, a été préparée bien auparavant, et donc montée, construite avec un enchaînement de plans sélectionnés, habillés d'un fond musical; elle sera aussi reçue comme un récit, même si elle n'est que pure relation événementielle en stricte analyse linguistique. Le banc-titre des informations télévisées indiquant le nom du journaliste précédé du terme "récit" est significatif à cet égard, quand bien même ce terme désigne en ce cas l'activité de narration plutôt que le type textuel.

Ainsi, le modèle narratif, dans le système médiatique, et tout particulièrement en télévision, contaminerait, médiagéniquement, [14](#) l'ensemble du dispositif, de telle sorte qu'il est majoritairement construit et consommé sur le mode narratif. Le médiatique serait donc intrinsèquement narrativisé. C'est en tout cas notre hypothèse, dont nous ne revendiquons pas l'invention, puisque Louis Quéré déjà la formulait:

Pour qu'elle soit opérationnelle, l'information postmoderne ne doit-elle pas continuer à se transmettre sous forme de récit, c'est-à-dire sous forme d'histoire? Une information radicalement dé-narrativisée peut-elle capter ses destinataires (.)? Le retour permanent du narratif dans le non-narratif ne témoigne-t-il pas d'une exigence liée à la nature symbolique de la socialisation, c'est-à-dire d'une exigence d'histoire irréductible. [15](#).

Ce modèle narratif irait encore en s'amplifiant, dans notre époque postmoderne, ce qui est aussi la position de Vattimo et de Kibedi-Varga. [16](#).

Les enjeux du modèle.

Si nous acceptons que l'information est insérée dans un système fondé sur les principes de la narratologie médiatique, ceci a une série de conséquences sur des enjeux aussi essentiels que les rapports entre réel et vraisemblable, réel et fictionnel, réel et virtuel, entre écrit et image, entre affectif et cognitif ou sur la question des genres. Les premiers points découlent de l'aspect narratif du récit de presse. Si le modèle narratif est majoritairement actualisé dans des récits fictionnels, dans quelle mesure le récit de presse est-il construit en référence à des fictions, et est-il consommé comme une fiction? On sait la connexité forte entre certaines mises en récit (par exemple quand des photos de films illustrent des articles d'information) et combien le modèle fictionnel contamine, parfois à l'extrême, le récit médiatique. La figure de François Mitterrand, présenté comme un

personnage de roman, au point que *Paris Match* propose le casting de sa vie héroïque en maquillant certains acteurs pour les faire ressembler à la figure réelle, [17](#) est emblématique de cette démarche, rendue explicite dans l'article de Salman Rushdie intitulé "Comment la presse crée les personnages de nos vies". [18](#) Réflexion confirmée par Jacques Pilhan, le conseiller en communication de Mitterrand entre 1984 et 1995, qui cautionne cette consommation des informations comme des mises en scènes fictionnelles:

Les citoyens vivent les hommes publics comme des personnages de feuilleton. La règle de base de l'écriture d'un feuilleton télé est d'attribuer aux personnages un caractère simple et constant auquel vous devez vous tenir. L'image d'un homme public obéit à la même règle. Les citoyens lui attribuent, consciemment ou inconsciemment, un caractère. [19](#).

Cependant, comme le modèle narratif excède le seul domaine fictionnel, le récit de presse doit aussi être positionné par rapport au vraisemblable, dans la logique trifonctionnelle du métier journalistique développée par Daniel Cornu dans son essai *Journalisme et vérité*. [20](#) Pour lui, le journaliste est d'abord un observateur des faits, et il est donc soumis à l'objectivité; mais il est ensuite interprète, et il fournit alors une opinion qui relève de l'impartialité; il est enfin un narrateur qui suit les modèles de l'authenticité et de la véridicité. Daniel Bournoux confirme cette hypothèse lorsqu'il démontre que la vérité de l'énonciation a de plus en plus tendance à l'emporter sur la véracité vérifiée des faits. Finalement, « nos représentations peuvent être vraies ou fausses, cela n'affecte pas le fait tangible que nous les formons » [21](#). C'est ce que dit aussi M. Souchard quand elle pose que « le discours de presse raconte du "vraisemblable" ». [22](#) C'est la position de Louis Quéré, dans un chapitre intitulé significativement "L'information comme science-fiction" où il rappelle opportunément qu'une « information non vérifiable par son destinataire n'est pas vraie mais vraisemblable ». [23](#).

En outre, l'on sait aussi combien la nouvelle littéraire et le fait divers présentent des parentés, à travers la transgression permanente de cette double frontière réel/fiction et réel/vraisemblable. [24](#) Vincent Jouve insiste d'ailleurs sur cette interaction formative entre le monde de la vie et l'ordre du fictionnel:

Le monde fictif, en tant que semble-réel, suscite des expériences qui ne sont pas ressenties moins intensément que les expériences de la vie ordinaire.

