

ÉTENDUES DE LA RÉFLEXIVITÉ

Comité de rédaction

Céline Letawe (secrétaire), Grégory Corman, Björn-Olav Dozo, Stéphane Polis, Daria Tunca, Baudouin Stasse

Comité de lecture international

Anne Bayert-Geslin (Université de Limoges), Laurence Brogniez (Université Libre de Bruxelles), Bertrand Daunay (Université Lille 3), Pablo Decock (Université Catholique de Louvain), Édouard Delruelle (Université de Liège), Pascal Durand (Université de Liège), Nathalie Roelens (Université du Luxembourg), Jean-Paul Thibaud (CNRS, École Nationale Supérieure d'Architecture de Grenoble), David Vrydaghs (Facultés universitaires Notre-Dame de la Paix, Namur), Damien Zanone (Université Catholique de Louvain)

MethIS. Méthodes et Interdisciplinarité en Sciences humaines

Methis est la revue du groupe *Intersection*, dont l'objectif est l'exposition et la discussion, dans un cadre interdisciplinaire, des recherches en cours des doctorants et jeunes docteurs en Philosophie et lettres et en Sciences humaines et sociales de l'Université de Liège. Un tel cadre interdisciplinaire exige, afin d'assurer un échange scientifique rigoureux, que les questions de méthode soient clairement posées et soumises à la perspicacité des regards croisés entre les différentes disciplines.

Courrier scientifique

Revue *MethIS*—Céline Letawe
Université de Liège—Place du xx-Août, 7—B—4000 Liège
Courriel: cletawe@ulg.ac.be

Diffusion, vente au numéro et abonnement

Presses Universitaires de Liège
Place du xx-Août, 7—B—4000 Liège
Tél.: +32 (0)366 50 22—Presses@ulg.ac.be—<http://www.presses.ulg.ac.be>

Page Web

La revue est intégralement disponible en Open Access à l'adresse suivante :
<http://popups.ulg.ac.be/MethIS>

© Intersection, septembre 2012
Avec le soutien du Conseil de la recherche et de la Faculté de Philosophie et lettres de l'Université de Liège

ISBN 978-2-87562-007-1—ISSN 2030-1464 — D/2012/12.839/8

MethIS

MÉTHODES ET INTERDISCIPLINARITÉ
EN SCIENCES HUMAINES

ÉTENDUES DE LA RÉFLEXIVITÉ

édité par
C. Letawe, E. Mouratidou & V. Stiénon

Volume 3 (2010)

Presses Universitaires de Liège

LE STATUT DES SAVOIRS ORDINAIRES DANS L'ANALYSE DES PRATIQUES DE COMMUNICATION

Yves Jeanneret

(CELSA — Université Paris-Sorbonne)

Résumé. Cet article part du constat selon lequel la communication est une pratique réflexive, non seulement pour les chercheurs mais aussi pour les sujets qui la mettent en œuvre au quotidien. Souvent non élucidés, leurs savoirs ordinaires sur la communication n'en sont pas moins une réalité structurante. Un exemple d'actualité, celui de la querelle à propos d'une expérience de jeu télévisé extrême, montre l'écart qui sépare les conceptions du processus de communication faisant une place aux savoirs, d'autres conceptions fondées sur la seule considération des comportements observables. L'article relit ensuite plusieurs débats théoriques des sciences sociales à la lumière de la considération accordée à la réflexivité ordinaire, en particulier avec la notion d'*attention oblique* chez Hoggart. La suite de l'analyse considère l'approche de la production de recherche en sciences sociales comme polygraphie et aborde l'étude des échanges entre discours ordinaires, académiques et professionnels comme composante d'une économie politique de la circulation des savoirs (*trivialité*).

La visée et l'étendue de la réflexivité sont ici abordées de façon particulière. Il s'agit d'envisager la communication, dans ses formes courantes, comme une pratique réflexive. C'est pourquoi la catégorie de la réflexivité ne sera pas sollicitée pour caractériser certaines productions signifiantes par rapport à d'autres, mais tenue pour structurante dans l'analyse de toute forme de communication sociale.

Selon cette thèse, indiscutablement risquée, toute description des processus de communication repose sur des hypothèses, élucidées ou naturalisées, quant à la façon dont les sujets impliqués dans ces processus qualifient ces derniers. Adopter un point de vue communicationnel sur les échanges signifiants en société consisterait alors à proposer une lecture savante des savoirs ordinaires

produits par les sujets sociaux sur la communication et mobilisés par eux dans le cours de cette communication elle-même.

Ce point de vue conduit à relier deux questions scientifiques souvent disjointes : quelle prétention le chercheur en sciences anthroposociales émet-il quant à l'analyse des pratiques et de leur sens ? quelle place fait-il à la circulation sociale de savoirs et jugements sur la communication ? En effet, si l'on admet qu'une réflexivité — certes polymorphe — est exercée dans le quotidien de la communication par les sujets sociaux et qu'elle engendre des savoirs et des valeurs spécifiques, on doit se demander quelles exigences la prise en compte de cette pratique réflexive ordinaire impose à une analyse des interactions sociales.

En d'autres termes, l'analyse de la communication engage, non un geste réflexif unique, mais une réflexivité au carré, une spécularité de la réflexivité, puisqu'elle entend rendre compte réflexivement d'une activité elle-même réflexive. Il existe une mobilisation de fait des savoirs ordinaires sur la communication, qui peut certes rester non élucidée — y compris dans certains modèles théoriques de la communication — mais qui n'en est pas moins, même inaperçue, une réalité structurante. Certains acteurs mobilisent et instrumentent cette réflexivité du côté des techniques professionnelles ; certains courants de recherche s'emploient, ce qui est très différent, à la penser et à la discuter de façon critique.

Si je me permets de proposer une réflexion construite sur ce point, dans le cadre de l'échange interdisciplinaire présenté dans cet ouvrage, c'est que les sciences de l'information et de la communication ont rencontré de façon forte et insistante cette réflexivité ordinaire, qui concerne de fait toutes les sciences anthroposociales. Cette question est pour cette discipline un point de passage obligé : elle peut, moins que d'autres sciences, la contourner, même si c'est pour elle une source de difficultés considérable : *l'étendue communicationnelle* de la réflexivité éclaire *l'intensité épistémologique* de la question qu'elle pose au chercheur.

Je discuterai cette question en trois temps. Je partirai d'abord d'un exemple d'actualité pour montrer que la place donnée à la réflexivité ordinaire des sujets de la communication départage les paradigmes scientifiques en sciences anthroposociales ; je reviendrai ensuite sur la façon dont cette question a structuré, parfois secrètement, l'identification de certains problèmes essentiels pour

la genèse des sciences de l'information et de la communication ; je signalerai rapidement pour finir quelques pistes de recherche qui aujourd'hui prennent appui fortement sur cette tradition.

1. Affronter ou effacer la réflexivité ordinaire

Le caractère structurant de cette question peut être mis en évidence par une expérience de recherche récente qui en manifeste concrètement l'importance. Le documentariste Christophe Nick a tourné en 2009 un documentaire intitulé « Le jeu de la mort » : c'était la réitération dans le cadre d'un jeu télévisuel d'une expérience célèbre. Dans les années soixante, le psychologue Stanley Milgram avait fait croire à des volontaires qu'ils délivraient des décharges électriques pour une expérience scientifique sur la mémoire (Milgram 1974) ; ici, une animatrice faisait croire à des candidats qu'ils électrocutaient un concurrent. Ceci, dans le but de tester la soumission à l'autorité, naguère de la science, aujourd'hui de la télévision. Cette expérience-émission fut réalisée en partenariat avec une équipe de psychologues sociaux, conduite par Jean-Léon Beauvois, théoricien de la soumission librement consentie ; une équipe de sciences de l'information et de la communication, que je dirigeais, était présente pour analyser les situations engendrées par ce protocole.

Il n'est pas question de reprendre en détail ces analyses¹, mais seulement de comprendre pourquoi la réflexivité ordinaire a joué un rôle décisif dans la controverse scientifique, puis dans la querelle médiatique que cette expérience suscitèrent. La coopération entre psychologues sociaux et chercheurs en communication paraissait simple : les premiers analyseraient les comportements adoptés par les candidats, les seconds observeraient le dispositif de communication. Or l'idée d'une complémentarité entre les enquêtes — analyse de la soumission à l'autorité d'un côté, étude du public de l'autre — s'est avérée trop simpliste. En effet, les deux disciplines, qui ne revendiquent pas les mêmes principes de rigueur, construisent la compréhension des actes de communication de façon largement incompatible. Pour les psychologues, qui cherchent à comparer des comportements, le fait de créer des situations équivalentes est indispensable² :

1 Une analyse plus complète de ces situations est proposée dans un dossier de la revue *Communication & langages*, « Où va la télé ? Prétenions, engagements, stigmatisations », n° 166, décembre 2010, p. 39-163.

2 Ce choix ne caractérise pas toute recherche en psychologie sociale, mais, en l'occurrence, un protocole qui ne confère aucun poids conceptuel à la réalité médiatique par rapport à une situation

le jeu doit se rapprocher au plus près de l'expérience de laboratoire et les différences peuvent être tenues pour négligeables. C'est ce qui permet de modéliser, de comparer et de traiter statistiquement les comportements. Par exemple, le fait que les « soumis » soient 80% dans le jeu alors qu'ils n'étaient que 60% dans l'expérience initiale autorisera à conclure que la télévision a plus de pouvoir que la science. Pour les sciences de la communication, c'est la différence entre les situations qui fait sens, puisqu'elle tient à ce qui définit une situation de communication médiatisée : discours, dispositif technique, définition des rôles, conditions d'énonciation (Lochard & Soulages, 1998).

