
Identités sociales, médiatiques et discursives à la télévision : De la mobilité à l'instabilité

Social, Media and discourse Identity at Television. From Mobility to Instability

Guy Lochard



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7089>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.7089](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7089)

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2002

Pagination : 145-158

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Guy Lochard, « Identités sociales, médiatiques et discursives à la télévision : De la mobilité à l'instabilité », *Questions de communication* [En ligne], 2 | 2002, mis en ligne le 01 décembre 2012, consulté le 21 septembre 2021. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7089> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7089>



NOTES DE RECHERCHE

GUY LOCHARD
Université Paris 3
glochard@dub-internet.fr

IDEN TITÉS SOCIALES, MÉDIATIQUES ET DISCURSIVES À LA TÉLÉVISION : DE LA MOBILITÉ À L'INSTABILITÉ

Résumé. — Cet article récuse les postures sociologique et sémiolinguistique qui font généralement autorité pour l'analyse des programmes télévisés à base de paroles. Il suggère le recours aux notions liées d'identité sociale, d'identité médiatique et d'identité discursive. Esquissant une taxinomie des attributions identitaires qui sont observables dans les émissions contemporaines, ainsi que des rôles et des statuts affectés aux participants, il souligne – exemples à l'appui – les rapports fluides et réversibles qui lient les trois types d'identités distinguées. Il dessine une position théorique et méthodologique qui permet de penser, dans leur complexité et leur variabilité, les situations d'échanges dans la télévision de direct.

Mots clés. — Animation télévisuelle, identité sociale, identité médiatique, identité discursive, interactions verbales, magazines de plateau, réalisation télévisuelle.

Si'il ne constitue qu'un des indicateurs de leurs processus d'interprétation, le discours de commentaire de la presse écrite suggère bien la façon dont le fonctionnement interne et l'impact public des programmes télévisuels de plateau continuent à être communément perçus. Pour expliquer leurs succès, deux versions se dégagent régulièrement dans ces chroniques journalistiques accompagnant notre quotidienneté télévisuelle. Une version individualisante, focalisée sur les traits de personnalité de leurs animateurs qui viendraient invariablement donner corps aux programmes dont ils sont les pivots. Une version plus holistique qui, battant en brèche les présupposés psychologisants de la précédente version, opte pour des éclairages en termes de choix éditoriaux et stratégiques des chaînes (« le système TFI », « la stratégie M6 »), dont les animateurs concernés ne seraient que de dociles et cyniques instruments.

Non sans effet sur des analyses au statut plus académique, ces perceptions font écran à la complexité socio-communicative de ces productions télévisuelles. C'est celle-ci que se propose d'appréhender le modèle d'analyse présenté dans cet article. Il ambitionne d'offrir un pouvoir explicatif sur l'ensemble des situations observables dans ces productions télévisuelles. Celles, sujettes à des processus de régularisation et d'institutionnalisation qui retiennent le plus souvent l'attention des chercheurs. Et celles, accidentelles et plus spectaculaires (altercations entre participants, etc.), qui font le miel des chroniqueurs de presse écrite.

Position sociologique/ position sémiolinguistique

Prenant en compte l'intervention de conflits identitaires qui opposent entre eux, mais qui traversent aussi, les protagonistes de ces scènes médiatiques, ce modèle fait appel, pour éclairer celles-ci dans leurs variations, aux notions complémentaires d'identité sociale, d'identité médiatique et d'identité discursive. On avancera que le recours à ces trois notions interdépendantes est à même de pouvoir rendre compte des dimensions structurelles, et aussi conjoncturelles, de ces échanges médiatiques sur lesquelles viennent buter les postures théoriques qui inspirent généralement les analyses présentes dans ce secteur. Ces positions théoriques, qui n'ont que rarement fait l'objet de véritables formalisations, sont au nombre de deux. La première est d'orientation sociologique. Elle a été développée, au début des années quatre-vingt par Paul Beaud (1984), à propos de la première vague de débats qui ont envahi les écrans européens. Elle trouve aujourd'hui son impulsion dans les travaux et les positions publiques sur les phénomènes télévisuels de Pierre Bourdieu. La seconde est d'ancrage sémiolinguistique et semble bien représentée par les observations incidentes, mais significatives, de Catherine Kerbrat-Orecchioni qui a intégré les échanges médiatiques dans son exploration des diverses formes d'interactions verbales (Kerbrat-Orechioni, 1995).

La perspective développée par Paul Beaud s'inscrit en faux contre les présupposés de la sociologie fonctionnaliste des médias. Elle a consisté à mettre en lumière et en cause les nouvelles formes de domination induites par

l'élargissement des élites à une nouvelle couche de « médiateurs » au sein de laquelle les journalistes-animateurs exercent une fonction modélisante. La position de Pierre Bourdieu, qui a inspiré d'ailleurs celle de Paul Beaud, s'adosse, quant à elle, fondamentalement à son combat contre l'illusion du « communisme linguistique ». Elle pose au départ que « la compétence linguistique n'est pas une simple capacité technique, mais bien une capacité statutaire » (Bourdieu, 1982 : 64) et, qu'inégalement distribuée, cette compétence est source d'inégalités structurelles se manifestant tant dans les situations médiatiques que dans les situations non-médiatiques. C'est ce que le sociologue expose dans *Ce que parler veut dire* (Bourdieu, 1982), où il développe la notion de « marché linguistique ». C'est ce qu'il pointe plus spécifiquement dans *Réponses* où, prenant appui sur l'analyse d'une soirée électorale, il réaffirme que « l'espace d'interaction fonctionne comme une situation de marché linguistique » (Bourdieu, 1992 : 227). Et c'est bien cette analyse qu'il prolonge et complète dans *Sur la télévision* (Bourdieu, 1996 : 32-33) où il entend démontrer, qu'en se couplant avec les logiques socio-économiques de la télévision privée et les attitudes socio-centriques des animateurs, les formes de domination langagières constituées dans l'espace social se reproduisent en se déplaçant dans l'espace médiatique.

