

questions
de communication

Questions de communication

5 | 2004

Psychologie sociale, traitements et effets des médias

Une interdisciplinarité autonome est-elle possible ?

Interrogations sur la réception des discours médiatiques

Is an Interdisciplinarity possible? Questions about Media Discourses Reception

Guy Lochard et Jean-Claude Soulages



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7093>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.7093

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2004

Pagination : 19-30

ISBN : 978-2-86480-838-1

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Guy Lochard et Jean-Claude Soulages, « Une interdisciplinarité autonome est-elle possible ? », *Questions de communication* [En ligne], 5 | 2004, mis en ligne le 01 juillet 2004, consulté le 01 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7093> ; DOI : 10.4000/questionsdecommunication.7093

Tous droits réservés

GUY LOCHARD

Centre d'étude des images et des sons médiatiques
Université Paris 3
glochard@club-internet.fr

JEAN-CLAUDE SOULAGES

Centre d'analyse du discours
Université Paris 13
Université Strasbourg 3
Jean-Claude.Soulages@wanadoo.fr

UNE INTERDISCIPLINARITÉ AUTONOME EST-ELLE POSSIBLE ?

INTERROGATIONS SUR LA RÉCEPTION DES DISCOURS MÉDIATIQUES

Résumé. — Faisant le bilan d'une expérience commune de pratiques de coopération scientifique avec des chercheurs inscrits dans d'autres disciplines, les deux auteurs s'interrogent sur la possibilité d'une trans- ou d'une interdisciplinarité autonome. Ainsi discutent-ils les présupposés de modèles théoriques qui entendent rendre compte à la fois des processus de production, de médiation et de réception des messages médiatiques. Ils avancent, qu'aussi sophistiqués soient-ils, ceux-ci ne peuvent se prononcer sur la réception effective de ces productions langagières sur des sujets empiriques. En conséquence, ils invitent à des expériences d'interdisciplinarité « partagée », ces dernières pouvant associer des analystes de la dimension sémiotique des messages et des spécialistes d'autres disciplines, axées sur la réception de ceux-ci, les premiers alimentant les seconds en hypothèses soumises alors à des procédures de validation.

Mots clés. — Interdisciplinarité, sémiotique, discours médiatiques, psychosociologie, réception, télévision.

Placés, il y a peu encore, sous le feu exclusif d'une littérature essayiste à fondement essentiellement axiologique, les discours médiatiques sont aujourd'hui instaurés comme des domaines d'analyse à part entière par les différentes sciences sociales et humaines. Le phénomène est déjà ancien dans le champ de la sémiologie où, en écho à plusieurs gestes inauguraux de Roland Barthes, des chercheurs ont progressivement déplacé leurs regards des discours littéraires vers des supports et des discours médiatiques, scripto-visuels puis audio-visuels, qui les ont successivement confrontés à des fonctionnements signifiants de plus en plus complexes. Un mouvement analogue, mais décalé temporellement, s'est aussi opéré dans les sciences du langage. Bien ancrée en France, la tradition de l'analyse du discours s'est affranchie de la visée, structurante dans sa première étape, de décryptage des présupposés idéologiques des discours sociaux et politiques. Considérant que les médias étaient des déterminants essentiels de construction des imaginaires sociaux, ce mouvement a, sur un mode plus analytique, accordé une place croissante aux écrits de presse, avant de s'orienter vers des émissions radiophoniques puis, plus récemment, des productions télévisuelles.

