

Cet article est disponible en ligne à l'adresse :

http://www.cairn.info/article.php?ID_REVUE=RES&ID_NUMPUBLIE=RES_148&ID_ARTICLE=RES_148_0079

La société de déférence. Médias, médiations et communication

par Laurence KAUFMANN

| Lavoisier | *Réseaux*

2008/2 - n° 148-149

ISSN 0751-7971 | ISBN 978-2-7462-2190-1 | pages 79 à 116

Pour citer cet article :

– Kaufmann L., La société de déférence. Médias, médiations et communication , *Réseaux* 2008/2, n° 148-149, p. 79-116.

Distribution électronique Cairn pour Lavoisier.

© Lavoisier. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

LA SOCIÉTÉ DE DÉFÉRENCE

Médias, médiations et communication

Laurence KAUFMANN

*Les sociétés modernes sont inconcevables sans ce
pouvoir propre aux médias de faire exister
l'intangible*

Paul Beaud, *Les médias sont-ils tout-puissants?*

Etant donné les difficultés que soulève le statut polymorphe de la communication, il n'est guère étonnant de trouver dans les approches qui tentent d'en rendre compte le souci de séparer ces différentes dimensions¹. Jusqu'à présent, en effet, la plupart des ouvrages sur la communication, comme le montre l'organisation des chapitres en thèmes tels que communication politique, communication des organisations, industrie culturelle et médiatique, anthropologie de la communication, etc., mettent en œuvre *un modèle pyramidal*, qui renvoie chacune de ces strates à une méthode et une théorie spécifiques. Or, une des caractéristiques principales de la communication est qu'elle ne peut être, par définition, confinée dans un espace clairement délimité, qu'il soit politique, social, psychologique ou scientifique. De par sa nature même, fluide et polysémique, la communication oblige ceux et celles qui s'en préoccupent à établir des ponts, théoriques et empiriques, entre des niveaux de réalité dont l'enchevêtrement ne peut être résolu *a priori* par des coupures artificielles et arbitraires.

C'est bien cette intuition fondamentale qui sous-tend, me semble-t-il, les réflexions de Paul Beaud. Les niveaux de communication institutionnel, interpersonnel et individuel, loin d'être séparés en strates successives et relativement hermétiques, sont interdépendants. Pour lui, en effet, la communication ordinaire et la communication médiatique, l'opinion

1. Cet article a bénéficié de la lecture attentive et des critiques pertinentes de Fabienne Malbois, de Philippe Gonzalez, d'Olivier Voirol et des relecteurs anonymes de *Réseaux*. Bien entendu, le résultat final n'engage que moi.

commune et l'opinion publique, et plus généralement la société et les médias, sont reliés par des liens d'interdépendance que la sociologie des médias, obnubilée par son objet, oublie trop souvent de restituer. La prise en compte de cette dépendance mutuelle le conduit à appréhender la relation entre les médias et l'ensemble de la société non en termes d'influence ou de détermination mais en termes de *médiation réciproque*. Car si les médias constituent bel et bien un des lieux privilégiés de l'élaboration des représentations, des normes et des référents communs qui construisent et légitiment l'image que la société se donne d'elle-même, ce ne sont pas les représentations en tant que telles qui agissent mais les interprétations et les pratiques sociales qui les actualisent et leur confèrent un sens situé². Autrement dit, les pratiques sociales, loin de se dissoudre dans les opinions formelles, les idées organisées, bref les idéologies visant à les modeler, ont des lignes de force, des modes d'appropriation et d'intelligibilité qui leur sont propres. La sociologie des médiations que propose Paul Beaud, tout en étant extrêmement attentive à la manière dont les rapports sociaux de pouvoir s'objectivent dans les institutions médiatiques et à la façon dont les représentations des dominants deviennent les représentations dominantes, vise ainsi à intégrer la communication qui « monte » du social et celle qui « descend » de l'institution dans une seule et même configuration relationnelle. Car le « travail » des médiations sociales, dont les médias ne sont qu'une instanciation particulière, est double : il sert tout à la fois à lier et à séparer. D'une part, en effet, les médiations sociales effectuent le *travail anthropologique* qui consiste à *lier* les individus entre eux dans une culture et des significations transversales qui font office de dénominateur commun. Dans cette perspective, la sociologie des médias, suggère Paul Beaud, doit procéder de la même manière que la sociologie des sciences ou de l'art : en recherchant, comme le fait l'histoire des mentalités, « les homologues qui, dans la culture d'une époque, peuvent transcender les barrières rigides entre les ordres, les statuts, les classes, entre savants et ignorants »³. En remplaçant la causalité linéaire et mécaniste qui fait des classes populaires le réceptacle nécessairement consentant des discours de la classe dominante par des relations de *circulation* et d'échanges mutuels, une telle démarche permet de mettre en évidence l'outillage mental propre à une communauté donnée. D'autre part, les médiations sociales effectuent le *travail social* de *séparer* les individus en les distribuant dans des milieux sociaux distinctifs dont les

2. BEAUD, 1984.

3. BEAUD, 1997, p. 323.

pratiques et les visions du monde sont tout sauf équivalentes. Sous cet angle, la sociologie des médias doit donc analyser « le rôle idéologique des médias », qui se font l'instrument et la caisse de résonance du pouvoir social et politique, notamment celui, fondamentalement hiérarchisant, qui consiste à fixer les normes de référence, cadrer les événements, établir les catégories socialement pertinentes, bref, définir la réalité et orienter l'activité sociale.

Le travail des médiations sociales, tout à la fois conjonctif et disjonctif puisqu'il unit *et* désunit les membres de la communauté, ouvre deux voies d'investigation prometteuses pour l'étude des médias. *D'un point de vue anthropologique*, il s'agit de montrer que les médias, en tant que médiations fondamentales du mode d'être-ensemble proprement moderne, ont à la fois le rôle de « faire lien » et de « représenter » ou, plus précisément, de *faire lien en représentant*. Paradoxalement, en effet, les médias sont censés *rapprocher* des individus socialement disparates et géographiquement éparpillés par la *mise à distance* d'une scène publique commune qui permet à la société de se rendre visible à elle-même. Le pouvoir le plus fantastique des médias, pour Paul Beaud, réside « dans leur capacité d'agir sur nous à distance, par des mots, des images, des symboles, de faire exister le collectif dans un autre espace que celui où nous l'expérimentons concrètement, de le faire exister bien au-delà du cercle limité de nos interactions quotidiennes »⁴. Dans les sociétés modernes qui relèvent, comme le dit John Dewey, de « cette nécessaire et improbable invention d'un monde commun entre étrangers »⁵, les médias organisent le rassemblement à distance qui permet à tout un chacun de se concevoir comme le membre d'une collectivité élargie que seul le travail de l'imagination permet de saisir. Or, par définition, un tel rassemblement oriente l'attention des « usagers médiatiques » vers des manières de faire, des acteurs ou des événements auxquels ils n'ont pas directement accès, que ce soit matériellement ou symboliquement. L'accès indirect, par le biais des médiateurs, à la communauté d'attention, d'expérience et de référence que les médias instaurent génère ce que j'appelle une *déférence structurelle* : dans la société moderne, complexe et « hypermédiatisée », les membres de la collectivité apprennent la plupart des choses qui meublent et in-forment leur perception, leur expérience et leur savoir de sens commun de façon indirecte, par l'intermédiaire des médiateurs dont le travail de sélection, de cadrage et de validation leur échappe en grande partie.

4. BEAUD, 2000.

5. DEWEY, 2003.

La deuxième voie d'investigation qu'ouvre la problématisation des médias en termes de médiations est complémentaire. *D'un point de vue sociologique*, il s'agit de montrer que la chaîne concrète des médiations qui permet de constituer un monde commun auquel les individus accèdent, désormais, de manière largement indirecte, produit, révèle et maintient des inégalités sociales, des asymétries épistémiques, des ostracismes culturels. Comme le montre Paul Beaud, les médias favorisent l'apparition de nouveaux métiers et facilitent l'essor et l'ascension d'une nouvelle classe sociale, celle des classes moyennes. Grâce à la production et à la diffusion des représentations dominantes dont ils se font les relais objectifs, ces nouveaux médiateurs sont les alliés du pouvoir économique et politique dont ils sont devenus un des moyens d'action privilégié⁶. Mais les inégalités sociales et les enjeux de pouvoir que génèrent les dispositifs médiatiques ne reposent pas uniquement sur la connivence idéologique entre les classes dirigeantes et les « fonctionnaires des superstructures » que sont les médiateurs⁷. Les inégalités sociales relèvent également, à mon sens, de la *déférence sociale* qui est générée non pas par la *structure* déférentielle de la communication médiatique, qui repose sur le fait anthropologique que l'expérience de la réalité est de plus en plus médiatisée pour tout un chacun, mais par son « contenu » : les modes de discours que privilégie le dispositif médiatique contemporain, notamment informationnel, tendent en effet à dissimuler la multitude des médiateurs et la prolifération des médiations sur lesquels ils s'appuient. En reniant la distance et l'asymétrie structurelles qui leur est inhérente pour se présenter comme les relais fidèles et dociles de la réalité extérieure et d'un public de plus en plus « participatif », un tel dispositif prive ses destinataires, notamment ceux qui sont socialement et culturellement défavorisés, de la possibilité de contribuer activement à la détermination des référents et des valeurs à laquelle il oeuvre lui-même sans relâche.

Cette double perspective, anthropologique et sociologique, sur le rôle tout à la fois conjonctif et disjonctif des médias sous-tend l'hypothèse, encore largement programmatique, que nous allons tenter de développer dans les pages qui suivent. La première étape de notre argumentation est d'obédience simmélienne : une approche « émergentiste » ou « morphogénétique » de la communication, en évitant de considérer *a priori* la communication médiatique comme une institution à part, permet de mieux préciser ses

6. BEAUD, 1984.

7. L'expression entre guillemets est de Gramsci, cité par BEAUD, 1984.

propriétés formelles⁸. Une telle approche vise notamment à reconstituer les médiations qui opèrent le passage de la *communication intersubjective*, réciproque, entre deux individus, à la *communication médiatisée*, c'est-à-dire à une relation indirecte qui relie et sépare tout à la fois ceux qui y participent, puis le passage de cette dernière à la *communication médiatique*, comprise ici comme un dispositif institué d'attention conjointe (*partie I*). La deuxième étape de notre argumentation s'inspire de la philosophie analytique pour mettre en évidence une des propriétés formelles de la communication médiatique : celle d'être *structurellement déférentielle*. Une telle déférence se double d'une *déférence sociale*, inégalement distribuée, lorsque le contenu même de la communication médiatique nie le travail des médiations qui ont permis sa constitution pour s'imposer comme le reflet du monde tel qu'il est, c'est-à-dire tel qu'il serait sans elle (*partie II*). En conclusion, nous tenterons quelques hypothèses sur les implications politiques et phénoménologiques de la « société de déférence » que constitue, à mon sens, la société médiatique.