La distance entre le réel et le fictionnel est donc moins importante qu'il n'y paraît. Ce qui se joue dans l'interaction lecteur/personnages n'est pas fondamentalement différent de ce qui se vit entre individus. (.) Ce qui diffère, c'est moins l'expérience en elle-même que ses modalités. [25](#)

Propos que l'on pourrait renverser, les récits de presse suscitant des expériences identiques aux refigurations des "drames vrais" de la fiction. On pourrait, à tout le moins, s'interroger avec G. Genette sur « les raisons que pourraient avoir le récit factuel et le récit fictionnel de se comporter différemment à l'égard de l'histoire qu'ils "rapportent", du seul fait que cette histoire est dans un cas (censée être) "véritable" et dans l'autre fictive ». [26](#)

Il faudrait aussi approfondir la réflexion sur le passage constant du journalistique au médiatique. Le récit se niche-t-il dans le traitement journalistique de l'événement, dans la narration que nous en rapporte le journaliste? Ou est-il construit par son insertion dans un système médiatique où il est pris entre d'autres genres, dont certains types fictionnels fortement narrativisés?

Enfin, la question des genres, qui n'est pas spécifique aux médias, doit encore être reposée pour le récit médiatique. Ce dernier est-il une sous-catégorie du type narratif? Est-il lui-même constitué de différents genres comme le reportage, l'éditorial, le fait divers? Quels types d'horizons d'attente ces genres suscitent-ils, s'ils sont reçus comme tels? Quels sont leurs traits définitoires? Faut-il traiter de cette question selon le critère de dominante, déjà évoqué par Tomachevski, et repris, dans un autre champ conceptuel, par Lakoff dans sa théorie des prototypes? Toutes questions théoriques et méthodologiques à reprendre plus systématiquement. Ces questionnements entraînent une importante série de conséquences. Nous avons déjà évoqué l'importance de la notion de personnage médiatique, dans une information construite comme un récit. Mais il y a encore deux autres aspects à prendre en compte: le rapport entre récit et émotion, la gestion du temps médiatique.

Récit, relation et sensation

Rappelons d'abord que la fameuse objectivité du discours journalistique repose sur des ambiguïtés. Il y a d'abord l'hypothèse contestable que la circulation de l'information se déroulerait selon un schéma mécaniste où un émetteur transmettrait un message à un récepteur, en occultant son rôle d'intermédiaire, sans qu'il n'y ait aucune altération du message à aucun moment, et où le récepteur serait une espèce de réceptacle passif, sans prise sur ce qu'il ingurgite. Ensuite, dans la stricte application de ce modèle construit par Lasswell dans les années 20 et développé par Shannon et Weaver, des théories d'écriture journalistique ont proposé le fameux modèle des 5 W ("who, what, when, where, why") qui devait donner un cadre standardisé de transmission de l'information, permettant un traitement objectif de tous les événements. Cette démarche rationalisante semble cependant relever de plus en plus de l'idéal mythique que de la pratique quotidienne.

Lorsque Daniel Bougnoux intitule son essai *La communication contre l'information*, il ne veut pas dresser ces deux pôles l'un contre l'autre, mais lever les confusions qui entourent les deux termes. Il rappelle que réduire la communication « à la présence d'un "contenu cognitif" relève d'une conception trop étroite », ²⁷ et que « les individus ne se rassemblent pas pour ni sous des "contenus cognitifs", mais que la relation vient d'abord. Qu'un désir mutuel de reconnaissance précède largement la recherche de connaissance ». ²⁸ L'information ne se réduit pas à des news, des data, ce que disait déjà Mieke Bal quand elle avançait qu'un récit est un mélange de données cognitives et d'affects. Ces deux composantes sont indispensables pour que la pâte narrative puisse lever, comme l'a montré Philippe Marion dans son analyse de la mort du roi Baudouin. ²⁹ L'information passe par la découverte de l'autre, elle doit s'incarner dans des visages, ce qui explique le succès, en télévision, des présentateurs de journaux télévisés, ces "anchormen" qui donnent de la chair aux nouvelles.

L'émotion fait partie, constitutivement, de l'événement et de sa réception; il faut donc la débarrasser de sa charge péjorative initiale, mais en faisant la part entre émotion et sensation. La sensation est d'abord un phénomène de type physiologique, lequel entraîne un effet sur le récepteur et provoque une modification dans la conscience de celui-ci. Une stimulation réussie produit une excitation qui entraîne une modification passagère et réversible dans l'organisme stimulé. Il existe donc, sur le plan physiologique, un schéma stimulus/excitation/sensation, qui permet de définir ce phénomène, et qui donne des indications pour l'utiliser de manière plus étendue. Il faut néanmoins rester prudent, avant d'effectuer le saut entre la sensation perceptive (telle qu'identifiée par un des cinq sens) et la sensation entendue dans un sens émotionnel. La sensation est au sens strict une donnée physiologique et non psychologique. Cependant, c'est bien la perception de la voix d'un ami qui permet de l'accueillir de manière chaleureuse. C'est le goût d'un plat cuisiné qui procure une sensation de plaisir. Il y a donc un effet de discrimination dans le travail sensoriel (perception et évaluation des couleurs chaudes et froides, des odeurs...), qui peut s'opérer parce que la sensation a un lien avec les affects.