L'approche de Catherine Kerbrat-Orecchioni (1992 : 73) n'est pas antagonique avec la position bourdieusienne, car elle concède au sociologue que « l'autorité advient au langage du dehors ». Mais c'est pour mieux noter qu'il ne s'agit que d'un poids relatif, puisqu'elle relève aussitôt après « que les cartes peuvent toujours être redistribuées, les places étant toujours l'objet de négociations permanentes entre les interactants, les dominés institutionnels pouvant mettre en œuvre des stratégies de résistance, de contre-offensives et de contre-pouvoirs qui peuvent bien entendu échouer ou réussir » (*ibid.* : 75). À l'instar d'autres tenants d'une « linguistique interactionniste »¹, Catherine Kerbrat-Orecchioni, au regard du principe de sa posture analytique, met à contribution la notion de situation pour distinguer les situations d'interactions quotidiennes de celles qui sont médiatiques. Elle remarque que celles-ci « se distinguent des précédentes et au même titre que d'autres situations institutionnelles, comme les colloques, par l'intervention prépondérante d'un modérateur en charge de la gestion des tours de paroles » (*ibid.* : 75).

Aussi éclairantes soient-elles, ces deux postures – dénommées ici sociologique et sémiolinguistique – ne sont pas sans faire problème pour prendre la mesure des fonctionnements effectifs de ces interlocutions spécifiques que sont les débats, *talk-shows* et autres formes d'échanges télévisuels. La raison principale réside dans la démarche d'évitement qu'elles adoptent à l'égard de ce qui constitue, pourtant, une différence structurante par rapport aux situations d'échanges ordinaires. À savoir l'intervention de processus de médiation professionnelle qui reconfigurent ces interlocutions en introduisant d'autres logiques que celles liées, d'une part, aux compétences linguistiques des

¹ Une dénomination revendiquée par cet auteur qui note cependant à ce propos : « On verra qu'aux États-Unis, c'est essentiellement dans le champ de la sociologie que s'est développée l'approche interactionniste, que les ethnométhodologues se sont ensuite employés à appliquer aux productions langagières, " analyse conversationnelle *stricto sensu* " » (Kerbrat-Orecchioni, 1992 : 9, note 1).

protagonistes et à leur gestion médiatique courante (position bourdieusienne) et, d'autre part, aux paramètres situationnels évoqués par Catherine Kerbrat-Orecchioni. En effet, il est manifeste que ces deux types de positions ont tendance à minimiser, voire à éluder, le fait qu'un programme de télévision est la concrétisation d'un projet communicationnel spécifique, mis en œuvre par une instance de production en fonction des hypothèses qu'elle construit sur les attentes supposées du public majoritaire. De même, est-il patent que ces deux perspectives théoriques négligent le fait que ce projet prend forme à travers un dispositif² qui revêt deux dimensions complémentaires. Une dimension technologique, à travers la présence constante de caméras et de moniteurs qui jouent pour les participants comme une affirmation du regard évaluateur du public des téléspectateurs, tiers-absent qui assure, comme le fait remarquer Marc Relieu³, inspiré par Louis Quéré (1982), une fonction de tiers symbolisant dans la structuration de l'échange. Une dimension communicationnelle à travers différents paramètres (principalement le mode de gestion de la parole) orientant les échanges, dans des directions qui ne sont pas les immédiates traductions des rapports ordinaires entre acteurs sociaux, mais en fonction de la plus ou moins grande mobilisation d'acteurs socio-discursifs⁴ et des logiques de l'économie télévisuelle, des manifestations de ce « conformisme provisoire » auquel est structurellement condamnée la télévision généraliste (Macé, 2001 : 209-240)⁵.

J'avancerai ici que la prise en compte de cet opérateur de médiation qu'est le dispositif d'une émission est un préalable quand on analyse une séquence de plateau. Car elle revient à réaffirmer que les scènes perçues par les téléspectateurs ne sont pas simplement « télé-visées », mais bien reconfigurées par le biais d'une performance « accomplie » (Relieu, 1999)

²Pour une définition théorique de cette notion, il faut se reporter à la relecture critique que j'en ai opérée pour les travaux sur la télévision (Lochard, 1999).

³Marc Relieu (1999 : 42) fait très justement remarquer que « l'absence d'un ajustement mutuel ne signifie pas pour autant que le public, physiquement absent, ne bénéficie pas que d'une présence virtuelle, médiatisée par la technologie de l'image. Le public est, en effet, présent dans l'organisation même de l'interview ou du débat à la manière d'un tiers symbolisant ».

⁴C'est ce que nous avions mis en évidence dans l'analyse réalisée avec Henri Boyer des dispositifs (variables selon les périodes) qui étaient mis en œuvre par la télévision française dans le traitement de « la question des banlieues » (Boyer, Lochard, 1998).