LES FORMES DE LA COMMUNICATION

Les travaux de la psychologie du développement et de la psychologie comparative permettent de préciser et de compléter à bon escient les intuitions déjà anciennes de Georg Simmel sur le travail de synthèse, de liaison et de configuration des différentes formes d'action réciproque – un travail dont procède *in fine* la société⁹. Grâce à ces travaux, il est possible de préciser les médiations qui permettent de passer d'une communication intersubjective, qui repose essentiellement sur des mises en résonance affectives, à une forme de communication médiatisée, qui permet l'introduction du « tiers symbolisant » qu'est la règle ou l'institution¹⁰. Toutefois, plutôt que de préconiser, comme certains, que *toute communication humaine* serait par définition *médiatisée* par des règles, des attentes sociales, des complémentarités statutaires, des référents communs, etc., nous supposons, comme le fait d'ailleurs Simmel, que ces différentes formes de communication cohabitent dans l'espace social. Un des

8. SIMMEL, 1999.

9. SIMMEL, 1999.

10. Cet article ne rendra malheureusement pas justice à l'importance décisive que les réflexions de QUÉRÉ 1982 sur le tiers symbolisant ont eu pour l'élaboration de notre propre enquête. Cet ouvrage de référence incontournable marque en creux tout notre papier, même si la thèse principale sur la déférence et les emprunts à la psychologie du développement sont de notre propre fait.

enjeux de la sociologie est alors de saisir les médiations qui permettent le basculement de l'une à l'autre.

De la communication intersubjective à la communication médiatisée

La première forme de communication, présente dès la naissance chez les primates évolués, qu'ils soient humains ou non-humains, a une forme dyadique : elle implique les « accordages » affectifs, l'imitation et l'anticipation sensorimotrices ainsi que le partage des expériences que Colwyn Trevarthen a appelé « intersubjectivité primaire »¹¹. La synchronisation et l'alternance spatio-temporelle des mouvements, des mimiques et des vocalises permet au nourrisson de s'engager dans des véritables proto-conversations de face-à-face, basées sur le partage direct des expériences vécues¹². De tels échanges aident le nouveau-né à réguler ses affects et à structurer le flux de ses expériences tout en entrant suffisamment en résonance avec autrui pour le percevoir comme un « même » (*like-me*)¹³. Une telle forme de communication, dans la mesure où elle est basée sur le partage réciproque de l'expérience et l'empathie avec un « même », s'avère fondamentalement *morale*. Bien entendu, elle n'est pas morale au sens élaboré d'un ajustement réflexif à des valeurs ou des principes normatifs considérés comme « bons » ou « justes » ; elle est morale au sens élémentaire d'une empathie de bas-niveau, d'une mise en résonance quasi-immédiate qui permet de saisir l'état émotionnel de ses « semblables »¹⁴. Cette mise en résonance primitive, basée sur l'identification émotionnelle avec les proches et l'engagement pratique dans le monde, nourrit l'attitude, éminemment morale, de reconnaissance existentielle à l'égard d'autrui¹⁵.

Cette forme primaire, directe, de résonance avec un « même » doit être distinguée d'une forme *secondaire* d'intersubjectivité : l'« intersubjectivité

11. TREVARTHEN, 1979.

12. STERN, 2005.

13. MELTZOFF ET BROOKS, 2001. Il nous faut préciser ici que ce « like-me » n'implique aucunement la confusion entre soi-même et autrui ; loin de fusionner avec les autrui significatifs qui l'entourent, le nouveau-né dispose dès la naissance d'un « proto-self », dit proprioceptif, qui lui permet de différencier les stimulations tactiles qui lui viennent d'une source externe (*hétéro-stimulations*) de celles qui lui viennent de ses propres mouvements (*auto-stimulations*). Cf. ROCHAT, 2003.

14. HAUSER, 2006.

15. HONNETH, 2007.

secondaire » consiste en une « relation triadique » qui permet aux partenaires de l'interaction de mettre en commun et de confronter leurs expériences mais, cette fois, relativement à un référent extérieur¹⁶. La communication dyadique propre à l'intersubjectivité primaire, basée sur les émotions et les expériences *partagées*, se distingue ainsi de la communication triadique propre à l'intersubjectivité secondaire, basée sur les expériences, potentiellement *partageables*, du monde extérieur. Alors que les « interactions sans objet » qui caractérisent la communication dyadique reposent essentiellement sur la *rencontre des corps* et l'attention réciproque, la communication triadique repose sur la *rencontre des attentions* et l'orientation commune vis-à-vis d'un tiers. La manifestation la plus significative d'une telle triangulation est le « pointage » (*pointing*), dont la maîtrise révèle le fossé phylogénétique qui sépare les primates humains et non-humains. En effet, les grands singes et les enfants de moins de 9 mois comprennent et utilisent le « pointage impératif » (*imperative pointing*) qui consiste à indiquer directement à autrui, par une sorte de geste de préhension inachevé, l'objet perceptible, présent dans leur environnement immédiat, qu'ils désirent (nourriture, jouet, etc.)¹⁷. Mais ils sont incapables de saisir et de recourir au « pointage déclaratif » (*declarative pointing*), qui consiste d'une part à pointer un objet à *distance* pour le montrer à un tiers et, d'autre part, à faire référence à un objet du monde pour le seul plaisir d'attirer l'attention d'autrui sur celui-ci¹⁸. Seuls les enfants de plus de 9 mois dépassent l'intersubjectivité primaire, ainsi que l'injonction d'ordre purement instrumental du type « donne-moi ce que je veux », pour accéder à une communication triadique d'ordre référentiel, du type « regarde ce qui m'intéresse et qui devrait *nous* intéresser »¹⁹. Ils s'avèrent ainsi capables de créer et/ou de s'inscrire dans un *dispositif d'attention conjointe*, sortes de « triangles référentiels » dans lesquels les participants se tournent de concert vers un objet-tiers, tiennent mutuellement compte de leur réaction, bref coordonnent leurs attentions.

Une telle communication, dans la mesure où elle manifeste une première forme de distanciation symbolique entre la représentation et son référent, est au cœur de la *société* et du processus de socialisation qui lui est corrélatif. En effet, elle oriente le regard sur les objets qui sont considérés comme étant

16. TREVARTHEN, 1979.

17. TOMASELLO, 2006.

18. TOMASELLO, 1999.

19. BRUNER, 1986.

dignes de l'attention familiale et publique, sélectionne dans l'environnement les éléments qui méritent que l'on s'y attarde, bref elle procède à l'éducation de l'attention. Mais l'orientation commune, qui intègre la relation à l'objet et communique « à propos » de quelque chose, n'annule pas pour autant l'attention mutuelle propre à l'intersubjectivité primaire. Les individus, enfants ou adultes, qui sont confrontés à des événements imprévus, des personnes inconnues ou des objets non familiers, recourent au processus dit de « référenciation sociale » : tout en pointant du doigt, du regard ou de la voix l'événement, la personne ou l'objet inattendus, ils quêtent auprès des personnes qui les entourent les indices émotionnels et les évaluations discursives qui leur indiquent de quelle manière il convient de réagir²⁰.

Cette communication triadique référentielle, qui s'appuie sur la co-présence des corps et la contiguïté émotionnelle ainsi que sur la disponibilité perceptuelle du référent, se distingue encore d'une autre forme de communication, essentielle pour notre propos : la communication triadique d'ordre *symbolique*, du type « nous donnons ensemble un sens au monde qui nous entoure ». Une telle communication, qui apparaît dès l'âge de 18 mois, renvoie à une « intersubjectivité tertiaire » qui ne repose pas uniquement sur la rencontre des attentions mais sur la *rencontre des représentations*. Elle déploie en effet un dispositif d'attention conjointe qui ne porte pas sur des objets accessibles aux sens ou donnés dans l'expérience directe mais sur des « êtres » non perceptibles, voire « inexistantes » : des absents (l'ami expatrié), des événements passés ou futurs (l'invitation de lundi prochain), des fictions partagées (Sherlock Holmes, Mickey Mouse), des faits institutionnels (la France, Dieu), des visées hypothétiques ou normatives (fixation d'une loi, enquête scientifique, projet politique, etc.). Un tel dispositif substitue au rapport direct et causal à l'objet de référence (*i.e.* cette personne, cet événement est là, devant nous), propre à l'intersubjectivité secondaire, la référence conjointe *in absentia* à des êtres dont l'identification implique le recours à une structure symbolique, notamment langagière. Car seul le langage permet de désigner des entités dénuées de tout support perceptible direct et de coordonner à distance les individus en communiquant sur des choses qui sont détachées du « ici et maintenant »²¹. Le langage, bien qu'il soit le prolongement logique et ontogénétique du « pointage » puisque tous deux sont des actes communicatifs, de type triadique, qui impliquent la collaboration et l'attention conjointe des interlocuteurs, bouleverse l'ordre

20. WALDEN et OGAN, 1988.

21. BRINCK et GÄRDENFORS, 2003.

des interactions²². Grâce aux symboles linguistiques, en effet, le cadre attentionnel commun qui relie les individus ne repose plus nécessairement sur les interactions de proximité qui permettent d'accéder, de concert, aux mêmes saillances environnementales ; il peut reposer uniquement sur des « saillances représentationnelles » qui débordent les limites étroites de la co-présence. La communication symbolique permet ainsi à une collectivité élargie de diriger l'attention de ses membres sur des objets communs, fussent-ils « inexistantes », et de leur donner « à voir ou à entendre des choses qu'isolément ils ne voient ni n'entendent plus »²³.

Une telle communication, dans la mesure où elle permet aux individus de sortir du cercle étroit de leur expérience directe et du présent immédiat pour s'inscrire dans le cercle élargi de l'expérience et de l'enquête collective, est fondamentalement *politique* : loin d'être subordonnée à des impératifs immédiats, elle peut déterminer des orientations nouvelles, fixer de nouvelles finalités, transformer des mondes impossibles en mondes possibles et des êtres inexistantes en des entités de référence effectives. En d'autres termes, la communication triadique de type symbolique s'inscrit au niveau de « la tiercéité », c'est-à-dire de l'ordre symbolique qui permet de se distancer des sens (*i.e.* les sensations) au profit du sens (*i.e.* la signification) et, par là même, de s'identifier à des collectifs abstraits, organisés autour de projets à long terme²⁴.