Il en va de même en sociologie. Se situant également dans une filiation critique, les chercheurs de cette discipline ont été, dans un premier temps, principalement attentifs aux contraintes politico-institutionnelles ainsi qu'aux logiques économiques pesant sur les productions médiatiques. Mais, depuis une vingtaine d'années, ce champ de recherches a profondément renouvelé et réorienté ses interrogations. Sous la poussée de théorisations et d'entreprises empiriques, issues principalement du monde anglo-saxon, il s'est recentré sur des questionnements foisonnants traitant des dynamiques interactionnelles qui se jouent entre des textes médiatiques, décrits comme plus ouverts, et des publics perçus comme de plus en plus actifs. Aiguillonnés par des problématiques issues de l'anthropologie sociale et culturelle, différents chercheurs ont, en France, et notamment grâce au rôle de passeur joué par Daniel Dayan (2000), développé des études sur la place et le rôle des productions médiatiques dans les processus de construction identitaire ; et, là aussi, tant sur la presse que sur la radio (Cardon, 1998 ; Méadel, 1994) et la télévision (Mehl, 1996, 2003 ; Chalvon-Demarsay, Pasquier, 1999). De telles préoccupations pour la discursivité médiatique sont aussi sensibles en histoire, pourtant longtemps réticente. Par exemple, en France, preuve en est la création récente de la Société d'histoire des médias dont les manifestations et publications témoignent, qu'au même titre que les articles de presse, les messages radiophoniques puis télévisuels ne sont plus seulement identifiés comme des « sources » secondaires, mais comme des agents événementiels et des opérateurs processuels à part entière dont les conditions et les formes d'énonciation doivent être clairement examinées.

Une floraison d'interrogations

D'évidence, une telle convergence d'intérêts académiques est bénéfique. Les importants profits heuristiques et l'intéressant débat entre disciplines qu'elle a engendrés – par exemple sur l'objet télévisuel dans le cadre de l'Inathèque – ne doivent pas pour autant masquer les interrogations qu'elle peut faire surgir. Pour ceux issus des sciences du langage et du signe, ne peut-on en effet observer que s'opèrent souvent des centrations sur des niveaux de signification pour lesquels des appareillages notionnels et procéduraux sont directement disponibles ? En conservant obstinément les lunettes du linguiste, ces approches ne centrent-elles pas leurs analyses sur des phénomènes micro-linguistiques, faisant abstraction des déterminations contextuelles de ces produits médiatiques ?

Inversement, et si l'on tourne son regard sur les modèles à fondement social ou socio-anthropologique, ne peut-on pas relever d'autres biais, symétriques de ceux pointés pour les approches d'inspiration linguistique ? Autrement dit, et en dépit d'un intérêt proclamé pour le statut discursif des productions médiatiques analysées, l'évitement observable de leur dimension proprement langagière au profit d'une analyse de leurs contenus actionnels et situationnels (univers de valeurs, personnages et relations archétypiques, dispositifs généraux), aboutit de fait à « une négation de la matérialité discursive » (Bonnafous, Jost, 2000 : 537).

Plus problématique apparaît la montée en force de modèles visant à subsumer les fondements théoriques des sciences du langage et de la société, et leurs apports respectifs aux différents paliers des processus de communication médiatique. Pour clore cette interpellation liminaire, une série de questions, à portée plus générale, s'impose devant la tentation plus ou moins assumée, voire l'ambition plus ou moins explicite de cet ensemble de travaux, à avancer des réponses sur les enjeux en réception des productions symboliques mises en circulation par les diverses institutions médiatiques. Toutes disciplines confondues, et qu'elles fassent référence à cet égard aux notions d'effets illocutoires, d'interprétation, d'appropriation ou de négociation du sens, les résultats avancés par ces études sur les messages et processus médiatiques ne doivent-ils pas être redoublés par des investigations complémentaires portant sur les effets réellement produits sur les sujets qui y sont exposés ? En effet, aussi éloignées soient-elles par leurs inspirations, toutes ces théories définissent l'usager des médias comme un être doté d'une compétence interprétative, mais elles lui conservent involontairement une dimension abstraite en ne procédant pas à une vérification, autre qu'intuitive, de cette activité en réception.

