

Quel futur pour le récit médiatique ?

What future of the media narrative ?

Marc Lits



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/6562>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.6562](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.6562)

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 septembre 2012

Pagination : 37-48

ISBN : 978-2-8143-0120-7

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Marc Lits, « Quel futur pour le récit médiatique ? », *Questions de communication* [En ligne], 21 | 2012, mis en ligne le 01 septembre 2014, consulté le 27 octobre 2022. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/6562> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.6562>



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

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

MARC LITS

Observatoire du récit médiatique
Université catholique de Louvain, Belgique
marc.lits@uclouvain.be

QUEL FUTUR POUR LE RÉCIT MÉDIATIQUE ?

Résumé. — Il y a vingt ans, l'ORM forgeait la notion de récit médiatique, en utilisant le modèle construit par Paul Ricœur dans *Temps et récit*, pour l'appliquer à la mise en récit des informations dans les médias contemporains. Aujourd'hui, à l'heure où les nouvelles technologies ont modifié les modes de fabrication du récit et les pratiques des rédactions, où les usagers sont aussi les co-constructeurs de l'information qu'ils lisent et critiquent, il faut rediscuter de la pertinence de la notion même du récit. Celui-ci est plus éclaté, ouvert à des réécritures, à des formes de polyphonie, qui demandent de fonder une hypernarratologie. C'est urgent, pour ne pas succomber au modèle dominant du *storytelling*, dont une critique narratologique doit être développée, et pour comprendre le retour d'un journalisme narratif, aux États-Unis et en Europe, tant en presse écrite que dans les nouveaux formats comme la revue *XXI* ou les webdocumentaires.

Mots clés. — Récit médiatique, narratologie, hypernarratologie, *storytelling*, journalisme narratif, médias.

Dès sa création, il y a un peu plus de vingt ans, l'Observatoire du récit médiatique (ORM) a voulu théoriser la notion de récit médiatique. À cette époque, la notion de récit, très présente dans les théories structurales d'analyse textuelle et discursive, comme dans la linguistique textuelle, était quasiment inexistante dans le champ de l'analyse des médias et des études en information et communication. C'est en s'inspirant, entre autres travaux, de ceux de Paul Ricoeur (1983-1985) et de ses trois volumes de *Temps et récit*, que l'ORM forgea cette notion de récit médiatique et développa la narratologie médiatique. Dans le droit fil de la perspective ricœurienne, le récit médiatique était alors envisagé sous l'angle d'un vecteur de constitution d'identité collective, en dépassant les approches méthodologiques quelque peu restrictives proposées par l'analyse du discours. Les premiers travaux se sont attachés à saisir les mouvements de la triple *mimèsis*, à l'œuvre dans la production, la réception et l'appropriation des récits d'information. Deux décennies de recherche ont mis au jour des processus relevant de la construction du personnage, des virtualités narratives des supports médiatiques, de la médiagénie (Marion, 1997), ou encore des interactions entre des diégèses spécifiques et des genres journalistiques ou des contextes socio-économiques, comme dans le cas du fait divers, du photojournalisme, ou aujourd'hui, du webdocumentaire (Lits, 2008). Mais le récit se construit aussi dans sa réappropriation et plusieurs études ont été menées sur les usages sociaux des médias, à travers des approches ethnologiques de publics spécifiques. Désormais, ces apports permettent d'aborder avec un nombre de connaissances établies des réalités informationnelles aussi mouvantes qu'incertaines. Et ce travail est partagé aujourd'hui par de nombreuses équipes, comme en témoignent quelques livraisons de revues entièrement consacrées à cette thématique de l'analyse narratologique de l'information, dans *Réseaux* (2005) ou *Quaderni* (2010-2011) par exemple.

En 1996, un premier colloque international faisait le point sur ces premières recherches, après cinq ans de travaux (*Recherches en communication*, 1997). Vingt ans après l'invention de cette notion de récit médiatique, il est opportun de revenir sur sa pertinence épistémologique et méthodologique, entre autres raisons parce que deux éléments nouveaux modifient radicalement le champ d'étude. Premier élément perturbateur, les textes de presse circulent désormais de manière massive *via* le *web* et les réseaux sociaux (qui n'existaient pas quand la notion fut créée). Cela a entraîné une transformation radicale des pratiques professionnelles des journalistes, notamment dans leur manière de rédiger et, pour le public, cela modifie les manières de lire un article, voire de le coécrire. Dans leur production comme dans leur réception, les modèles mêmes de mise en récit s'en trouvent bousculés et il est sans doute nécessaire de développer aujourd'hui les contours d'une hypernarratologie médiatique pour pouvoir en rendre compte. Deuxièmement, il faut aussi prendre en compte le fait que la forme du récit a été formalisée et fortement instrumentalisée par la communication politique, comme par la communication d'organisation, ce dont témoigne de manière symptomatique l'essai de Christian Salmon (2007). La