Le « plus de société » de la communication médiatisée

La transformation *morphologique* de la communication intersubjective en une communication de type triadique, nécessairement médiatisée, permet de rendre compte, comme le dit Simmel, de l'enrichissement sociologique clé qu'implique l'introduction d'un troisième élément significatif (*i.e.* règle, objet, tierce personne, etc.) dans une relation à deux éléments²⁵. A la relation immédiate, à la « ligne droite » qui lie par exemple A et B vient s'ajouter, dit Simmel, la relation médiate, « la ligne brisée » qui leur vient de leur rapport commun à C. La médiation d'un troisième élément met ainsi en action réciproque deux éléments en ayant « une face tournée vers chacun » d'eux

22. TOMASELLO, 2006.

23. TARDE, 1989, p. 67.

24. VERON, 1995.

25. SIMMEL, 1999.

tout en les englobant dans une unité plus vaste. Bien entendu, la médiation de ce tiers peut prendre des formes différentes. Elle peut renforcer la liaison des deux éléments qu'elle relie mais aussi les dévier de la pure et immédiate réciprocité – de la même manière, suggère Simmel, que la naissance d'un enfant accroît l'amour entre ses parents et compromet, en même temps, leur attention mutuelle. Mais la médiation de ce tiers peut aussi rapprocher des éléments qui n'ont pas de contact direct, ou qui sont séparés par des « cassures » ; dans ce cas, la relation de chacun des deux au troisième constitue une relation *indirecte*. La triangulation qui caractérise cette forme médiante, indirecte d'action et de communication est donc loin d'être atomisante ou « désocialisante ». Au contraire, elle implique un double processus de socialisation et d'individuation réciproques pour les trois pôles qui la constituent, à savoir *ego*, *alter* et leur objet d'attention commune – processus qui montre bien, comme l'a si justement pressenti Norbert Elias, que les pronoms et les positions qu'ils désignent sont des concepts relationnels qui ne prennent sens que les uns par rapport aux autres²⁶. Une telle triangulation offre en effet à ceux et à celles qui y participent l'opportunité de valider l'existence et l'intérêt de *l'objet* de leur attention conjointe (*Il*), d'éprouver une *communauté* d'intérêt et d'attention relativement à un référent extérieur (*Nous*) et de contraster potentiellement les *expériences subjectives* que ce même référent suscite (*Je* et *Tu*).

Les orientations et positionnements mutuels que permet la participation à une telle configuration relationnelle ne laisse pas, toutefois, ses membres « en l'état ». La convergence des attentions et l'engagement conjoint qu'elle implique crée une relation interne de co-constitution entre les individus qui y participent. Les prises de position respectives des interlocuteurs s'effacent derrière le réseau de leurs référenciations croisées et font place à une posture finale en *Nous* qui atteste de la mise en communauté de la référence et justifie l'attribution d'une seule et même attitude au collectif ainsi constitué²⁷. Même à l'échelle intersubjective, pourtant marquée par la mise en relation d'un *Je* et d'un *Tu*, d'un *alter* et d'un *ego*, l'attention conjointe est susceptible d'engendrer un système d'ordre supérieur qui bénéficie d'un statut « auto-transcendant » : au terme du processus d'ajustements mutuels qui la caractérise, l'interaction engendre des phénomènes collectifs plus complexes que les agents qui les ont engendrés²⁸. *A fortiori*, la relation

26. ELIAS, 1981.

27. JACQUES, 1985.

28. DUPUY, 1992.

triadique, quand elle ne se réduit pas à une forme, élémentaire et fluide, d'intersubjectivité indirecte entre *alter* et *ego* mais prend une forme plus structurée, constitue une opération fortement « synthétique ». En effet, comme le suggère Simmel, lorsque l'action réciproque et la communication intersubjective, loin de disparaître avec les sujets et leurs relations instantanées, se concrétisent en une entité objective qui possède une certaine indépendance par rapport aux personnes individuelles qui y participent, un collectif relativement unitaire tend à émerger. « Là où s'est déroulée une réunion dont les formes persistent bien que certains membres la quittent et que de nouveaux y entrent, (...) là où se rencontre une somme de connaissances et d'usages moraux que la participation des individus ne réduit ni n'augmente, et qui, devenue en quelque sorte substance, est d'avance à la disposition de toute personne désireuse de participer (...) – dans tous ces cas il y a société »²⁹.

La relation triadique que constituent l'attention et la référenciation conjointes à un référent commun est ainsi susceptible d'accomplir un double travail d'objectivation et de « communalisation » et, par là même, un double travail d'*institutionalisation*. D'une part, elle permet à un objet de référence (par ex. la Vierge Marie, l'opinion publique, la Nation) de s'autonomiser du dispositif qui lui a prêté attention sinon existence, et d'acquérir une pesanteur objective qui lui garantit son efficacité sociale. D'autre part, la co-référenciation à un tiers lie inextricablement ceux qui y participent à un *Nous* qui les subsume sous une identité commune et les force ainsi à se reconnaître et à s'individualiser *en tant que* membres d'une totalité collective qui désormais les dépasse. Autrement dit, l'attention et la référenciation conjointes permettent tout à la fois aux individus de *s'auto-instituer* comme des agents collectifs et d'instituer une entité nouvelle³⁰. Ainsi la relation de référence à Dieu ou à la Vierge engendre la « communautarisation » en *Nous* nécessaire à l'existence et à la stabilisation des collectifs religieux³¹. De même, la référence ou plutôt la déférence à des valeurs communes (justice, liberté, etc.) et à des figures de la totalité (l'opinion publique, la nation) permet de produire un collectif politique de citoyens.

La concrétisation de la relation triadique en un « corps » qui désormais s'en distingue (être divin, entité nationale, règle normative, événement médiatique,

29. SIMMEL, 1983, p. 180.

30. JACQUES, 1985.

31. PIETTE, 2002 ; CLAVERIE, 2003.

fait scientifique, etc.) produit ainsi le « plus de société » dont parle Simmel. Ce « plus de société » se manifeste dans l'apparente extériorité des formes et des entités sociopolitiques qui ont été littéralement *réalisées* par les attentions et les pratiques croisées dont elles ont fait l'objet. Une telle extériorisation scelle le passage d'une forme intersubjective à une forme structurée, instituée, de communication triadique, qui ne peut plus être réduite à l'activité conjointe de plusieurs individus qui se reconnaîtraient provisoirement dans un *Nous*. La *configuration* en *Nous* qu'engendre la désignation conjointe d'un « tiers monde » fait place à un *dispositif* impersonnel de coordination qui tend à paraître indifférent aux discours et aux actions de ses « suppôts ». Supprimant « l'indice de sujet » qui distingue, comme le dit Benveniste, les processus qui s'ancrent dans la relation entre un *Je* et *Tu* des procès qui ne sont pas produits par des agents, la communication instituée impose une règle impersonnelle de complémentarité entre des *actes et des statuts*³². Elle distribue des statuts complémentaires, (par exemple, émetteur/récepteur, enseignant/enseigné), aux individus qu'elle relie et qui se comprennent et se rapportent l'un à l'autre comme étant les parties intégrantes d'une totalité organisée³³. Sous sa forme instituée, la forme triadique de la communication marque ainsi, comme le dit Thomas Reid, l'avènement d'une « société civile miniature », c'est-à-dire une totalité dont les interlocuteurs sont des parties complémentaires et interdépendantes, reliées par des *droits* (le destinataire d'une promesse est en droit d'exiger de l'autre qu'il tienne sa promesse) et des *obligations* (l'énonciateur d'une promesse a l'obligation de tenir sa promesse)³⁴. Il nous reste à savoir, dans la dernière partie de notre enquête sur les formes de communication, si l'on retrouve cette structure dans la communication médiatique.

32. BENVENISTE, 1966, p. 228 et sq.

33. DESCOMBES, 1996. Dans le cadre d'analyse proposé par Descombes, que nous ne reprenons donc pas complètement à notre compte ici, la possibilité même d'une communication intersubjective, de type dyadique, semble disparaître. D'après lui, toute relation apparemment dyadique dissimule toujours une structure triadique, qui fait implicitement intervenir trois termes: un principe de niveau supérieur, c'est-à-dire une règle, qui distribue des statuts complémentaires aux deux termes de niveau inférieur qu'elle régit (enseignant-enseigné).

34. A propos des impressionnants travaux de Thomas Reid, qui datent des années 1790, cf. SCHUHMAN et SMITH, 1990.

De la communication médiatisée à la communication médiatique

Tout en refusant, avec Simmel, de présupposer une discontinuité *a priori* entre les différentes formes d'action et de communication réciproques, force est de constater que la démarche qui nous a permis de reconstruire « par le bas » les médiations qui les relient entre elles aboutit bien à une conclusion « discontinuiste ». Loin d'être uniquement « des dispositifs de changement d'échelle »³⁵, les diverses formes de communication se caractérisent par des qualités qui leur sont propres: une manière particulière de se rapporter à autrui (mêmeté, comparaison/différenciation, complémentarité), un mode particulier d'organisation et de « solidité » (dyadique, triadique, instituée), une orientation spécifique (morale, sociale, politique), une relation différente des parties au tout (subjective, intersubjective, « positionnelle »). Par rapport aux multiples formes *médiatisées* de la communication, leurs déclinaisons *médiatiques* se caractérisent, elles aussi, par un certain nombre de nouvelles propriétés formelles – même si elles sont tout à fait susceptibles de prolonger, raviver, contrefaire ou simuler d'autres modalités, notamment primaires et secondaires, de communication.

Les formes médiatiques de la communication se caractérisent par une propriété essentielle: elles ne sont pas entretenues par un *Nous* d'interconnaissance mais par le *Nous* abstrait et les relations indirectes, entretenues à distance, qui caractérisent ce que Benedict Anderson appelle une « communauté imaginée »³⁶. Ces relations à distance, tout comme les relations indirectes propres à la communication triadique, ne sont pas nécessairement « désocialisantes ». Dans la société contemporaine, qui est une société de médias et de médiations, les relations indirectes ou à distance sont même plus « socialisantes » que jamais. En effet, dans une société des individus, séparés et éparpillés dans une collectivité nationale en rupture avec la « communauté connaissable », la communication de face-à-face ne peut plus remplir sa fonction d'intégration sociale. Ce sont les relations indirectes, propres aux médias, qui sont censées créer non pas une société civile « miniature » mais une société civile à large échelle en mettant en place un dispositif d'attention conjointe qui permette aux individus de se percevoir comme les membres d'un seul et même *Nous*. En présupposant et en représentant, dans le double sens de distanciation et de mise en scène, l'unité de la collectivité, les médias, au sens large de « techniques de

35. VERON, 2001.

36. ANDERSON, 1983.

représentation » (*i.e.* sondages, statistiques, récits, images, etc.), effectuent donc un travail continu et fondamentalement politique de *totalisation*. Ils soutiennent, comme le dit Jean Widmer, le « moment subjectif » qui permet à une multiplicité de se percevoir comme un individu collectif – sorte de version collective du « *cogito ergo sum*, si l'on comprend par là un processus de constitution: le *cogito* suppose et ainsi fait exister l'*ego* »³⁷. La scène publique que déploient les médias élargit, relaie et complète ainsi le travail de transformation du « multiple en un » auquel procèdent les représentants politiques.