Prise dans un sens plus large, la sensation physiologique est augmentée d'un contenu affectif, qui a à voir avec l'émotion. La sensation est liée à une forme d'excitation, qui peut entraîner un plaisir, une jouissance passagère, mais aussi des réactions négatives de peur ou d'angoisse. A la différence du sentiment, l'effet sensationnel est intense, mais immédiat et passager. Là où le sentiment s'inscrit dans la durée, la sensation suppose l'immédiateté. Cela permet de dégager quelques remarques sur les rapports entre sensation et récit médiatique. L'information pourrait être définie comme essentiellement sensationnelle, puisqu'elle fonctionne dans un principe d'immédiateté, de proximité temporelle à l'événement. Cet événement lui-même peut être défini comme une rupture avec l'ordre ordinaire, c'est le stimulus qui va entraîner une réaction du lecteur. La nouvelle, parce qu'elle fait irruption brutale, est porteuse de sensation.

Lorsque l'événement qui surgit est chargé d'affects, il générera d'autant plus émotion et sensation. Ce qui se retrouve spécifiquement dans certains types de récits comme les faits divers. Ceux-ci mettent en scène un événement sans impact sur la longue durée, qui produit une sensation forte au moment de sa consommation, mais sans entraîner de conséquence durable (ce qui le distinguerait du fait de société). En outre, le fait divers représente aussi, très souvent, des événements chargés d'émotion, parce que convoquant les grandes pulsions de l'eros et de thanatos. [30](#)

Affirmer que la presse n'existe que dans son rapport avec un public relève de la tautologie, mais c'est cependant du côté de la publicité de l'événement que peut se saisir la dimension sensationnaliste d'une nouvelle. C'est moins dans l'énoncé que se repère le sensationnel que dans ses modalités d'énonciation. Autrement dit, il n'y a pas de sensation sans relation. La sensation n'est donc mesurable dans ses effets que du côté de la réception: elle éveille (ou exhibe) nos pulsions à travers des jeux de spectacularisation et de dramatisation. La nouvelle sensationnelle donne à voir pour aviver ou apaiser nos peurs (selon qu'on se situe dans une approche de type mimétique ou cathartique), de la même manière que l'exhibition des exécutions capitales (événement sensationnel s'il en est) servait à la fois de sanction pour les criminels et d'avertissement pour un public impressionné par le spectacle de la

mort. C'est sans doute en suivant cette interprétation de Michel Foucault, défendue dans *Surveiller et punir*, que certains groupes ou individus posent des actes publics dans l'intention de créer la sensation. Prises d'otages, détournements d'avion, suicide par le feu sont destinés à attirer l'attention du public le plus large sur une cause par le biais d'un événement que l'on veut le plus sensationnel possible. ³¹ Le sensationnel, dans une approche pragmatique, pourrait donc se définir comme une réponse à un stimulus particulièrement stimulant (dans le sujet choisi, dans son traitement journalistique, dans sa mise en page graphique, iconique, ses couleurs), conçu pour et destiné à produire des sensations (plus ou moins fortes!). Le sensationnel sera ainsi considéré comme un effet de réception marqué. Il y a sensationnel quand l'effet prime sur l'information, quand l'énonciation l'emporte sur l'énoncé.

Ce n'est donc pas le contenu qui fait la sensation, même si certaines thématiques y prêtent plus aisément que d'autres. Mais le choix d'un effet de réception marqué qui déterminera le caractère sensationnaliste de la réception qui s'établit avec le lecteur ou le spectateur. Jouer ainsi la carte de l'émotion (sans même parler de sensation ou de sensationnel) renvoie immédiatement aux thèses de l'école de Francfort sur l'aliénation des masses, détournées des grands enjeux politiques et sociaux par la mise en avant du divertissement. Après la religion et le sport, les médias de masse seraient le nouvel opium du peuple. Mais on peut aussi prendre en compte une interprétation de type psychosociologique sur le rôle d'identification et de projection autorisé par la découverte de certains événements qui confrontent les lecteurs à des questionnements existentiels profonds. C'est en ce sens, par exemple, que le fait divers sera tantôt perçu comme un objet d'aliénation, tantôt d'agrégation sociale par les analystes.

L'émotion a-t-elle remplacé l'opinion?

Il ne faut pas nier non plus que cette propension à jouer la carte de l'émotion n'est pas entièrement étrangère à la marchandisation croissante de l'information. L'émotion a une valeur marchande, au moment où les modèles de référence politiques et idéologiques sont en perte de vitesse, où les citoyens manifestent de la défiance envers les institutions, où se confirme un repli vers la sphère privée, déjà observé depuis quelques années, sinon quelques décennies. Dans un secteur où la concurrence devient sévère, "l'info-émotion", "l'infotainment" constituent des moyens non négligeables de préserver ou de conquérir des parts de marché. Certains pourraient être tentés aujourd'hui de transformer la part nécessaire d'émotion constitutive de l'information en sensation, c'est-à-dire de privilégier un traitement qui construit une émotion surajoutée à l'événement, qui surévalue la part de l'émotion à des fins mercantiles.