mécanique du *storytelling*, loin du modèle optimiste ricœurrien de construction d'identité collective, est devenue un outil de persuasion, indifférente aux enjeux éthiques de ses visées, y compris dans certaines formes de journalisme narratif ou d'écriture narrative à finalité sensationnaliste. Un des aspects significatifs des travaux de l'ORM est d'avoir mis en tension, dans l'analyse de récits médiatiques particuliers, leur production et leur réception. Cette intuition précédait l'incursion massive du public dans la production d'information, dans un contexte de nouvelles technologies et de nouveaux usages de l'information. La part créatrice du lecteur, la co-construction du récit, déjà présentes chez Umberto Eco (1962), prennent dans le contexte actuel un sens nouveau.

Ouvert à l'apport du public par l'activité de lecture personnelle, le récit se complète aujourd'hui d'une interaction dès la création du récit d'information (public et réseaux sociaux comme source d'information, réactions immédiates du public selon diverses formes...). Le récit médiatique apparaît aussi comme une alternative à la forme objectivante de l'écriture journalistique traditionnelle, fondée en partie sur une communication à sens unique et la conception d'un public passif. L'apparition de formes médiatiques hybrides (reportages en bandes dessinées, reportages écrits en formats longs inspirés de la structure romanesque, webreportages, webdocumentaires...) s'accompagne d'une discussion publique des canons objectivistes du journalisme : revendication d'une écriture en « je », affirmation du doute, usage affiché du procédé narratif, utilisation des espaces d'incertitudes et d'interprétations du récepteur. Ces interrogations narratives ont bien sûr des résonances socio-économiques qu'on ne peut ignorer, tant l'analyse narratologique ne peut se concevoir que dans le cadre d'une connaissance approfondie des conditions de production (identification des propriétaires du titre, modes d'organisation des rédactions, conditions de travail des journalistes, liens avec les régies publicitaires, importance des diffusions et des audiences...). Si l'on adopte une attitude prospective pour envisager comment la notion de récit médiatique peut aujourd'hui continuer à nourrir de manière féconde l'analyse des médias, il apparaît que cinq éléments doivent être saisis en interaction et soumis à l'analyse :

1. L'éclatement du schéma narratif classique sous la pression de l'usage journalistique des nouvelles technologies et de l'écriture sur le web (et la nécessité qui en découle de penser ensemble la structure narrative et le support qui la véhicule).
2. Les usages du récit médiatique *via* les nouvelles technologies, tant en termes de consommation que de co-production du récit.
3. L'émergence du modèle du *storytelling*, avec toutes ses ambiguïtés, mais qui modifie le contexte théorique et pratique.
4. Le succès de nouvelles expressions et de nouveaux supports du journalisme narratif.

5. La nécessité de revisiter les modèles théoriques de la narratologie et de la sémiologie sous l'influence des nouveaux modes de production et de réception des récits médiatiques, pour faire évoluer les théories narratologiques et faire émerger une hyperratologie.