Or, par-delà le détail des méthodes, ce qui oppose structurellement les deux regards tient au lien entre une définition de la scientificité et le fait de conférer un certain statut aux savoirs ordinaires sur la communication. La psychologie expérimentale revendique une pratique méthodiquement contrôlée de tous les paramètres de la communication ; elle fixe les interactions et les discours dans des schémas aussi répétitifs que possible, parce que tous les signes doivent permettre de coder des comportements et, par là, des conflits psychiques ; l'analyse des situations, le sens donné aux comportements, l'anticipation des interprétations possibles doivent varier aussi peu que possible à l'initiative des interactants. Les chercheurs en communication sont particulièrement attentifs à tout ce qui distingue les situations : conditions de parole, rôle des publics, matérialité du dispositif. Mais ils ne peuvent le faire que dans la mesure où ils adoptent des méthodes (observation participante, analyse sémiotique) qui engagent leur subjectivité et doivent s'avouer moins contrôlables.

Par-delà le fait de nier ou de souligner la différence entre laboratoire et média, ce qui se joue concerne bien la place consentie à l'interprétation que font les sujets des situations dans lesquelles ils sont placés et, par là même, aux conceptions circulantes de la communication et de la médiatisation (Jutant 2010). Il est impossible de donner un poids important au fait de la médiatisation sans être attentif à la réflexivité des sujets sociaux, observable aussi bien dans le public que chez les candidats ou d'ailleurs au sein de l'équipe de tournage elle-même. Si le chercheur en communication tient pour décisives les différences entre situations et dispositifs, c'est parce qu'est déterminant pour

ordinaire de face-à-face. Les critiques adressées par d'autres psychologues sociaux à l'expérience montrent que cette posture ne définit pas de façon nécessaire toute démarche fondée sur la psychologie expérimentale.

lui le fait que les sujets savent qu'ils participent à une production télévisuelle, s'engagent dans des rôles liés à un scénario médiatique connu, endossent la dimension rituelle d'un spectacle, anticipent les réactions d'un public virtuel. Dans la querelle ensuite développée par la presse, ce sont ces questions, sous-estimées par le protocole de psychologie expérimentale, qui hypothèquent le projet de démonstration du documentaire : ceci, parce que les sujets ordinaires de la communication savent, même lorsqu'ils ne peuvent l'explicitier (certains le font clairement), que la production médiatique engage des rôles de participant et de public pour ce type de spectacle. Cela se distingue profondément d'une expérience réalisée dans le secret du laboratoire. Ils le savent, on m'autorisera à le dire, mieux que les expérimentalistes qui, pour vouloir à tout prix neutraliser l'importance des savoirs ordinaires sur l'expérience médiatique, courent le risque de présenter une conception de la communication télévisuelle plus naïve que celle des téléspectateurs.

2 Une interprétation spéculaire cachée sous le calcul logique

Ce cas est révélateur parce qu'il donne une publicité spectaculaire au dilemme de la réflexivité ordinaire, qui tient au fait que celle-ci est aussi impossible à nier dans l'espace de la communication que malaisée à objectiver dans l'espace de la preuve. Or, la question se manifeste de façon plus discrète mais non moins structurante dans des situations plus courantes, comme le montrera un retour sur quelques moments du débat théorique qui a structuré ma discipline. Je me bornerai à quelques exemples qui montrent la présence forte de la question de la réflexivité, mais aussi les façons très différentes de l'aborder.

La réflexivité ordinaire est cruciale bien que peu thématifiée en tant que telle dans ce qu'on appelle le « tournant pragmatique » (*pragmatic turn*). L'un des tours stylistiques les plus typiques de la pragmatique linguistique est sa tentative systématique de reconstruction des calculs interprétatifs ordinaires (Searle 1972). Le « calcul d'interprétation », avec ses méthodes d'exposition et de preuve (exempliers artificiels, jugements d'acceptabilité, équations de désambiguïsation) caractérise une discipline qui a dû développer des prouesses de subtilité pour concilier son schème d'intelligibilité³ légitime, la grammaire, avec le caractère contextuel et subjectif des interprétations. D'où les calculs précis et souvent besogneux permettant de rendre compte par le menu du rôle

3 Sur cette notion : Berthelot 1990.

déterminant que joue dans les échanges les plus ordinaires le retour interprétatif des sujets sur la situation. Par-delà l'annonce (assez aventureuse) d'une explication du dire par le faire, ce qui distingue ces descriptions de la sémantique structurale, c'est qu'elles intègrent explicitement dans un calcul du sens le travail ordinaire d'analyse de la situation de communication.

Je n'aime pas les exempliers artificiels créés par les linguistes eux-mêmes : j'illustrerai donc cette idée par un texte historiquement attesté, celui de l'opéra *Otello* de Arrigo Boito et Giuseppe Verdi (Boito 1887)⁴.

- Celui qui s'éloigne de Desdémone, c'est Cassio ?

Cassio ? Non... En vous voyant, cet homme a fui comme un coupable.

Je crois que c'était Cassio.

Cher Seigneur...

J'écoute.

Cassio, aux premiers jours de vos amours, connaissait-il Desdémone ?

Oui. Pourquoi cette demande ?

Je vous questionne ainsi, sans but et sans malice.

Dis ta pensée, Iago.

Vous le croyez sincère ?

Il apportait souvent mes messages d'amour...

Vraiment ?

Oui, vraiment. N'est-il pas honnête ?

Honnête ?

Qu'as-tu dans ton esprit ?

Dans mon esprit, Seigneur ?

«Dans mon esprit, Seigneur». Par le ciel ! De ma parole il se fait l'écho.

On voit dans cet épisode fictif une démonstration spectaculaire, sur-ritualisée par le théâtre, du lien entre réflexivité situationnelle et communication implicite. *Otello* comprendra qu'il est trahi sans que jamais Iago ne l'ait formulé (Ducrot 1972). Les pragmaticiens en rendent compte par la notion d'acte de langage (Kerbrat-Orecchioni 2001). Cette opération rend compatibles, d'un côté (premier niveau de réflexivité) l'obligation qu'ils ont pour être reconnus

⁴ Je choisis ce texte parce qu'il propose une séquence plus succincte que le drame de Shakespeare.

de la discipline de formuler des grammaires et, de l'autre (second niveau) le fait que les échanges langagiers ordinaires sont inintelligibles si l'on ne suppose pas un retour réflexif des sujets sur la situation, ses enjeux et son sens. On dira donc que les questions de Iago à Otello sont des *actes de langages indirects* que ce dernier identifie parce qu'il calcule un défaut de la loi d'information économique. Cette formule concilie élégamment l'intelligence quotidienne des sujets avec le fort surmoi scientifique du linguiste.

Ce calcul provient, moyennant quelques ajustements de détail, des maximes de la conversation de Grice (1979), elles-mêmes tirées de la catégoriologie kantienne, ce qui accrédite le caractère logique, voire logiciste de cette « logique naturelle » qu'exploitera à fond l'énergétique procédurale du moindre effort de Sperber⁵. Mais ce n'est qu'en apparence un *calcul* ; il s'agit évidemment d'une *interprétation* des multiples signes d'un échange, rendue possible par l'interrogation constante et les hypothèses successives sur la situation communicationnelle. Celle-ci n'est pas abordée seulement à partir de ses présupposés transcendants, selon le modèle du « contrat », qui éliminerait l'interrogation active au bénéfice d'un toujours-déjà-donné (Jeanneret 2008 : 151-168) : c'est dans le cours même d'une scénographie dynamique (Maingueneau 1998) portée par l'échange lui-même, constamment développé en même temps qu'il est vécu, que l'interprétation des énoncés intervient, mais aussi leur qualification. Otello doit se demander à chaque moment pourquoi Iago parle comme il le fait et même se faire observateur de la communication en train de se faire (« “dans mon esprit, Seigneur”, Par le ciel ! De ma parole il se fait l'écho ») pour pouvoir saisir l'allusion à une évidente trahison ; mais il faut que Iago sache qu'Otello produira de telles interprétations de la situation pour que sa stratégie soit perceptible ; et il faut qu'Otello sache que Iago anticipe ainsi sa propre lecture des échanges pour que l'insinuation de ce dernier soit lisible. Bref, la spécularité de l'implicite repose sur la réflexivité des actes interprétatifs et sur celle des stratégies.