Le fait divers apparaît comme le lieu emblématique de cette emprise toujours plus forte de l'émotion dans la mise en récit. Il est vrai que cet objet socialement réprouvé et méprisé, de tout temps, peut être vu comme une formidable machine à détourner le public des véritables problèmes économiques, sociaux et politiques qui se posent à notre société en crise. Mais il est aussi le lieu d'émergence de nos peurs, de nos angoisses, et répond, au-delà de sa dimension cathartique, à un besoin de rassurance. Plus important que ce faux débat est celui du constat d'une montée de l'émotion, dont nous redisons combien sa gestion équilibrée est nécessaire, au moment où la construction de l'opinion semble moins assumée par le

système médiatique. Le pathos remplacerait la dialectique. Pour le dire en un bref exemple, la couverture médiatique de l'aide humanitaire d'urgence dans des situations de catastrophe extrême a remplacé l'analyse des problèmes de fond du développement dans des rapports Nord-Sud à repenser globalement.

Sans partager les options extrêmes de Pierre Bourdieu sur les dangers de la télévision, ou les effets nocifs de faits divers qui servent surtout à faire diversion, [32](#) nous pouvons néanmoins nous interroger sur le risque qu'il y aurait à voir l'émotion, constitutive de l'événement, se transformer en sensation, c'est-à-dire en traitement fabriqué de l'information à des fins de marchandisation. En effet, derrière la course au scoop, les transgressions de la vie privée, les surenchères parfois déguisées en démarches de pseudo-investigation, c'est souvent la sensation qui est recherchée. Mais la frontière est difficile à saisir, d'autant que l'émotion occupe désormais une place plus importante dans la vie sociale collective qu'auparavant. S'il y a plus d'émotion dans les médias, c'est peut-être aussi parce qu'il y en a plus dans la société, qu'elle est reconnue comme une valeur moins négative, moins occultée dans sa manifestation publique qu'auparavant. Elle acquiert donc aussi un poids informatif. Ce dont se revendiquent dès lors des journalistes, qui laissent une place à leurs émotions personnelles au cœur de leur métier d'informer. Cela entraînera certains d'entre eux, par exemple dans les affaires qui touchent la Belgique depuis 1996, à se revendiquer d'un journalisme compassionnel, qui revaloriserait l'identité sociale d'une profession elle aussi en crise. Ce que certains ont appelé le "journalisme blanc" apparaît aussi comme une manifestation de l'émotion dans l'information. Est-ce une voie vers une version renouvelée du "new journalism", une dérive sensationnaliste qui n'ose pas s'assumer, le signe d'une évolution sociale globale, ou d'une crise profonde de la fonction du journaliste? [33](#)

Mais on sait que les codes et les supports conditionnent aussi un certain type de messages. Les analystes insistent sur la spécificité d'usage des canaux de diffusion, et les différences que cela entraîne dans le traitement de l'information. Régis Debray a rappelé dans son Cours de médiologie générale, que « le support est ce qui se voit le moins et qui compte le plus ». [34](#) L'information n'est pas la même en système digital ou analogique. Les cérémonies rituelles partagées par la collectivité lors de décès de personnalités politiques prennent une dimension autre parce qu'elles sont télévisées, et que l'image amplifie le partage de l'émotion, autrement et avec plus de force que ne peut le faire un texte. S'y ajoutent les effets dus à la transmission en direct, les phénomènes de spectacularisation de ces événements. C'est à cette conclusion qu'aboutit Jean De Munck quand il discerne dans l'image télévisuelle « la victoire du "comme" sur le "parce que" », ce qui l'entraîne à réfléchir à de nouvelles stratégies éditoriales faisant « valoir un autre mécanisme cognitif que celui des analogies et de la sensiblerie dans un monde saturé d'images ». [35](#)

Le choc du direct ou le temps de la réflexion

Le récit se transforme donc radicalement selon le média utilisé, et en fonction des avancées technologiques. La guerre du Golfe fut ainsi le premier grand spectacle d'information télévisuelle en temps réel, ce qui eut des effets encore mal mesurés sur le spectateur. Outre « la forme de panique provoquée par le spectacle même de

la fausse proximité d'une information en direct », ³⁶ ce type d'émission engendra également de nouveaux rapports de temporalité avec l'information médiatique et sa spectacularisation. Dès ce moment, l'objectif des médias, qui consistait à informer le plus vite possible le public après que survienne un événement, fut remplacé par cette exigence inimaginable jusqu'il y a peu: l'événement doit si possible être médiatisé pendant qu'il se déroule. Les moyens techniques de captation et de transmission le permettent, et le public y a pris goût. Comme le dit Baudrillard, « la guerre impose en temps réel, l'histoire impose en temps réel, toute communication, toute signification, impose en temps réel ». ³⁷

Dès lors, quand le temps devient concomitant à l'événement, et cela devient un des enjeux essentiels de l'information transmise via Internet, dans quelle mesure y a-t-il encore une possibilité de reconfiguration au sens où l'entend Ricoeur dans sa troisième mimésis? ³⁸ Voilà l'une des conséquences directes de la transformation radicale de la temporalité médiatique, où la saisie brute des témoignages ne laisse pas le temps à la reconstruction identitaire. L'urgence fait office d'analyse et empêche toute forme de réflexion. Quel besoin alors, d'encore développer des débats d'idées, puisque les sujets qu'ils abordent sont déjà balayés par le surgissement d'autres événements médiatisés?