⁵Éric Macé (2001 : 219) remarque de son côté : « De la sorte, le traitement journalistique des faits en information dépend en grande partie de la structuration politique et idéologique des événements considérés et de la capacité des acteurs à se constituer en " source " d'informations : la domination, du point de vue des acteurs dominants, n'est ainsi pas intrinsèque à la télévision commerciale en ce qu'elle serait en connivence avec les pouvoirs politico-économiques, mais illustre le cas de figure d'une conflictualité politique et symbolique de basse intensité par défaut de mouvement social, culturel et politique animé par les acteurs dominés. Dans le cas contraire, et parce que le public de la télévision n'est ni un public passif, ni un public captif d'une seule chaîne, ni le seul public de la télévision, ni même composé d'individus qui ne seraient définis que par leurs attributs de " cibles " marketing indépendant de leur expérience sociale, le journalisme télévisé accompagne, au prix de multiples reversions de points de vue, les déplacements politiques et idéologiques en cours au sein de l'espace public (de façon plus ou moins directe ou distante) en fonction du style de relation que telle ou telle chaîne aura établi avec un public dont elle imagine qu'il est le " sien " ».

collectivement par les sujets filmés et les sujets montrants (Lochard, 1990), ce qui interdit, en conséquence, d'assimiler ces dernières (à partir de simples paramètres internes) aux situations d'échanges ordinaires. Elle contribue à réaffirmer, enfin, le procès de régulation entre production et réception qui préside à toute fabrication mass-médiatique. Un procès qui, par le biais d'un jeu d'ajustement aux attentes supposées des publics visés, peut dessiner, dans les programmes considérés, des situations d'échanges affectant aux participants des rôles et des statuts qui rééquilibrent certaines formes de domination.

Trois types d'identités

Quelle qu'en soit l'orientation, aucune de ces configurations relationnelles ne doit cependant être considérée comme un lieu d'assujettissement des sujets concernés, puisque ces statuts et rôles font souvent l'objet de stratégies (individuelles ou collectives) de négociations et, finalement, de redistributions, en fonction de différents paramètres situationnels et contextuels. Et c'est cette mobilité qu'aide à penser, à mon sens, la distinction notionnelle opérée entre deux premiers types d'identités, les identités sociales et les identités médiatiques, qui entretiennent une relation dynamique avec les identités discursives des protagonistes concernés.

L'identité sociale

La notion, très plastique, d'identité sociale fait référence à l'ensemble des attributions identitaires qui sont potentiellement mobilisables, pour un même sujet, par une instance de production afin de fonder initialement sa présence dans une émission (ou une séquence) de plateau, qu'elle soit informative (journal télévisé), à prétention explicative (débat) ou à visée ouvertement distractive. « À quel titre est-ce que x est présent sur la scène télévisuelle ? » : telle est la question à laquelle répondent ces affectations identitaires qui puisent dans les répertoires des systèmes d'appartenance, d'affiliation ou de référence des sujets concernés. Comme le montre la liste ci-dessous, ces attributions identitaires⁶ peuvent être, en fonction des genres situationnels et thématiques, des programmes d'ordre :

- professionnel : elles témoignent, dans ce cas, de l'activité rémunérée au nom de laquelle l'individu concerné se définit, ou est défini, dans le champ social. Ainsi, pour les protagonistes professionnels, est-on conduit à relever la différence parfois signifiée entre le cas d'un journaliste (doté d'une carte de presse) et celui d'un animateur, qui relève d'une autre corporation et ce, même si tous deux assument pareillement, dans leurs émissions, des statuts d'animateurs et des rôles communicationnels, tout aussi apparentés, de régulateurs de parole ;
- socio-institutionnel : elles ont trait, à la fois à la place occupée dans une hiérarchie (rédacteur en chef pour un journaliste ou cadre pour un salarié), ou

⁶ Ces attributions identitaires sont opérées de façon de plus en plus explicite par des mentions graphiques inscrites au bas de l'écran.

encore au statut juridico-administratif (retraité, fonctionnaire) de la personne concernée ;

– ethnico-culturel : elles renvoient alors aux origines ou aux ancrages culturels de la personne convoquée, en englobant les minorités « visibles » et « invisibles » ;

– citoyen : elles font référence au groupe d'appartenance et/ou de référence nationale, infra-nationale ou supra-nationale des individus concernés, en fonction des modes d'organisation politico-administrative (fédéral, confédéral...), des États ou des entités politiques dont ils relèvent ;

– résidentiel : un même individu de nationalité belge pourra être convoqué dans une émission de télévision en tant que belge (identité citoyenne), wallon (identité ethnico-culturelle), comme bruxellois ou encore comme citadin (identité résidentielle), dans une émission où seraient examinés les rapports ville-campagne ;

– sexuel (comportemental) : cette variante catégorielle fait référence à la sexualité de l'individu concerné ;

– sexué : cette attribution fait alors référence à la différence masculin/féminin. Notre listage empirique ne serait pas complet s'il n'évoquait pas, enfin, la convocation d'identités sociales à fondement plus axiologique, telles que religieuse (catholique), militante (écologiste) ou partisane (socialiste), d'ordre socio-démographique telles que familiale (mère de famille, jumeau) ou générationnelle (adolescent, senior), physico-corporelle (handicapé, obèse, diabétique, socio-stylistique (adeptes du piercing, des tatouages) et enfin intime⁷ (adepte du nudisme domestique, amateur de reptiles) pour rendre compte de certaines attributions identitaires (souvent inattendues) que l'on peut relever de plus en plus sur les écrans des programmes publicisant l'espace privé⁸.

