

## Rhétoriques journalistiques de recours aux paroles extérieures : Pour une approche sociale et discursive des phénomènes de médiatisation

Aurélie TAVERNIER \*

« Quelquefois l'expert c'est celui qui est légitime à dire ce que nous on sait mais qu'on ne peut pas dire : on est là pour faire de l'info, pas de l'édito ».

Une journaliste, *Libération*, service « Société »<sup>1</sup>.

Le discours est un fait social : une « manière de faire, fixée ou non, susceptible d'exercer sur l'individu une contrainte extérieure » (Durkheim, 1981 : 102-103). Appliquée à l'espace des discours médiatisés, la définition durkheimienne du social doit inviter à saisir conjointement, d'une part, le caractère discursif des échanges sociaux qui s'y déploient, les procédures et les dispositifs de leur circulation, leur nature intrinsèquement sémiotique et leur co-présence énoncée dans un « être-là » médiatique ; et d'autre part, leur caractère social, du fait de leurs inscriptions successives dans un « au-delà » médiatique, celui des espaces symboliques et formels, publics et sociaux, où s'organisent et s'institutionnalisent les grammaires de production et de réception du sens social de ces discours (Charaudeau, 1999).

En étudiant les rhétoriques journalistiques de recours aux paroles extérieures, il s'agit d'adopter un regard interdisciplinaire sur les pratiques, procédures et dispositifs de l'écriture de presse, pour une approche intégrée des dimensions sociales et sémiotiques de la construction de l'information. Les paroles qui sont rapportées, dans une formation discursive et une configuration événementielle données, *au titre de* sociologue ou de psychanalyste, professeur en Sorbonne ou chercheur au CNRS, auteur d'un rapport d'étude ou expert auprès des tribunaux, cristallisent à la fois des manières légitimes de dire le réel, et des visées engagées par les acteurs, journalistes et intervenants extérieurs, dans leur travail commun de rationalisation du monde. Partir des opérations de labellisation des discours qui accèdent à la scène médiatique, c'est alors interroger, davantage que des positions de légitimité, les processus de légitimation qui autorisent à dire le réel : dire « d'où l'on parle » renvoie moins à la nécessité de se mettre d'accord sur ce qui fait l'objet d'une expertise que sur le *caractère*<sup>2</sup>, au sens rhétorique, qui détermine qui est en droit de parler sur quoi.

---

\* Docteur en Sciences de l'information et de la communication. Professeur contractuel, Université Charles-de-Gaulle – Lille 3, GERICO.

<sup>1</sup> Les entretiens dont des extraits sont reproduits dans le cadre de cet article ont été réalisés entre les mois d'avril et juillet 2003. La méthode allie d'une part, une douzaine d'entretiens compréhensifs avec des journalistes, attachés de presse, et sociologues médiatisés ; et d'autre part, l'analyse d'un corpus de près de 3500 discours, rapportés en 1999 dans *Le Monde*, *Libération* et *Le Figaro* sous forme d'interviews, droits de réponse, chroniques, libres tribunes ou citations, et distribués dans les genres, formes et topos de chacun des trois journaux. L'observation a d'abord été menée dans une perspective quantitative, à partir de l'indexation des régimes de discours pour l'ensemble des locuteurs rapportés de janvier à avril 1999, puis elle a été approfondie sur une année de publication à propos de la figure du sociologue, dont l'intérêt est de mêler des principes d'autorité multiples. L'enjeu est d'isoler une configuration provisoirement stabilisée afin de déconstruire les règles d'une pratique sociale et discursive, en rapportant les critères électifs qui président au choix des titres et qualités mentionnés en escorte des discours médiatisés au sens que les acteurs leur donnent, et en étudiant les interactions entre journalistes et intervenants extérieurs du point de vue des visées qu'ils y engagent respectivement et réciproquement.

<sup>2</sup> « On persuade par le caractère, quand le discours est de nature à rendre l'orateur digne de foi, car les honnêtes gens nous inspirent confiance plus grande et plus prompte (...). Mais il faut que cette confiance soit l'effet du discours, non d'une prévention sur le caractère de l'orateur. (...) C'est le caractère qui, peut-on dire, constitue presque la plus efficace des preuves ». Aristote, 2003 : pp.22-23.