L'éclatement du schéma narratif

Un premier aspect de la construction narrative se trouve radicalement transformé, celui de sa temporalité. Les évolutions technologiques obligent à revisiter l'usage du temps dans les médias audiovisuels et dans leurs déclinaisons multimédias. Au point d'inviter à une redéfinition des bases classiques de la narratologie et à un réexamen des rapports entre temps et récit tels que décrits par Paul Ricœur dans l'entrelacement des trois *mimèsis*. La compression du temps modifie désormais notre rapport au monde, puisque le médium télévisuel, depuis la première guerre du Golfe, joue en quasi-simultanéité avec les événements montrés, comme l'avaient déjà montré Jean Baudrillard (1991) et Paul Virilio (1991). Dès ce moment, l'objectif des médias, qui consistait à informer le plus vite possible le public après que survienne un événement, fut remplacé par cette exigence inimaginable jusqu'il y a peu : l'événement doit si possible être médiatisé pendant qu'il se déroule. Dès lors, si le temps de la transmission devient concomitant à l'événement, dans quelle mesure permet-il encore une véritable appropriation, une reconfiguration au sens où l'entend Paul Ricœur dans sa troisième *mimèsis* ? Voilà l'une des conséquences directes de la transformation radicale de la temporalité médiatique sur le modèle qui nous sert de base d'analyse. La saisie brute des témoignages ne laisse guère de temps pour une reconstruction identitaire. L'urgence fait office d'analyse et empêche toute forme de réorganisation des récits et de leurs multiples jeux de temporalité. Il s'agit donc de mesurer les conséquences de ces transformations, dans la gestion d'un temps narratif de plus en plus immédiat. On ne peut faire un travail de mise en intrigue qu'avec un minimum de distance, car, normalement, le récit vient après l'événement. Or, actuellement, l'idéal journalistique consiste à couvrir l'événement pendant qu'il se produit, parfois avant même qu'il ne se produise. Si l'on considère la deuxième guerre d'Irak, on constate que l'important pour les chaînes de télévision n'était pas de nous expliquer ce qui se passait là-bas, mais simplement d'affirmer la présence de leur envoyé spécial sur le terrain, occupant la posture de Fabrice Del Dongo au cœur de la bataille de Waterloo, parce qu'ils ne disposaient pas de l'accès aux sources, ni du temps nécessaire à la reconstruction. Priorité est donnée à l'énonciation, à la relation, plutôt qu'à la construction de l'information. La possibilité d'une correcte mise en œuvre de la deuxième *mimèsis* doit désormais être rediscutée. L'exemple le plus fort fut celui du Tsunami de décembre 2004, lorsque la construction narrative de l'événement échappa pour partie aux agences de presse et aux rédactions qui se contentèrent de relayer les images prises par des vidéastes amateurs,

afin d'enchaîner les séquences d'action, sans cohérence causale ou temporelle, dans une esthétique du fragment généralisée. Plutôt que de mise en récit, ce furent des « micro-récits » successifs qui furent proposés, voire des « scènes narratives » – au sens où l'employait Yves Reuter (1994) dans une livraison de *Pratiques* – fondées sur quelques situations dramatiques stéréotypées : la vague déferlante, la mère éplorée, le sauveteur généreux, le donateur au grand cœur... Dès lors, peut-on encore parler de récit médiatique, ou faut-il abandonner une notion qui ne correspond plus à la réalité des pratiques journalistiques ?

Les nouveaux usages du récit

Très clairement, cet éclatement est devenu de plus en plus important dans les récits médiatiques actuels, construits selon des logiques déstructurées (ou autrement structurées, plus exactement) en production comme dans leur réception. Sans parler des chats, forums et blogs où le narratif est sans doute moins présent, ni des commentaires de moins de 140 caractères relayés via un réseau social comme Twitter. Si la logique du cadre cède le pas à une consommation réticulaire, à une accumulation de fragments, y a-t-il encore reconfiguration possible ? Les récits sont désormais consommés de manière de plus en plus éclatée, ce qui oblige à reconsidérer la notion de fragment, qui semble antinomique avec celle de récit. Peut-on, aujourd'hui, penser la notion de récit comme une accumulation de fragments, sans être pris dans un paradoxe insurmontable, qui oblige à revenir à l'hypothèse de l'oxymore quand on parle de récit médiatique déjà avancée en 1997 ? C'est pensable si l'on accepte que l'usage du récit, aujourd'hui, n'est plus lié à une logique de stock (le lecteur consulte les récits préexistants à sa lecture en puisant dans un stock de récits de différents types mis à sa disposition), mais est inscrit dans un flux permanent, ce qui ramène à la question de la temporalité, des limites, du cadre. On pourrait donc admettre comme nouveau postulat que le récit ne disparaît pas mais qu'il se construit désormais sous d'autres formes, en tout cas dans le système médiatique et la culture de masse. Le récit se co-construit par accumulation de fragments narratifs s'agrégeant peu à peu. L'identité narrative est partagée, toujours fluctuante, non clôturée, toujours synchrone. Au modèle du *broadcast* a succédé celui du *broadband* dans les médias audiovisuels contemporains. Ce n'est plus l'émetteur qui est déterminant, c'est l'importance de la bande passante, du flux, qui permet l'interactivité, y compris pour les structures narratives. Si ces conditions sont généralement réunies quand le récit est rédigé et narré par une même personne (la séquence montée du journal télévisé), qu'en est-il quand l'utilisateur passe d'une chaîne à l'autre ou va chercher son information, en simultané, sur des sites *web* ? En effet, il faut prendre en compte le fait que le récit est non seulement fragmenté, mais qu'il se déploie en passant d'un support à l'autre, dans des migrations permanentes. Puisque le récit passe d'un lieu (topologique et narratif) à l'autre, il n'y a plus d'unité thématique ni de récit clôturé. L'utilisateur se trouve devant un récit infini, sans