L'examen d'une large palette de programmes français révèle, en fonction des genres, des logiques de distribution très différentes de ces assignations identitaires qui peuvent parfois se combiner⁹ ou se spécifier¹⁰, et qui concernent des non professionnels et des professionnels. Si ces étiquetages médiatiques restent, pour ces derniers, généralement implicites dans les programmes dont ils sont les maîtres d'œuvre, ils peuvent être précisés lorsqu'un journaliste ou un animateur de profession est invité dans une autre émission dans laquelle il ne tire sa légitimité que d'une expérience ou appartenance, constitutive d'une autre identité sociale que celle professionnelle.

⁷ Nous reprenons une catégorie définie ainsi par Claude Dubar (2000 : 152) : « Lorsque l'autre n'a pas d'expression adéquate, qu'il devient purement abstrait ou imaginaire, le Je est privé de médiation efficace avec le Nous : il se replie alors sur lui-même, sur son monde purement privé, sur ses relations aux plus proches, sur la défense de son "identité intime" ».

⁸ Récemment, en France, on peut suggérer, pour exemple, *C'est mon choix*, l'émission fustigée de FR3.

⁹ L'identité médiatiquement consacrée de « beur » est le croisement d'une attribution identitaire de type ethnico-culturel et générationnel.

¹⁰ Cette spécification se fait par l'adjonction d'attributs psychologiques, principalement dans des émissions consacrées à des thématiques privées. On peut ainsi relever, dans un débat de *Ciel, mon mardi* (7/11/2000), titré « Les problèmes des mères possessives », les désignations suivantes : « belle fille étouffée », « mère libérale », « fils très couvé de quarante ans ».

L'identité médiatique

À la différence de l'identité sociale, dont les différentes dimensions sont importées et ratifiées dans l'espace télévisuel, l'identité médiatique est entièrement déterminée par le dispositif de l'émission jouant là comme un lieu d'imposition de rôles et de statuts. On peut la déterminer à partir de deux paramètres :

– le statut médiatique : cette notion fait référence aux places affectées par la machinerie médiatique, tant aux protagonistes professionnels qu'à leurs invités. Les premiers (journaliste ou animateur de métier) peuvent ainsi assumer, selon les émissions, des fonctions de « maître de cérémonie » (animateur principal) ou n'intervenir que dans une séquence spécifique (animateur secondaire). Les seconds peuvent se voir affectés, au nom de leur savoir supposé dans un domaine, des statuts d'expert ou au contraire, au nom de leur ignorance d'un savoir spécialisé, des statuts de « candide » (comme dans certaines émissions scientifiques). Dans une situation de conflit social, un salarié peut être conduit à endosser un statut de témoin ou de délégué, un homme politique, un statut de candidat (dans un débat électoral), ou au contraire d'autorité (dans une autre situation décisionnelle). Un réalisateur (référence à l'identité professionnelle) peut être invité à assumer un statut d'auteur (en France notamment) dans un magazine culturel, d'acteur dans un débat relatif à l'exception culturelle française ou encore de commentateur dans un débat sur la télé-réalité¹¹. À noter cependant que, s'il consacre une compétence, le statut médiatique peut paradoxalement ne ratifier, dans la télévision contemporaine, qu'un fait de simple existence, indépendamment d'autres qualités et attributs. Il en est de celui de « personne », lorsqu'un individu est convoqué sur la scène télévisuelle pour faire état de ses réactions d'« être humain », et ce, qu'il soit une personne connue (les invités de Christophe Dechavanne dans *Ciel, mon mardi*, TF1) ou, au contraire, un anonyme (le quidam des radios-trottoirs).

– le rôle communicationnel : lié au statut médiatique, il spécifie ce dernier en précisant les activités communicationnelles que doit assumer chaque individu sur la scène de parole. Un animateur est contraint, en fonction de son statut (principal ou secondaire), d'assumer un rôle d'informateur ou d'interviewer. Un homme politique placé dans une situation monologique (par exemple, au cours d'une cérémonie des vœux du Nouvel An) sera amené, en respectant certaines normes télévisuelles, à assumer un rôle d'allocuteur caractérisé par des formes d'adresses verbales et visuelles au téléspectateur. Placé dans une situation dialogale, lors d'un duel électoral, il devra se comporter en débatteur, interpellant visuellement et verbalement son vis-à-vis, sans s'autoriser d'adresse directe et explicite au téléspectateur.

On peut conclure qu'il y a d'évidentes corrélations entre identité sociale et identité médiatique, qu'on examine celles-ci sous l'angle du statut médiatique ou du rôle communicationnel. Faut-il relever encore qu'il n'y a pas de détermination absolue de la seconde par la première. Un universitaire a certes

¹¹ C'est le cas de Jean-Jacques Beneix, réalisateur français, qui a assumé successivement ces divers statuts dans plusieurs émissions françaises au cours de ces dernières années.

plus de chances d'être invité dans une émission de débat comme expert. Il pourra cependant être convié sur la scène médiatique comme auteur dans une émission culturelle ou comme acteur, si l'émission concernée est consacrée à une réforme institutionnelle.