Pour cette raison, il me semble que le courant habituellement nommé « pragmatique » serait plus justement qualifié de « spéculaire », dans la mesure où, plutôt que de rabattre le dire sur le faire, il fait la démonstration du recours nécessaire à des hypothèses sur l'interprétation mutuelle des comportements communicatifs. D'ailleurs, dès qu'on quitte la déontologie linguistique pour accepter l'observation anthropologique avec son ouverture interprétative

⁵ Principe imaginaire et impossible à traduire en un calcul digne de ce nom (Rastier 2001).

assumée, il devient patent que l'interaction n'est pas seulement confrontation d'actes mais réflexivité exhibée et anticipée. C'est ce qu'exprime par exemple le verbe « to perform » chez Goffman, où il signifie qu'on n'accomplira quelque chose que si on a interprété un rôle pensé comme devant être lisible d'un public présent ou virtuel : terme intraduisible au sens strict en français car il permet en anglais de rabattre la prétention pragmatique sur la réalité dramaturgique d'un regard échangé, saisi par le mouvement réflexif de l'identification d'un cadre. C'est ainsi qu'Erving Goffman pourra écrire :

il y a une interaction entre la personne (person) et le rôle (role). Mais la relation répond au système interactif — au cadre (frame) — dans lequel le rôle est interprété (performed) et la personnalité (self) de l'interprète (performer) se trouve prise. La personnalité (self) n'est donc pas une entité à moitié masquée derrière les événements, mais une formule adaptable pour se gérer (managing) soi-même pendant qu'ils se déroulent. Au fur et à mesure que la situation en cours prescrit l'apparence officielle derrière laquelle nous allons nous cacher, elle nous fournit une réponse à la question où et comment apparaître, car la culture elle-même nous prescrit quelle sorte d'entité nous devons croire que nous sommes (what sort of entity we must believe ourselves to be) pour avoir quelque chose à montrer de cette façon-là [...]. (Goffman 1974 : 574)⁶

Ce qui suppose, évidemment, que les sujets ne cessent de se poser la question « où et comment apparaître », celle-là même qui préoccupait le public de l'émission « Le jeu de la mort ».

Si je suis parti ici du cadre de la pragmatique linguistique, c'est que celle-ci fournit la démonstration de la place secrète occupée par la réflexivité dans un modèle de la communication ordinaire qui se veut particulièrement contrôlé. En effet, comme l'a montré Eliseo Veron, il s'agit d'un modèle ancré sur l'idée d'une nature élémentaire des énoncés. Plutôt que de partir de la nature empirique des dispositifs communicationnels, le pragmaticien de stricte obédience⁷ procède par complément et correction à partir d'une description première du sens — que bien entendu il a été le seul à inventer, à partir de son propre souci de conformité à une conception référentielle du sens. C'est, explique Veron (1986 : 77), l'inverse de l'analyse socio-sémiotique qui, elle, prend pour objet

6 On notera que le terme « perform », intraduisible, ramène l'idée pragmatique (effectuer) vers la situation théâtrale (interpréter en public).

7 Veron raisonne à partir d'un idéal type, toute l'histoire des controverses entre pragmaticiens montrant des oscillations dans un axe entre des modèles hypercontrôlés et des conceptions très proches d'une théorie de la communication sociale.

l'hétérogénéité des formes et des ressources interprétatives historiquement constituées.

Le pragmaticien, écrit Veron, constate que «souvent nous communiquons, par un énoncé, autre chose que ce qu'il signifie littéralement» et il s'interroge alors : «comment arrivons-nous à faire cela ?». La sociosémiotique, elle, prétend que produire du sens autre que ce qu'on signifie littéralement est l'état naturel, si l'on peut dire, de la discoursivité sociale et qu'un énoncé qui ne signifie que son sens littéral est très probablement un objet qui n'existe que dans des conditions exceptionnelles et qui sont, elles aussi, sociales. (cité dans Récanati 1980 : 9)

Ce constat de Veron, distinguant avec précision, non le contenu mais le mode de construction des analyses, décrit bien la différence de posture entre le pragmaticien qui vise à identifier un cours d'action réductible à un calcul et le chercheur en communication soucieux de comprendre les conditions de la communication elle-même sans prétendre en calculer le sens (Jeanneret 2007).

Toutefois la critique de Veron (dont on n'aura pas ici le loisir de discuter les limites) ne dissipe pas la question de l'élaboration réflexive des interprétations du discours, avec l'exigence qu'elle suppose d'associer une identification des énoncés avec une interprétation des situations et des stratégies énonciatives. Elle impose plutôt de poser à une autre échelle cette question et surtout de ne pas l'asservir à la double identification d'un sens déterminé et d'une logique sociale définie.

3. Le pouvoir médiatique aux prises avec la réflexivité

Dans ces conditions, on comprend que les études de communication n'ont pas pu se dispenser de conférer un rôle structurant à cette même activité réflexive des sujets à propos de la communication, tout en l'abordant d'une façon très différente. La plupart des théories de la communication présupposent cette activité sans lui faire de réelle place explicite. Mais il est dans la tradition dont se nourrit cette discipline des œuvres qui discutent de façon particulièrement approfondie la question. Je me bornerai ici à quelques exemples qui, loin de constituer une généalogie raisonnée de la question, impossible à entreprendre ici, sont révélateurs de son importance et de sa vertu heuristique.

Je partirai d'un ouvrage qui joue aujourd'hui un rôle de référence, tant dans la discussion théorique sur la communication médiatique que dans les options structurantes en sociologie de la culture, *The uses of Literacy* de

Richard Hoggart⁸. La méthode de cet auteur, tout comme les thèses qu'il défend, s'appuient sur l'effort pour faire considérer la réflexivité ordinaire de la communication et plus exactement pour démontrer la nécessité d'intégrer dans nos exigences scientifiques le caractère problématique, complexe et incertain de cette activité.

Cela se traduit d'abord par le choix, très audacieux, de recourir à l'introspection expérientielle. L'auteur du livre, acteur de la culture qu'il souhaite explorer, est lui-même membre de la « working class ». S'il choisit de s'appuyer ouvertement sur cette expérience — à contre-courant des règles de contrôle méthodologique triomphantes dans ces années — c'est qu'il veut à tout prix accéder au travail que font les publics populaires pour définir une attitude vis-à-vis des productions de l'industrie médiatique. En effet, celles-ci ont pour particularité de s'appuyer systématiquement sur les cultures populaires pour en détourner l'efficacité : la réflexivité du public populaire est donc pour Hoggart la réponse de ce dernier au fait que sa culture lui a été empruntée dans le but avoué de le rendre captif.

Ce parti pris méthodologique va contre les canons, tant de l'analyse littéraire qui suppose un ancrage dans les textes, que de l'étude sociologique qui cultive le contrôle des méthodes. La sociologie disqualifie assez systématiquement le recours à l'introspection et à l'expérience personnelle, tenu le plus souvent, au mieux pour un biais dans l'observation, au pire pour une figure de la mauvaise conscience. Il serait intéressant de comprendre pourquoi cette exigence n'a pas été opposée à cet auteur qui, au contraire, figure parmi les références fondatrices de la sociologie des médias et de la culture. Peut-être la survie de cette œuvre, pourtant vulnérable à la condamnation méthodologique, tient-elle à la valeur heuristique de l'enquête, visant à instituer comme savoir et jugement, non seulement l'interprétation des œuvres médiatiques, mais l'interprétation du contexte industriel, symbolique et économique de la société médiatique elle-même.

En effet, le livre propose une interprétation originale, assez souvent inconnue, de la façon dont les sujets sociaux sont conduits à évaluer l'univers médiatique. Il décrit la façon dont les classes populaires voient leur propre

8 Il s'agit ici de l'édition originale, *The Uses of Literacy : Aspects of Working Class Life, with special References to Publications and Entertainment*, Londres, Chatto and Windus, 1957, et non de la traduction française, *La culture du pauvre : étude sur le style de vie des classes populaires en Angleterre*, Paris, Minuit, 1970, gravement fautive.

culture réappropriée par les acteurs médiatiques sous la forme d'industries de la culture, du divertissement et de l'information. Ces publics sont contraints en quelque sorte à redéfinir eux-mêmes, en permanence, la place qu'ils veulent donner à ces produits à la fois proches et aliénés — ce qui ne signifie pas aliénants. Pour Hoggart, la consommation des produits culturels ne signifie nullement une adhésion à leur univers de valeur, mais suscite le développement d'une « attention oblique ». Cette thèse lui permet de reconnaître tout à la fois la puissance des réécritures médiatiques et la richesse des interprétations sociales, de ne résorber l'histoire ni dans le fatalisme d'une manipulation ni dans l'idéalisation d'une liberté des récepteurs⁹. Mais Hoggart ne peut le faire que parce que, plus secrètement et en un raisonnement subtil, il postule successivement que chacun, y compris les personnes les plus éloignées du secteur savant de la communication, est capable de mobiliser la force d'une mémoire des formes et des situations culturelles, d'identifier le processus d'industrialisation de ces formes et de rechercher un ajustement¹⁰ à une situation qu'il n'a pas choisie mais qu'il doit vivre.

Relue à partir de la question qui nous occupe, l'enquête de Hoggart postule chez les praticiens populaires des cultures médiatiques une triple conscience : celle de l'essence des thèmes culturels populaires ; celle de leur profonde transformation par l'industrie médiatique ; celle des marges de réappropriation ironique de ces univers. Cette complexe culture de la communication médiatique, réactive mais délibérée, est indispensable pour comprendre les usages de la littérature médiatique. C'est la raison pour laquelle les différentes critiques qui ont pu être adressées par la suite à l'analyse de Hoggart n'effacent pas son apport. On a pu nuancer l'idée d'une ironie systématique des publics populaires, distinguer ceux-ci des publics actuels, voire suspecter une idéalisation des cultures populaires : toutes objections fondées, mais qui n'affectent pas l'importance du travail d'ajustement, donnant seulement une complexité

9 On peut considérer qu'après Hoggart les thèses sur la manipulation des foules, mais aussi la réponse libérale par la liberté du récepteur, sont dépassées, précisément parce que la question de la réflexivité est posée.