début ni fin, dans lequel il circule sans hiérarchisation ni progression construite. Mais peut-être faut-il abandonner le singulier, puisqu'il n'y a plus de récit unique, plutôt une circulation concomitante de récits multiples, produits par des énonciateurs différents, qui s'échangent et s'interpénètrent. À l'éclatement de la configuration correspond simultanément une déflagration de la refiguration. Il y a en même temps ressassement (la même information saisie sur plusieurs chaînes), hétérogénéité (des bribes d'information diverses non coordonnées), ruptures (passage d'un thème à un autre), télescopages (mise ensemble, parce qu'ils sont consommés successivement, d'événements sans lien entre eux). L'analyse des usages de l'internet pose clairement la question de l'éclatement énonciatif qu'il installe.

C'est dans la construction et l'identification des positions énonciatives que se joue probablement un nouveau dispositif de communication. L'énonciation devient partagée, en même temps qu'elle se dilue au sein d'échanges multipolaires. L'émetteur du récit médiatique n'est plus unique, mais se construit en relation avec ses récepteurs ; les lieux d'émissions se démultiplient au point de perdre leur identité propre et identifiable. Cela pourrait augurer d'une recomposition positive des échanges discursifs, en ce sens que ces protocoles d'échange signifieraient définitivement la fin du schéma classique émetteur/récepteur au profit d'une discursivité circulaire, véritablement polyphonique, et d'une récursivité permanente des transmissions d'information. Il y aurait donc l'espoir de voir surgir de nouvelles formes de narrativité, dans une polyphonie co-construite, ou à tout le moins à travers des entrecroisements de récits partagés, mais avec des risques de dilution des identités énonciatives. Le risque de l'internet n'est peut-être pas celui de la mort du sujet, mais de sa dissolution dans trop de sujets, sans reconnaissance possible. Peut-il encore y avoir récit dans un cadre de co-énonciation non partagé délibérément ? Tout cadre est remis en cause, ce qui oblige aussi à repenser la notion de polyphonie elle-même. Nous sommes désormais confrontés à des polyphonies énonciatives simultanées et partagées, sans fin.

L'émergence du modèle du *storytelling*

Ces transformations des objets analysés doivent être évaluées en prenant en compte les modifications simultanées du contexte de référence des modèles de pensée dominants et des formes de production médiatique. La transformation la plus significative du cadre est due à l'émergence d'outils, fondés sur des discours théoriques, rassemblés dans le modèle du *storytelling*. En 2007, l'ouvrage de Christian Salmon a eu le mérite d'attirer l'attention d'un public large, bien au-delà des seuls chercheurs en sciences humaines et sociales, sur le succès grandissant (dans des domaines aussi divers que la publicité commerciale, les jeux vidéos destinés à former des militaires avant leur départ sur des terrains d'opération

ou la communication politique) de l'usage d'une forme de narratologie pratique déclinée à des fins persuasives. Le récit ou, du moins, certains de ses usages managériaux, seraient donc revenus à l'avant-plan, dans le milieu des années 90, pour amorcer un *narrativist turn*, à l'image de ce que fut le *linguistic turn* des années 60. Il faut d'emblée signaler que, même si Christian Salmon évoque brièvement les ouvrages de Paul Ricoeur ou la livraison fondatrice de la revue *Communication* (1966) qui inaugure l'analyse structurale des récits, il n'inscrit pas son analyse du *storytelling* dans une histoire de la narratologie, qu'elle soit aristotélicienne, structuraliste ou post-structurale. Cela nous semble pourtant essentiel pour analyser valablement ce « retour du récit », pour autant que celui-ci ait jamais disparu. Sans revenir aux déclarations, discutables, d'Umberto Eco sur la fonction biologique du récit, ou à celles d'Aron Kibédi Varga sur sa dimension anthropologique, il serait justifié d'inscrire cette histoire de la mise en récit du monde dans la lignée des recherches de Michel de Certeau (1980) ou de Gianni Vattimo (1990), ou dans les analyses de Louis Quéré (1982) sur l'information postmoderne construite narrativement, voire dans les observations d'un publicitaire comme Jacques Pilhan qui avait, dès 1995, expliqué comment les hommes politiques devaient être construits médiatiquement comme des personnages de fictions télévisées pour faire passer leur message. Cependant, l'intérêt manifesté par Christian Salmon pour les manifestations particulières du *storytelling* dans le marketing et la communication politique (alors qu'il néglige totalement son importance dans la résurgence d'un *new journalism* très marqué par le narratif, au même moment, aux États-Unis) est intéressant dans la mesure où il montre bien comment, dans une société postmoderne qui ne trouve plus ses repères dans les grands récits de légitimation, comme l'avait déjà démontré Jean-François Lyotard (1989), d'autres récits vont occuper l'espace laissé libre en instrumentalisant la fonction narrative, en la découplant de son rôle de construction de sens pour en faire un instrument d'aliénation.