C'est dire si les médias méritent le statut de médiations : loin d'être les instruments transparents d'une réalité qui serait indépendante de leur prestation, ils ont un rôle doublement performatif³⁸. D'une part, en instaurant une relation médiate, « une ligne brisée » entre les individus dispersés dans des espaces géographiques et sociaux hétérogènes, ils créent une *communauté imaginée*. Cette ligne brisée favorise potentiellement le mouvement démocratique fondamental qui consiste à étendre à une totalité plus abstraite l'empathie, l'attention mutuelle et le sentiment de commune humanité que mettent en oeuvre les interactions de face-à-face et les « petites sociétés » (famille, voisinage, associations locales)³⁹. Elle dessine une continuité potentielle entre la communauté morale et la collectivité politique, entre la quasi-naturalité des relations de coopération, de communication et de participation, dûment épouvées dans les réseaux de sociabilité primaire, et l'artificialité des institutions, des normes collectives et des objectifs à long terme. Mais une telle continuité doit rester partielle et la ligne rester « brisée » pour que la triangulation médiatique préserve les potentialités politiques que contiennent, en principe, tous les dispositifs symboliques d'attention conjointe. Seule la tension entre enracinement moral et horizon politique peut en effet préserver *l'espace public de citoyenneté* que les médias sont censés déployer – un espace public qui s'appuie, en principe, sur la montée en généralité des intérêts particuliers propre aux collectifs politiques, non sur les ressorts émotionnels et identitaires des communautés primaires.

D'autre part, les médias élaborent un *monde commun* en imposant leurs cadres de référence, en désignant les événements qui méritent que l'on s'y attarde ou au contraire qu'on les néglige, en définissant ce qui constitue une

37. WIDMER, 1996.

38. HENNION, 1993.

39. DEWEY, 2003.

opportunité d'action, bref en dirigeant l'attention sur ce qui compte ou doit compter comme étant socialement pertinent. La triangulation médiatique constitue ainsi un dispositif « géant » de « pointage » qui émancipe potentiellement la communication des contraintes situées de la conversation de proximité, marquée par les traditions, les appartenances locales, les différences de richesses et de position sociale. En faisant de la relation des individus à un objet d'attention commune le fondement de leur unification, elle leur permet de délaissier, tout au moins provisoirement, les ressources de la coprésence pour puiser dans l'étrange « présence absente » qui caractérise les interactions à distance. C'est dans cette « présence absente » que les usagers médiatiques recherchent, tout au moins partiellement, les indices émotionnels et les évaluations discursives qui leur indiquent la manière dont ils doivent identifier et évaluer le monde qui les entoure. Le processus de « référencement sociale » qui caractérise, on l'a vu, tous les dispositifs d'attention conjointe se déplace partiellement des « autrui » de proximité aux autrui socialement significatifs que sont les médiateurs, c'est-à-dire tous ceux qui produisent et diffusent des représentations sociales (journalistes, techniciens, ingénieurs, juristes, chercheurs scientifiques, psychologues, experts religieux, etc.)⁴⁰. Un tel processus est particulièrement flagrant dans le dispositif d'information médiatique : lorsqu'un événement surprenant qui survient dans l'environnement est suffisamment saillant pour accéder au statut d'« information », il déclenche une enquête qui vise à l'identifier, l'évaluer, le normaliser, bref à le *socialiser* en puisant dans les ressources de la communication et de la « référencement » sociale⁴¹.

La double institution que permet la triangulation médiatique, celle de la communauté imaginée et du monde commun qui lui est corrélatif, implique donc une *double distanciation*, qui peut être aussi bien émancipatrice qu'aliénante. Elle implique la distanciation des individus par rapport à la Communauté connaissable « médiate », dont la forme « majuscule », imaginaire mais unifiante, est potentiellement détachée de l'expérience

40. Le déplacement de la référencement sociale sur des autrui « lointains » n'est en effet que partiel ; comme le montrent les travaux sur la réception, l'évaluation et l'interprétation d'un produit médiatique s'appuient également sur les normes locales et les pratiques situées que fournissent les relations sociales de proximité (communauté de pairs, milieu professionnel, unités familiales, etc.).

41. Comme le dit QUÉRÉ, 2000, une telle enquête, menée par les journalistes, aboutit à la « socialisation des surprises » : une fois typifiés et dotés d'une texture de causes et d'effets, les événements perdent l'imprévisibilité qui les rendait menaçants.

sensible et concrète des communautés « minuscules ». Et elle implique la distanciation des agents ordinaires par rapport aux référents qui les affranchissent des contraintes du « ici-et-maintenant » mais échappent, dans le même mouvement, à leur action. Cette double distanciation fait des médias le lieu même de la *déférence* à des êtres collectifs et des objets communs dont l'absence effective doit être compensée par un travail de présentification *hic et nunc*. Après avoir précisé ce que nous entendons ici par *déférence*, c'est cette hypothèse que nous aurons à cœur de défendre dans les pages qui suivent.

DÉFÉRENCE STRUCTURELLE ET « TRIANGULATION » MÉDIATIQUE

En sociologie, la *déférence* désigne le mouvement d'acceptation et de reconnaissance, notamment par ceux qui sont au bas de l'échelle sociale, de l'ordre hiérarchique qui les maintient dans une position de subordination⁴². Un tel mouvement de reconnaissance implique un engagement moral vis-à-vis de la justesse et de la légitimité de l'ordre établi. La *déférence sociale* est donc un moyen de convertir les relations de pouvoir en des relations morales, les rapports coercitifs potentiellement instables en un système stable d'autorité légitime. Recouvrant la stratification préexistante du voile de la légitimité, la *déférence* se nourrit de la fausse conscience qui conduit le dominé à consentir à sa propre domination. La *déférence sociale* est donc un rapport social « enchanté » qui s'infiltré dans les moindres interstices de l'espace cognitif et culturel.

En philosophie analytique, en revanche, la *déférence* ne renvoie pas à la *déférence morale et sociale* qui redouble symboliquement la subordination hiérarchique. La *déférence* est d'ordre sémantique et épistémique : elle souligne le fait que tous les membres d'une communauté de langage et de pratiques n'ont pas la même maîtrise linguistique et conceptuelle des significations en usage et ne disposent pas du même accès aux entités auxquelles ces significations sont censées référer. Les agents ordinaires utilisent bien souvent des concepts et/ou des termes donnés, y compris ceux qui sont censés référer à des données tangibles ou perceptibles, sans être capables de reconnaître ni même de décrire les chose qu'ils désignent. Selon le fameux exemple d'Hilary Putnam, bien que l'emploi par un locuteur

42. PARKIN, 1971.

français du mot « orme » établit un lien référentiel entre ce locuteur et l'arbre en question, un tel lien est bien souvent *indirect*⁴³. Il se fait par le truchement des experts (garde-forestiers, bûcherons, etc.) qui maîtrisent les critères objectifs permettant d'identifier sans ambiguïté le référent empirique de l'« orme ». « La division sociale du travail linguistique » dont parle Putnam, qui est aussi, en l'occurrence, une division sociale du travail cognitif, implique que les agents ordinaires *défèrent*, spontanément et sans y réfléchir, à l'autorité des experts la détermination des référents qui leur sont matériellement et cognitivement inaccessibles.

Plus généralement, ce que met en évidence une telle acception de la déférence est que les agents ordinaires misent très souvent sur des informations qui ne proviennent pas de leur expérience directe mais de la *communication*. Ils sont reliés à une multitude d'objets, d'événements et de personnes par la « chaîne référentielle » indirecte, plus ou moins distendue, de l'expertise et du témoignage plutôt que par la chaîne référentielle directe de la perception et de l'expérience ordinaire⁴⁴. En d'autres termes, les individus qui se réfèrent à des événements dont ils ont pris connaissance par l'intermédiaire d'une chaîne de communication y réfèrent *obliquement*, en passant par l'esprit et les discours des médiateurs qui en constituent implicitement l'autorité de validation⁴⁵. Comme le dit François Récanati, ce type de référence oblique se caractérise par une « indexicalité sociale » implicite: son usage ordinaire est indexé à son usage avisé par une instance autorisée.

L'hypothèse qui est ici la nôtre est que l'on peut élargir les apports principaux d'une telle conception de la déférence à la *déférence structurelle* qui conduit les destinataires des médias à accéder de manière indirecte, par l'intermédiaire des médiateurs, aux référents supposés des discours médiatiques – que ce soit des référents *concrets* (un conflit armé en Afrique, un crime en banlieue, le dernier discours du Président, etc.), ou des référents plus *abstrait*s (l'opinion publique, les quartiers difficiles, le risque, la pandémie, l'insécurité, etc). Dans l'impossibilité de mener, par le biais de leur sens et de leur expérience, une enquête ontologique de leur propre chef, les usagers ordinaires doivent *s'en remettre* aux journalistes, aux témoins et aux experts de la scène médiatique qui sont censés, eux, bénéficier d'un accès direct à la réalité des phénomènes qu'ils imposent à l'attention publique. La triangulation médiatique oblige ainsi,

43. PUTNAM, 1975.

44. RÉCANATI, 2000.

45. RÉCANATI, 2001.

par définition, les agents ordinaires à déférer à l'autorité des médiateurs, à les croire « sur parole », bref à leur faire confiance. Une telle déférence structurelle n'est pas délibérée, car elle n'implique pas le renoncement volontaire à sa propre capacité de jugement critique ; elle n'est pas non plus sociale car elle n'implique pas, tout au moins *a priori*, la remise de soi et le consentement aveugle à l'ordre établi. La déférence structurelle dont nous faisons ici l'hypothèse est une *déférence par défaut* qui requiert *nécessairement*, et non pas de manière contingente, une sorte de validation à crédit de la part des agents ordinaires⁴⁶. Dans l'incapacité de vérifier par eux-mêmes ce qui leur est communiqué, ces derniers doivent fonder leur jugement sur celui d'une instance tierce ; de fait, leur référent est moins un état du monde que les descriptions, les discours et les images qui leur ont été fournies par les médiateurs.