10 J'adopte ici, avec un certain anachronisme, un terme proposé par Camille Jutant dans le cadre de sa recherche doctorale sur l'ajustement des publics aux offres muséales (UAPV/UQÀM, en cours). On peut considérer, à partir de ces recherches contemporaines, la thèse de l'attention oblique de Hoggart comme un cas particulier d'une question plus générale, la façon dont les sujets sociaux rencontrent la nécessité de s'ajuster à toutes les offres médiatiques qui leur sont proposées-imposées.

accrue à ce travail (Jutant 2010). Comparé à d'autres textes classiques de la sociologie des médias, même postérieurs, comme « Encoding-decoding » de Stuart Hall (1994)¹¹, qui sont des traductions dans l'univers politique de notions sémiotiques assez élémentaires, le livre de Hoggart impose la considération d'une activité globale des sujets ordinaires de la communication. Il montre que celle-ci porte à la fois sur le contexte et sur la relation symbolique en associant le savoir, la mémoire, la posture éthique et le projet. D'autre part, Hoggart partage avec De Certeau l'intérêt pour la dimension créative des usages ordinaires, mais en lieu et place d'un système de positions dans un champ tactique (De Certeau 1980), il propose une approche par l'évaluation des pratiques médiatiques. Le sujet de Hoggart *ne détourne* pas seulement, il *regarde de biais*.

4. La dimension réflexive de la sociosémiotique

L'analyse sociosémiotique des médias s'est centrée, plus que les études culturelles, sur l'étude des contraintes et ressources offertes par l'innovation dans les dispositifs médiatiques. Toutefois, ce qui caractérise ce courant par rapport à d'autres recherches centrées sur les dispositifs (sémiotique des objets, médiologie, théorie des prothèses médiatiques, remédiation, etc.), c'est la place qu'il donne aux activités de qualification, d'évaluation et de projection qui caractérisent l'interaction médiatisée. On peut considérer que cette question a joué un rôle croissant dans ce courant de recherche et qu'il s'agit pour cette raison d'un des axes majeurs d'approfondissement qu'il a connu ces dernières décennies. Aux yeux d'Eliseo Veron, comme on l'a vu plus haut, le modèle conversationnel est inadéquat pour rendre compte des formes de la communication reposant sur les dispositifs d'énonciation médiatique. L'analyse à laquelle il se livre par exemple du « contrat de lecture » (Veron 1983 et 1985) — assez mal nommé (Jeanneret & Patrin-Leclère 2004) — consiste à décrire la façon dont une production médiatique sollicite de manière ostensible une culture médiatique acquise pour proposer en quelque sorte un jeu de places et une définition des situations de communication. Ce contrat, développé dans le

11 En proposant une typologie des modes de réception d'essence agonistique (subir, refuser, négocier un sens), Stuart Hall politise l'acte herméneutique ordinaire mais simplifie considérablement les modes de prise en compte du potentiel signifiant des textes médiatiques, ainsi que les postures possibles vis-à-vis des médias.

cadre d'un institut de recherche publicitaire, est l'exploitation délibérée, dans le cadre d'une professionnalisation de la communication médiatique, d'un certain état de la culture sociale de la communication. Jauger ce par quoi on estime pouvoir compter dans les idéologies circulantes de la communication permet de solliciter cet imaginaire et de parier sur la réactivation de représentations dominantes de ce qu'est un journal, une marque, un genre. En menant ce type d'analyse, Veron tire toutes les conséquences de deux éléments que ses prédécesseurs ont mis en évidence : d'une part, la discontinuité de la communication, qui distingue tout document enregistré ou écrit d'un face-à-face, parce que le jeu relationnel fonctionne à la fois en projection et en mémoire et non dans le dialogue (Barthes 1973 et 1980) ; d'autre part, le caractère impersonnel de l'énonciation dans les dispositifs médiatiques, qui peut certes proposer le spectacle des corps sémiotisés, mais met surtout en place un lieu de construction des dispositifs de représentation qui nous convoque là où notre regard à appris à se poser.

C'est par cette voie que la sociosémiotique des médias s'est peu à peu affranchie d'une analyse de l'énonciation comme inventaire des actants pour aller vers la mise en évidence des conditions de possibilité de l'échange communicationnel : une approche qui devait peu à peu prendre du relief au sein des sciences du langage elles-mêmes (Fontanille 1999). Or, en réalité, le travail auquel se livre Veron sous le nom de « contrat de lecture » ou de « contrat médiatique » ne relève pas proprement de préconditions logiques de la communication ni d'une identification d'une collection d'actants, mais d'une visée à l'estime, « stochastique » au sens étymologique du terme¹², quant aux compétences communicationnelles mobilisées par les sujets ordinaires de la communication. La preuve en est donnée par l'analyse qu'il fera deux décennies plus tard, en compagnie de Jean-Jacques Boutaud (2007), de la dialectique qui s'engage à la fin du XX^e siècle entre des professionnels de la communication qui jouent toujours plus de ces savoirs et des publics qui prennent conscience de leur capacité ironique et contestataire : analyse qui, on le remarque, rejoint d'une certaine façon Hoggart. Une relecture des évolutions récentes de la sociosémiotique des médias est possible à partir de là, depuis le point de vue de l'effort d'élucidation de cette réflexivité ordinaire.

12 *Stochazesthai* : viser en parlant de l'archer.

La controverse ouverte par François Jost contre le modèle du contrat de communication sous sa forme grammaticale est un moment qui reste dans les références de la discipline (Jost & Pasquier 1997). Dans ce refus, assorti d'une proposition terminologique alternative (la « promesse »), plusieurs réticences s'expriment. La formule du contrat ou du pacte est pour Jost porteuse de réductionnisme, parce qu'elle ramène le sémiotique au juridique, le médiatique au conversationnel et les situations dissymétriques de l'industrie aux situations symétriques de la sociabilité. Mais ici encore, l'enjeu est la façon dont se construit la référence, explicite ou implicite, à l'activité évaluative des sujets. Pour les tenants du contrat dans sa version grammaticale-juridique, il existe un plan transcendantal de l'échange, un système de règles sur lesquelles les interactants doivent s'être toujours déjà entendus par-delà les conflits et jeux d'influence qui les divisent. C'est la façon la plus simple de reconnaître une place à la réflexivité, en la textualisant en quelque sorte en un système de règles, ramenée à la même matière (la textualité) que le discours lui-même. De son côté, Jost, qui comme Veron a une pratique des stratégies professionnelles de l'industrie des médias, est héritier des théoriciens des dispositifs, notamment de la sémiotique du cinéma et de la photographie. Ceux-ci insistent sur le caractère historique et complexe des représentations de la production médiatique elle-même que l'on peut voir se diffuser dans la société. Si la télévision du quotidien (Jost 2001) est particulièrement apte à produire une figure du réel, c'est dans la mesure où elle sait de mieux en mieux solliciter chez les membres de son public une connaissance de la façon dont fonctionne le média lui-même, par exemple ses propriétés techniques, ses modalités de production des messages, sa catégorisation des programmes. C'est bien le savoir sur la télévision qui permet de parler de promesse et c'est la façon de faire appel à ce savoir, d'en jouer, de le décevoir ou de le piéger qui éclaire les grandes stratégies de la production télévisuelle. Celles-ci, loin d'aller constamment vers une forme de plus en plus brute, cultivent toujours davantage la mise en abyme : moins celle du réel lui-même que celle des attentes supposées et attribuées au spectateur. Une hypothèse que, là encore, les évolutions récentes de la production télévisuelle ont confirmée, avec les coulisses exposées, l'omniprésence du « making of »¹³, le maniement de l'ironie et de la caricature des formes, la spectacularisation des objectifs financiers et personnels des uns et des autres.

13 Voir l'article de Eleni Mouratidou dans ce numéro de la revue *Metis*.

5. Opérativité et représentation

En somme, la sociosémiotique des médias s'est détachée toujours davantage de l'exégèse des œuvres et du calcul des stratégies d'acteurs (un domaine que la sociologie des médias a, de son côté, à l'inverse, toujours davantage privilégié), pour comprendre comment se construit l'opérativité symbolique des médias, c'est-à-dire le pouvoir qu'ils ont de capter des modèles de la communication, de les travailler, de les infléchir, de les stimuler, de les restituer sous une forme métamorphosée. C'était d'ailleurs la question que se posait déjà Hans-Robert Jauss lorsqu'il se demandait comment les « horizons d'attente » se stabilisent et se bousculent.

Louis Marin a porté cette interrogation à un niveau d'intensité particulier dans une série de textes qui visent l'élucidation de la catégorie même de la réflexivité. Je me contenterai ici, au prix d'une grande simplification, de retenir trois aspects cruciaux de cette théorie, intimement liés entre eux. La théorie de la représentation consiste en une dialectique entre transitivité et réflexivité : cela fonde la figure comme forme mémorisable, ce qui revient à fonder le pouvoir dans le fait de savoir capter la réflexivité ordinaire de la communication.