Mais on peut s'interroger sur la nouveauté de cette analyse, dans la mesure où elle est finalement assez semblable de celle déjà proposée à la fin des *Mythologies* de Roland Barthes en 1957. Son décodage du jeune nègre saluant le drapeau français dans *Paris Match*, peut déjà se comprendre comme une dénonciation de ce qui n'était pas encore qualifié de *storytelling*. Le mythe comme « système sémiologique second » a « une double fonction : il désigne et il notifie, il fait comprendre et il impose », disait-il alors (*ibid.* : 202). Et ce qu'il dévoile à travers l'image de l'abbé Pierre présente de grandes similitudes avec ce que Christian Salmon (2012) nous propose dans son décodage de la machine Kate Moss. Il est dès lors assez logique que notre auteur prolonge son étude générale dans des chroniques intitulées « *War Room* » dans *Le Monde*, s'inscrivant ainsi dans la tradition critique et médiatique de son prédécesseur. La dénonciation du détournement de la fonction narrative et du mythe à des fins commerciales ou politiques, lorsqu'un récit escamote le réel pour une promesse de réel meilleur, cela relevait auparavant de confrontations idéologiques, c'est aujourd'hui ramené à du *storytelling*. Il y a cependant un implicite permanent dans les mécanismes

mis au jour et dénoncés par Christian Salmon, dans la mesure où il se réfère à une rationalité qui pourrait se construire sans le recours à des récits fondateurs, lesquels seraient par essence aliénants, et doublement aliénants. D'une part, parce que le récit serait toujours un outil de manipulation des masses, un piège, dirait Louis Marin (1978) ; d'autre part, parce que notre auteur s'inscrit encore dans une forme de sociologie des effets où l'injection d'un message à l'aide d'une seringue hypodermique suffit à le faire accepter par un usager incapable de le prendre avec distance critique. Pour Christian Salmon, les types de supports, les capacités de résistance des usagers ne sont pas des paramètres pris en compte, ce qui se manifeste entre autres dans sa reprise des théories de la propagande. L'importance ontologique du récit et son impact psychique demandent sans doute des analyses plus affinées. Ce que fait par exemple Ivanne Riolland (2009) quand elle dénonce l'amalgame fait par Christian Salmon entre deux fonctions du récit : il raconte ce dont peut rendre compte la narratologie, en même temps qu'il persuade, ce que doit saisir une approche rhétorique. Aujourd'hui, la publicité a clairement intégré ces deux fonctions, y compris dans la dimension épideictique qu'elle privilégie, quand elle nous propose des modèles à suivre, des *exempla* destinés à susciter l'adhésion affective du spectateur. Les politiques ne font rien d'autre quand, par exemple, dans la campagne électorale américaine de 2008, le clan républicain construit, à partir de rien, le modèle de « *Joe the plumber* », censé représenter le citoyen américain moyen, qui serait réduit à la misère si tous les engagements démocrates venaient à être mis en œuvre. Finalement, la perception du rôle du récit médiatique par Christian Salmon s'inscrit assez directement dans la filiation des théories de l'école de Francfort sur l'aliénation des masses par leur consommation de productions culturelles populaires conçues pour fabriquer du conformisme au service de l'idéologie dominante (Migozzi, 2010). Cela s'inscrit dans un discours de dénonciation qui existe dès se développe le roman-feuilleton, dans la première moitié du XIX^e siècle. La critique faite par Christian Salmon du rôle joué par un feuilleton télévisé comme *24 heures chrono* dans l'acceptation d'un durcissement des formes de lutte contre le terrorisme, après les événements du 11-Septembre 2001, est révélatrice de cette conception aliénante du récit médiatique. Pourtant, au même moment, d'autres voix montrent que le récit, aujourd'hui encore, peut avoir une fonction émancipatrice, à travers des scénarii, des scripts qui donnent du sens au vivre ensemble. Pour Yves Citton (2010), la généralisation des récits, y compris dans leur récupération par les discours politiques ou publicitaires, n'est pas un signe de maladie dégénérante. Il réaffirme que le récit réduit la complexité du monde et permet, plus que jamais, des formes de réappropriation.