La question cruciale est de savoir si des formules de contournement sont possibles à la marge du système médiatique. Sur Internet, parmi les lieux les plus fréquentés se trouvent les forums de discussion qui ouvrent le débat et la confrontation autour de thèmes de société. Ces nouvelles agoras électroniques montrent que l'hypothèse des tactiques de braconnage, de bricolage dans les superstructures mises en place par le pouvoir, telles que décrites par Michel de Certeau, ³⁹ garde tout son sens. Reste à voir si l'on peut se contenter de ces stratégies militantes ou si certains groupes rassemblés pour la défense d'une opinion et certains acteurs du monde des médias ne doivent pas s'associer pour proposer de nouveaux lieux de construction de récits médiatiques.

Ce nouveau média qu'est Internet (ou cette nouvelle technique de communication, pour éviter d'entrer dans la question de savoir si Internet est un nouveau média ou non) permet de soulever différentes questions par rapport à la construction des identités, en liaison avec le type de support. En effet, le support lui-même soulève de nouvelles questions, dans ses dispositifs alliant textes et images, présentant de l'écrit sur l'écran. Le réseau des réseaux répondrait-il aux objections de Jean-Marc Ferry, ⁴⁰ quand il considère que l'image n'autorise pas les échanges intersubjectifs, dès lors que l'écran d'Internet réhabilite l'écrit, mais dans une circulation en temps réel. Il faut d'abord prendre avec précaution cette opposition souvent trop rapide entre image et écrit. Certes, les anthropologues, tel Jack Goody, ont montré l'importance de l'écrit dans l'organisation de notre perception du monde, dans le développement de raisonnements plus rigoureux et la production du savoir. Mais d'autres contestent aussi cette espèce de saut qualitatif de l'écrit par rapport à l'oral, rappelant que la culture grecque s'est développée dans une civilisation orale, et que la philosophie grecque n'est pas une conséquence de l'invention de l'alphabet. Ce débat entre culture orale, marquée par le mythe et le modèle narratif, et culture écrite, permettant le passage au modèle paradigmatique, et donc à la logique et à l'argumentation est loin d'être clos. ⁴¹ Et il ressemble assez aux discussions plus récentes sur les connaissances générées par l'écrit et par l'image.

Là aussi, le système iconique est de plus en plus étudié comme mode de représentation et d'appropriation du réel, [42](#) et la suspicion originelle dont il est victime semble peu à peu s'estomper.

Ce n'est donc pas sur le rapport texte-image que l'analyse d'Internet semble la plus pertinente, en ce qui concerne la construction d'un nouvel espace public de débat, mais plutôt dans l'approche de l'éclatement énonciatif qu'il installe. C'est dans la construction et l'identification des positions énonciatives que se joue probablement un nouveau dispositif de communication, à analyser en dehors de tout discours alarmiste. Cet éclatement énonciatif doit être relié à l'évolution de la gestion du temps et à la logique d'interactivité, laquelle donne l'illusion d'avoir prise, en temps réel, sur une image modifiable par le contrôle direct (c'est-à-dire immédiat et personnel) de celui qui tient les commandes. L'interactivité aurait donc à voir avec de nouvelles logiques temporelles. Le premier stade de cette interconnexion fut celui de la télécommande. Le "zapping" a en effet modifié l'acte de lecture télévisuelle, permettant au spectateur d'entrer en quelque sorte dans le programme pour le modifier à sa guise. Illusion bien sûr, puisqu'il ne peut pas changer le programme, il peut seulement en changer. Cette illusion est encore renforcée dans le développement des systèmes d'hypertexte, de réseaux interconnectés. Toutes les données du monde sont aujourd'hui accessibles en ligne directe et en temps réel au départ d'un terminal d'ordinateur personnel, semblant abolir l'espace et le temps.

Cette participation est sans doute illusoire, mais elle donne le sentiment au récepteur d'information d'en être en même temps le co-producteur. L'énonciation devient partagée, en même temps qu'elle se dilue au sein d'échanges multipolaires. Le recours à Internet n'est pas simplement un apport technique, mais une remise en cause radicale de l'organisation classique de la profession journalistique. Entre autres dans une rediscussion du rapport aux sources, qui est un des enjeux de base de la validité sociale de la profession, en rapport direct avec la question des énonciations assumées. De deux manières, parce que les sources sont beaucoup plus multiples et moins fiables, et parce que chacun y a accès au même titre que le journaliste professionnel, qui perd donc sa fonction de "maître des sources" au sein de la société de l'information.