L'identité discursive

Témoignant de la marge d'appropriation des identités attribuées par la machinerie médiatique, l'identité discursive prend forme, quant à elle, à travers des comportements discursifs et par le biais des rôles langagiers de type énonciatif ou énoncif (Charaudeau, 1993), endossés par les protagonistes. Cependant, cette identité ne peut se manifester que sur la base du développement de stratégies discursives, allant par exemple chez les invités dans le sens de la personnalisation du propos ou sa collectivisation, de la coopération (et donc de l'acceptation des identités sociales et des identités médiatiques affectées) ou au contraire de non coopération¹² et par conséquent, du refus des identités des statuts et des rôles distribués et attendus.

Un refus de prédétermination

Comme l'a fait remarquer Sébastien Rouquette (2001), il est incontestable que les protagonistes des « palabres » contemporaines¹³ se voient de plus en plus enfermés dans des identités sociales et médiatiques autoritairement assignées par des dispositifs, de plus en plus contraignants, qui tendent à privilégier les paroles expertes et professionnelles au détriment de celles des simples citoyens. Restituée aux locuteurs médiatiques par la notion d'identité discursive, cette marge de manœuvre semblerait donc infirmée par la logique d'évolution des dispositifs contemporains qui a, par ailleurs, été mise en lumière, pour les débats politiques, par Jean Mouchon (1998). Sur un plan théorique, il me semble cependant important de tenir pour acquis – même si cette position est empiriquement et conjoncturellement questionnée –, que la forme effective prise par les échanges dans les programmes à base de paroles n'est jamais prédéterminée. Car ce serait faire abstraction de deux paramètres complémentaires. D'une part, l'intervention, chez les sujets engagés dans ces situations médiatiques, de conflits entre les « images pour soi » et les « images pour autrui »¹⁴, et donc de processus inégaux d'identifications aux identités qui

¹² On en a un exemple, à la télévision française, avec la prestation d'une jeune actrice (Emma de Caunes) dans l'émission *On aura tout vu* (Olivier Fogiel, France 3, janvier 2002). Confrontée à un animateur réputé agressif et déstabilisant, elle n'eut de cesse, durant son interview, d'invalider les questions posées et leurs présupposés et de mettre en cause leur pertinence.

¹³ Sébastien Rouquette voit une des formes les plus achevées dans *Ça se discute* (France 2, Jean-Luc Delarue).

¹⁴ Claude Dubar commente ainsi ces notions : « Ces identifications sont de deux types : les identifications attribuées par les autres (que j'appelle "identités pour autrui") et les identifications revendiquées par soi-même ("identités pour soi"). On peut toujours, en effet, accepter ou refuser les identités qu'on vous attribue. On peut s'identifier soi-même autrement que ne le font les autres » (2000 : 4).

leur sont affectées. D'autre part, induite par les précédents phénomènes, la mise en place de dynamiques interactionnelles qui sont à l'origine de processus de déplacements et des réinvestissements identitaires parfois inattendus.

Des transgressions réussies...

Toujours conditionnelles, les identifications aux identités affectées ne se réalisent qu'à des degrés très divers, en fonction des dispositions des protagonistes et de leurs ressources, des degrés de complexité des situations d'échanges et, bien sûr, des niveaux de contraintes des dispositifs. Les comportements discursifs observables vont souvent dans le sens de la conformité aux statuts et aux rôles attribués, surtout si l'on se trouve dans des dispositifs à haut niveau de contrôle. Ils peuvent cependant donner lieu, tant chez les habitués des plateaux que chez les néophytes, à des manœuvres de transgression ou de débordement. Auto-initiées, celles-ci s'accomplissent généralement avec félicité en donnant à voir la fluidité des glissements identitaires chez un même sujet. À preuve, le cas de Bernard Tapie qui, devenu animateur d'un *talk-show* sur RTL 9 (*Rien à cacher*), n'hésite pas à faire resurgir, derrière son identité médiatique, les diverses formes d'identité sociale (chef d'entreprise, homme politique, responsable de club sportif, acteur de cinéma et de théâtre) qui lui vont valu, à d'autres moments de son histoire, d'être présent sur la scène télévisuelle. Témoin également Jean-Marie Colombani (directeur du journal *Le Monde*), invité dans un débat sur la Corse sur la chaîne câblée LCI. Convié à ce premier titre et sans remettre en cause son identité médiatique, il en vient, selon les moments, à opérer des « changements de casquette » vers d'autres formes d'identité sociale (ethnico-culturelle principalement), aidé par une situation à caractère polylogal, autorisant plus encore que la situation dialogale d'interview évoquée précédemment une telle mobilité identitaire (Dubar, 2000 : 4). Plus intéressante encore est cette prise de parole d'un anonyme convoqué à titre d'usager-témoin dans une édition de *Prise directe* (Michel Field, FR3, 2/11/2000), consacrée à la question des grèves. Comme le met en évidence la retranscription de son énoncé¹⁵, ce locuteur, inscrit dans un dispositif particulièrement ouvert à l'expression profane et citoyenne, en vient à occuper, sans rappel à l'ordre, un statut de citoyen-expert engagé dans des rôles d'analyste et de commentateur.