Les médiacultures (Maigret, Macé, 2005), les *mediascapes* (Appadurai, 1996), offrent des récits libérateurs, dans leur texte même ou à travers les réinterprétations et les bricolages que les usagers peuvent en retirer à travers des lectures subvertissantes. Ainsi le débat entre Theodor Adorno et de Michel de Certeau revient-il au centre des nouveaux avatars du récit. Il traverse même, presque ironiquement, certains ouvrages de marketing qui veulent mettre au

service de l'économie sociale et du secteur non marchand les outils du *storytelling*, après avoir dénoncé le rôle qu'ils jouent dans toutes les formes d'aliénation propagées par le système médiatico-politique (Meuleman, 2009). Il est significatif que, pour appuyer sa démonstration, Christian Salmon prenne ses exemples dans la communication d'organisation, laquelle ne retient du récit que les « trucs et ficelles » qu'il renferme, aux fins de dynamisation de l'esprit entrepreneurial, qu'il réduise trop vite le récit à des *stories* destinées à souder des groupes, et qu'il ignore systématiquement le *narrative journalism* qui connaît pourtant un regain d'intérêt dans la même région du monde qui lui sert de terrain d'observation. Ce choix de domaines bien particuliers ne peut être le seul fait du hasard, dans la mesure où il conforte sa thèse. Comme il n'est pas innocent que, de notre côté, notre intérêt ancien pour le récit médiatique nous amène à nous focaliser plutôt sur les enjeux, en matière de construction de notre compréhension du monde, d'un retour de formes journalistiques longues, privilégiant la subjectivité, l'écriture, la mise en récit.

Le retour du journalisme narratif

Des revues comme *XXI, 6 mois, Feuilleton*, attestent que la France, quelques années après les États-Unis, se lance dans l'aventure des *mooks* (mot valise contractant le *magazin* et le *book*), pour affirmer une double appartenance à l'univers de la presse périodique et de la littérature (ou au moins du secteur du livre). Patrick de Saint-Exupéry, dans une interview au quotidien belge *Le Soir*, le 28 octobre 2011, confirme ce double ancrage : « Nous croyons à la nécessité du journalisme, à la nécessité de la narration qui permet de nous inscrire dans la réalité du monde. Dans le déluge quotidien d'informations, notre travail vise à replonger dans le réel ». Si la presse s'inscrit au sein de la culture médiatique, et si l'on accepte que cette culture médiatique, comme la littérature populaire (avec toutes les nuances à apporter dans l'usage de ces termes ainsi que dans leur mise en parallèle), se caractérisent entre autres caractères, par un recours massif à la narrativité (Lits, 2005 ; Couégnas, 1992), nous percevons tout l'intérêt de retracer l'itinéraire du journalisme narratif, depuis les articles fondateurs de Tom Wolfe et le « roman vrai » de Truman Capote, *In Cold Blood* (1966), en passant par le Colombien Gabriel Garcia Marquez, le Polonais Ryszard Kapuscinski ou le Français Jonathan Littell.

Dès le début de ce nouveau siècle, des chercheurs américains comme Robert Boynton (2005) ou Mark Kramer (2007) vont synthétiser les caractéristiques de ce retour du narratif dans l'écriture journalistique, qui apparaît comme une alternative à l'accélération de l'information et à la réduction d'articles aussi vite écrits que lus, mais aussi comme une véritable forme de survie, par une réinvention des fondamentaux d'un métier journalistique en crise profonde, face à l'émergence des nouveaux médias et aux illusions du journalisme citoyen. À