Nous avancerons qu'aucune de ces directions de travail, en dépit de leurs déclarations d'intentions, ne peut prétendre à elle seule embrasser l'ensemble des dimensions d'analyse proposées dans leurs projets théoriques. Et, sur la base d'une expérience commune, nous plaiderons pour la pertinence et la productivité de coopérations entre disciplines nécessitant la mise à concours de compétences

complémentaires. Cet article prend donc la forme d'un bilan critique allant dans le sens de ces stratégies heuristiques, rarement empruntées et effectivement problématiques, tant au plan méthodologique, théorique, qu'institutionnel. Développées sur une quinzaine d'années dans le cadre du Centre d'analyse du discours, ces expériences ouvertes et exploratoires d'interdisciplinarité « partagée » ont emprunté les voies de couplages de démarches analytiques, prises en charge de façon conjointe, et articulées par des équipes complémentaires. Parce qu'elles étaient motivées par des interrogations sur la plurisémioticit  et l'inter-sémioticité des langages médiatiques, les premières ont été menées avec des spécialistes du discours verbal ; nous-mêmes nous positionnant comme des répondants au plan de la composante visuelle. Parce qu'elles étudiaient des phénomènes de réception, les secondes ont articulé nos interrogations à celles du psychosociologue du langage Claude Chabrol.

N'y aurait-il pas un paradoxe, voire une provocation, à défendre une telle position puisqu'à la différence de ces partenaires scientifiques, notre travail s'inscrit dans le champ des sciences de l'information et de la communication qui se revendique de façon frontale et explicite comme interdisciplinaire ? Au contraire, le pari de cette contribution est de poser les conditions de possibilité de telles approches, en invitant à s'interroger sur les limites d'une trans- ou d'une interdisciplinarité autonome.

Des pertinences distinctes

Pour clarifier brièvement notre positionnement théorique, rappelons le postulat sous-tendant les travaux que nous avons pu développer, que ce soit parallèlement (Lochard, 2002, 2003 ; Soulages, 1999, 2001, 2002, 2003), ou conjointement (Lochard, Soulages, 2003). Celui-ci présuppose que toute production langagiere – qu'elle s'inscrive dans une situation inter-individuelle ou collective, (im)médiante ou médiatisée – est soumise à des jeux de régulation régis par des normes et des conventions. Au même titre que d'autres manifestations du discours social, les productions médiatiques peuvent être définies comme autant d'actes de discours. Située au croisement d'intentions de communication portées par différents acteurs professionnels, de contextes situationnels et de jeux réciproques d'attentes spectatorielles, leur étude permet de mettre au jour des corrélations entre la manifestation sémiologique des faits discursifs et des contraintes extra-langagières. Cependant, elle présuppose la distinction entre plusieurs espaces articulés mais autonomisés dans l'analyse : celui de la production, celui du produit langagier et celui de la réception, chacun se voyant dédoublé (Charaudeau, 1997). De plus, le postulat complémentaire considère que chacun de ces niveaux d'analyse correspond à des pertinences distinctes, impliquant des appareillages théoriques et méthodologiques inscrits dans des disciplines constituées.