## 1. DIRE « D'OU L'ON PARLE » : LA LABELLISATION COMME *MOTIF* DE SEMIOTISATION

« Quelquefois ils disent des choses extrêmement séduisantes, et puis après on se dit : mais d'où ils parlent, comment ils parlent ? ».

Une journaliste, *Libération*, service « Société ».

On propose d'étudier les paroles qui sont rapportées, dans la presse quotidienne dite de référence<sup>3</sup>, pour le référentiel qu'elles sont susceptibles d'apporter au travail journalistique d'*in-formation*, au sens étymologique de mise en forme du réel : lorsqu'une parole est rapportée, un référentiel est construit, qui garantit ou *donne un gage* quant au registre de validité auquel le discours d'information co-construit doit être référé. Ces manières de dire « ont le caractère d'actions dotées de sens compréhensibles dans leur contexte, grâce auxquelles l'acteur se rapporte à quelque chose dans le monde objectif » (Habermas, 1987 : 26). Le référentiel renvoie ainsi à un processus cognitif de normativisation du réel médiatisé<sup>4</sup> : on peut supposer qu'il y a une image de soi dans le discours, qui invite à le tenir non pas comme une simple trace de déterminations professionnelles, mais aussi comme une pratique sociale ; non pas comme un simple marqueur sémiotique, mais aussi comme un opérateur de sémiotisation. Il s'agit de considérer le discours comme une forme d'action, régie par des normes, orientée dans l'interaction, et prise dans un interdiscours qui l'ancre dans la situation d'énonciation. Le discours est intégré dans ce « réseau interdiscursif » défini comme le « système de distances variables, de décalages en transformations, entre conditions de production et conditions de reconnaissance, s'emboîtant les uns dans les autres tout au long du processus de la production discursive » (Veron, 1988 : 31). Ainsi, chaque journal constitue, en tant *qu'institution* mettant en place un ensemble de règles et de dispositifs, un lieu d'énonciation qui entre en relation avec le point d'origine de formation des discours sociaux, en amont de leur médiatisation.

Le titre au nom duquel le discours se pose peut alors être considéré comme l'indice de cet ajustement : témoin des configurations qui, en amont de la médiatisation, structurent les discours et les visées des acteurs qui s'en réclament, il est ce autour de quoi se réalise provisoirement un consensus, quant aux critères électifs qui autorisent à prendre la parole<sup>5</sup> dans des arènes de problèmes publics médiatisés (Cefaï, 1996).

<sup>3</sup> Selon les taxinomies respectivement établies par Jamet C., Jannet A.-M., 1999 : p.28 ; et Merrill J., 2000 : pp. 10-14.

<sup>4</sup> « Elaborer une politique publique revient à construire *une représentation, une image de la réalité sur laquelle on veut intervenir*. C'est en référence à cette image cognitive que les acteurs vont organiser leur perception du système, confronter leurs solutions et définir leurs propositions d'actions : on appellera cet ensemble d'images le *référentiel* d'une politique » (Müller, 1990 : p.42-43). Sur les scènes médiatiques caractérisées par l'interdiscursivité et la polyphonie, le même processus de normativisation du réel est à l'œuvre, par l'édiction des normes prescriptives garanties par la parole de référence. Pour paraphraser Jean-Gustave Padioleau, on pourrait ainsi dire que la nature de l'agenda médiatique est cognitive (« La nature de l'agenda politique est cognitive », écrit Jean-Gustave Padioleau dans *L'Etat au concret* : 1982, p.26) : le rôle des acteurs sociaux, journalistes et intervenants extérieurs, qui co-construisent un cadre de représentation des événements convertis en objets de controverse sociale et politique (ceux que Padioleau nomme les « entrepreneurs politiques »), consiste ainsi à normaliser les contours et à traduire les enjeux de problèmes publics médiatisés à partir d'un répertoire limité par l'édiction du référentiel.