nouveau, formes textuelles, enjeux économiques et identitaires, concurrence intra et intermédiatiques, règles éthiques et déontologiques, tensions entre supports et contenus s'entrechoquent pour amener à une redéfinition du métier qui passe par un réinvestissement dans le modèle narratif. Ce *new « new journalism »* va se fonder sur l'immersion longue et l'observation, l'engagement envers des catégories sociales souvent négligées ou oubliées, l'empathie avec les sujets côtoyés, par une redécouverte des *human interest stories* qui avaient déjà été théorisées par les chercheurs américains il y a plus de soixante-dix ans. Il ne s'agit pas ici de relever tous les traits, typiquement narratifs, qui caractérisent la démarche de collecte d'information et de mise en récit des histoires ainsi amassées autour du sujet à traiter (Grevisse, 2008 ; Lallemand, 2011), mais plutôt de souligner combien le retour à l'avant-plan des *nonfiction writers* est significatif, non d'un nouvel avatar de la forme narrative, mais bien de sa permanence à travers les époques, les modes d'expression, les formes et les supports qui les portent. Il ne s'agit pas non plus de plaider pour un « tout au récit » qui serait la résultante d'une double tentation : voir du récit là où il n'y a qu'accumulation d'anecdotes, de microstructures descriptives recouvertes d'un vernis ethnologique ; intégrer dans une superstructure narrative des textes qui brassent plusieurs types argumentatifs, dialogaux, explicatifs. Tout reportage fondé sur une observation de terrain qui restitue le vécu d'acteurs saisis dans leur vie quotidienne, pour en dégager une vision plus globale excédant le simple compte rendu, n'est pas pour autant un récit. Mais il est indéniable qu'à côté d'une information brève à flux tendu, d'autres formats, d'autres temporalités, d'autres écritures suscitent de l'intérêt des lecteurs et des usagers du web, et que celles-ci ont à voir avec le type narratif. En l'utilisant autrement, entre autres à travers des hybridations de formats, en mêlant la bande dessinée, l'image, le texte, et en traversant les supports et les modalités classiques de narration (par exemple dans le webdocu). Si le récit peut encore être une catégorie qui permet de saisir ensemble ces nouvelles expressions journalistiques, il ne pourra s'analyser qu'à l'aide de nouveaux outils narratologiques.

Conclusion

Au vu du statut particulier de l'objet analysé, ces évolutions récentes demandent un dépassement indispensable de la narratologie classique, à la fois discutable et hybride. Discutable dans son statut de légitimité culturelle et dans son essence narrative. Hybride puisque composé de textes (appartenant à des genres divers), d'images et de messages mixtes présentés sur des supports différents, dans des périodicités variées, répondant à autant d'horizons d'attente qu'il y a de médias. L'impureté des objets et de leurs usages amène à repenser les cadres d'une socio-sémiotique déjà appelée par Teun Van Dijk ou Mauro Wolf. Si l'on veut mieux saisir les nouveaux médias dans leur « rôle spécifique d'intermédiaires symboliques collectifs », en appréhendant leur « langage non seulement en

termes de structures formelles, mais également comme une donnée sociale » (Wolf, 1993 : 213), il est urgent de fonder les bases d'une hypertextualité médiatique. Ce que le récit médiatique contemporain impose, c'est une redéfinition des conditions mêmes d'existence du récit actuel, à l'aide d'une narratologie refondée, d'une hypertextualité. C'est cette approche – croisée avec la prise en compte des avancées technologiques, des supports nouveaux, des évolutions des usages et des publics – qui permettra de saisir l'homme socialisé comme un animal narrativisé, traversé par des récits construits selon des formes radicalement nouvelles et ouvertes. Le récit peut désormais prendre toutes les voies, revenir en arrière, emprunter simultanément des voies contradictoires, télescoper des étapes, varier d'un usager à l'autre. Pour permettre à la recherche hypertextualité de progresser, il s'agit de comprendre que la dimension narrative est de moins en moins du côté de l'émetteur-producteur mais, grâce aux éléments de circularité et d'altérité, présents à la fois chez Paul Ricoeur et chez Mikhaïl Bakhtine (Dessingué, 2006), de plus en plus dans l'instance de réception qui fonde, elle, son récit propre dans une polyphonie énonciative. Le point d'équilibre de la mise en intrigue, qui se trouvait encore bien installé au cœur de la deuxième *mimèsis* chez Paul Ricoeur, a dorénavant basculé du côté de la troisième *mimèsis*. Reste alors à voir comment, si le récit est unique pour chacun dans sa structure de réception, il peut encore être partagé et réinjecté dans la boucle mimétique. C'est un des enjeux des recherches hypertextualité confrontées aux nouvelles consommations multimédiatiques.