Cette conception d'une inter-disciplinarité focalisée et collaborative se démarque des projets englobants : « Pour notre part, nous pensons qu'il est possible de construire une transversalité, entre plusieurs disciplines, à condition de la faire d'un lieu géométrique, d'un lieu disciplinaire, faute de quoi il n'y aurait plus de validation possible de savoir. Ce que nous appelons une interdisciplinarité focalisée » (Charaudeau, 1997 : 13). Elle vise à traverser et à intégrer les trois lieux de pertinence évoqués plus haut. Le plus souvent, la plupart des approches ancrées dans des postures hypothético-déductives se légitiment grâce à l'importation de grilles et d'outils d'analyse élaborés pour d'autres types d'objets. À cet égard, est significatif le recours quasi généralisé à la notion goffmanienne de « cadre » (Goffman, 1991), qui présuppose la possibilité et la validité d'une sociologie des médias unifiant la dimension sociologique de leur mode de production, et la dimension proprement sémiotique ou discursive de leurs contenus (Livingstone, Lunt, 1993 ; Macé, 2001 ; Esquenazi, 2003). Cette indéniable sophistication du modèle de la réception a pour conséquence principale l'introduction d'un nouveau palier interprétatif. Mais alors, ne souffre-elle pas d'une minoration de certaines configurations langagières sous-jacentes à tout acte de communication médiatique ? À notre sens, les analyses effectives de tels objets s'accompagnent d'astreintes épistémiques qui aboutissent à une véritable déconstruction de ces objets signifiants. En conséquence, leur productivité impose des pratiques de stratification *ad hoc* à partir de corpus représentatifs, et une discrimination fine entre unités syntagmatiques, strates langagières, procédés et effets visés, seule susceptible d'isoler des variables rendant compte des phénomènes de ritualisation de ces programmes (Lochard, Soulages, 1992, 1999). Sur le plan méthodologique, ces entreprises doivent impliquer des équipes complémentaires ; le travail pionnier sur *Apostrophes* du Centre d'analyse du discours constituant, à cet égard, un des rares exemples observables en France (Charaudeau, 1992).

L'attitude syncrétique que nous questionnons ici n'est pas sans poser problème parce qu'elle a pour effet de superposer, en les dépassant « par le haut », différents objets d'analyse qui réclament, de fait, des perspectives distinctes et complémentaires. Expliquons-nous. À la lecture de ces théorisations et de leurs traductions empiriques, il apparaît que l'aspiration commune à ce repérage prioritaire des cadrages professionnels et spectatoriels se solde par une focalisation sur les seules réalisations langagières, directement observables à un premier niveau (les programmes, les articles), et à un second niveau (les lignes éditoriales et les stratégies). Au détriment d'autres niveaux de contraintes sémiotiques : ceux des types de discours (informatif, publicitaire, didactique, etc.), des dispositifs généraux de médiation (spectacle, fiction, monstration : Soulages, 1998), et également celui des stratégies discursives qui configurent les précédents sur le mode de l'entrecroisement et de la combinatoire (Lochard, Soulages, 1998).

Des niveaux transmédiatiques et transgénériques

Pour reprendre une terminologie chère à Eliseo Veron (1988), on posera que tant les « grammaires de production » que les « grammaires de reconnaissance » des discours médiatiques sont sémiotiquement constituées autour d'agencements régularisés de marques et de matières signifiantes. Mais, on opposera que ceux-ci excèdent largement le plan des programmes et des supports puisqu'ils peuvent se manifester dans plusieurs types de médias et de genres. Pour être plus explicite, on ne doit pas, par exemple, considérer comme indifférent l'emploi d'une stratégie énonciative, comme celle de la modalité allocutive *versus* délocutive (Chabrol, 1988)¹ dans un article de presse, une publicité ou un journal télévisé. Il en va de même du choix de la (télé)visualisation d'un échange verbal, dans un *talk-show*, dans une série ou dans une émission de variété, autrement dit de la « monstration » du locuteur ou, alternativement, de son effacement au profit de son interlocuteur (Lochard, Soulages, 1993). En conséquence, s'imposent à ce niveau d'analyse discursif, d'autres investigations complémentaires, sinon prioritaires, par rapport à celles privilégiées par les perspectives d'études englobantes.

C'est bien parce que nous souscrivons au statut inter-sémiotique des discours médiatiques, et à la dimension à la fois sociologique et (nous soulignons) psychosocio-cognitive de leurs processus de réception, que nous nous sommes engagés dans le développement d'analyses visant à fertiliser, en référence à une pertinence sémiolinguistique, des hypothèses relevant des deux autres pertinences disciplinaires.