Les dispositifs de représentation réalisent pour Marin deux opérations à la fois : d'un côté, ils représentent le monde et lui donnent par là même une présence sémiotisée, même lorsqu'il est absent ; de l'autre, mais par le même mouvement, ils se représentent eux-mêmes représentant et nous impliquent ainsi au sein du dispositif à partir duquel la représentation se déploie. Pour Louis Marin,

représenter signifie se présenter représentant quelque chose et toute représentation, tout signe ou procès représentationnel comporte une double dimension — dimension réflexive, se présenter ; dimension transitive, représenter quelque chose — et un double effet, l'effet de sujet et l'effet d'objet (Marin 1994, 255).

Cette hypothèse est essentielle, car le couple indissociable du transitif et du réflexif est ce qui libère la communication de l'obsession spéculaire dans laquelle elle est prise au sein du modèle dramaturgique de Goffman qui, par sa fixation sur la seule réflexivité, décrit un monde social qui ne peut penser ni changer tant il est obsédé de paraître à lui-même, se vidant ainsi tragiquement de toute perspective cognitive, politique ou historique.

Chez Marin, le double système de la transitivité-réflexivité, qui permet de donner un objet politique à l'invention médiatique et culturelle, fonctionne par la mise en place des figures, ces processus communicationnels qui reposent à la fois sur des formes matériellement présentes dans les objets et sur un appel à la figuration comme engagement intellectuel et perceptif des sujets. Chez Marin, théoricien du visuel, le dispositif de représentation n'a le pouvoir de fomenter de la réflexivité (spéculaire) que dans la mesure où les figures font réfraction (spectrale), ce qui réintègre la réflexivité dans le cours d'une histoire. Les figures observables dans la forme même des œuvres (récits, inventaires, portraits) ne tirent leur force que des rapports qu'elles entretiennent, d'une part avec la mémoire des formes qui définit leur virtualité, d'autre part avec le jeu des positions qu'elles ordonnent et potentialisent. C'est particulièrement manifeste lorsque Marin analyse, en chiasme, la représentation de soi par l'écriture et l'écriture de soi par la peinture (Marin 1999) : un univers qui tisse la figure virtuelle et la figure matérielle, entre rémanence des pouvoirs du récit de soi et « vertu figurale, force de figuration, puissance d'accès à la forme » (Marin 1999 : 153). L'omniprésence du travail de la figure (figuration, figurabilité, configuration) chez Marin renvoie bien au fait que dans les analyses de cet auteur, comme l'observe l'un de ses meilleurs lecteurs, Jean Davallon,

L'organisation et le fonctionnement de l'objet lui-même, en tant qu'objet de langage [...] est au centre l'approche [...] néanmoins c'est en tant que cette organisation renvoie à une configuration sociale et symbolique particulière (la représentation), une configuration qui, précisément, définit un type de rapport entre cet objet et le sujet percevant, regardant ou interprétant, ainsi qu'un type de relation entre la chose représentée et ce qui la représente (Davallon 1999 : 25).

C'est pourquoi les dispositifs ne sont réellement source de pouvoir que quand ils dépassent la simple manifestation de la force pour prendre au piège leur destinataire au cœur même de sa représentation de la communication. C'est ainsi qu'ils deviennent, selon la formule affectivée par Marin, *réserve de la forme dans les signes*.

Le récit déploie ainsi son pouvoir dans la communication dans la mesure où il est capable de produire une représentation de cette communication elle-même : il sollicite l'écho de son propre pouvoir dans une théorie imaginée du communiquer. Le meilleur exemple en est la lettre envoyée par Péliçon à Colbert, afin d'être nommé historiographe du Roi, un texte longuement

commenté par Marin parce qu'il démontre clairement le rôle d'une anticipation réflexive de la communication (Marin 1981). Cet auteur promet au Roi de prendre au piège son public grâce à la rhétorique d'une représentation concertée de l'histoire.

Pour en être mieux cru [du public], il ne s'agit pas de lui donner là les épithètes et les éloges magnifiques qu[e] mérite [le Roi] ; il faut les arracher de la bouche du lecteur par les choses mêmes. Plutarque ni Quinte Curce n'ont point loué Alexandre d'une autre manière, et on l'a trouvé bien loué. Il serait à souhaiter sans doute que Sa Majesté approuvât et agréât ce dessein, qui ne peut peut-être pas bien s'exécuter sans elle. Mais il ne faut pas qu'elle paraisse l'avoir agréé, ni su, ni commandé.

Ce à quoi nous assistons, dans cette lettre de Péliisson, c'est proprement la mise en scène d'une réflexivité qui, d'être éloquemment représentée à son destinataire, est censée permettre de renforcer chez lui une conception désirante du pouvoir communicationnel et de son renfort médiatique. L'historien expert qui promet un certain type d'invention dans l'écriture médiatique peut espérer prendre le Roi au piège de sa propre compétence parce qu'il représente lui-même cette compétence, réelle ou fantasmée, en tout cas réflexivement rendue présente. Ainsi peut-il se faire confier la charge d'écrire l'histoire officielle par le désir communicationnel qu'il a fait naître chez son protecteur. Bien entendu, le fait que cet auteur ait en l'occurrence atteint son but ne garantit nullement que ce récit réflexif d'une pensée efficace de la communication soit garanti à tout coup de succès. C'est pourtant bien le principe de tout pouvoir des conseillers en communication : aller chercher chez leur client le point où un savoir supposé sur la communication peut faire désir.

L'actualité de ces analyses, déployées par Marin à propos de l'univers classique, tient à ce qu'aujourd'hui encore les dispositifs de communication deviennent parfois réflexifs au sens courant du terme : ils se réfèrent principalement à eux-mêmes. Cela provient du fait qu'ils ont été conçus pour capturer et stimuler la réflexivité de sujets qui les mobilisent et les interprètent. En d'autres termes, leur influence tient au fait qu'ils savent très bien raconter la façon dont ils communiquent et porter des jugements sur elle — ce qui fabrique de l'économie politique dès qu'on en vient à désirer entrer dans ce récit. Facebook ne fonctionne pas autrement, à ceci près que ce sont tous les discours qui circulent sur lui à travers tout l'espace médiatique qui qualifient cet outil-marque comme *l'historiographe officiel* de toute une génération. C'est bien parce que, compte tenu de ce qu'ils savent, estiment et anticipent de

la façon dont les personnes peuvent se représenter la communication — y compris comme on l'a vu plus haut les conceptions qu'ils ont des procédures médiatiques —, les industriels sont capables de raconter et faire raconter pourquoi on capture un public avec ces dispositifs, que ceux-ci deviennent à leur tour un piège.

Une bonne part des recherches actuelles tourne autour de l'élucidation, non de ce principe, qui semble acquis, mais de la façon dont il se déploie et se transforme dans les métamorphoses médiatiques, notamment depuis que Louis Quéré et Jean Davallon lui ont donné une systématité sous le nom d'« opérativité symbolique ». L'appel au savoir et au jugement des publics sur la communication et ses dispositifs était en quelque sorte le ressort secret et présupposé des analyses de Marin ; il est devenu le cœur explicite de l'analyse communicationnelle avec la théorie du tiers symbolique de Quéré. En effet, pour cet auteur la construction d'un ensemble de médiations à la fois matérielles et imaginaires par lesquelles la communication se donne en représentation dans une société est la ressource principale à partir de laquelle les sujets peuvent définir les normes et la logique de leur propre communication. C'est le

tiers symbolisant [...] fait de l'articulation d'un ensemble d'éléments composites : des structures cognitives et des cadres normatifs, des repères de discrimination et des critères d'évaluation, des modes d'appréhension du temps et des dispositions vis-à-vis du changement, des règles de choix et des propositions définissant des façons de procéder (technologies), des modes de représentation et des schémas d'action [...] (Quéré 1982 : 84).

La prise en considération explicite de cet

art de l'interprétation acquis dans l'expérience pratique et étayé à la fois sur la mémoire (individuelle et collective), sur des nomenclatures intériorisées et sur un ensemble de repères communs auxquels les sujets peuvent simultanément se référer pour distinguer le possible de l'impossible, l'acceptable de l'inacceptable, le négociable du non négociable (*ibid.*)

constitue donc à coup sûr une ligne de clivage avec les conceptions argumentatives de l'espace public comme simple confrontation d'arguments acceptables. Quéré l'explique lui-même dans sa controverse avec Habermas.