Bien entendu, les déclinaisons de cette déférence structurelle diffèrent selon les genres médiatiques : la visée référentielle et le mode authentifiant qui caractérisent les genres informationnels (journal quotidien, reportage, documentaire) diffèrent aussi bien de la visée esthétique et du mode fictif des genres fictionnels (feuilletons, séries, films, romans) et de la visée démystificatrice et du mode réflexif des genres auto-critiques (analyse « méta » des médiations journalistiques) que de la visée participative et du mode auto-référent des genres hybrides (magazines, talk show, reality show). Faute de place, nous nous concentrerons dans les pages qui suivent sur le *dispositif informationnel* et sur « l'imaginaire communicationnel » qui le caractérise⁴⁷. Nous le verrons, l'analyse d'un tel dispositif ne permet guère de départager ce qui est de l'ordre anthropologique de la *déférence structurelle* qui interdit *de facto* au public l'accès aux référents médiatiques, et ce qui est de l'ordre sociologique de la *déférence sociale* que favorise la transformation sociohistorique du discours informationnel (évolution des agences de presse, augmentation des contraintes économiques, essor des nouvelles technologies, etc.). Un tel partage est problématique, me semble-t-il, car les contraintes socio-logiques qui régissent le discours d'information, notamment la nécessité de réduire la distance au référent dont sa crédibilité

46. Nous reprenons dans le cadre qui est ici le nôtre la notion de déférence par défaut, d'ordre linguistique, que proposent DE BRABANTER *et al.*, 2005. D'après eux, le cas par excellence de la déférence par défaut est celui de l'apprentissage linguistique : celui qui apprend une langue défère nécessairement, sans intention délibérée, aux règles publiques qui ont été fixées par la communauté linguistique.

47. LOCHARD, 2001.

dépend, le conduisent presque « naturellement » à privilégier des régimes apparemment « im-médiats » de validité, notamment la vérité et la sincérité.

**Production et occultation de la déférence : la réduction
« informationnelle » de la distance**

A la différence du « pacte fictionnel », régi par des normes internes de cohérence, qui invite ses destinataires à imaginer, le « contrat référentiel » propre au discours informatif invite à croire⁴⁸. Un tel discours doit garder la trace du réel qu'il prétend transmettre, notamment pour lutter contre le soupçon potentiel de manipulation ou de mensonge qu'engendre, pour les usagers ordinaires, le fait qu'ils ne peuvent pratiquement vérifier par eux-mêmes la vérité des informations qui leur sont adressées⁴⁹. Une des tâches fondamentales des journalistes d'information est donc d'assurer à cette trace un degré de constance et de reproductibilité suffisant pour accéder au statut envié d'information objective. Mûs par un impératif logique plus que par une volonté de manipulation, par ailleurs hypothétique, ils doivent invisibiliser les pratiques concrètes de sélection, de traduction, de codage, de re-présentation, les conflits et les concurrences internes, bref la part d'arbitraire qui pourrait dévaloriser leur activité⁵⁰. Les journalistes doivent, comme le dit Jacques Siracusa, « impliciter » les méthodes d'interprétation, l'art narratif, la division du travail et le rôle clé des informateurs sur lesquels ils s'appuient pour *suppléer* à l'accès toujours limité à l'événement réel dont ils se réclament⁵¹. Grâce à ce travail d'implication, l'illusion référentielle peut être maintenue même si elle n'est, *de facto*, que le résultat provisoire d'une chaîne référentielle complexe qui relie des êtres multiples et hétérogènes : les médiateurs (journalistes, réalisateurs, preneurs de son, témoins, experts, avocats, hommes politiques, etc.), les instruments techniques (caméras, micros, images), les lieux (terrain des événements, parlements, studios de télévision, salles de rédaction, etc.) et les témoignages (nous sommes sur place, j'y étais,

48. CHARAUDEAU, 1997.

49. C'est bien cette défiance vis-à-vis d'une information officielle qui est monopolisée par les autorités publiques et médiatiques qui explique le phénomène de la rumeur, qui consiste à interpréter la connivence et le secret qui entourent le travail des médiateurs comme des signes de conspiration, de complot organisé aux dépens d'un public auquel on cacherait volontairement des faits.

50. SIRACUSA, 2001.

51. SIRACUSA, 2001, p. 10.

j'ai vu de mes propres yeux, etc.)⁵². C'est le chaînage continu de ces êtres disparates, de ces ressources hybrides, qui pallie au grand absent qu'est le référent en travaillant sans relâche à sa production, à sa maintenance et à sa présentification. Mais une telle chaîne, pour accroître l'effet de réalité des phénomènes dont elle rend compte, doit occulter la prolifération des médiateurs, humains et matériels, qui la jalonnent. Tout comme la chaîne scientifico-technique, qui tente de se faire oublier pour mieux imposer la vérité des faits naturels (microbes, trous noirs, molécules, etc.) dont elle se prétend le simple véhicule⁵³, la *chaîne d'information médiatique* tend à s'effacer devant la réalité qu'elle met en scène.

En procédant, de fait, à tout un travail collectif de chaînage, d'extension, d'alignement qui permet de « discipliner » les médiations de façon à ce qu'elles « comptent pour un » et apparaissent, par là même, comme de simples « intermédiaires »⁵⁴, les journalistes d'information font miroiter l'existence d'un référent unique et extérieur aux discours et aux images dont ils se font officiellement les relais. En prétendant arracher leurs destinataires à la médiation pour leur livrer enfin l'accès nu à la référence, ils rendent invisible la déférence structurelle qu'implique le dispositif d'information médiatique. Les médiateurs tendent ainsi à *réduire la distance* sociale et épistémique qui les sépare de leurs destinataires, notamment en mettant en scène le double contact direct dont ils sont censés avoir le privilège. Le premier type de contact direct est le contact avec le *public* dont le journaliste se fait le représentant et le porte-parole, établissant par là même un lien de confiance et de connivence dont témoigne l'usage d'un *Nous* ou d'un *On* inclusif : *Nous* avons tous les mêmes préoccupations, les mêmes repères moraux, etc. L'instauration de cette relation de connivence est particulièrement flagrante dans le téléjournal; comme le dit Eliséo Véron, le présentateur, en interpellant le téléspectateur les « yeux dans les yeux », fait de l'information télévisuelle une « affaire de corps »⁵⁵. Le dispositif vise à instaurer un simulacre de face-à-face qui réduit ostensiblement la distance sociale entre ceux qui apparaissent et ceux qui regardent⁵⁶. En d'autres termes, les nôtres, le lien d'identification ainsi créé simule le sentiment de « mêmeté », l'attention mutuelle et

52. Je m'inspire ici des réflexions de CLAVERIE, 2003 sur le dispositif religieux qui permet de présentifier la Vierge, notamment lors des pèlerinages.

53. LATOUR, 1993.

54. LATOUR, 1993.

55. VÉRON, 1983.

56. SOULAGES, 1999.

l'expérience partagée qui caractérisent l'intersubjectivité primaire. C'est sur ce premier contact, fondamental puisqu'il permet d'intégrer le destinataire dans le dispositif médiatique, que s'appuie le deuxième type de contact direct dont le journaliste se réclame. Une fois instaurée la créance en sa parole, le journaliste peut s'écarter poliment et se contenter de désigner la réalité des faits qui, désormais, parlent d'eux-mêmes. Le médiateur passe ainsi du statut d'interlocuteur à celui d'un intermédiaire transparent qui se contente de relayer le lien, lui aussi apparemment dyadique, entre le destinataire médiatique et le « monde tel qu'il est ». La réduction de la distance que permet cette double mise en contact, basée sur l'identification complice et la prétention référentielle, éclaire en partie l'épistémologie qui sous-tend la production de l'information médiatique.

Une telle épistémologie, en effet, est basée sur l'idéal d'un « sens-velcro » qui correspondrait terme à terme à des entités du monde réel (événement, fait divers, discours politique, etc.) et qui répondrait ainsi à des conditions « dyadiques » de vérité. Elle est basée également sur la mise en scène des personnes concrètes et singulières et sur des conditions, tout aussi dyadiques, de sincérité : ce qui est exprimé publiquement doit correspondre aux émotions et pensées que le journaliste ou le témoin nourrit dans son for intérieur. Ainsi, pour rendre présente la *chose* absente, en l'occurrence l'événement lointain, le journaliste doit trouver les moyens de le présentifier, notamment par la surenchère de la présence du « fait brut » et du suivi de « l'actualité ». La description journalistique feint de « suivre d'une façon esclave » son référent, comme si l'exactitude de ce dernier commandait et justifiait seule, de le décrire⁵⁷. Bien entendu, l'image est à cet égard un allié précieux : trace indicielle de la collusion directe qui unirait le référent et sa description, elle épargne aux médiateurs tout effort de justification⁵⁸. Véritable opérateur de défictionnalisation, elle est donc aussi, comme le relève Roland Barthes, un opérateur de « désintellectualisation » : elle donne « beaucoup plus à reconnaître qu'à connaître »⁵⁹. Une telle illusion référentielle est encore décuplée par l'information en « direct » qui mise non seulement sur le regard, qui est « l'action la plus pure et la plus directe qui puisse exister », mais sur le regard qui est directement tourné vers l'événement-tel-qu'il-est-en-train-de-se-

57. Nous reprenons ici les propos de BARTHES 1968 sur l'impératif réaliste du récit historique et qui s'applique également, nous semble-t-il, au travail journalistique.

58. SOULAGES, 1999.

59. BARTHES, 1964.

passer⁶⁰. Alors que les images en différé peuvent ne pas réussir à suspendre tous les doutes quant à leur véracité, les images en direct et l'imprévisibilité qui les caractérise constituent la preuve irréfutable que les événements ont bel et bien eu lieu. Le direct permet à la télévision, notamment, de se présenter comme étant toute entière au service d'une réalité extérieure, « prise sur le vif », sans préparation ou construction préalable, dont le garant ultime est le recours constant aux déictiques (derrière moi, le palais présidentiel, etc.), mais aussi les imprévus, les ratés qui montrent que l'événement, loin de ruser, « se livre à nous tout entier »⁶¹. Comme le dit Jérôme Bourdon, le direct (*liveness*) promet au spectateur un lien sans intermédiaire autre que technique entre lui et le « monde tel qu'il est » – un monde auquel il peut accéder, grâce à la médiation invisible du flux télévisuel, en la compagnie imaginée de ses semblables. Le problème est que le régime de validité d'un tel lien est celui, apparemment dyadique, de la vérité. Or, la vérité est une notion fondamentalement *apolitique* car elle ne peut être changée, contrairement à l'opinion ou à la doxa, par l'action et la volonté des hommes⁶². Autrement dit, le poids apparemment tyrannique de la vérité des « faits bruts » transgresse la nature *de facto* argumentative, et donc fondamentalement politique, du travail collectif de description et de référencement que produit le laboratoire médiatique.