<sup>5</sup> Un retour réflexif sur l'opération même de codage doit permettre d'envisager le recours journalistique aux paroles extérieures comme une stratégie de légitimation du réel représenté : afin de rendre visibles les effets de la codification, et notamment l'homogénéisation qu'elle réalise de propriétés très inégalement consacrées dans le réel, il convient de considérer le mode d'existence des figures textualisées à partir de l'institutionnalisation des critères qui valident les acteurs-locuteurs dans un statut provisoirement stabilisé, de manière à déterminer ce qui

« On a alors une sorte de *modus vivendi* interactionnel. Tous les participants contribuent ensemble à une même définition globale de la situation : l'établissement de cette définition n'implique pas tant que l'on s'accorde sur le réel que sur la question de savoir qui est en droit de parler sur quoi. J'appelle consensus temporaire ce niveau d'accord. Il va de soi que chaque type déterminé de situation d'interaction engendre un type déterminé de consensus temporaire » (Goffman, 1973 : 18-19) <sup>6</sup>.

Une lecture socio-sémiotique des clauses d'escorte des paroles rapportées doit alors permettre de prendre en compte tout ce qui tient lieu de cadre pour la définition de l'interaction discursive : signes d'identité et signes de validation institutionnels, professionnels, statutaires (Fraenkel, 1992) ; intégration des discours extérieurs dans le dispositif formant, ou la matrice du journal (rubriques, unité de la page, genres d'articles) ; motifs sémantiques et scénographiques d'accompagnement du discours ; procédures de présentation de soi. Dans l'interaction du journaliste et de l'intervenant extérieur, le titre à parler ainsi actualisé embrasse tout un horizon d'attentes : il circonscrit le répertoire de l'intervention ; prescrit le registre de validité attendu de celui qui parle ; délimite la surface de légitimité intersubjectivement accordée au discours. De sorte que le titre au nom duquel le discours se pose réalise le point de passage entre l'agir social, renvoyant à l'ordre global d'acquisition de la légitimité, et le discours social, renvoyant aux procédures stratégiques de légitimation dans l'espace médiatique. Il est un *motif*, au double sens de dispositif formel et de raison, ou de justification avancée par les acteurs, journalistes et intervenants extérieurs, quant à ce qui fonde la légitimité.

## 2 – L'ESPACE POSITIONNEL DES DISCOURS RAPPORTES DANS DES FORMATIONS DISCURSIVES

« C'est vrai que ceux qui ont plus facilement accès aux médias parce qu'on les connaît mieux, souvent, *deviennent* 'profs', ou 'directeurs d'études', je ne sais pas comment on appelle ça. Quelquefois, quand c'est des propos un peu marginaux sur un truc un peu compliqué, ça fait 'bien' entre guillemets de montrer que ce n'est pas monsieur Tartempion, qu'on n'est pas allé le chercher au bistrot d'en face, mais qu'il est 'prof'. En France, c'est toujours un peu comme ça ».

Un journaliste, *Libération*, service « Société ».

En cela, la parole rapportée constitue un mode discursif particulier de représentation de l'ordre symbolique et social par le journal. Considérer le journal comme une formation discursive, c'est postuler l'existence de normes, de conventions acceptées par l'ensemble des participants à la situation langagière instituée, mais aussi leur reconnaissance mutuelle de

---

fonde la compétence de types de parole dans l'espace codifié et hiérarchisé de chacune des formations discursives.

<sup>6</sup> En mobilisant l'analyse goffmanienne pour rendre compte d'une interaction entre les acteurs au sein d'une configuration sociale, la perspective rhétorique fait lien avec l'approche communicationnelle développée par Habermas autour du concept de « ritualisation communicative » : pour prétendre à la validité publique, c'est-à-dire à la reconnaissance partagée (consensus) par les différents partenaires engagés dans une situation de communication (intersubjectivité) de la légitimité du discours en contexte, tout acteur doit donner le gage d'indices formels permettant de le référer à un monde de rationalité. La notion de « rationalité communicationnelle » se trouve au fondement de cette représentation de l'espace public, vu comme le lieu de rencontre entre des discours et des mondes sociaux : l'auteur la définit comme l'ensemble des « connotations qui renvoient finalement à l'expérience centrale de cette force sans violence du discours argumentatif, qui permet de réaliser l'entente et de susciter le consensus » (Habermas, 1987 : 26).