Différents facteurs d'activation

Éclairante et convergente est à ce titre la position théorique d'un chercheur comme Dominique Chateau. En effet, il nous semble pointer l'interdépendance des trois perspectives d'analyse lorsqu'il note, en prenant l'exemple de la télévision, que la production de sens de tout énoncé médiatique se fonde sur l'existence de « facteurs d'activation » qui, « du côté du message, [...] mobilisent des indices internes et, du côté du récepteur, des interprétants convoquant un *habitus* de téléspectateur, par-delà les facteurs purement individuels et subjectifs de la réception » (Chateau, 1998 : 203). Un tel *habitus* a été travaillé du côté psycho-socio-sémiotique comme découlant d'un « contrat de communication » qui, au sein d'une situation sociale, repose sur un « jeu d'expectations croisées » entre une instance de production et une instance de réception (Chabrol, 1988).

¹ Celui-ci montre l'importance de l'énonciation intersubjective (allocutive) vs impersonnelle (délocutive) dans le traitement, entre autres, des messages publicitaires de prévention (cf. ici la contribution de G. Diligeart sur l'évaluation des risques routiers). Se réalise ainsi une implication/non-implication linguistique comportant des effets puissants.

En élargissant notre perspective de travail à un ensemble plus large de médias, nous avancerons que ces « facteurs d'activation » se logent fondamentalement dans deux matières signifiantes hétérogènes : le verbal et le visuel qui entretiennent entre elles des relations intersémiotiques complexes. Attentifs au fait que « l'analyse du discours [se doit] de perpétuer la conflictualité des mots et des images » (Bonnafous, Jost, 2000 : 537), nous avancerons de façon complémentaire que ces paramètres signifiants ne sont nullement fortuits et aléatoires ; et ce, bien qu'ils soient régularisés par l'entremise de jeux de formes et de procédés verbaux et visuels pouvant constituer, au terme d'un processus de sédimentation, les invariants de tel ou tel discours et/ou, indirectement, de tel ou tel programme qui en fait un usage stratégique. Il reviendrait donc à toute étude qui entend se prononcer sur les effets de sens produits en réception, de :

- bien identifier, dans un premier temps, ces procédés structurants dans les objets textuels ou discursifs soumis à analyse ;
- vérifier leur niveau respectif d'intervention ainsi que leur degré de régularité dans ces réalisations attestées ;
- procéder, une fois isolées ces composantes langagières, à des examens attentifs de leurs variations spécifiques ;
- afin de formuler des hypothèses interprétatives pouvant être mises à l'épreuve par des protocoles d'expérimentation exigeants.

Des types monstratifs

C'est dans cette direction que nous nous sommes engagés en participant, dans le cadre du Centre d'analyse du discours, à une étude collective sur les débats, puis sur les *talk-shows* télévisuels européens (Charaudeau, 1992, 1999). En ce qui nous concerne, cette étude a tenté de répondre à une question rarement mise à l'épreuve empiriquement : la télévision informative est-elle vraiment un média audio-visuel ? En posant le caractère fondamentalement dédoublé de l'énonciation télévisuelle², nous nous sommes plus particulièrement demandé quels pouvaient en être les facteurs d'activation au plan visuel. En effet, cette recherche collective reposait sur l'hypothèse unifiante que, dans ce type d'émission, est déterminante au niveau du sens, la dynamique des interactions verbales. Celle-ci recouvre au plan de l'analyse :

² Définie par son association pour les émissions de direct ou de continuité de deux sources énonciatives :

- verbale, correspondant aux interventions des différents acteurs médiatiques ;
- visuelle, renvoyant à l'opération de mise en images, prise en charge, dans toute émission de plateau par une instance de réalisation qui bénéficie, en fonction des dispositifs d'émissions et selon les contextes socioprofessionnels, d'une marge d'autonomie variable, mais toujours irréductible.