¹⁵ Michel, simple usager des transports : « En ce qui me concerne, effectivement le problème comme vous dites, le problème de se faire entendre, vous dites qu'il n'y a pas d'autre moyen, il y a peut être un manque d'imagination, quand même hein, parce que de dire qu'il n'y a pas d'autre moyen, faut peut-être réfléchir à de nouveaux moyens, d'autre part il est hors de question de remettre [Interruption par Michel Field] rapidement, rapidement, un point tout à l'heure j'ai un peu sursauté lorsque vous avez parlé de prise en otages des usagers, là il faut garder aux mots leur valeur, une prise d'otages c'est Jolo, c'est pas les voyageurs hein... D'autre part, je trouve qu'il est tout à fait anormal et là je ne repousse pas directement la faute sur les syndicats, mais il est anormal que quelqu'un soit refusé à l'embauche parce qu'il habite sur la ligne C du RER souvent en grève, ça c'est un vrai problème, c'est un vrai problème citoyen et encore une fois ce n'est pas les syndicats que j'attaque, s'il y a quelqu'un qu'on peut éventuellement attaquer, c'est les gens qui sont en face des syndicats et qui comme le disait Monsieur, font la sourde oreille et attendent que la situation pourrisse... ».

... Aux déstabilisations inattendues

Ce dernier exemple, qui souligne l'importance du paramètre du mode de gestion de la parole dans un dispositif d'émission, ne doit pas dissimuler que ces tentatives de débordement sont sources de tensions et parfois d'échecs, lorsque ceux qui s'y risquent vont à l'encontre des normes implicites des contrats d'échanges. C'est le cas pour les anonymes, comme le montre cet exemple souvent cité, d'une édition de *La France en direct* (France 2, 9/12/1995) : l'animateur, Daniel Bilalian, rappelle une interlocutrice étudiante à son rôle de simple questionneur. Mais il en va de même pour les habitués des plateaux. Témoin le sort de Fabrice Lucchini dans une émission culturelle (*Bouillon de culture*, France 2, 29/04/1991), animée par Bernard Pivot. Emporté par son tempérament « logorrhéique », le comédien en vient à dépasser son statut d'artiste-invité pour emprunter celui d'animateur, en se risquant à distribuer la parole. Ce qui lui vaut un sec rappel à l'ordre de Bernard Pivot, rétablissant explicitement les prérogatives liées à son statut.

D'autres situations, fournies à titre d'illustrations, soulignent les enjeux liés à ces situations interlocutives conflictuelles qui engagent des rapports de force débouchant sur des déstabilisations identitaires, dont ne sont pas préservés les animateurs eux-mêmes. La première met en présence Patrick Poivre d'Arvor, questionnant dans le journal télévisé (TF1, 30/02/2002) Charles Pasqua, sur ses implications dans différentes affaires : « Est-ce que vous ne craignez pas que votre campagne soit polluée chaque jour par de nouvelles inculpations ou des péripéties judiciaires ? ». Et se voyant brutalement renvoyé à son passé personnel d'ancien inculpé, pour complicité d'abus de fonds sociaux, il rétorque : « Monsieur Poivre d'Arvor, vous-même autrefois... vous avez eu à affronter ce genre de situation, vous avez connu les juges ». Moins domageable pour la face du gestionnaire de la parole, le second cas de ces échanges télévisuels qui concerne l'animateur Christophe Dechavanne (*Ciel mon mardi*, TF1, 7/10/2000), sortant de son rôle de régulateur dans un débat sur les « mères possessives », pour s'impliquer personnellement. La situation d'échanges revêt peu à peu la tournure d'une simple conversation, jusqu'à entraîner un participant à « retourner » une question insistante à l'animateur, brusquement ramené à sa propre histoire et identité familiale¹⁶.

Plus complexe, car faisant intervenir un tiers, mais plus manifeste encore, est un dernier cas emprunté au magazine *Union Libre* (France 2, 16/01/2002) dont l'animatrice est Christine Bravo. La situation réunit autour de celle-ci, la comédienne Clémentine Céleri et différents chroniqueurs natifs de pays européens, conviés à évoquer le cas de « femmes scandaleuses » dans leurs pays respectifs. Dans cette succession de prestations parodiques et humoristiques, celle de la chroniqueuse espagnole, intervenant en dernier, et qui évoque, en se déguisant, la figure de Dolorès Ibarruri, la *Pasionaria*¹⁷ est notable. D'abord parce qu'elle induit un changement

¹⁶ Comme l'atteste cette retranscription de l'échange :

« Et vous êtes sorti à quel âge ? – Je ne me suis jamais marié.

– Mais à quel âge ? – C'est moi qui pose les questions !

– À quel âge êtes-vous parti ? – Vingt-trois ans ».