rôles, de rapports de places et de positions interlocutives, à l'intérieur de cet espace normé<sup>7</sup>. Ce qu'il faut déterminer, ce sont donc les grammaires de ces règles ; les modalités de l'enrôlement des acteurs ; et les représentations que chacun, journaliste et intervenant extérieur, y engage. Les grammaires désignent l'ensemble des contraintes pragmatiques et sémantiques (Lemieux, 2000 : 9-10) que les acteurs doivent respecter pour satisfaire aux règles de l'interaction qu'ils investissent *au titre de* sociologue ou psychanalyste ; les modalités d'enrôlement renvoient aux conditions pratiques auxquelles ces règles peuvent fonctionner comme schèmes opératoires pour l'ajustement des rôles aux situations (Bourdieu, 1987 : 77) ; les représentations insistent sur la dimension symbolique de la prise de rôle et du respect des règles, en fonction des visées que chaque acteur y projette quant à son propre investissement dans le jeu structuré par ces règles, vues comme horizons de pratiques et de croyances (Chevalier, 1999 : 13). En partant du titre à parler comme point d'ancrage, l'enjeu est de ne pas dissocier ces trois niveaux de sens, et de montrer comment chacun participe à la construction d'un discours légitime, dans une formation discursive donnée. Ainsi,

« Comment expliquer le choix de la position mentionnée au détriment de toutes les autres et comment déterminer les principes de sélection utilisés par l'institution elle-même (...) ? On ne peut fournir une réponse, même provisoire, à ces questions qu'à la condition de dissocier, par une décision de méthode, les individus concrets (personnes biologiques et légales) des titres dont ils sont les porteurs en tant que ces titres constituent les signes ou les emblèmes par lesquels s'expriment publiquement et officiellement l'occupation de positions déterminées dans des champs déterminés (...). En exprimant ainsi à quel titre elle recrute ses agents, l'institution fournit un des indicateurs les plus puissants de l'image qu'elle a et cherche à donner d'elle-même » (Boltanski, 1973 : 5).

Ces trois niveaux peuvent être appréhendés par une approche rhétorique des paroles rapportées dans l'espace médiatique.

### 3 – LA PERSPECTIVE RHETORIQUE : DE L'ETAT DE LEGITIMITE AU PROCESSUS DE LEGITIMATION

« Je dis que je suis sociologue, directeur de recherches au CNRS. 'Ah, directeur de recherches au CNRS ?' Il y a là un label qui permet d'assurer la fonction de légitimité, qui est extrêmement importante. (...) C'est souvent une simple ressource de légitimité : le journaliste a déjà son papier, il a un certain nombre d'idées, mais il ne peut pas être seul à les dire. Il faut qu'il mette deux ou trois noms qui montrent qu'il s'est appuyé sur un certain nombre de savoirs scientifiques, c'est un rôle de légitimation ».

Un sociologue, Université de Paris 5, CERSOF.

Telles que définies par J.-G. Padioleau, les rhétoriques journalistiques désignent les stratégies d'action développées à travers des modes normés d'écriture et des procédures normées d'interaction entre acteurs sociaux, intervenants extérieurs, lectorat et journalistes. Des manières récurrentes de traiter l'actualité sont ainsi associées à des « routines » professionnelles, qui renvoient à la fois à l'intériorisation, à la mise en forme et à la reconnaissance de modes normés de représentation du réel. Ces « règles d'écriture » visent à

<sup>7</sup> C'est pourquoi nous préférons le terme de *parole* à celui de *discours* rapporté : en s'inspirant de la typologie proposée par Michel Foucault, on peut dire que là où le *discours* désigne l'ensemble des énoncés, en tant qu'ils appartiennent à une même formation discursive, la *parole* permet d'insister sur la dimension interactionnelle et pragmatique, en prenant en compte les intentions et les stratégies de présentation de soi dans la ritualisation communicative (Foucault, 1969 : 150). *Prendre la parole* dans l'espace normatif de la scène médiatique implique donc la prescription, l'actualisation et la reconnaissance de rôles et d'identités socio-discursifs normés : le recours journalistique à la parole rapportée peut être considéré comme une stratégie énonciative de référencement du discours légitime sur le réel.

attester de la validité du discours journalistique pour des « auditoires possédant des compétences de légitimation et des ressources de sanctions » (Padioleau, 1976 : 269). Elles ne se limitent donc pas à un système de figures d'écriture, mais sont bien le produit de pratiques inscrites dans des contextes d'interaction, dans un processus d'intersubjectivité organisé autour des perceptions et des attentes réciproques des acteurs. De cette normativité des messages et des positions interlocutives, il ressort que la parole rendue publique constitue un enjeu social : la parole normée vaut comme le *gage* qu'une règle est respectée. En conséquence, la notion de rhétorique sert aussi bien à désigner l'utilisation journalistique des discours sociaux comme une stratégie de construction de l'actualité (De la Haye, 1985), que l'investissement corollaire par les acteurs, journaliste et intervenant extérieur, d'un rôle et d'une identité socio-discursifs déterminés, adaptés aux paramètres de la configuration en vigueur : les rhétoriques journalistiques englobent ainsi non seulement les dispositifs formels d'écriture, mais aussi et de manière indissociable, les représentations que les acteurs y projettent quant à leur propre travail de médiatisation.