Jean Davallon (1990) a, pour sa part, donné à la théorie de l'opérativité symbolique des médias une dimension processuelle plus explicite, en proposant un mode d'analyse de l'exposition muséale comme forme médiatique. En

effet, l'élaboration de ce type de communication met en évidence les conditions pour que le public constitue en texte une configuration d'objets et d'images. Après avoir travaillé plus largement sur le rôle symbolique de l'image médiatisée, cet auteur choisissait l'exposition parce que celle-ci pouvait être qualifiée d'« archéo-média » : cette construction médiatique associe visiblement objet, espace et discours, donnant ainsi à voir particulièrement bien la dimension processuelle de la communication, parce qu'elle ne « prend » comme média qu'au fil d'une élaboration complexe. L'exposition est une forme médiatique qui ne condense pas, comme le journal ou l'émission de télévision, la communication en une production unique, faisant média en bloc — au moins apparemment — mais se déploie au fil du temps et des investissements, à la fois matériels, interprétatifs et idéologiques des différents sujets, concepteur, muséographe, visiteur, critique. C'est ce qui autorise le projet de saisir en acte les médiations à travers lesquelles l'opérativité symbolique des médias s'élabore, se reconnaît et se banalise. Pour poursuivre ce projet, la muséologie communicationnelle a été conduite à s'engager toujours plus avant dans un examen des temporalités multiples et des statuts divers de la réflexivité des sujets ordinaires, examen dont les différentes étapes ponctuent en quelque sorte son développement. Spécifier la forme « exposition » demandait de distinguer plusieurs temps de sémiose assurant l'émergence graduelle d'une forme communicationnelle qui émerge des choix des objets, de l'énonciation d'un discours, de l'ostension d'une proposition de sens. Dans ces conditions, l'analyse sociosémiotique de ce type de production n'est possible qu'en observant les phases d'anticipation des interprétations possibles, mais aussi en inventoriant les signes innombrables d'un appel à la mémoire des formes. Mais pour envisager l'opérativité symbolique de la communication ainsi engagée, l'inventaire du donné à voir, si complexe soit-il, ne suffisait pas et il fallait entreprendre une observation des publics, afin d'espérer comprendre comment eux-mêmes reconstruisent ce qui peut faire à leurs yeux sens et valeur. Mais surtout, le fonctionnement du dispositif n'était pas suffisant pour rendre compte de ce jeu complexe entre la muséographie et l'implication communicationnelle des publics. En effet, le devenir média et texte de l'exposition repose sur la relation que cette forme médiatique entretient avec le musée comme institution, cette réalité imaginaire mais fortement sollicitée dans l'ici et maintenant d'une visite qui ne s'oriente que par rapport à ce monde postulé.

On peut dire que l'opérativité symbolique consiste précisément dans cette capacité historiquement acquise par une forme médiatique de solliciter chez les membres d'une société un univers de pratiques et de valeurs qu'elle postule et réactive à la fois.

6. Les chercheurs, les professionnels et les théories

Pour conclure, très provisoirement, une analyse qui demanderait bien d'autres développements, je voudrais suggérer que l'ensemble des questions qui vient d'être rappelé, tenant à la prise en compte de la réflexivité ordinaire de la communication, nourrit aujourd'hui des perspectives heuristiques dans les sciences de la communication. Je me bornerai à deux exemples : l'écriture de la recherche et l'analyse des pratiques professionnelles. Il ne s'agira ici que d'indications à prolonger par la lecture des travaux qui seront succinctement évoqués.

La perspective ici ébauchée pourrait aider à requalifier certains débats sur l'épistémologie des sciences sociales, qui me semblent marqués par un piétinement impressionnant, au moins en France. En effet, la référence fascinée à la rigueur des sciences «exactes» produit une sorte de tourniquet absurde, selon lequel il faudrait soit les copier, soit affirmer une équivalence des discours (Jeanneret 1998). Il est certain que l'idée même de scientificité est liée à la genèse des sciences de l'homme (Jurdant 2006). L'auteur des théories physiques se demande rarement si son travail est scientifique, il cherche plutôt à savoir s'il est valide. La démonstration de scientificité est propre aux sciences de l'homme¹⁴ mais structurellement polyphonique, cherchant dans une autre discipline un critère discriminant. C'est pourquoi il est important de décaler la question et de se demander par exemple quels sont les critères de rigueur des sciences humaines.

Les réflexions ébauchées plus haut apportent à mon avis une contribution importante à ce débat. En effet, les disciplines qui s'emploient à connaître l'homme et la société mettent en œuvre une polyphonie d'une qualité très particulière, précisément en ce sens qu'elle ne cite pas seulement des propos mais, explicitement ou non, des conceptions de ce qu'elle s'emploie elle-même à

14 Si l'on excepte les théories qualifiées de parascientifiques ou d'essence religieuse, comme le créationnisme, qui multiplie les signes extérieurs de conformité à l'institution scientifique (Lecourt 1992).

constituer en objet. Les théoriciens de l'écriture des sciences humaines insistent beaucoup sur la polyphonie qui caractérise le texte scientifique, cet « intertexte référentiel à prétention probatoire systématique », pour reprendre la formule de Jean-Michel Berthelot (2003 : 17). Mais l'accent est systématiquement mis sur la dimension tacticienne interne à la communauté scientifique elle-même : allégeance à un cercle, positionnement dans les controverses. Toutes dimensions qui, communes à tous les travaux académiques, ont leur pertinence. Mais se fixer exclusivement sur ces rapports d'intertextualité au sein de la « cité scientifique » présente deux inconvénients majeurs : cela conduit d'une part à produire la fiction d'un monde scientifique entièrement régi par ses luttes internes et cela valorise d'autre part une interprétation conjoncturelle et cynique des dynamiques de recherche qui, à une idéalisation de la connaissance du « réel », oppose la démystification des opérations de pouvoir. Or, comme l'écrit Jean-Michel Berthelot, ce genre de lecture des activités artistiques ou scientifiques « explique tout sauf ce qui dans un cas spécifie l'œuvre comme œuvre, et dans l'autre la connaissance scientifique comme connaissance scientifique » (1990 : 197). Une autre piste consiste donc à se tourner d'abord vers la polyphonie que les sciences humaines introduisent avec les savoirs ordinaires. Certains chercheurs, comme Joelle Le Marec, ont engagé une discussion serrée sur cette question, abandonnant l'idée que la communication avec les sujets ordinaires constituerait un biais, pour considérer au contraire qu'analyser les situations créées par la recherche en termes de mise en relation de savoirs ordinaires et d'écritures savantes, et maintenir ouverte cette question jusque dans la publication des travaux, est le cœur d'une posture épistémologique lucide (Le Marec 2002).

Comme on vient de le voir à propos de l'étude de l'émission « Le jeu de la mort », l'effort pour expliciter les hypothèses mobilisées quant à l'activité réflexive attribuée aux sujets sociaux est une contribution décisive à un travail critique qui place la polyphonie au cœur de l'élucidation des prétentions épistémiques. Cela conduit à analyser les situations dans lesquelles la parole des sujets est recueillie, les transformations sémiotiques et pragmatiques auxquelles celle-ci est soumise, la façon dont les objets sont qualifiés, explicitement ou non, par leur intégration à des processus d'évaluation (Jeanneret 2005). La prise de position sur le statut donné à la réflexivité ordinaire n'est pas, loin de là, la seule composante d'une telle vigilance critique : par exemple, les modes

de transcription et les ressorts de l'énonciation éditoriale (Souchier 2007) sont également déterminants, pour ne pas parler de la question plus fondamentale des effets d'une mise à l'écrit d'univers qui ne relèvent pas de cette modalité de communication (Goody 2007). Mais considérer explicitement que l'objet des sciences de l'homme — et tout particulièrement des sciences de la communication — consiste à émettre des hypothèses et à chercher des moyens pour observer, comprendre et confronter les activités réflexives des sujets permettrait sans doute d'en donner à discuter réellement l'extrême difficulté. Et avant tout de dissiper les conceptions commodes mais pauvres de la rigueur, celles qui commencent par effacer cette question complexe pour proposer grâce à cela des modalités terriblement confortables de contrôle du discours.

L'une des questions cruciales qui se pose alors est celle du jugement que le chercheur lui-même porte sur la réflexivité des sujets sociaux, avec les polémiques que cette prétention même peut susciter. En effet, dans la mesure même où, comme on l'a montré plus haut, les théories de la communication ne peuvent se dispenser de faire des hypothèses sur le travail réflexif ordinaire (interprétation des situations, analyse des logiques, jugements sur les processus, évaluation des formes), le chercheur n'a cessé d'être interpellé sur sa propre prétention à rendre compte de cette dimension des pratiques. C'est particulièrement net dans la controverse liée à la sociologie de la réception des grands médias (*audience studies*), qui a, comme on le sait, (trop) fortement marqué la genèse des études de communication. On y a fortement combattu la méthode consistant à confronter un public à un message médiatique dans le but de comprendre la façon dont celui-ci l'interprète (le « modèle texte-lecteur »). Daniel Dayan a résumé ce dilemme dans un article classique pour les chercheurs en communication, véritable vulgate des études de public (Séguir 2009).

Donner la parole au public, c'est choisir de rendre visible une activité souterraine. Mais certains processus se prêtent difficilement à la verbalisation, car ils sont souvent inaccessibles aux sujets. L'octroi de la parole suppose un public réflexif. Or, si réflexif que soit le public, il existe des niveaux — celui des procès cognitifs, par exemple — qui échappent à cette réflexivité. S'en tenir à la parole, c'est s'en tenir à ce que le public veut (ou peut) exprimer (Dayan 1992 : 155).

En somme, sans l'interrogation sur les conditions de la réflexivité — qui ne nie pas celle-ci mais conduit à analyser sa qualité — on en vient à la fiction d'une

méthode, « donner la parole à une fiction de public à propos d'une fiction de texte, en inventant une relation fictive entre les deux » (Dayan 1992 : 155).

