



Études de communication

langages, information, médiations

24 | 2001

L'interprétation : entre élucidation et création

Claude Jamet & Anne-Marie Jeannet : La mise en scène de l'information/Les stratégies de l'information

L'Harmattan, 1999, 299 et 315 pages

Jacques Noyer



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/edc/976>

ISSN : 2101-0366

Éditeur

Université Lille-3

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2001

Pagination : 145-147

ISBN : 2-9514961-2-5

ISSN : 1270-6841

Référence électronique

Jacques Noyer, « Claude Jamet & Anne-Marie Jeannet : La mise en scène de l'information/Les stratégies de l'information », *Études de communication* [En ligne], 24 | 2001, mis en ligne le 10 octobre 2009, consulté le 23 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/edc/976>

Ce document a été généré automatiquement le 23 avril 2019.

© Tous droits réservés

Claude Jamet & Anne-Marie Jeannet : La mise en scène de l'information/Les stratégies de l'information

L'Harmattan, 1999, 299 et 315 pages

Jacques Noyer

- 1 *La mise en scène de l'information* et *Les stratégies de l'information* constituent le double volet d'une exploration minutieuse du discours des médias que Claude Jamet et Anne-Marie Jeannet entreprennent à partir d'une question générique : quelles sont les spécificités du discours de l'information selon qu'il est produit dans les pages du journal ou sur l'écran de nos téléviseurs ? Cela conduit les auteurs à élaborer les axes d'une grammaire du discours informatif saisi comme une activité soumise à de multiples contraintes et comme résultante, organisée selon des règles – dont on s'attache ici, souvent, à manifester le caractère implicite – des formats, des modes de mise en discours, des variables scénographiques...
- 2 Le premier ouvrage (*La mise en scène de l'information*) s'attache plus particulièrement à étudier ce qui, dans l'amont du discours informatif, le « formate » : la question des dispositifs entendus comme mise en temps et en espace, en image et en son, attribution de rôles et de places, choix de types de discours constitue l'entrée d'un travail qui passe ensuite en revue les situations d'énonciation caractéristiques de chacun des deux médias et les traces énonciatives qui, dans le discours, permettent de distinguer à la fois des identités et des formes de régularité dans la prise de parole et, plus largement, dans l'organisation du discours. Ceci amène, naturellement, les auteurs à s'interroger sur le rapport du discours des médias avec la réalité extra-linguistique dont il s'empare et à envisager les différents mécanismes de « co-construction de la référence » à partir, notamment, de séries d'indices qui, dans la presse aussi bien qu'à la télévision, sont autant d'indicateurs du rapport au monde ainsi mis en place. Se dégage alors toute

l'importance de la dimension implicite dans le journal, tant écrit que télévisé, reposant en particulier sur des « présavoirs diffus » qui assurent comme une sorte de fluidité de l'économie discursive médiatique et qui participent, nous dit-on, de la stratégie régulière des médias.

- 3 Le second ouvrage (*Les stratégies de l'information*) est davantage consacré aux modes de discours mobilisés par les médias et propose, dans un premier temps, une réflexion approfondie sur le temps médiatique dont on sait qu'il est fortement articulé sur le discours. « Quel est le temps spécifique des médias ? » est la question qui, dans la lignée des travaux de Paul Ricoeur, conduit Claude Jamet et Anne-Marie Jeannet à une observation scrupuleuse de tous les phénomènes de mise en récit dont on envisage à la fois les logiques constitutives et les multiples fonctions. Les formes de narration et de description médiatiques – dans lesquelles l'importance de l'image est grande et utilement décryptée ici, en particulier pour les journaux télévisés – sont passées en revue en tant que formes productrices de significations au sein d'une logique symbolique que l'on aborde, dans l'ouvrage, sous un angle sémio-linguistique qui permet de fréquemment constater que récit et description sont rien moins qu'étanches aux catégories du discours argumentatif, que les auteurs abordent dans un ultime chapitre.
- 4 Le parti-pris d'analyse, dans les deux ouvrages, est synchronique et l'objectif affiché est de dégager les caractéristiques essentielles d'une « langue de l'information » telle qu'on peut la repérer dans la presse et la télévision d'aujourd'hui. On ne s'étonnera pas, par conséquent, que les outils d'analyse mobilisés soient d'abord ceux de l'analyse du discours, avec un souci de précision et de systématisme constant dans l'ensemble des chapitres. Cela ne signifie pas pour autant que les conditions de production de cette « langue » et des discours qu'elle engendre – ainsi que les spécificités du média-presse et du média-télévision – soient négligées : c'est au sein des discours produits et des scènes médiatiquement construites que sont repérées les traces renvoyant aux conditions de production envisagées comme dispositifs de construction du sens.
- 5 Au travers de l'option sémiotique adoptée, ces ouvrages offrent par conséquent un ensemble de repérages et de propositions d'un intérêt évident pour qui veut s'interroger sur les principes organisateurs de l'information. Même si l'on peut parfois regretter, dans le traitement et l'organisation de l'ouvrage, une segmentation presse-télévision qui n'autorise pas toutes les passerelles de problématisation possibles en matière d'analyse discursive comparée, on soulignera, au total, la solidité de l'appareillage théorique (synthétisé en une double bibliographie thématique), le caractère pédagogique des « repères » de débuts de chapitres proposés comme socle conceptuel de la question étudiée et la richesse de la mise en perspective introductive proposée par Jean-François Tétu au seuil de ces deux ouvrages. Autant d'éléments qui font de *La mise en scène de l'information* et *Les stratégies de l'information* une mise au point de la « grammaire médiatique » tout à fait utile pour en saisir les logiques actuelles et mieux en comprendre sans doute les dérivations futures.

AUTEUR

JACQUES NOYER

Jacques Noyer est maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université Charles-de-Gaulle – Lille 3. Il est membre de l'équipe « Espace Public et Médias » (GERICO – Lille 3). Ses recherches portent sur le rôle et la place des médias et de leur discours dans la construction des problèmes publics. Il y privilégie l'approche en termes de processus de médiatisation envisagé comme logiques discursives autant que comme logiques d'acteurs.