On peut alors relire le choix des positions de légitimité mentionnées comme un processus de légitimation de l'espace social des formations discursives. La perspective rhétorique permet d'éclairer cette réciprocity : définie comme le rapport entre soi et autrui (*ethos* et *pathos*) via un discours (*logos*), la rhétorique recouvre bien une double construction de légitimité, du monde sur lequel porte le discours, et de l'image de soi stabilisée dans le discours. C'est donc de validation intersubjective et de consensus réalisé autour de ce qui naturalise l'autorité du discours qu'il est question dans le titre au nom duquel le discours se pose. Ainsi, lorsque l'on questionne des journalistes à propos de leurs pratiques de sélection, des interlocuteurs les plus légitimes à intervenir sur un problème médiatisé donné, mais aussi des dispositifs d'écriture journalistique qui escortent les paroles rapportées, on perçoit bien ce qui se joue à travers la naturalisation des procédures discriminatoires : « L'ordre que l'on respecte uniquement pour des motifs rationnels est beaucoup plus instable que si l'orientation se fait purement et simplement en vertu de la coutume » (Weber, 1971 : 321). Non discutés, la compétence et le titre qui en atteste font *autorité* :

« C'est normal de dire au lecteur d'où les gens parlent, ce qu'ils font, ce qu'ils sont. C'est une information parmi d'autres. Parce que si vous faites un micro-trottoir comme *Le Parisien* avec des gens dans la rue, et si vous interrogez quelqu'un qui travaille dans une structure scientifique, ce n'est pas la même chose. (...) Je vais vous dire une chose : pour moi il n'y a pas de parole magique. Si on les interroge, c'est qu'on pense qu'ils sont compétents. Ce qui légitime leur intervention, c'est qu'on pense qu'il est légitime de leur donner la parole, ou de solliciter leur éclairage pour le lecteur ».

Une journaliste, *Le Monde*, service « Société ».

« C'est un choix évident. C'est un travail collectif. Chaque journaliste pense à quelqu'un, et certains finissent par s'imposer comme une référence. Ce qui explique que ce sont toujours les mêmes, finalement ».

Une journaliste, *Le Monde*, service « Politique ».

« [Le choix du titre], c'est pour présenter la personne, parce que *de facto*, on ne nomme jamais personne sans dire qui il est ».

Une journaliste, *Le Figaro*, service « Société ».

Analyser les formes d'institutionnalisation du recours aux paroles extérieures revient donc à observer des processus de légitimation : si le concept de *légitimité* renvoie à un principe ordonnateur, c'est-à-dire à un système de valeurs qui organisent les représentations d'une communauté, la notion de *légitimation* désigne les processus à travers lesquels on cherche à nourrir la croyance en la légitimité.

« Redéfinie comme ‘lecture’ et comme présentation de gages, la Rhétorique est ainsi le *projet d’une parole efficace* plutôt qu’une technique pour rendre le discours efficace » (Soulez, 2001 : 176).

#### 4 – DE LA JUSTIFICATION : LE TITRE COMME GAGE D’UN POUVOIR-DIRE

« Je signe ‘sociologue’, mais jamais ‘professeur de sociologie’. Sociologue, c’est une profession. Professeur, c’est une espèce de titre. L’argument d’autorité fonctionne assez, il ne faut pas en faire des tonnes ».

Un sociologue, Université de Bordeaux 2, CADIS.