Références

- Appadurai A., 1996, *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*, trad. de l'anglais par Fr. Bouillot, Paris, Payot, 2001.
- Arquembourg J., Lambert F., 2005, coords, « Les récits médiatiques », *Réseaux*, 132.
- Barthes R., 1957, *Mythologies*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Baudrillard J., 1991, *La guerre du Golfe n'a pas eu lieu*, Paris, Galilée.
- Berut B., 2010-2011, coord., « Récit et information télévisée », *Quaderni*, 74.
- Boynton R., 2005, *The New New Journalism*, New York, Vintage Books.
- Citton Y., 2010, *Mythocratie. Storytelling et imaginaire de gauche*, Paris, Éd. Amsterdam.
- Communications, 1966, « L'analyse structurale du récit », 8.
- Couégnas D., 1992, *Introduction à la paralittérature*, Paris, Éd. Le Seuil.
- De Certeau M., 1980, *L'invention du quotidien. I. Arts de faire*, Paris, Gallimard, 1990.
- Dessingué A., 2006, « Polyphonisme, de Bakhtine à Ricoeur ». Accès : http://www.fabula.org/atelier.php?Polyphonisme%2C_de_Bakhtine_%26agrave%3B_Ricoeur.
- Eco U., 1962, *L'œuvre ouverte*, trad. de l'italien par Ch. Roux de Bézieux avec le concours d'A. Boucourechliev, Paris, Éd. Le Seuil, 1979.

- Grevisse B., 2008, *Écritures journalistiques. Stratégies rédactionnelles, multimédia et journalisme narratif*, Bruxelles, De Boeck.
- Kramer M., Call W., dirs, 2007, *Telling True Stories. A Nonfiction Writer's Guide*, New York, Plume Book.
- Lallemand A., 2011, *Journalisme narratif en pratique*, Bruxelles, De Boeck.
- Lits M., 1997, coord., « Le récit médiatique », *Recherches en communication*, 7.
- 2001, « La scène : une notion narrative et médiatique », *Médiatiques*, 24, pp. 43-45.
- 2005, « De la culture populaire à la culture médiatique. Marchandisation et mondialisation », *Recherches sociologiques*, 2-3, pp. 77-98.
- 2008, *Du récit au récit médiatique*, Bruxelles, De Boeck.
- Lyotard J.-Fr., 1989, *La condition postmoderne*, Paris, Éd. de Minuit.
- Maigret É., Macé É., 2005, *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Paris, A. Colin.
- Marin L., 1978, *Le récit est un piège*, Paris, Éd. de Minuit.
- Marion Ph., 1997, « Narratologie médiatique et médiagenie des récits », *Recherches en communication*, 7, pp. 61-87.
- Meuleman F., 2009, *Storytelling. On va tout vous raconter*, Liège, Éd. Edipro.
- Migozzi J., 2010, « Storytelling : opium du peuple et/ou plaisirs du texte ? », *French Culture Studies*, 21, pp. 247-255.
- Quéré L., 1982, *Des miroirs équivoques. Aux origines de la communication moderne*, Paris, A. Mouton.
- Reuter Y., 1994, « La notion de scène : construction théorique et intérêts didactiques », *Pratiques*, 81, pp. 5-26.
- Rialland I., 2008, « Hold-up sur l'imaginaire », *Acta Fabula*, vol. 9, 2. Accès : <http://www.fabula.org/revue/document3931.php>.
- 2009, « Approche rhétorique du storytelling : la preuve par l'exemple ». Accès : http://www.fabula.org/atelier.php?La_preuve_par_l%27exemple.
- Ricœur P., 1983-1985, *Temps et récit*, 3 vol., Paris, Éd. Le Seuil.
- Salmon Ch., 2007, *Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater des esprits*, Paris, Éd. La Découverte.
- 2009, *Storytelling saison 1 : chroniques du monde*, Paris, Éd. La Découverte.
- 2010, *Kate Moss Machine*, Paris, Éd. La Découverte.
- Vattimo G., 1990, *La société transparente*, Tournai, Desclée De Brouwer.
- Virilio P., 1991, *L'écran du désert. Chroniques de guerre*, Paris, Galilée.
- Wolf M., 1993, « Recherche en communication et analyse textuelle », *Hermès*, 11-12, pp. 213-226.