L'hypertextualité entraîne une mutation du mode d'énonciation et, plus largement, de la pragmatique de la communication journalistique traditionnelle. C'est la place respective des acteurs de la communication, leurs pouvoirs symboliques et effectifs qui se voient modifier. L'énonciation journalistique était fondée sur la mise en forme du rapport d'un émetteur, détenteur d'informations, à un récepteur ignorant ces éléments. La communication multimédiatique rompt ce modèle, puisqu'au monopole du savoir transmis, elle substitue une élaboration commune de ce savoir. En outre, une nouvelle cotextualité, faite de renvois explicites à d'autres textes, prend le pas sur le texte clos. [43](#)

De ces observations sur le fonctionnement encore balbutiant du journalisme multimédia, deux remarques ressortent. L'émetteur du récit médiatique n'est plus unique, mais se construit en relation avec son (ou ses) récepteur(s); les lieux d'émissions se démultiplient au point de perdre leur identité propre et identifiable. La première remarque pourrait augurer d'une recomposition positive des échanges discursifs, en ce sens que ces protocoles d'échange signifieraient définitivement la fin du schéma classique émetteur/récepteur au profit d'une discursivité circulaire,

véritablement polyphonique, et d'une récursivité permanente des transmissions d'information. Mais la seconde remarque tempère cet idéal de communication non hiérarchisée, puisque l'émetteur n'est plus le détenteur du pouvoir dans un réel échange égalitaire. En effet, ce gain relationnel est aussitôt annulé par une perte identitaire. Les renvois permanents d'une source à l'autre rendent rapidement impossible l'identification de l'instance émettrice et diluent les identités énonciatives. Les échanges peuvent se généraliser, mais à quoi servent-ils si le "tu" ne sait plus à quel "je" il s'adresse (pour reprendre le cadre intersubjectif de J.-M. Ferry), où s'il est confronté à une telle diversité de "je" qu'il ne peut plus les distinguer l'un de l'autre. Bien plus fondamentale que la difficulté d'identifier les sources d'information est cette dissolution des rencontres identitaires. Il faut réapprendre à pratiquer l'argumentation, et à la décortiquer derrière ses apparences les plus trompeuses, pour réintroduire un véritable débat démocratique, comme le demande Philippe Breton, [44](#) mais il faut prioritairement apprendre à gérer ces échanges sans émetteur identifiable. Pour que la confrontation d'idées ait lieu, l'échange doit se mener à visage découvert. Le risque d'Internet n'est pas celui de la mort du sujet, mais de sa dissolution dans trop de sujets.

Puisque nous nous revendiquons des hypothèses développées par P. Ricoeur dans Temps et récit, il semble opportun de vérifier comment ce binôme se manifeste aujourd'hui dans l'articulation entre temps et traitement médiatique. Nous devons réexaminer le principe de la boucle mimétique et mettre en question la possibilité de refiguration liée à la troisième mimésis. Y a-t-il encore, pour reprendre les termes de Jean-Marc Ferry, place pour les opérations de narration, d'interprétation, d'argumentation et de reconstruction devant la monstration brute de l'événement? Les concepts de direct, de proximité, d'infotainment, d'"info-émotion" sont-ils compatibles avec la nécessaire durée dans laquelle s'inscrivent les cycles mimétiques ricoeuriens?

Du récit médiatique à la culture médiatique

Ces questions pourraient être gérées en confrontation interdisciplinaire entre chercheurs intéressés par les évolutions de cet objet émergent qu'est la culture médiatique, pour reprendre le terme propagé entre autres par le réseau international des chercheurs en littérature populaire et culture médiatique. [45](#) Les consommateurs culturels d'aujourd'hui ne sélectionnent plus leur demande d'imaginaire par rapport à un support déterminé, ils « bricolent avec et dans l'économie culturelle dominante les innombrables et infinitésimales métamorphoses de sa loi en celle de leurs intérêts et de leurs règles propres ». [46](#) Ils saisissent dans la même journée une information à la radio, complétée par un coup d'oeil sur le journal, et illustrée d'une séquence du journal télévisé; ils regardent Madame Bovary au cinéma, avant de lire des récits de Woody Allen ou le roman d'un présentateur de la TV. Sans défendre trop vite le système du melting pot médiatique où tout s'équivaldrait, il faut étudier ces effets de transfert transsémiotique, en fonction des spécificités de chacun des supports, de leur médiagenie intrinsèque.