Mis à part le contact direct avec le public et le contact « vériconditionnel » avec le monde réel que la magie du direct lui permet de faire miroiter, le discours d'information dispose d'un autre moyen de « réduction de la distance » : celui qui consiste à miser sur l'expérience directe, sensorielle, et le vécu à la première personne du *témoin*. Tout comme les informations « en live » (*liveness*) font des caméras et des micros des yeux et des oreilles de substitution, les témoignages, qui sont d'ailleurs bien souvent ceux du journaliste lui-même, étendent le royaume de la preuve « sensorielle »⁶³. Grâce au témoignage, l'événement, loin d'être postulé sans pouvoir être observé, est au contraire *donné dans l'expérience*. La « présence à distance » que permet le dispositif testimonial ne sont d'ailleurs pas seulement engendrés par le témoignage d'un événement, qu'il soit produit par un journaliste ou un passant ordinaire. Elle est également engendrée par le « témoignage-exemple », dans lequel le récit personnel tient lieu de

60. Sur le regard comme forme fondamentale d'action réciproque, cf. SIMMEL, 1999, p. 630.

61. BOURDON, 1997.

62. ARENDT, 1972.

63. PETERS, 2001.

démonstration (*i.e.* « c'est vrai parce que je l'ai vécu »)⁶⁴. Dans ce cas, le témoin rend présent et tangible le monde réel en instaurant une proximité relative par rapport au public et en lui donnant les repères identificatoires dont il a besoin. Le témoin-exemple est moins le représentant que l'incarnation « en chair et en os » de « Monsieur et Madame tout le monde » ; il substitue à la figure distante et inaudible de la communauté imaginée la figure vivante, palpable d'une parole qui supplée à l'absence des anonymes et des sans-grades, généralement absents de la scène publique⁶⁵. La figure du témoin libère ainsi les individus des bornes du *ici et maintenant* tout en leur proposant un monde incarné, vécu à « hauteur d'homme », qui simule les stimulations perceptives et émotionnelles propre à la coprésence. Le problème est que le prix de cette incarnation est loin d'être négligeable : en mesurant les idées politiques et les savoirs objectifs à l'aune du vécu individuel, le témoignage tend à substituer à la montée en généralité propre aux discussions abstraites le « cas d'espèce », les expériences authentiques et les émotions sincères⁶⁶. Or, le registre de l'authenticité est celui du non-discutable : les expériences authentiques ne déploient pas un espace de confrontation et de négociation car elles ne peuvent être contestées ; elles peuvent seulement interpeller ou, au contraire, laisser indifférents leurs destinataires. Comme le dit Jean-Pierre Esquenazi, si quelqu'un dit : « j'ai faim », l'autre peut dire « cela ne m'intéresse pas » ou « moi aussi » mais certainement pas (sauf par plaisanterie) : « je suis d'accord »⁶⁷.

L'épistémologie qui oriente l'information médiatique tend ainsi à opacifier la chaîne des médiations et des médiateurs qui caractérise le dispositif médiatique en « collant » *aux faits réels* qui, une fois débarrassés de tout *a priori*, « parleraient d'eux-mêmes » ; elle tend également à l'opacifier en « collant » *aux individus*, les dévoilant « tels qu'ils sont », sans artifice ni mauvaise foi. La relation du discours informationnel à l'absent dont il est censé être le véhicule diffère ainsi par un aspect important de celui que les discours politiques ou religieux tissent avec leurs propres « inexistants » (*i.e.* Nation, Dieu). Les inexistants politiques et religieux tendent en effet à osciller entre plusieurs régimes de réalité, ce qui leur donne une sorte de flexibilité et de polyvalence ontologiques ; comme le dit Albert Piette, les énoncés qui portent sur Dieu « gardent du mou » : ils restent suffisamment vagues pour

64. MEHL, 2003.

65. MEHL, 2003.

66. LIVINGSTONE et LUNT, 1994.

67. ESQUENAZI, 1999, p. 225.

pouvoir s'articuler et s'instancier de manière différente selon les contextes. Tantôt trace, tantôt représentation, tantôt métaphore, Dieu se matérialise sous des formes diverses qui, loin de menacer son intégrité, augmentent sa capacité à se transformer et à circuler⁶⁸. En revanche, les discours informationnels, pour mieux durcir les faits objectifs ou expérientiels dont ils se réclament, tendent à privilégier, tout au moins en apparence, des registres « dyadiques » de communication: celui de la vérité et celui de l'authenticité. Une telle inflexibilité ontologique confère au « fait médiatique » le statut non pas, pour reprendre les termes d'Umberto Eco, d'« œuvre ouverte » mais d'œuvre qui se rêve fermée et qui ne peut être, à l'aune du jugement de fait, que vraie ou fausse, fidèle ou infidèle, sincère ou insincère⁶⁹.

La « communauté » médiatique : réception déférente et attention publique

Tout en s'appuyant, par définition, sur toute une chaîne d'acteurs, de techniques et d'interprétants, le dispositif d'information médiatique tend ainsi à occulter les médiations, visibles dans le régime « vertical » de la parole experte ou de la représentation électorale ou institutionnelle, pour mieux sacrifier à l'idéal « horizontal » de la transparence des faits et de l'immédiateté des expériences. Les deux régimes de validité qu'elle privilégie de façon croissante, tout au moins dans les médias « grand public », la vérité et la sincérité, donnent lieu à des formes de communication fondamentalement *apolitiques* car elles sont, par définition, non discutables : autrui n'a rien à y dire ou à redire. Paradoxalement, l'information médiatique tend ainsi à déployer un espace de non-négociation qui ne satisfait guère la fonction d'espace public de délibération des orientations collectives qu'elle était censée idéalement remplir. Le discours informationnel, alors qu'il est censé être, en principe, le relais d'un pouvoir démocratique qui repose sur la *justification* et la délibération, restreint le champ de l'accord et de la négociation en étendant celui de la vérité et de la sincérité. Il soustrait ainsi à la discussion et donc à « l'opérable » ce qui lui revient de droit. Or, lorsque le seuil de la justification diminue, celui de la déférence augmente – une déférence qui devient inextricablement sociale et structurelle lorsque l'on se place du côté des destinataires de l'information médiatique.

68. PIETTE, 2002.

69. ECO, 1965.

Bien entendu, du côté de la *réception*, cette déférence est socialement distribuée : l'homme encombré que décrit Paul Beaud, pris de la boulimie médiatique de ceux qui prennent au sérieux les informations qu'on leur adresse, est l'homme déférant par excellence⁷⁰. Comme l'a bien montré la sociologie de la réception, les classes défavorisées et les classes moyennes tendent à recourir à une « lecture référentielle » qui relie directement les informations médiatiques à la vie réelle, recourt aux catégories propres aux relations inter-individuelles (sympathie, proximité, familiarité), s'engage émotionnellement et privilégie les informations locales⁷¹. En revanche, les classes plus aisées tendent à adopter une « lecture critique », qui privilégie les informations lointaines et les figures de l'altérité et qui reconstruit de manière distancée et réflexive les médiations, les règles et les acteurs qui ont régi la production du discours médiatique auquel ils sont confrontés. Mais même la déférence du spectateur issu de classes sociales particulièrement dociles et diligentes, notamment les classes moyennes, n'implique pas un engagement total et aveugle dans les fausses proximités qu'instaure la chaîne médiatique. Au contraire, le dispositif médiatique implique structurellement un mélange d'implication et de distance ambivalente, d'engagement et d'inattention, d'isolement et d'appartenance⁷². On pourrait même faire l'hypothèse que l'attention qu'organise un tel dispositif est une attention fondamentalement nonchalante, distraite. En effet, plus les participants à une situation de communication sont nombreux, plus ils peuvent se déprendre, se dégager pour laisser libre cours aux associations d'idées, aux souvenirs, aux projets ou simplement à être juste là, à ne rien faire⁷³. Dans l'attention mutuelle de l'interaction directe de face-à-face, toute distraction, indifférence ou défaillance est un signe communicationnel direct, en l'occurrence de rejet ou d'ennui; pour reprendre un exemple qu'affectionnent les linguistes, le mari qui ne répond pas à la question « tu m'aimes ? » de sa femme lui dit quelque chose de fort significatif⁷⁴. En revanche, la communication médiatique n'est pas menacée par l'inattention et la distraction qu'elle génère ; au contraire, c'est l'oscillation entre l'engagement et l'inattention qu'elle favorise qui la rend supportable.

70. BEAUD, 1989.

71. HAGEN, 1994.

72. cf. BEAUD, ce volume.

73. PIETTE, 1998.

74. Le lien direct, comme le dit SIMMEL 1999, p. 630, « (...) ne tolère comme vecteur que le plus bref, la ligne droite entre les yeux », de sorte que « (...) le moindre écart hors de cette ligne, le moindre regard de côté, détruit entièrement l'unicité de cette relation ».

Comme le montrent les travaux sur la « pitié médiante » inspirée par le spectacle des guerres et des catastrophes⁷⁵, ce n'est que par intermittence que les récepteurs peuvent entrer en résonance avec la souffrance des absents dont ils sont les témoins, sinon ils s'en trouveraient prisonniers. A moins de passer à un « mode majeur » d'engagement (aide humanitaire, mobilisation politique), ils doivent donc suspendre le type d'empathie et de mise en résonance émotionnelle propres à la relation intersubjective primaire⁷⁶. Le temps extraordinaire de l'empathie, de l'effervescence collective et de la solidarité active que sont à même de susciter les crises aiguës, les grandes catastrophes ou les cérémonies nationales (Tsunami, 11 septembre 2001, le mariage de Lady Di) n'interrompt que provisoirement le temps ordinaire. Le retour à la normale consiste à recouvrir à nouveau les problèmes chroniques et la souffrance ordinaire d'une chape d'invisibilité et d'indifférence⁷⁷. La vie ordinaire retourne ainsi à son cours habituel, le membre ordinaire à son « état de reposité », notamment en retrouvant « l'inattention civile », comme dirait Goffman, qui permet de prendre visuellement acte de la présence d'autrui sans s'y attarder, lui épargnant ainsi une attention et une curiosité potentiellement malsaines⁷⁸.

Un tel raisonnement permet de supposer que la communication médiatique génère, de façon structurelle, « l'attention oblique » ou nonchalante ainsi que « l'adhésion à éclipses » que les récepteurs accordent aux réalités, potentiellement impertinentes ou insignifiantes, qui n'appartiennent pas à leur environnement quotidien⁷⁹. Une telle forme de communication susciterait le « mode mineur » de l'engagement ou plutôt du désengagement propre à la « communauté mondiale des bien-informés » qui, comme le dit Todd Gitlin, « est impliquée dans sa non-implication » devant le spectacle de la destruction et de la souffrance⁸⁰. Cela ne veut pas dire que la « politique de la pitié », tout en instaurant une distance entre les souffrants et ceux qui les contemplent, n'est pas à même d'engendrer des émotions authentiques qui peuvent servir de ressorts à l'engagement ultérieur dans une action et réconcilier, par là même, « la vue et le geste »⁸¹. Les études sur la réception

75. PETERS, 2001.

76. Les notions de mode mineur et de mode majeur d'engagement sont tirées de PIETTE, 1998, qui ne parle pas spécifiquement des médias.