La réponse la plus simple consiste bien entendu à renoncer à toute analyse de la réflexivité, mais on aura compris qu'il s'agit là d'une simple fuite pusillanime équivalant au renoncement à comprendre la communication. La solution ethnométhodologique est plus subtile. Elle consiste à admettre qu'il existe des formes de savoir qui *ne se savent pas sachant* : la réflexivité ordinaire des sujets est bien réelle et essentielle, mais d'une certaine façon impossible à expliciter pour ceux qui la mettent en œuvre. C'est également ce qu'Emmanuel Souchier, suivant Percec, nomme la dimension « infraordinaire » de la communication (Souchier 2007). Pour Garfinkel, les ressources les plus essentielles de la communication existent sur un mode phénoménologique particulier qui les rend à la fois présentes à la conscience des sujets mais en quelque sorte insaisissables par l'attention : elles sont « vues mais inaperçues » (*seen but unnoticed*) (Garfinkel 1967 : 36). En conséquence, pour ce courant de recherche, la réflexivité ordinaire, qui impose au chercheur une polyphonie fondamentale, ne parvient à la connaissance et à la visibilité qu'au prix d'une production collective qui met en relation le chercheur et les sujets ordinaires, incapables chacun par eux-mêmes de rendre formulable ce savoir. Cette solution répond au caractère insaisissable de la réflexivité, ou plutôt de l'*infra-réflexivité* ordinaire par le travail de l'interaction de recherche elle-même. Mais elle impose également à l'enquêteur de devenir le pur intermédiaire d'une théorisation des concepts que les sujets eux-mêmes emploient (les « catégories indigènes »), rendant paradoxalement très difficile l'accès du chercheur à sa propre réflexivité.

La question se pose de façon durable pour toutes les pratiques de communication, mais elle prend une tournure particulière lorsqu'il s'agit, non simplement d'interactions en face-à-face, privilégiées par les courants interactionniste et ethnométhodologique, mais d'interaction médiatisées. En effet, comme on l'a vu avec Louis Marin et Jean Davallon, l'existence des dispositifs médiatiques engage des situations sollicitant fortement par elles-mêmes une attitude réflexive et elles renvoient les sujets sociaux à leur relation à la culture comme institution. C'est Jack Goody qui a insisté le plus manifestement sur l'injonction à la réflexivité que portent par elles-mêmes les formes écrites, en soulignant à la fois le mode de publicité que sollicite le partage de textes

visibles et le retour sur soi qu'occasionne pour le sujet le fait d'être confronté à une forme extériorisée de sa pensée :

Il est important d'insister sur une propriété majeure de l'écriture à savoir la possibilité qu'elle offre de communiquer non pas avec d'autres personnes mais avec soi-même. Un enregistrement durable permet de relire comme de consigner ses pensées et ses annotations. De cette manière, on peut revoir et réorganiser son propre travail, reclassifier ce qu'on a déjà classifié, rectifier l'ordre des mots, des phrases et des paragraphes, au moyen d'opérations qui peuvent maintenant être réalisées plus efficacement par une machine à écrire électronique ou par un ordinateur personnel. La manière dont on réorganise l'information en la recopiant nous donne un aperçu inestimable sur le fonctionnement de la pensée de l'Homo legens (Goody 1986 : 91).

On doit donc considérer les objections apportées au « modèle texte-lecteur », non comme des principes de méthode absolus qui s'appliqueraient à toute forme de communication, mais plutôt comme un moment dans la controverse des méthodes qui tient au fait que celle-ci a été durablement marquée par la prédominance des questions politiques liées au « pouvoir des médias de masse », c'est-à-dire à l'alternative entre « media » et « audiences ». Ceci, au détriment des très complexes relations entre technique, langage et postures sociales que la diversité réelle des médias autorise. Articuler clairement la relation entre interaction, dispositifs médiatiques et dimension institutionnelle et idéologique du rapport à la culture est donc un enjeu passionnant des recherches actuelles. Par exemple, l'étude des activités de lecture et d'écriture sur l'internet montre que la qualité de réflexivité mobilisée par les sujets est fortement liée à la façon dont ils qualifient les productions médiatiques auxquelles ils sont confrontés : pendant que certains sujets abordent le réseau comme un ensemble de productions documentaires liées à des régimes de discours diversifiés, d'autre les voient comme des réserves informationnelles homogènes et ces prédilections sémiotiques différentes débouchent sur une façon différente de penser le rapport entre information et communication, dans l'espace « vu mais inaperçu » de l'infraordinaire (Souchier, Jeanneret & Le Marec 2003).

Mais on notera aussi que les situations complexes qui ont été évoquées plus haut, soit dans le cadre des « archéo-médias » qui laissent voir la séquentialité des processus sémiotiques, entre préfiguration des dispositifs et investissements par les public, soit dans le cadre d'une approche des médias intégrant

la mobilisation des publics au sein de l'univers de production, créent par eux-mêmes des situations où les sujets de la communication sont conduits par l'institution et les acteurs médiatiques à engager explicitement leur activité réflexive, et même à mettre en scène cette dernière. Le paradoxe ethnométhodologique ne s'y manifeste plus dans les mêmes termes, comme le montrent par exemple les analyses de Joelle Le Marec sur les enquêtes de public, considérées en elles-mêmes comme des situations impliquant les visiteurs face à une promesse de l'institution de savoir elle-même (Le Marec 2007).

C'est ici que le lien peut être fait avec les pratiques professionnelles qui prennent la communication pour objet et prétendent, à un titre ou à un autre, l'« optimiser ». Je prendrai ici trois exemples, celui de la médiation, celui de l'évaluation et celui de l'animation de communautés. Il s'agit là d'une des sources importantes d'activité professionnelle qui se sont développées ces deux dernières décennies.

Les « médiateurs », créés souvent à l'initiative des institutions culturelles, interviennent pour faciliter la communication, rompre des isolements, inventer et perfectionner des moyens de rendre des objets et des pratiques accessibles à des acteurs qui n'en sont pas familiers. Les dispositifs d'« évaluation », mis en œuvre par des agences spécialisées au bénéfice d'organismes divers, prétendent mesurer et optimiser le rendement des actes de communication : reposant sur des protocoles contrôlés, ils mesurent le taux d'acquisition d'un savoir mis en exposition, le degré d'impact d'un courant de recherche, l'efficacité d'une campagne de prévention. Les animateurs de communautés (« community managers ») multipliés récemment par les acteurs ayant les moyens de financer un pouvoir communicationnel (politiques, marques, institutions internationales) visent à pallier la perte d'influence des messages publicitaires grâce à un nouveau contrat « conversationnel » qui permettrait de transformer en valeur la propension actuelles aux échanges en réseau (Patrin-Leclère 2011). Tous ces métiers enregistrent la reprise et la formalisation d'un ensemble de théories circulantes qui relèvent de la réflexivité ordinaire de la communication, ceci, bien entendu au sein d'univers professionnels dominés par des valeurs différentes, de la recherche du partage de savoirs à celle des bénéfices concurrentiels dans l'information. Par-delà le caractère largement contradictoire des visées qu'ils poursuivent, ils ont en commun de doter de critères et de méthodes, d'enseigner, de justifier, de financer des opérations qui jusqu'à un passé récent

relevaient du savoir-faire implicite dans la compréhension et l'appréciation, toutes deux réflexives et diffuses, de nos pratiques communicationnelles ordinaires. En un mot, ils développent une économie politique de la trivialité. On pourrait dire que la « société conquise par la communication » (Miège 1989), c'est l'exploitation et la systématisation sous le contrôle — relatif — de certains acteurs de toute l'étendue de la réflexivité ordinaire des savoirs sur la communication. Le fait de créer tel ou tel métier signifie en effet puiser, dans ce fond très riche de représentations et de considérations, certaines ressources au détriment d'autres.

C'est ainsi que, dans le champ muséal, on a pu légitimer systématiquement une certaine figure du visiteur et une certaine conception de la communication par l'invention simultanée du visiteur et de l'exposition, selon la formule de Bernard Schiele :

L'évaluation construit à sa manière un visiteur fictif. Lorsqu'elle soumet le visiteur de l'exposition à l'analyse, le destinataire n'est que l'artefact du procès qui l'instruit. C'est pourquoi, s'il est fondé de reprocher à l'analyse formelle de l'exposition de s'enfermer dans le nominalisme abstrait, inversement l'objectivisme empirique de la démarche évaluative, parce qu'il présuppose, à son tour, des propriétés idéales d'une exposition, construites en filigrane de l'étude des comportements, confine lui aussi à un visiteur abstrait. Le champ muséal est traversé d'enjeux portés par des discours contradictoires : l'évaluation en témoigne et en est partie prenante à la fois.

Il est donc possible de considérer l'évolution des métiers de la communication comme la reconnaissance, le renforcement et l'instrumentation de certaines des potentialités de la réflexivité des sujets sociaux face à d'autres possibles. En somme, si l'on me suit, il en serait de cette réflexivité comme de toute forme de culture vernaculaire acquise qui, sur le modèle de la médiatisation proposée par Hoggart, se verrait captée et renvoyée au public même qui l'a historiquement élaborée, sommant ce dernier d'avoir à se situer à elle. Ainsi du sondage électoral, qui, fondé sur une conception de la campagne électorale comme compétition entre individus, en vient à façonner profondément l'espace-temps du politique, selon une logique identifiée de longue date (Jeanneret & Souchier 1997) qui s'est peu à peu « perfectionnée » jusqu'à l'absurde. Un autre exemple spectaculaire est représenté par la multiplication des ouvrages, formations, méthodes de *coaching* qui développent progressivement une approche de la communication fondée sur le décryptage de traits de caractère supposés (Lardellier 2008).

Nous nous retrouvons, dès lors, face à la médiatisation de certaines de nos attitudes réflexives possibles, comme le consommateur des émissions et des divertissements décrit par Hoggart :

Si l'«homme ordinaire» ne trouvait pas une défense contre cela, il serait aussi harcelé que le garçon d'étage isolé dans un Palace. Il n'est pas complètement trompé ; il a une sorte de conscience de ses propres difficultés à juger et à copier, il a une conscience beaucoup plus sensible du fait qu'on «s'en prend à lui» et qu'on le «manipule»¹⁵.