En construisant ainsi le syntagme "culture médiatique", les gains semblent l'emporter sur les coûts. L'ouverture des cadres conceptuels et méthodologiques ainsi que l'élargissement des corpus apparaissent des plus bénéfiques. Mais le


risque encouru est celui de l'éclatement et de la dispersion. La manière dont Jean-Claude Soulages présente son dernier ouvrage d'analyse des médias d'information est symptomatique de ces interfécondations transdisciplinaires:


Comme tout discours, l'information télévisée est soumise à des choix délibérés de mise en scène langagière. Ce sont des imaginaires sociaux qui président à l'élaboration de "reconstructions événementielles". Ces imaginaires - un imaginaire de vérité et un imaginaire de séduction inhérent à toute communication de masse - correspondent à un certain nombre d'attentes socio-historiques définissant la place occupée par l'information médiatique dans l'espace public de chacune des communautés socioculturelles observées. [47](#)


La tentation est donc forte de développer des "mediatic studies", sur le modèle des "cultural studies", ou une théorie critique de l'analyse médiatique, "mediatics", à l'image de la poétique triomphante des années soixante. Un des avantages principaux résiderait dans la prise en compte des séries culturelles qui se construisent dans la durée et migrent d'un support à l'autre. Ce n'est pas un hasard si ce sont des historiens du livre qui s'intéressent aujourd'hui aux évolutions de l'écrit et de l'édition devant le phénomène Internet. [48](#) Ils ont compris que l'observation de la longue durée demande des passages de frontières et interdit tout enfermement dans un territoire borné. Ce qu'il faut garder en point de mire, ce sont quelques questions essentielles, sur la narrativité des productions de masse, les logiques de périodisation et de filiation, les rapports texte-image...

Et reste au coeur de l'analyse des récits médiatiques la question cruciale de la méthode. Comment arriver à travailler sur des objets aussi divers en dépassant la simple juxtaposition des regards et des critiques? Nombreux sont ceux qui ont appelé de leurs vœux une socio-sémiotique, qui rejoint les questions des historiens, quand ceux-ci considèrent les trois principaux déplacements qui ont affecté la science historique ces dernières années: des structures aux réseaux, des systèmes de positions aux situations vécues, des normes collectives aux stratégies singulières. [49](#) Si nous pouvions conjointement progresser dans une analyse des réseaux médiatiques (non au sens technique de la diffusion des images, mais en tant qu'interconnexion de grands récits multimédiatiques), et de leur consommation par les usagers ordinaires, nous contribuerions à construire une histoire contemporaine des récits médiatiques, significative des pratiques individuelles et constitutive des imaginaires collectifs.


Notes:


 1 Cf. J.-M. Adam, Les textes: types et prototypes. Récit, description, argumentation, explication et dialogue, Paris, Nathan Université, coll. Fac. Linguistique, 1992.


 2 Ibid., pp. 46-59.


 3 P. Ricoeur, Temps et récit, Paris, éd. du Seuil, coll. L'ordre philosophique, t. 1, 1983; t. 2, La configuration dans le récit de fiction, 1984; t. 3, Le temps raconté,


1985.


 4 J.-M. Adam, op. cit., p. 19.


 5 Ibid., p. 60.


 6 Ibid., pp. 61-62.


 7 On consultera, sur ces questions, le n° 7 de Recherches en communication, "Le récit médiatique", 1997.


 8 U. Eco, in Le Nouvel Observateur, n° 1318, février 1990, cité dans G. D. Farcy, Lexique de la critique, Paris, P.U.F., 1991, p. 72.


 9 G. Vattimo, La société transparente, Paris, Desclée De Brouwer, 1990, p. 13.


 10 Ibid., p. 39.

 11 Cf., par exemple, les livres de G. Leblanc, 13 h.-20 h. Le monde en suspens, Marburg, Hitzeroth, 1987; Scénarios du réel, 2 vol., Paris, L'Harmattan, 1997.


 12 Cf. F. Antoine, "Les péri-récits de la météo radio-télévisée. Une irruption du narratif dans le descriptif", Sciences de la société, n° 41, mai 1997, pp. 107-124.


 13 R. Barthes, "Introduction à l'analyse structurale des récits", Communications, n° 8, 1966. Réédité dans la coll. Points, éd. du Seuil, n° 129, 1981, p. 28.

 14 Pour reprendre la notion de médiagénie telle que Ph. Marion la définit dans son article "Narratologie médiatique et médiagénie des récits", Recherches en communication, n° 7, 1997, pp. 61-87.

 15 L. Quéré, Des miroirs équivoques. Aux origines de la communication moderne, Paris, Aubier Montaigne, coll. Babel, 1982, pp. 148-149.


 16 Cf. A. Kibedi-Varga, "Le récit postmoderne", Littérature, n° 77, février 1990, pp. 3-22.

 17 Dans Paris Match, 04-04-1996, sous le titre "Mitterrand: pourquoi pas le film.?"

 18 S. Rushdie, "Pas de nouvelles sans fiction. Comment la presse crée les personnages de nos vies", The Nation, repris dans Courrier international, n° 41, 27-06-1996, pp. 41-42.