77. WAGNER-PACIFICI, 2006.

78. Sur l'état de reposité, propre au mode mineur de la réalité, cf. A. Piette.

79. HOGGART, 1957.

80. GITLIN, 1996, p. 121.

81. BOLTANSKI, 1993.

ont bien montré que les publics recourent à une multiplicité de registres d'engagement et d'appropriation pour transformer les produits médiatiques qui leur sont adressés en des ressources symboliques et morales, prêtes à être mobilisées dans leurs interactions sociales, dans leurs reconfigurations identitaires ou dans leurs actions de mobilisation. Mais de telles études reposent sur un *déplacement* fondamental : elles considèrent le récepteur quand il *s'éloigne* du média, voire même au moment où « il lui tourne le dos pour entrer dans une communication de face à face »⁸². Par contraste, l'approche structurelle de la communication médiatique que l'on préconise ici se centre sur les « virtualités contraignantes » et les « imputations juridiques » que celle-ci impose à ses destinataires *au moment même* de son déroulement⁸³. Elle impose un système de places à ses destinataires, qui sont interpellés *en tant que* citoyen, consommateur, individu, femme, elle leur fournit des instructions interprétatives qui réduit l'éventail de leurs enchaînements communicationnels et pratiques, bref, elles les enferment dans une alternative à laquelle ils ne peuvent échapper : faire ce qu'ils *doivent* faire, c'est-à-dire répondre de façon appropriée et endosser le rôle qui leur est proposé, ou bien alors se taire et enfreindre la règle de communication de manière à s'exclure eux-mêmes de l'échange⁸⁴.

Sous cet angle « juridique », l'assignation asymétrique des rôles entre acteurs et spectateurs prend une importance considérable. Une des spécificités de l'information médiatique, notamment, est en effet d'instaurer une sorte de « participation sans participation » : tout en misant sur le mode immédiat, perceptif, de l'acquisition d'informations et de connaissances qui caractérise la rencontre directe, personnelle avec le monde (*knowledge by acquaintance*), elle rompt le lien interne qui relie ce type de connaissance à l'action. Si les informations remplissent la même fonction à l'échelle collective que la perception à l'échelle individuelle en les *orientant* dans le monde qui les entoure, elles s'en distinguent donc pas une propriété fondamentale : elles font *parler* les individus, elles ne les font pas *agir*⁸⁵. Cette dissociation entre opinion et engagement, parole et participation, attention et action peut même se transformer en incompatibilité. Assister en tant que spectateur à la souffrance d'autrui revient ainsi à se retenir d'agir ; pour que l'action puisse prendre place, l'attention médiatique doit être

82. DAYAN, 1998, p. 178.

83. Sur les « virtualités contraignantes » de l'acte de communication, cf. DUCROT, 1984.

84. DUCROT, 1984.

85. PARK, 1995.

interrompue. La communication médiatique, en organisant *l'attention* conjointe mais en désorganisant *l'action* conjointe, favorise le désengagement et le mode mineur d'être ensemble. En d'autres termes, les rituels médiatiques, tout comme les rituels animaux que décrit Véronique Servais, suspendent les effets de la communication, inhibent les réactions qu'elle aurait dû normalement produire ; le compte-rendu (*report*) n'est plus accompagné de l'incitation à réagir (*command*) qui définit l'acte de communication⁸⁶. Grâce aux médiateurs, qui leur donnent plus de yeux pour voir, les individus voient le monde et s'en donnent une représentation toujours plus intense, plus étendue. Mais au fur et à mesure que leur vision augmente, les mouvements de leurs corps se restreignent : comme les « statues » dont parle Norbert Elias, ils sont incapables de bouger, tout au moins durant le temps de l'attention médiatique⁸⁷.

CONCLUSION : LA « DÉPOLITISATION » MÉDIATIQUE

Si la communication médiatique, comme toute communication, est une proposition de relation, la relation qu'elle fait miroiter, à savoir « être ensemble avec les autres » « devant le monde tel qu'il est, c'est-à-dire tel qu'il serait sans les médias », peine à tenir ses promesses⁸⁸. D'une part, en effet, si toute communauté repose sur une fiction, la communauté médiatique est, pour ainsi dire, encore plus imaginée que les autres. Car le public des médias, loin d'être fondé sur la sélection puis la co-référenciation intersubjective qui permet de déterminer, de concert, des objets d'attention conjointe, est un *collectif d'interpellation*. Il est invoqué, décrit, interpellé et imaginé « en troisième personne » par des tiers, qu'ils soient médiateurs, gouvernants ou entrepreneurs⁸⁹, et ne peut se transformer en un véritable *Nous* qu'*a posteriori*, une fois que la *convergence attentionnelle* pour le même événement ait pu être établie. Même si un collectif politique est susceptible d'émerger de la réappropriation en *Nous* d'une telle convergence, le collectif en question n'aura pas lui-même déterminé le mode de sélection et de présentation des saillances attentionnelles sur lesquelles il prend appui. Autrement dit, le dispositif médiatique supprime le geste politique essentiel des collectifs : celui qui consiste à faire advenir à l'existence une réalité

86. SERVAIS, 2007.

87. ELIAS, 1991, p. 165.

88. BOURDON, 1997.

89. DAYAN, 2000.

nouvelle. D'autre part, contrairement aux référents scientifiques, religieux ou politiques relativement stables (*i.e.* trou noir, Dieu, Nation) qui permettent de constituer des collectifs résistants, les référents médiatiques sont trop éphémères pour créer un collectif digne de ce nom. Le centre de l'attention médiatique se déplaçant fréquemment, elle ne peut guère que former des collectifs transitoires, en menace permanente de déliaison, des « communautés éphémères de préoccupation et de complicité »⁹⁰.

Dans ses modalités dominantes actuelles, la triangulation médiatique ne parvient donc guère à épanouir ses potentialités politiques. Elle ne parvient pas à transformer la « Grande Société » en une « Grande Communauté », à savoir une société dans laquelle les interdépendances et les conséquences toujours plus grandes et confusément ramifiées des activités sociales seraient connues au sens plein du terme⁹¹. Car l'enquête publique sur les interdépendances systémiques qui permet, pour Dewey, l'émergence d'un public politique apte à transformer, en tant que tel, son « subir en agir », ne peut reposer sur les descriptions factuelles et les témoignages personnels qui signifient plutôt, dans les médias d'information, la *clôture de l'enquête*. Autrement dit, en rendant certaines configurations (crises économiques, guerres, campagnes politiques, etc.) plus perceptibles et tangibles, le dispositif médiatique ne les rend pas plus intelligibles. Au contraire, plus les subjectivités et les faits objectifs gagnent apparemment en transparence, plus les interdépendances anonymes, les systèmes institutionnels et les problèmes structurels, d'ordre social et politique, deviennent opaques.

Dès lors, la déférence que génère la chaîne médiatique n'est plus uniquement celle, structurelle, qu'engendre la forme distante de la triangulation médiatique et la possibilité de dépasser, par le biais de la communication, les limites de l'expérience immédiate. Une telle déférence structurelle, en déniait *de facto* à la majorité de la population toute possibilité d'intervention politique, se double d'une déférence sociale qui, en interdisant l'individu de se penser comme un acteur de la construction du monde social, devient une déclinaison plus ou moins enchantée de la domination. Le pouvoir que s'octroie le dispositif médiatique en accaparant l'attention publique et en présentifiant le monde commun qui lui est corrélatif est d'autant plus efficace qu'il se dissimule, tout au moins dans le discours informatif, derrière le double impératif de la « mise en contact » auquel les médiateurs prétendent obéir : le contact avec le monde

90. GITLIN, 1996, p. 114.

91. DEWEY, 1977.

réel dont ils se réclament, et le contact direct avec le premier grand absent qu'ils doivent faire oublier, c'est-à-dire le public lui-même. Afin de préserver cette double illusion de contact, le dispositif informationnel est conduit à privilégier le registre de la perception, de la sensation et des affects au détriment du registre politique que constitue l'enquête publique sur les futures orientations de la vie en commun. En médiatisant l'expérience et la coprésence des membres ordinaires tout en empruntant leurs « oripeaux » sensoriels (visibilité, audibilité, émotion), la chaîne médiatique transforme le « déférentiel » en « expérientiel » – un expérientiel qui suspend, toutefois, le mode d'engagement et la rencontre des corps propre à l'ordre de l'expérience primaire. Bref, elle présente *de facto* la connaissance distante, d'ordre représentationnel, et le mode de donation communicationnel (*knowledge by description*) de ses référents sous la forme défictionnalisante, présentationnelle, de la perception et de la sensation (*knowledge by acquaintance*)⁹².

Tout en gardant, à grande échelle, la *forme* ternaire propre à une relation triadique, le dispositif médiatique tend ainsi à effacer, du point de vue des *contenus* qu'elle met en scène, le recours explicite à l'ordre symbolique de la « tiercéité »⁹³. Bien qu'elle reste formellement triadique, la communication médiatique a tendance à retourner aux modes d'intersubjectivité primaire et secondaire que nous avons brièvement esquissés. Contrairement à l'intersubjectivité tertiaire, potentiellement politique, qui porte sur les fins partageables mais encore *discutables* qui caractérisent les projets au long cours, les intersubjectivités primaire et secondaire portent sur des évidences partagées, des expériences communes et des objets immédiatement accessibles ; autrement dit, elles portent non sur des *inexistants*, mais sur des *existants ou supposés existants*.

Cela étant, malgré les apparences, le dispositif médiatique ne délaisse pas seulement l'ordre politique de l'intersubjectivité tertiaire ; il délaisse également l'ordre moral de l'intersubjectivité primaire. En effet, les interactions « entre absents » qu'il instaure affranchit ceux qui y participent des obligations morales réciproques qu'impliquent l'attention mutuelle et l'empathie avec un « même ». Le dispositif médiatique inhibe le passage à l'acte qui découle, en principe, du ressenti émotionnel qui survient dans une situation de coprésence (pitié-aide, humiliation-colère, indignation-révolte, etc.). On peut supposer, dès lors, que la forme tendanciellement amoral et

92. Sur cette distinction, cf. RUSSELL, 1912.

93. Sur cette question de la priméité, secondéité, tiercéité, cf. VERON, 1995.

apolitique de la communication médiatique s'inscrit plutôt dans l'ordre de l'intersubjectivité secondaire : elle privilégie en effet le contact et la *socialité* que génère l'attention conjointe à un tiers hétéronome. Mais une telle socialité ne repose pas sur le mode exploratoire du *dialogue*, qui repose sur le questionnement conjoint et la confrontation des opinions quant aux actions futures et aux normes à établir⁹⁴. Elle repose plutôt sur le mode réitératif de la *conversation*, routinière et automatique, qui manifeste « l'effort unanime et contagieux d'harmonisation » et la recherche réciproque de la « consonance » apte à établir la communion des esprits⁹⁵.