¹⁷ Secrétaire du Parti communiste espagnol (1890-1985). Personnage mythique du camp républicain lors de la guerre d'Espagne (1936-39).

d'attitude chez l'animatrice : « Ça, voilà alors quand même, si on fait le tour, Clémentine, des révo... ou des femmes comme ça scandaleuses... c'est votre » ; puis chez Clémentine Célerié : « Vous voyez, vous avez fait, vous avez failli faire un lapsus de révolutionnaire à scandale, le problème c'est que le scandale, ça vaut pas le coup si ça révolutionne quelque chose, moi je trouve... Ben oui, montrer son cul pour une femme, c'est pas vraiment courageux... Moi je trouve ça chouette quand il y a un scandale, une chose qui fait avancer, créative, je s'ais pas, qui va dans le bon sens, j'sais pas... ». Cette intervention transforme le climat ludique de l'émission et la tonalité du discours de l'animatrice qui clôt brusquement la séquence en concluant sur un ton grave : « Moi je serai comme ma copine, je, je voterai Dolorès Ibarruri ». Si l'on connaît les origines espagnole, populaire et républicaine, volontiers revendiquées par Christine Bravo¹⁸, on mesure à quel point un format et un dispositif d'émission ne font jamais qu'établir un cadre. Autrement dit, un lieu de contraintes, mais aussi un espace de construction collective où peut se déployer tout un champ de possibles, comme ce brusque effet en retour, chez l'animatrice, de son identité sociale « première », qui vient brusquement recouvrir son identité médiatique progressivement instituée (caractérisée par son franc-parler et son fou rire mécanique) et démentir la tonalité légère et distanciée du programme dont elle est la garante.

Une instabilité permanente

Une telle scène télévisuelle donnerait donc raison à la position que j'essaie de défendre pour l'analyse des dispositifs télévisuels en prévenant, s'il en était besoin, contre les illusions de « l'unicité de soi » mises à mal, depuis longtemps, par les travaux d'Erving Goffman. Elle illustrerait, sur le terrain médiatique (qui ne ferait que l'intensifier), cette « crise des identités » que Claude Dubar (2000) a problématisée. Et elle confirmerait plus largement l'éclairant propos de Guillaume Le Blanc (2001 : 205) suivant lequel « l'identité peut désormais être pensée sous un angle diachronique, comme l'histoire même des tentatives individuelles pour formuler à un certain moment, une cohérence de soi dont le moteur réside précisément dans l'articulation entre le type d'attribution sociale que j'endosse et la manière dont je m'apparais à mes propres yeux, articulation qui peut se faire sur le mode de l'identification (je fais fondre mon identité pour soi dans l'identité pour autrui), ou de la distance (mon identité personnelle s'éprouve dans la séparation entre l'identité pour soi et l'identité pour autrui), sans que cette articulation ne soit elle-même jamais hypostasiée en identité permanente, mais toujours en stratégie identitaire posée à un certain moment »¹⁹.

¹⁸ À preuve, la façon dont elle se présente dans le site Internet de l'émission (www.france-television.fr) : « Née le 13 mai 1956, fille d'un maçon espagnol, elle grandit dans le milieu modeste des réfugiés espagnols en France ».

¹⁹ Guillaume Le Blanc (2001 : 206) renforce ce propos en notant que « l'identité ne désigne plus la vérité secrète d'un être mais une cohérence minimale posée à un certain moment de l'histoire d'un sujet entre les figures sociales de l'identité nécessairement limitées et la figuration personnelle de sa propre identité ».

Dans cette optique, on doit considérer que la médiatisation télévisuelle ne ferait qu'intensifier cette instabilité identitaire permanente décrite par Claude Dubar et commentée par Guillaume Le Blanc. Surtout si l'on retient que l'exposition sur ces scènes publiques est à l'origine, pour les notoriétés, de la construction d'un autre type d'identité médiatique que celle, conjoncturelle, jusque-là évoquée. Venant se superposer à la première, interviendrait une identité médiatique instituée qui résulterait des stratégies discursives développées par les protagonistes et des normes des médias publics. Par exemple, récemment, la situation de Gérard Miller, psychanalyste, est significative en elle-même : invité initialement comme analyste dans certaines émissions intimistes, pour afficher ensuite un sens de l'humour distanciateur et caustique (mais toujours à fondement éthique), il s'est forgé une identité médiatique d'intellectuel de gauche, progressivement professionnalisée, à travers un exercice de chroniqueur dans plusieurs émissions de divertissement. Au point de diluer son identité professionnelle première, qu'il a réaffirmée par la rédaction d'une autobiographie imaginaire (Miller, 2001), comportant une violente charge contre l'univers télévisuel.

Propositions conclusives

Il apparaît ainsi que dans la télévision de direct et de plateau principalement, le rapport entre identité sociale, identité médiatique et identité discursive doit être pensé comme fondamentalement processuel, fluide et réversible, la machinerie médiatique ne parvenant tout au plus qu'à disposer et exposer certaines configurations sociales et identitaires. Mais jamais à les imposer irréductiblement. Un tel constat invite à se déprendre du médiacentrisme qui revient à hypertrophier le pouvoir de ces institutions, décrites comme des instances de consécration des rapports sociaux ordinaires. On peut s'accorder avec certaines approches sociologiques (Rouquette, 2001) qui, étayant trop rarement leurs analyses par des calculs statistiques (*ibid.*), rendent compte cependant d'incontestables formes de régularités allant dans le sens d'une consécration avérée de paroles dominantes ou, plus subtilement, pour les émissions de société, d'une rationalisation d'un « espace social idéal » masquant cette forme d'hégémonie. Encore faut-il que ces analyses n'en viennent pas à oublier les enjeux propres aux programmes de direct (ou de « continuité »²⁰), dont la spécificité est bien de créer les conditions de possibilité des scènes évoquées ci-dessus qui se présentent, non pas comme des « ratés » communicationnels, mais bien comme des « dysfonctionnements structurels ». Et faut-il encore que ces travaux n'en viennent pas, plus largement, à dénier le fait que la scène télévisuelle informative et explicative est le théâtre de stratégies, consubstantielles à toute scène publique, de constructions identitaires, individuelles et collectives.