- 19 J. Pilhan, "L'écriture médiatique", *Le Débat*, n° 87, nov.-déc. 1995, p. 11.
- 20 D. Cornu, *Journalisme et vérité. Pour une éthique de l'information*, Genève, Labor et Fides, coll. Le champ éthique, 1994.
- 21 D. Bougnoux, *La communication contre l'information*, Paris, Hachette, coll. Questions de société, 1995, p. 63.
- 22 M. Souchard, *Le discours de presse. L'image des syndicats au Québec (1982-1983)*, Montréal, Le Préambule, coll. L'univers des discours, 1989, p. 48.
- 23 L. Quéré, *op. cit.*, p. 159.
- 24 Cf. M. Lits, "La nouvelle entre réel et fiction", in V. Engel (ed.), *Le genre de la nouvelle dans le monde francophone au tournant du XXI^e siècle*, Frasne/Echternach/Québec, Canevas/Phi/L'Instant même, 1995, pp. 193-203, et "écriture de la nouvelle et écriture journalistique", in V. Engel et M. Guissard (ed.), *La nouvelle de langue française aux frontières des autres genres, du Moyen âge à nos jours*, Ottignies, Quorum, 1997, pp. 356-365.
- 25 V. Jouve, *L'effet-personnage dans le roman*, Paris, P.U.F., coll. écriture, 1992, pp. 221-222.
- 26 G. Genette, *Fiction et diction*, Paris, éd. du Seuil, coll. Poétique, 1991, p. 67.
- 27 D. Bougnoux, *op. cit.*, p. 7.
- 28 *Ibid.*, p. 8.
- 29 Ph. Marion, "L'affect télévisuel", *Hermès*, n° 13-14, 1994, pp. 315-332.
- 30 Cf. A. Dubied et M. Lits, *Le fait divers*, Paris, P.U.F., coll. Que sais-je?, n° 3479, 1999, ch. IV.
- 31 Cf. P. Mannoni, *Un laboratoire de la peur, terrorisme et média*, Marseille, Hommes et Perspectives, coll. Psychologie et Société, 1992.
- 32 Cf. P. Bourdieu, *Sur la télévision*, Paris, Liber, coll. Raisons d'agir, 1996.
- 33 Cf. B. Grevisse, *L'affaire Dutroux et les médias. Une "révolution blanche" des journalistes?*, Louvain-la-Neuve, Academia Bruylant, coll. Médias et Société, 1999.
- 34 R. Debray, *Cours de médiologie générale*, Paris, Gallimard, 1991, p. 195.

- ☞ 35 J. De Munck, "Recommencer", *La Revue Nouvelle*, t. CII, n° 10, octobre 1995, p. 131.
- ☞ 36 P. Virilio, *L'écran du désert. Chroniques de guerre*, Paris, Galilée, 1991, p. 190.
- ☞ 37 J. Baudrillard, *La guerre du Golfe n'a pas eu lieu*, Paris, Galilée, 1991, p. 48.
- ☞ 38 On consultera, sur ces questions, le n° 3 de *Recherches en communication*, "Le temps médiatique", 1995.
- ☞ 39 M. de Certeau, *L'invention du quotidien. 1. "Arts de faire"*, 2e éd., Paris, Gallimard, coll. Folio Essais, n° 146, 1990.
- ☞ 40 Cf. J.-M. Ferry, *Les puissances de l'expérience*, Paris, Les éditions du Cerf, coll. Passages, 2 vol., 1991.
- ☞ 41 Cf. sur ces questions, J. Goody, *La raison graphique*, Paris, éd. de Minuit, 1979; D. R. Olson, *L'univers de l'écrit. Comment la culture écrite donne forme à la pensée*, Paris, Retz, 1998.
- ☞ 42 Cf. la synthèse de J.-P. Meunier, "Connaître par l'image", *Recherches en communication*, n° 10, 1998, pp. 35-75.
- ☞ 43 Ces réflexions sont inspirées de B. Grevisse, "Journalistes sur Internet: représentations professionnelles et modifications des pratiques", *Les Cahiers du journalisme*, n° 5, déc. 1998, Lille, ESJ, pp. 86-103.
- ☞ 44 Ph. Breton, *La parole manipulée*, Paris, La Découverte, coll. Essais, 1997.
- ☞ 45 Cf. les Actes du colloque international tenu par la LPCM à Louvain-la-Neuve les 3 et 4 juin 1999, *La culture médiatique aux XIXe et XXe siècles*, Louvain-la-Neuve, coll. Les dossiers de l'ORM, n° 6, 1999.
- ☞ 46 M. de CERTEAU, op. cit.
- ☞ 47 J.-Cl. SOULAGES, *Les mises en scène visuelles de l'information*, Paris, Nathan/INA, coll. "Médias - Recherches", 1999.
- ☞ 48 Cf. R. CHARTIER, *Le livre en révolutions*, Paris, Textuel, 1997; ou les derniers articles de R. DARNTON, repris par exemple dans *Le Débat*.

 49 Cf. la discussion qui suit la publication du dernier essai de R. CHARTIER, *Au bord de la falaise. L'histoire entre certitudes et inquiétudes*, Paris, Albin Michel, 1998, sous le titre "Inquiétudes et certitudes de l'histoire", dans *Le Débat*, n° 103, janv.-fév. 1999, pp. 130-168.