En faisant ainsi « société » à partir du donné le plus inoffensif, le plus sûrement commun à tous, le dispositif médiatique tend à faire oublier la chaîne des médiations et la déférence structurelle qui « enchaînent » ses destinataires aux actes de jugement, aux hiérarchies de pertinence et aux présupposés ontologiques qui le sous-tendent – des jugements d'autant plus redoutables qu'ils se présentent comme une simple extension de leur perception et de leur expérience. Bien entendu, un tel enchaînement n'est pas nécessairement opérant. Après tout, la communication médiatique peut fort bien, malgré tous les efforts qu'elle fournit, rester « malheureuse », et se heurter à l'absence de répondant que décrit si bien Paul Beaud⁹⁶. Il n'en reste pas moins que les *virtualités* contraignantes qu'elle déploie s'imposent à *quiconque*, qu'il les néglige ou qu'il en tienne compte ; or, une telle négligence est risquée car elle l'exclut, *de facto*, des attentions déférentes qui permettent aux usagers médiatiques de « faire société ».

94. Sur la différence entre dialogue et conversation, cf. JACQUES, 1979.

95. TARDE, 1989, p. 129.

96. BEAUD, ce volume.

RÉFÉRENCES

- ANDERSON B. (1983), *Imagined communities*, London/New York, Verso.
- ARENDT H. (1972), *La crise de la culture*, Paris, Gallimard, (1^{re} éd. 1954).
- BARTHES R. (1964), « Rhétorique de l'image », *Communications*, n° 4, p. 40-52.
- BARTHES R. (1968), « L'effet de réel », *Communications*, n° 11, p. 84-89.
- BEAUD P. (1984), *La société de connivence. Media, médiations et classes sociales*, Paris, Aubier.
- BEAUD P. (1988), « Sens et non-sens de l'information télévisée », *Colloque international sur l'information télévisée*, Valence.
- BEAUD P. (1989), « La nonchalance et le sérieux. Sur les médias et le temps », *Degrés*, n° 57, p. 1-21.
- BEAUD P. (1997), « Introduction à la 3^{ème} partie: l'opinion publique », P. Beaud *et al.* (ed.), *Sociologie de la communication*, Paris, CNET, p. 315-335.
- BEAUD P. (2000), *Cours public « médias et pouvoir »*, Université de Lausanne, p. 1-15.
- BENVENISTE E. (1966), *Problèmes de linguistique générale*, vol. 1, Paris, Gallimard.
- BOLTANSKI L. (1993), *La souffrance à distance. Morale humanitaire, médias et politique*, Paris, Métailié.
- BOURDON J. (1997), « Le Direct : une politique de la voix ou la télévision comme promesse inaccomplie », *Réseaux*, n° 81, 1998, p. 61-78.
- BRINCK I. et GÄRDENFORS P. (2003), « Co-operation and Communication in Apes and Humans », *Mind & Language*, vol. 18, n° 5, p. 484-501.
- BRUNER J. (1986), *Actual Minds, Possible Worlds*, Cambridge, Harvard University Press.
- CHARAUDEAU P. (1997), *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Paris, Nathan.
- CLAVERIE E. (2003), *Les guerres de la Vierge. Une anthropologie des apparitions*, Paris, Gallimard.
- DAYAN D. (1998), « Le double corps du spectateur », S. Proulx (dir.), *Accusé de réception. Le téléspectateur construit par les sciences sociales*, Paris, L'Harmattan, p. 175-189.

- DAYAN D. (2000), « Télévision, le presque-public », *Réseaux*, n° 100, vol. 18, p.429-456.
- DE BRABANTER P. *et al.* (2005), « Les usages déférentiels », *Raisons pratiques*, n° 17, p. 139-164.
- DESCOMBES V. (1996), *Les institutions du sens*, Paris, Minuit.
- DEWEY J. (2003), *Le public et ses problèmes*, Pau, Presses de l'Université de Pau, Farrago, (1^{re} éd. 1927).
- DUCROT O. (1984), *Le dire et le dit*, Paris, Minuit.
- DUPUY, J.-P. (1992), *Introduction aux sciences sociales. Logique des phénomènes collectifs*, Paris, Ed. Marketing.
- ECO U. (1965), *L'Œuvre ouverte*, Paris, Seuil.
- ELIAS N. (1981), *Qu'est-ce que la sociologie ?* Pandora/Des Sociétés, (1^{re} éd. 1970).
- ELIAS N. (1991), *La société des individus*, Paris, Fayard.
- ESQUENAZI J.-P. (1999), *Télévision et démocratie. Le politique à la télévision française (1958-1990)*, Paris, PUF.
- GITLIN T. (1996), « Illusions de transparence; ambiguïtés de l'information. remarques sur la mondialisation des communautés éphémères », *Réseaux*, n° 76, p. 111-122.
- HAGEN I. (1994), « Expectations and consumption patterns in TV news viewing », *Media, Culture & Society*, vol. 16, p. 415-428.
- HAUSER M. (2006), *Moral minds: how nature designed our universal sense of right and wrong*, New York, Ecco.
- HENNION A. (1993), « De l'étude des médias à l'analyse de la médiation : esquisse d'une problématique », D. Bougnoux (dir.), *Sciences de l'information et de la communication*, Paris, Larousse, p. 687-697.
- HOGGART R. (1970), *La culture du pauvre. Etude sur le style de vie des classes populaires en Angleterre*, Paris, Minuit, (1^{re} éd. 1957).
- HONNETH A. (2007), *La Réification. Petit traité de Théorie critique*, Paris, Gallimard, (1^{re} éd. 2005).
- JACQUES F. (1985), *Dialogiques II. L'espace logique de l'interlocution*, Paris, PUF.
- KAUFMANN L. (2006), « Les voies de la déférence. De la nature des concepts sociopolitiques », *Langage & Société*, 117, p. 89-116.
- LATOUR B. (1993), *Petites leçons de sociologie des sciences*, Paris, La Découverte.

LATOURE B. (1990), « Quand les anges deviennent de bien mauvais messagers », *Terrain*, n° 14, p. 76-91.

LATOURE B. (1996), *Petite réflexion sur le culte moderne des dieux faitiches*, Paris, Les Empêcheurs de penser en rond.

LIVINGSSTONE S. et LUNT P. (1994), *On television, audience participation and public debate*, Londres, Routledge.

LOCHARD G. (2001), « Penser autrement l'histoire de la communication télévisuelle », *L'Année sociologique*, 51 n° 2, p. 439-453.

MEHL D. (2003), « Le témoin, figure emblématique de l'espace privé/public », D. Cefaï et D. Pasquier (dir.), *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, Paris, PUF, p. 489-502.

MELTZOFF A. et BROOKS R. (2001), "'Like Me' as a Building Block for Understanding Other minds: Bodily Acts, Attention, and Intention", B. F. Malle *et al.* (éd.), *Intentions and intentionality: foundations of social cognition*, Cambridge, MIT Press, p. 171-191.

PARK R. (1955), *Society*, Glencoe, The Free Press.

PARKIN F. (1971), *Class Inequality and Political Order*, London, MacGibbon and Kee.

PETERS J. D. (2001), "Witnessing", *Media, Culture & Society*, vol. 23, p. 707-723.

PIETTE A. (1998), « De la distance au rôle au mode mineur de la réalité. Contribution à la sociologie de l'interaction », *Social Science Information*, vol. 37, n° 2, p. 275-29.

PIETTE A. (2002), « Entre la sociologie et le Dieu chrétien: résultats d'une enquête ethnographique dans des paroisses catholiques en France », *Information sur les Sciences Sociales*, vol. 41, n° 3, p. 359-383.

PUTNAM H. (1975), "The meaning of meaning", *Mind, Language and Reality*, II, Cambridge, Cambridge University Press, p. 215-271.

QUÉRÉ L. (2000), « Au juste, qu'est-ce que l'information? », *Réseaux*, vol. 18, n° 100, p. 331-355.

QUÉRÉ L. (1982), *Des miroirs équivoques*, Paris, Aubier.

RECANATI F. (2000), « Deferential Concepts: A Response to Woodfield », *Mind and Language*, vol. 15, n° 4, p. 452-464.

RECANATI F. (2001), « Modes of presentation: Perceptual v. Deferential », A. Newen *et al.* (éd.) *Building on Frege: New Essays on Sense, Content, and Concept*. CSLI Publications, p. 197-208.

- ROCHAT P. (2003), "Five-levels of self-awareness as they unfold early in life", *Consciousness and Cognition*, 12, p. 717-731.
- RUSSELL B. (1912), *The Problems of Philosophy*, London, Williams and Norgate.
- SCHUHMAN K. et SMITH B. (1990), "Elements of Speech Act Theory in the Work of Thomas Reid", *History of Philosophical Quarterly*, 7, p. 47-66.
- SERVAIS V. (2007), "The Report and the Command: the Case for a Relational View in the Study of Communication", *Intellectica*, 2-3, n° 46-47.
- SIMMEL G. (1983), *Sociologie et épistémologie*, Paris, PUF, (1^{re} éd. 1890).
- SIMMEL G. (1999), *Sociologie. Etudes sur les formes de la socialisation*, Paris, PUF, (1^{re} éd. 1908).
- SIRACUSA J. (2001), *Le JT, machine à décrire. Sociologie du travail des reporters à la télévision*, Bruxelles, De Boeck Université.
- SOULAGES J.-C. (1999), *Les mises en scène visuelles de l'information*, Paris, Nathan.
- STERN D. (2005), « Le désir d'intersubjectivité. Pourquoi ? Comment ? », *Psychothérapies*, vol. 25, n° 4, p. 215- 222.
- TARDE G. (1989), *L'opinion et la foule*, Paris, PUF, (1^{re} éd.1901).
- TOMASELLO M. (2006), "Why don't apes point?", N. J. Enfield et S. C. Levinson (eds.), *Roots of Human Sociality: Culture, cognition and interaction*, Oxford, Berg, p. 506-524.
- TOMASELLO M. (1999), "The Human Adaptation for Culture", *Annu. Rev. Anthropol*, 28, p. 509-529.
- TREVARTHEN C. (1979), "Communication and cooperation in early infancy: a description of primary intersubjectivity", M. Bullowa (ed), *Before Speech. The beginning of interpersonal communication*, Cambridge, Cambridge University Press, p. 321-347.
- VERON E. (1983), « Il est là, je le vois, il me parle », *Communications*, n° 38, p. 98-120.
- VERON E. (1995), « Médiatisation du politique. Stratégies, acteurs et constructions des collectifs », *Hermès*, 17-18, p. 201-214.
- VERON E. (2001), « Les publics entre production et réception : problèmes pour une théorie de la reconnaissance », *Cursos da arrábida, Públicos, Televisão*.
- WAGNER-PACIFICI R. (2006), « L'angoisse de l'attention. Le 11 septembre face à la psyché culturelle américaine », D. Dayan (dir.), *La terreur spectacle. Terrorisme et télévision*, Bruxelles, De Boeck.

WALDEN T. A., et OGAN T. A. (1988), "The development of social referencing", *Child Development*, vol. 59, n° 5, p. 1230-1240.

WIDMER J. (1996), « Langues et configurations de l'espace public », *Hermès*, 19, p.225-239.