²⁰ Cette notion est empruntée à Jérôme Bourdon (1988) qui désigne ainsi l'ensemble des émissions ne donnant pas lieu à un montage *a posteriori*, qu'elles soient réalisées en direct ou en différé.

Pour penser de tels processus, des publications de sociologues, comme celles de Bernard Lahire (1998) ou François Dubet (2000), peuvent d'évidence être mises à contribution, car elles mettent bien en lumière la complexité et l'instabilité des processus identitaires²¹ dans un contexte de mondialisation accrue qui ne peut qu'affecter la sphère médiatique. D'autant plus qu'en fournissant des instruments notionnels pertinents, ces théorisations rejoignent une conception du sujet, non réductible au système social, qui converge avec celle de problématiques relevant de la psychologie sociale du langage (Chabrol, 1990), ou de l'analyse du discours (Charaudeau, 2001), dont les applications à des objets proprement télévisuels ont permis de vérifier plusieurs des mécanismes interactionnels mis en lumière ci-dessus. J'avancerai, pour conclure, que ces réflexions, en plein développement, peuvent féconder, en dépassant les limites des modèles sociologique et sémiolinguistique, des travaux spécialisés sur les discours des médias audiovisuels. Des analyses qui, tout en prenant en compte certaines logiques sous-jacentes aux dispositifs et au média télévisuel, ne méconnaîtraient pas pour autant leur investissement par des jeux et des jeux identitaires permanents.

Références

- Bauman Z., 2001, « Identité et mondialisation », *Lignes N°1 nouvelle série*, pp. 10-27.
- Beaud P., 1984, *La société de connivence, Média, médiations et classes sociales*, Paris, Aubier Res Babel.
- Bourdieu P., 1980, *Ce que parler veut dire*, Paris, Fayard.
- Bourdieu P., 1996, *Sur la télévision*, suivi de *L'emprise du journalisme*, Paris, Liber Éd.
- Bourdieu P., Wacquant L. J.D., 1992, *Réponses : pour une anthropologie réflexive*, Paris, Éd. du Seuil.
- Bourdon J., 1988, « Propositions pour une sémiologie des genres télévisuels », *Quaderni*, 4.
- Boyer H., Lochard G., 1998, *Scènes de télévision en banlieues*, INA/Éd. L'Harmattan.
- Chabrol C., 1990, « Réguler la construction de l'identité », pp. 215-229, in : Berrendonner A., Parret H., dirs, *Interactions communicatives*, Berne, Peter Lang.
- Charaudeau P., 1993, « À propos des débats médiatiques : l'analyse des discours des situations d'interlocution », *Psychologie française*, 38-2, pp. 112-123.
- Charaudeau P., 2001, « Les niveaux de la construction discursive comme activation/masquage de la construction sociale », Actes du Colloque de Puebla *Identités sociales et identités discursives*, Puebla, à paraître.
- Dubar C., 2000, *La crise des identités*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Dubet F., 1994, *Sociologie de l'expérience*, Paris, Éd. du Seuil.
- Kerbrat-Orecchioni C., 1992, *Les interactions verbales*, tome 2, Paris, A. Colin.
- Kerbrat-Orecchioni C., Plantin C., dirs, 1995, *Le trilogue*, Presses Universitaires de Lyon.
- Lahire B., 1998, *L'homme pluriel. Les ressorts de l'action*, Paris, Nathan.
- Le Blanc G., 2001, « Les identités incertaines, Le repérage des identités sociales dans

²¹ À ce propos, il est intéressant de se référer aux remarques de Zygmunt Bauman (2001 : 13) : « En d'autres termes, le dilemme qui tourmente les hommes et les femmes au tournant de ce siècle n'est pas tellement celui d'apprendre comment atteindre l'identité de leur choix, ni celui de le faire reconnaître par ceux qui les entourent, mais quelle identité choisir et quoi faire pour rester vigilant une fois que l'identité choisie a été retiré du marché ou a perdu ses pouvoirs de séduction ».

- les sciences sociales », *Lignes N°1* nouvelle série, pp. 201-227.
- Lochard G., 1990, « Débats, talk shows : de la radio filmée ? », *Communications et Langages*, 86, pp. 92-100.
- Lochard G., 1999, « Parcours d'un concept dans les études télévisuelles », *Hermès*, 25, pp. 143-152.
- Macé E., 2001, « Qu'est-ce qu'une sociologie de la télévision ? (2) Esquisse d'une théorie des rapports sociaux médiatisés », *Réseaux*, 105, pp. 201-240.
- Miller, G., 2001, *Minoritaire*, Paris, Stock.
- Mouchon J., 1998, *La politique sous l'influence des médias*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Quéré L., 1982, *Des miroirs équivoques, Aux origines de la communication moderne*, Paris, Aubier-Montaigne.
- Relieu M., 1999, « La réalisation et la réception du produit télévisuel comme accomplissement », pp. 41-65, in : Desgouttes J.-P., dir., *La mise en scène du discours audiovisuel*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Rouquette S., 2001, *L'impopulaire télévision populaire, Logiques sociales, professionnelles et normatives des palabres télévisées*, Paris, Éd. L'Harmattan.