- une strate communicationnelle qui renvoie aux :
 - modes de prise de parole ou d'origine de la parole : un locuteur peut être sollicité, autorisé (suite à une demande) ou peut prendre la parole de façon autonome (prenant) ;
 - modes de passage de la parole ; après une pause, à l'issue d'un chevauchement des propos d'un autre locuteur ou suite à l'interruption délibérée par un autre participant ;
 - temps de parole distribués et aux rythmes et « climats » interactionnels qui en découlent dans le déroulement des échanges.
- une strate discursive regroupant plusieurs rôles de parole :
 - des rôles locutifs de gestion ou de régulation des échanges ;
 - des rôles énonciatifs ; questionnant, validant, rôles d'opinion, d'appréciation, d'assertion, etc. ;
 - des rôles énoncifs (référant à des modes d'organisation du discours) : argumentant, racontant, décrivant, etc.

En opposant des séquences d'une même émission d'*Apostrophes*, différant essentiellement par le type de rôles assumés par Bernard Pivot, Claude Chabrol (1992 : 189-230) a montré que leur variation déterminait fortement, en réception, les qualités psychologiques attribuées à l'animateur et l'évaluation de ses actions. À leur propos, il a aussi dégagé des attentes préférentielles :

- une strate visuelle qui recouvre :
 - une dimension scopique mettant en jeu les variables de distances interpersonnelles et de points de vue, déterminant la variété des emplacements spectatoriels proposés au destinataire et centrés alternativement sur l'animateur, la scène, le public, le locuteur, son interlocuteur, etc. ;
 - une dimension cinétique reposant sur les mouvements d'appareils, mais aussi sur tous les effets de fragmentation de la bande-images, la durée des plans, les transitions, les effets de ralenti ou d'accélération ;
 - une dimension iconique regroupant les éléments de décor, l'environnement et les gestualités des sujets filmés ;
 - enfin, une dimension plastique (couleurs, formes, textures, lumières, surfaces).

Dans une première expérimentation (Lochard, Soulages, 1993 : 145-160), nous nous sommes donc plus particulièrement centrés sur les jeux de conjonction/disjonction s'opérant entre les prises de paroles et les prises de vues. En œuvrant, dans un premier temps, en collaboration avec une équipe de spécialistes des interactions verbales, préoccupés par une identification de rôles de parole (Croll, Gormati, 1992 ; Croll, 1999), nous sommes parvenus à la mise à jour de différentes figures audio-visuelles identifiées comme autant de types

monstratifs³. Intervenant dans un troisième temps, Claude Chabrol *et al.* (1993 : 161-176) a ainsi pu mettre en œuvre un protocole expérimental visant à apprécier dans quelle mesure ces variations dans la mise en scène visuelle d'un discours argumentatif (intervenant dans un *talk-show*) pouvaient générer des effets très différents sur sa mémorisation. Cette étude révèle que les façons de mettre en images un débat, faisant appel à différents « types monstratifs », constituent un contexte obligé de la mise en mémoire des discours oraux à la télévision. En outre, elle souligne que le choix de visualisation qui, dans ce contexte, favorise de façon maximale l'encodage puis la récupération des informations du *talk-show* concerné, est celui qui est le plus habituellement mis en œuvre⁴ parce qu'il est, entre autres, celui qui est le moins coûteux en termes de ressources cognitives.

À travers la neutralisation ou l'activation de certaines variables langagières, de telles expériences ont permis à Claude Chabrol (1993) de vérifier que la consommation régulière de la télévision (au même titre que celle des autres médias) engendre chez les consommateurs une appréhension et appropriation, certes toujours variables, de régularités formelles et l'élaboration, par ceux-ci, de « formes schématisées en mémoire associées ensuite à la réception de ce type de discours », soit des contrats de lectorats (Georget, Chabrol, 2000) qui orientent les attentes et favorisent les traitements routiniers. Pour autant, ces structurations psychiques n'impliquent pas de croire à un quelconque effet mécanique des stimuli à court terme sur l'environnement cognitif des destinataires. En effet, l'activation de ces schèmes normés est sensible à tous les facteurs internes (attention, capacités, connaissances et croyances) et externes (contextes sociaux de réception, buts du traitement, degrés d'implication des spectateurs).