On peut dès lors établir une topographie, des conditions d’énonciation auxquelles un discours peut être fondé en autorité ; des surfaces sur lesquelles peut s’exercer cette autorité ; des registres que cette autorité articule ; et des possibilités de circulation et de permanence de cette autorité, dès lors que le discours qui s’en prévaut est versé dans des conditions d’énonciation, des surfaces d’intervention et des registres de validité variables. Le titre au nom duquel le discours se pose apparaît comme l’opérateur du réglage de la parole dans ces dimensions fragmentées d’acquisition de la légitimité : signer une tribune *au titre de* « sociologue » et non de « professeur », c’est par exemple pour l’un des interlocuteurs rencontrés en entretien une nécessité, *faite vertu* en fonction des représentations et des visées de celui qui engage sa parole dans l’espace médiatique.

Dans leur sociologie des régimes d’action, L. Boltanski et L. Thévenot ont proposé d’explorer la variété des modes d’engagement dans l’action que les acteurs ont à leur disposition et sont susceptibles de mobiliser, notamment sur le terrain des figures de justification activées dans les espaces publics et les mondes sociaux traversés. Ce type d’approche permet de révéler les tensions et les articulations entre d’une part, la diversité des compétences dont dispose un individu social ; et d’autre part, les situations auxquelles il est confronté dans des mondes d’objets, agencés dans les institutions. Le travail quotidien de justification des acteurs procède ainsi de la rencontre entre d’une part, des formes intériorisées, c’est-à-dire des compétences à utiliser des arguments et à se mouvoir dans des mondes d’objets connus ; et d’autre part, des dispositifs extériorisés, c’est-à-dire des pré-agencements de situations institutionnelles peuplées d’objets. Ce modèle peut être appliqué aux représentations livrées par les sociologues et les journalistes rencontrés dans le cadre d’entretiens compréhensifs, dans la mesure où les discours recueillis consistent en des opérations de mise en ordre *a posteriori* de leurs logiques d’action, par référence à un horizon général de sens servant de repère aux acteurs dans le cours de leurs actions. En effet, la pluralité des rôles et des répertoires que le sociologue, en particulier, est susceptible d’investir dans des arènes de discours publics, implique qu’il fasse le lien entre la permanence de son activité scientifique et les formes variées de son investissement par la parole. Le titre est donc, plus que le véhicule d’une position de légitimité, le moteur d’un processus de légitimation : entre objectivité et engagement critique, ou entre engagement et distanciation, les visées croisées des journalistes et des sociologues apparaissent comme les pôles d’un continuum, au sein duquel les acteurs ajustent leurs positions respectives, et règlent leurs positions réciproques.

Ainsi l’un des sociologues rencontrés justifie-t-il sa participation au débat d’idées, dans les tribunes d’opinion qu’il est amené à signer « *en tant que sociologue* », par le fait qu’il fait jouer « *une autre légitimité de parole, qui est celle de l’intellectuel* ». L’exercice appelle une justification pour se prémunir de la critique : « *vosre lucidité scientifique ne vous autorise pas*

à dire ce qu'il faut faire dans tel ou tel domaine », et pourtant, « vous utilisez une notoriété que vous avez acquise dans le champ scientifique pour en faire une opinion ». La justification passe donc par la référence à l'institution légitime, relative à « la tradition intellectuelle française ». La même logique semble à l'œuvre lorsque cet autre re-cadre le registre de son intervention devant la Commission des lois du Sénat en dehors de la légitimité de parole associée au label de sociologue. Ce faisant, il rapporte la justesse de ses propositions dans l'arène politique « au nom d'un principe politique, et non pas scientifique » : la distinction est maintenue, entre le jugement portant sur les faits auquel autorise le diagnostic scientifique, et le jugement portant ici sur les valeurs (Durkheim, 1967). La justification est bien rendue nécessaire par la pluralité des registres de légitimité auxquels peut se référer la parole publique du sociologue : « Je vois bien que c'est complexe et que ça peut sembler contradictoire », dit-il lors de notre entretien, précisant que « le fait d'être sociologue n'empêchait pas d'intervenir » dans l'arène politique.