C'est là une piste fort intéressante pour contribuer à une économie de la trivialité qui, assumant toute la difficulté d'un travail incertain mais crucial sur la réflexivité ordinaire de la communication, pourrait placer au cœur de l'enquête la richesse de ce travail, la façon dont il se met lui-même en représentation, les difficultés qu'il propose à ceux qui entendent comprendre le social. Et aussi poser la question de ce qu'engage, en termes de confiance et d'abus, la manière dont nous prétendons, chercheurs et professionnels, à quelque titre que ce soit, disposer de lui.

En effet, à travers la reconnaissance, la publicisation, l'instrumentation et l'instrumentalisation de certaines des formes de la réflexivité ordinaire que la société a inventées au fil d'une histoire complexe, au détriment d'autres possibles, c'est bien le sens même du geste communicationnel, médiatisé ou non, qui est en jeu. C'est ce que souligne l'analyse menée par Joelle Le Marec des controverses qui se déploient aujourd'hui autour des publics, engendrant cette nouvelle forme de ventriloquie gestionnaire qui prétend énoncer et instrumenter ce que la société pense de la communication et de la culture elles-mêmes.

Paradoxalement, c'est [...] l'attribution chronique de méfiance au public qui justifie des tendances telles que la délégation croissante, par les institutions scientifiques et culturelles, à des professionnels de la communication supposés aider à convaincre et à séduire. Il y a, à terme, un risque de malentendu total sur la nature du contrat implicite qui relie la recherche et le public (Le Marec 2005 : 95).

Faut-il finalement parler, en parodiant Weber, d'une lutte pour le monopole de la réflexivité légitime ?

15 « If the 'common man' didn't find a defence against all this, he would be as harassed as a solitary bell-boy in a Grand Hotel. He is not much deceived; he has some awareness of his own difficulties in judging and copying; he has a much more sensitive awareness of the fact that he is being 'got at', being 'worked on' » (Hoggart 1957: 227). Nous traduisons.

Bibliographie

- R. BARTHES (1973), *Le plaisir du texte*, Paris, Seuil.
- (1980), *La chambre claire : note sur la photographie*, Paris, Gallimard/Seuil.
- J.-M. BERTHELOT (1990), *L'intelligence du social*, Paris, PUF.
- (2003), *Figures du texte scientifique*, Paris, PUF.
- A. BOITO (1887), *Otello*, livret de l'opéra de Giuseppe Verdi, d'après Shakespeare.
- J.-J. BOUTAUD et E. VERON (2007), « Cuisine sémiotique et recettes publicitaires : de sémiotiques publicitaires en modèles de publicité », dans *Sémiotique ouverte : itinéraires sémiotiques en communication*, Paris, Hermès-Lavoisier, p. 47-86.
- Communication & langages*, « Où va la télé ? Préentions, engagements, stigmatisations », n° 166, décembre 2010, p. 39-163.
- J. DAVALLON (1990), *L'image médiatisée : de l'approche sémiotique des images à l'archéologie de l'image comme production symbolique*, thèse de doctorat d'État, EHESS.
- (1999), *L'exposition à l'œuvre : stratégies de communication et médiation symbolique*, Paris, L'Harmattan.
- D. DAYAN (1992), *Les mystères de la réception*, dans *Le débat*, n° 71.
- M. DE CERTEAU (1980), *L'invention du quotidien*, Paris, UGE.
- O. DUCROT (1972), *Dire et ne pas dire : principes de sémantique linguistique*, Paris, Hermann.
- J. FONTANILLE (1999), « Énonciation », dans *Sémiotique du discours*, Limoges, PULIM, p. 265-299.
- H. GARFINKEL (1967), *Studies on ethnomethodology*, New Jersey, Prentice Hall.
- E. GOFFMAN (1974), *Frame analysis*, New York, Harper.
- J. GOODY (1986), *La logique de l'écriture : aux origines des sociétés humaines*, Paris, Armand Colin.
- (2007), *Pouvoirs et savoirs de l'écrit*, Paris, La dispute.
- P.H. GRICE (1979 [1975]), « Logique et conversation », dans *Communications*, n° 30, p. 57-72.
- S. HALL (1994), « Codage/décodage », dans *Réseaux*, n° 68, p. 27-39.
- R. HOGGART (1957), *The Uses of Literacy : Aspects of Working Class Life, with special References to Publications and Entertainment*, Londres, Chatto and Windus.
- Y. JEANNERET (1998), *L'affaire Sokal ou la querelle des impostures*, Paris, PUF.
- [dir.] (2005), « Analyse communicationnelle et épistémologie des sciences sociales », dans *Études de communication*, n° 27.
- (2007), « La prétention sémiotique dans la communication : du stigmate au paradoxe », dans *Semen*, n° 23, p. 79-92.
- (2008), *Penser la trivialité : la vie triviale des êtres culturels*, Paris, Hermès-Lavoisier.

- Y. JEANNERET & E. SOUCHIER (1997), « Légitimité, liberté, providence : la reconnaissance du politique dans les médias », dans *Recherches en communication*, n°6, p. 145-166.
- Y. JEANNERET & V. PATRIN-LECLERE (2004), « La métaphore du contrat », dans *Hermès*, n° 38, p. 133-140.
- F. JOST (2001), *La télévision du quotidien : entre réalité et fiction*, Bruxelles, INA-De Boeck.
- F. JOST & D. PASQUIER [dir.] (1997), « Le genre télévisuel », dans *Réseaux*, n° 81, p. 5-118.
- B. JURDANT (2006), « Écriture, réflexivité, scientificité. Entretien avec Joëlle Le Marec », dans *Sciences de la société*, n° 67, p. 131-143.
- C. JUTANT (2010), « La “Zone Xtrême” et ses publics télévisés : situations de communication multiples et ajustements permanents », dans *Communication & langages*, n°166, p. 101-128.
- K. KERBRAT-ORECCHIONI (2001), *Les actes de langage dans le discours : théorie et fonctionnement*, Paris, Armand Colin.
- P. LARDELLIER (2008), *Arrêtez de décoder : pour en finir avec les gourous de la communication*, Charmey, Éditions de l'Hèbe.
- D. LECOURT (1992), *L'Amérique entre la Bible et Darwin*, Paris, PUF.
- J. LE MAREC (2002), *Ce que le « terrain » fait aux concepts : vers une théorie des composés*, mémoire d'habilitation, Université Paris 7.
- (2005), « Ignorance ou confiance : le public dans l'enquête, au musée et face à la recherche », dans I. PAILLIARD [dir.], *La publicisation de la science*, Grenoble, PUG.
- (2007), *Publics et musées : la confiance éprouvée*, Paris, L'Harmattan.
- G. LOCHARD & J.-C. SOULAGES (1998), *La Communication télévisuelle*, Paris, Armand Colin.
- D. MAINGUENEAU (1998), « Scénographie épistolaire et débat public » dans J. SIESS (dir.), *La lettre entre réel et fiction*, Paris, Sedes, p. 55-71.
- L. MARIN (1981), « Le récit du roi ou comment écrire l'histoire », dans *Le portrait du roi*, Paris, Minuit, p. 49-107.
- (1994), « Mimésis et description », dans *De la représentation* [1987], Gallimard, Hautes Études.
- (1999), « Topiques et figures de l'énonciation : c'est moi que je peins », dans *La part de l'œil*, n° 5, p. 141-153.
- B. MIEGE (1989), *La société conquise par la communication*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- S. MILGRAM (1974), *Soumission à l'autorité*, Paris, Calman-Lévy.

- L. QUÉRÉ (1982), *Des miroirs équivoques : aux origines de la communication moderne*, Paris, Aubier.
- PATRIN-LECLERE [dir.] (2011), « La communication revisitée par la conversation », *Communication & langages*, n° 169, septembre.
- L. QUERE (1982), *Des miroirs équivoques : aux origines de la communication moderne*, Paris, Aubier.
- FR. RASTIER (2001), « Le paradigme communicationnel », dans *Arts et sciences du texte*, Paris, PUF, p. 114-117.
- F. RECANATI (1980), « Présentation », dans *Communication*, n° 32, « Les actes de discours ».
- J.L. SEARLE (1972), *Les actes de langage*, Hermann.
- C. SEGUR (2009), *Les recherches sur les téléspectateurs : trajectoires académiques*, Paris, Hermès-Lavoisier.
- E. SOUCHIER (2007), « Formes et pouvoirs de l'énonciation éditoriale », dans *Communication & langages*, n° 154, p. 22-38.
- E. SOUCHIER, Y. JEANNERET & J. LE MAREC [dir.] (2003), *Lire, écrire, récrire : objets, signes et pratiques des médias informatisés*, Paris, Éditions de la BPI.
- E. VERON (1994), « Il est là, je le vois, il me parle », dans *Réseaux*, n° 69 [1974], p. 27-39.
- (1983), « Quand lire c'est faire : l'énonciation dans le discours de la presse écrite », dans *Sémiotique II*, IREP.
- (1985), « L'analyse du "contrat de lecture" : une nouvelle méthode pour les études de positionnement des supports presse », dans *Médias : expériences, recherches actuelles, applications*, Paris, IREP.