³ Soit la synchronie communicationnelle qui se manifeste lorsque le matériau visuel, en prise directe avec la dynamique de l'échange, se calque sur les prises de parole ; l'asynchronie communicationnelle qui se manifeste lorsque le locuteur, dans un dialogue, n'est plus à l'image, mais que son partenaire par contre y apparaît, soit dans une position d'écoute, soit surpris dans un geste ou une mimique ; la synchronie situationnelle qui prend corps à travers différents éléments, contextualisant venant rendre compte du cadre situationnel ; la synchronie thématique où le visuel sert là de relais ou d'ancrage au verbal, le sujet montrant s'alignant alors sur l'énoncé qu'il développe ou illustre (insert de plans renvoyant à l'objet du discours).

⁴ Dans cette expérimentation, trois versions visuelles de la même séquence verbale de *Ciel mon mardi* ont été expérimentées auprès de trois groupes distincts : la version d'origine, une version focalisée sur l'animateur ; une version centrée sur l'invité et occultant l'animateur. C'est la première version très variée dans ses choix visuels qui a bénéficié des taux de mémorisation les plus élevés.

Conclusion

Par ailleurs défendue dans un ouvrage collectif (Lochard, Soulages, 1998), l'option théorique et méthodologique présentée ici ne vise pas à invalider les réponses fournies par les différentes traditions de travail, maintenant bien instituées dans le domaine de l'analyse des discours médiatiques. Elle tend à avancer que ces dernières ne fournissent que des réponses partielles, spécifiques et complémentaires, sur les processus de communication médiatique. Mais aussi que l'ambition transversale et holiste qui hante aujourd'hui les propositions théoriques englobantes souffrent d'une traversée, à notre sens, trop rapide des différents niveaux de structuration discursive des productions médiatiques.

Pour résumer la position défendue, nous nous demanderons donc (en incluant nos propres travaux dans cette interrogation) si le mouvement mis en perspective ne court pas le danger, à travers cette sophistication toujours plus grande des modèles et des hypothèses, d'un théoricisme oublieux des devoirs de validation que doivent s'imposer les sciences sociales. Est-il nécessaire de rappeler que toute démarche scientifique demeure toujours un travail d'élaboration de conjectures dont on ne peut, pour reprendre une expression de Karl Popper, toujours différer la « testabilité ». Certes, l'interdisciplinarité « partagée », suggérée ici avec la psychologie sociale de la communication, est complexe à mettre en place. Bien sûr, esquissée en référence à un cadre psycho-sociologique langagier, elle ne saurait être exclusive. À notre sens, elle devrait être encouragée en France en direction d'autres traditions et méthodologies scientifiques telles l'ethnographie de la réception ou la sociologie de la réception. Des démarches qui ont été, ailleurs, largement explorées (Proulx, 1998) et qui, tout en alertant sur l'importance des contextes de programmation, fournissent d'importants repères pour des investigations articulant des interrogations de type anthropologique, sociologique et psychologique.

Références

- Bonnaïous S., Jost F., 2000, « Analyse de discours, sémiologie et tournant communicationnel », *Réseaux*, 100, pp. 523-547.
- Cardon D., 1998, « Chère Ménie : émotions et engagements de l'auditeur », *Sociologie de la communication*, Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., éd., *Réseaux*, Hors série, pp. 843-880.
- Chabrol Cl., 1988, « Le lecteur Fantôme ou réalité. Étude des processus de réception », 161-184, in : Charaudeau P., éd., *La Presse. Produit, production, réception*, Paris, Didier-Érudition.
- 1992, « La réception : étude des processus d'évaluation des débats médiatiques », pp. 189-230, in : Charaudeau P., éd., *La télévision, les débats culturels*, « *Apostrophes* », Paris, Didier-Érudition.