C'est aussi cette forme de généralité qui est peut-être *en jeu* lorsque la participation au jeu médiatique est vue comme un enjeu de notoriété : pour se prémunir contre la suspicion de dévoiement de l'autorité scientifique, les justifications avancées consistent à subordonner l'action individuelle à un ordre de grandeur collectif. Il peut s'agir de la satisfaction à « la demande de savoir de l'arche publique », pour laquelle ce sociologue accepte de jouer le rôle de « passeur ». Ce faisant, il dit endosser au regard de ses pairs le rôle de « celui qui fait le travail de vulgarisation qui est nécessaire », ce qui, par référence au monde des pairs, appelle le principe supérieur de diffusion et d'utilité sociale de la sociologie. Dans la même perspective, un autre dit limiter ses prises de parole médiatique aux « domaines dans lesquels la communauté scientifique [lui] a reconnu [une] capacité » : ce faisant, la notoriété personnelle (« quand les journalistes m'interrogeaient sur les émeutes des banlieues, j'avais passé quatre ans de ma vie à étudier ça (...), je trouve que ce n'était pas illégitime qu'ils m'interrogent... ») est rapportée à la grandeur collective que constitue l'adoubement par le monde des pairs. Par renversement, l'appel à la notoriété peut jouer comme une justification contradictoire : « je suis provincial, je ne vis pas à Paris, personne ne me reconnaît (...) : je suis relativement présent dans le monde des médias mais le monde dans lequel je vis n'est pas ce monde-là ». De sorte que les prises de parole publique sont renvoyées à la seule notoriété acquise en vertu de l'ordre de grandeur qui prévaut dans le monde des pairs : « Moi je suis prof de socio, j'écris des livres (...). C'est ça ma véritable identité ».

Le choix des labels journalistiques de présentation du discours peut relever de la même économie. Ainsi, l'affiliation de la parole à l'institution du CNRS réfère la parole à un ordre de grandeur commun, ce qui témoigne d'une justification de la procédure journalistique comme étant « désingularisée », dans la mesure où l'acteur, pour être « acceptable », est envisagé sous le rapport qui le rattache à un collectif : les paroles rapportées « se dépouillent de leur nom et de leurs corps propres pour revêtir les qualificatifs qui marquent leur appartenance à des institutions ou à des groupes (...) » (Boltanski&Thévenot, 1991 : 22). Ou encore, la discussion lors des conférences de rédaction, évoquée par les journalistes rencontrés quant au choix de l'expert le plus légitime, témoigne d'un processus d'appréciation (le recours à la parole extérieure procède du choix du « bon expert ») par référence à des ordres de grandeurs collectifs (« on voit des gens qui travaillent bien, donc on les contacte, on les appelle, et ça devient des références »). Le principe de justification montre donc que la règle d'accord s'effectue par « la référence à une forme universelle dépassant les particularités des personnes » (*ibidem*).

## 5. CONCLUSION

Si l'enjeu de la médiatisation engage la reconnaissance par autrui d'une légitimité à dire le réel, et à se dire légitime à le faire à partir d'un certain nombre de titres et de prétentions, on peut donc considérer que le discours, parce qu'il est au fondement de ce jeu de réciprocité, est un enjeu de pouvoir qui engage, bien plus qu'une structure langagière, une structuration symbolique des rôles et des identités. Le titre à parler peut ainsi faire lien entre les approches discursives et sociologiques de cette structuration symbolique, de ses mécanismes et de ses processus : en passant par l'approche rhétorique des paroles rapportées en presse écrite, on peut trouver un moyen pour ne pas séparer d'un côté, les positions d'autorité et de l'autre, les constructions symboliques de validité ; les acteurs stratèges, et les figures textualisées ; les visées des journalistes, et celles des intervenants extérieurs.

« Le sociologue Jean-Claude Kaufmann, auteur de *La Femme seule et le Prince charmant*, analyse pour *Le Figaro* les contradictions de cette fin de siècle en matière de relations hommes-femmes »<sup>8</sup> :

Le libellé du discours d'expert qui va se déployer n'est pas de l'ordre du phénomène observé ou dénoté ; il est à l'évidence l'embrasseur d'un système de connotations complexe, qui à lui seul embrasse et résume tout un discours de représentation, d'une part, de la compétence intronisée, et d'autre part, des enjeux spécifiques que recèle l'occurrence. Nous voici donc dans la rhétorique : la prise de parole publique engage une dimension théâtralisée, l'investissement intersubjectif d'un rôle et d'une identité socio-discursifs, et leur actualisation par l'attribution de marqueurs discursifs typifiants.