Une interdisciplinarité autonome est-elle possible ?

- Chalvon-Demarsay S., 1994, *Mille scénarios. Une enquête sur l'imaginaire en temps de crise*, Paris, Métailié.
- Charaudeau P., éd., 1992, *La télévision, les débats culturels, « Apostrophes »*, Paris, Didier-Érudition.
- 1997, *Le discours d'information médiatique, la construction du miroir social*, Paris, INA/Nathan.
- Chateau D., 1998, « Interprétance et activation : deux concepts clés d'une théorie de la réception télévisuelle comme pratique », pp. 191-204, in : Bourdon J., Jost F., éd., *Penser la télévision*, Paris, Nathan.
- Croll A., Gormati Y., 1992, « La parole : la dramatisation des échanges verbaux », pp. 39-92, in : Charaudeau P., éd., *La télévision, les débats culturels, « Apostrophes »*, Paris, Didier-Érudition.
- Dayan D., 2000, « Le presque public », *Réseaux*, 100, pp. 427-456.
- Esquenazi J.-P., 2003, « Éléments de sociologie sémiotique de la télévision », *Quaderni*, 51-52, pp. 89-115.
- Georget P., Chabrol Cl., 2000, « Traitement langagier des accroches et publicités argumentées », *Revue internationale de psychologie sociale*, 4, pp. 17-49.
- Goffman E., 1991, *Les cadres de l'expérience*, trad. de l'anglais par Isaac Joseph, avec Michel Dartevelle et Pascale Joseph, Paris, Éd. de Minuit.
- Livingstone S., 1998, *Making Sense of Television, the Psychology of Audience Interpretation*, London, Routledge.
- Lochard G., 2002, « Identité sociale, identité médiatique et identité discursive à la télévision », *Questions de communication*, 2, pp. 145-158.
- 2003, « Le traitement des rôles communicationnels dans les dialogues télévisés », *Médiamorphoses*, 7, pp. 57-62.
- Lochard G., Soulages J.-Cl., 1993, « La part de l'image », *Psychologie française*, Tome 38-2, pp. 145-160.
- 1998, *La communication télévisuelle*, Paris, A. Colin.
- 2003, « La parole politique à la télévision : du logos à l'ethos » *Réseaux*, 118, pp. 65-94.
- Lochard G., Soulages J.-Cl., Charaudeau P., 1992, « Faire voir la parole », pp. 141-168, in : Charaudeau P., éd., *La télévision, Les débats culturels, « Apostrophes »*, Paris, Didier-Érudition.
- Macé É., 2000, « Qu'est-ce qu'une sociologie de la télévision ? Esquisse d'une théorie des rapports sociaux médiatisés », *Réseaux*, 104, pp. 245-288.
- Méadel C., 1994, *Histoire de la radio des années trente. Du sans-filiste à l'auditeur*, Paris, Éd. Anthropos.
- Mehl D., 1996, *La télévision de l'intimité*, Paris, Éd. du Seuil, 1996.
- Pasquier D., 1999, *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*, Paris, Éd. de la Maison des sciences de l'homme.
- Proulx S., 1998, éd., *Accusé de réception, le téléspectateur construit par les sciences sociales*, Paris, Éd. L'Harmattan.

- Soulages J.-Cl., 1998, *Les mises en scènes visuelles de l'information*, Paris, INA/Nathan.
- 2002, « Le formatage du regard », pp. 51-68, in : Gardies R., Taranger M.-C., eds, *Télévision : questions de formes*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- 2003, « Identités discursives et imaginaires figuratifs », pp. 103-110, in : Houdebine A.-M., éd., *L'imaginaire linguistique*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Veron E., 1988, « Presse écrite et théorie des discours sociaux : production, réception, régulation », pp. 11-26, in : Charaudeau P., éd., *La Presse. Produit, production, réception*, Paris, Didier-Érudition.