## BIBLIOGRAPHIE

- ARISTOTE, *Rhétorique. Livre I (2)*, 1356a, Gallimard coll. « Tel », 2003.
- BOLTANSKI L., « L'espace positionnel. Multiplicité des positions institutionnelles et habitus de classe », in *Revue française de Sociologie*, XIV, 1973, pp.3-26.
- BOLTANSKI L., THÉVENOT L. (1991), *De la Justification. Les Economies de la grandeur*, Nrf Gallimard coll. « Essais ».
- BOURDIEU P., « De la règle aux stratégies », in *Choses dites*, Minuit coll. « Le sens commun », 1987, pp.75-93.
- CEFAÏ D., « La construction des problèmes publics. Définitions de situations dans des arènes publiques », in *Réseaux* n°75, *Le Temps de l'événement – I*, CNET/Hermès Sciences Publications, janvier-février 1996, pp.45-66.
- CHARAUDEAU P., « La médiatisation de l'espace public comme phénomène de fragmentation », in *Etudes de Communication* n°22, *La médiatisation des problèmes publics*, Université Charles-de-Gaulle – Lille 3, 1999, pp.73-92.
- CHEVALIER Y., « L'expert » à la télévision. *Traditions électives et légitimité médiatique*, CNRS Ed. coll. « CNRS Communication », 1999.
- DE LA HAYE Y. *Journalisme, mode d'emploi*, Ellug-La Pensée sauvage, 1985.
- DURKHEIM E., *Les Règles de la méthode sociologique*, Presses Universitaires de France coll. « Quadrige », 1981 (1<sup>ère</sup> éd.1937).

---

<sup>8</sup> « Femmes : une image brouillée à l'aube d'un siècle neuf ». Article paru dans *Le Figaro* du 23 avril 1999, à la rubrique « Notre vie ».

- DURKHEIM E., « Jugements de valeur et jugements de réalité ». Communication faite au Congrès International de Philosophie de Bologne le 6 avril 1911, in *Sociologie et philosophie*, PUF coll. « Le sociologue », 1967, pp.90-109.
- ELIAS N., *La Société des individus*, Librairie Arthème Fayard, 1991.
- FOUCAULT M., *L'archéologie du savoir*, Nrf Gallimard coll. « Bibliothèque des Sciences humaines », 1969.
- FOUCAULT M., *L'ordre du discours. Leçon inaugurale au Collège de France prononcée le 2 décembre 1970*, Gallimard, 1971.
- FRAENKEL B., *La signature. Genèse d'un signe*, Gallimard coll. « Bibliothèque des Histoires », 1992.
- GOFFMAN E., *La mise en scène de la vie quotidienne. 1- La présentation de soi*, Minuit coll. « Le sens commun », 1973.
- HABERMAS J., *Théorie de l'agir communicationnel. 1- Rationalité de l'agir et rationalisation de la société*, Fayard, 1987.
- JAMET C., JANNET, A.-M., *La mise en scène de l'information. Tome 2- Les stratégies de l'information*, L'Harmattan coll. « Champs Visuels », 1999.
- LEMIEUX C., *Mauvaise presse. Sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Métailié, 2000.
- MEHL D., *La Bonne parole. Quand les psys plaident dans les médias*, La Martinière, 2003.
- MERRIL J., « Les quotidiens de référence dans le monde », in *Les Cahiers du journalisme* n°7, Centre de Recherche de l'Ecole Supérieure de journalisme de Lille, 2000, pp.10-14.
- MÜLLER P., *Les politiques publiques*, PUF coll. « Que sais-je », 1990.
- PADIOLEAU J.-G., « Systèmes d'interactions et rhétoriques journalistiques », in *Sociologie du travail* n°3, Seuil, août-septembre 1976, p.256-282.
- PADIOLEAU J.-G., *L'Etat au concret*, PUF, 1982.
- QUÉRÉ L., *Des miroirs équivoques. Aux origines de la communication moderne*, Aubier Montaigne, 1982.
- SOULEZ G., « La Rhétorique comme lien entre les théories. L'exemple de la 'crédibilité' des journalistes de radio et télévision ». *Emergences et continuité dans les recherches en information et communication. Actes du 12<sup>ème</sup> Congrès National de la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication*, Unesco, Paris, 10-13 janvier 2001. Editions de la SFSIC, 2001, pp.173-180.
- VERON E., *La Semiosis sociale. Fragments d'une théorie de la discursivité*, PUV, 1988.
- WEBER M., *Economie et Société. 1- Les catégories de la sociologie*, Plon, 1971.