



# Pour une analyse du discours des formes de la presse en ligne

Annelise Touboul

## ► To cite this version:

Annelise Touboul. Pour une analyse du discours des formes de la presse en ligne. Pour une analyse du discours des formes de la presse en ligne, Nov 2000, Montpellier, France. <hal-00655113>

**HAL Id: hal-00655113**

**<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00655113>**

Submitted on 20 Mar 2012

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# Pour une analyse du discours des formes de la presse en ligne

Annelise Touboul

Équipe Médias et Identités / université Lumière Lyon 2 - novembre 2000

La presse en ligne... Nouvel objet saisi dès ses débuts par la fureur des commentaires de tous ordres. Entre extase et effroi, il s'avère souvent difficile de faire la "part des choses". Prenons par exemple la question de l'énonciation. La lecture de la presse nous apprend que de nombreux journalistes craignent que le développement des journaux en ligne se traduise par une mutation obligée et donc subie de leur fonction, de leur statut. Ils s'imaginent condamnés à perdre leur indépendance, le droit de penser et d'informer librement qui fondent leur identité professionnelle pour devenir de vulgaires fournisseurs de contenus ; recycler plutôt que de signer. Cette perspective se trouve relayée par certains chercheurs puisque Marc Lits conclue un récent article sur la transformation des modes d'énonciation dans la presse à l'heure d'Internet en évoquant le risque de « la dilution des identités énonciatives » et même « la dissolution du sujet dans trop de sujets »... Le journal en ligne implique-il la disparition des identités énonciatives ? Quelle médiation le journal peut-il proposer si l'émetteur, même pluriel ne peut plus être distingué et si finalement, sur le Net tout se vaut ?

Pour tenter de répondre à ces questions fondamentales, nous rappellerons dans un premier temps, les fondements théoriques de notre travail qui se propose d'articuler formes et discours. Dans un second temps, nous vérifierons l'intérêt de cette perspective concernant la question de l'énonciation à partir de l'observation de quelques sites Web de la presse quotidienne d'actualité générale.

## I. Le rappel des fondements théoriques de la recherche

### *1. Le réel et ses représentations*

Le postulat de départ de ce travail s'inscrit en rupture avec un des fondements majeurs d'une certaine philosophie qui envisage le monde à travers la dichotomie entre le fond et la forme, la profondeur et la surface, entre l'ontologie des phénomènes et l'accessoire de leur manifestation, entre le réel et ses représentations... Pour rester sur le registre philosophique, nous préférons penser comme Nietzsche que le réel est non-sens ; que seuls les actes humains tentent de lui en donner<sup>1</sup>.

Faire des recherches en sciences de l'information et de la communication, c'est notamment s'intéresser aux moyens dont les hommes se dotent pour communiquer et donner du sens au réel. L'enjeu est d'importance puisque, faut-il le rappeler, ces dispositifs communicationnels que les hommes élaborent (dont les médias font partie) en médiatisant notre rapport au monde façonnent en retour nos représentations.

### *2. La forme nécessaire et signifiante*

Si le sens est toujours déjà là, présent dans la communication, il apparaît nécessairement au travers d'une matérialité, d'une forme (geste, langage oral, écriture, image télévisée, etc.). Comme le remarque Emmanuël Souchier<sup>2</sup>, le plus souvent, la forme se fait discrète.

---

<sup>1</sup> Voir notamment le travail de Clément Rosset sur la pensée de Nietzsche. ROSSET Clément, La force majeure, Éd. de Minuit, 1983.

<sup>2</sup> SOUCHIER Emmanuel, "L'image du texte. Pour une théorie de l'énonciation éditoriale." In *Les Cahiers de médiologie*, "Pourquoi des médiologues ?", n° 6, deuxième semestre 1998, p. 137-145

Généralement perçue comme anodine, sans grand intérêt, nous prétendons au contraire qu'elle participe à l'élaboration du sens. En réalité son effacement n'a d'autre but que de servir le contenu le plus efficacement possible et pour cela elle se normalise. Pour illustrer ces propos, prenons l'exemple de l'information de presse imprimée. Les marques visuelles qui accompagnent l'information et la font exister, sont mises en œuvre par les acteurs de l'édition ; ceux-là dont le métier consiste à *transformer* le travail d'un auteur, en l'occurrence le journaliste, pour le mettre en forme dans le but de le proposer au public. Il a déjà été démontré comment des décisions telles que l'emplacement réservé à une information dans la page, la taille des titres, les illustrations que l'on peut y associer, la co-présence de certains articles etc. sont significatives d'une certaine politique éditoriale<sup>3</sup>. Si les formes s'inscrivent donc dans une histoire des pratiques ; elles témoignent aussi d'une intentionnalité.

### 3. De l'énonciation éditoriale au discours de la forme : le rôle de la recherche

Ceci nous conduit à penser qu'il existe bel et bien une « énonciation éditoriale »<sup>4</sup>, termes dont la combinaison ne va pas de soi. En effet, employer le terme d'énonciation renvoie à la définition qu'en donne la linguistique. Pour Émile Benveniste, elle est « la mise en fonctionnement de la langue par un acte individuel d'utilisation.<sup>5</sup> » Or, l'énonciation éditoriale suppose une pluralité d'énonciateurs. Deuxième difficulté, pour la linguistique, une mise en page ne constitue pas réellement un énoncé soit « une suite finie de mots » et par conséquent, cette discipline ne peut être compétente pour en faire l'analyse. Admettons donc, avec Umberto Eco, que « dans une recherche sémiologique, il faut toujours considérer que les phénomènes de communication ne sont pas tous explicables avec les catégories de la linguistique.<sup>6</sup> » Cependant, la notion d'énonciation éditoriale n'en demeure pas moins extrêmement féconde.

Pour rester dans l'univers de la presse, l'énonciation éditoriale est à la fois fonctionnelle (transformer le texte d'un journaliste, le disposer dans la page en tenant compte de la globalité de l'objet journal, en augmenter éventuellement la lisibilité ou la visibilité) et médiatrice puisqu'il s'agit de le faire entrer dans l'espace public, bref de le publier. L'énonciation éditoriale a une deuxième fonction essentielle, qui est d'inscrire le texte dans une histoire des formes, et d'en permettre la reconnaissance par le public, participant notamment à sa légitimation ou à sa démarcation.

Bref, puisque se manifeste à travers la mise en forme d'une information une présence sociale et idéologique, il serait peut-être plus juste de parler de discours de la forme, discours dont la recherche peut permettre d'en repérer l'existence et révéler les significations implicites.

### 4. La modération introduite par la notion de dispositif

Bien entendu, il ne s'agit pas de s'enfermer dans une logique de système et d'étudier les sites de presse en dehors de leur contexte de production. Le discours de la forme gagne à être abordé à la lumière du concept de dispositif (ou de celui, plus précis de cadre socio-technique). Ces concepts, fort utilisés dans le cadre de l'analyse des médias, invitent à penser les dispositifs médiatiques sous l'angle de combinaisons complexes, d'articulation d'éléments hétérogènes qui créent un milieu. L'usage de ce terme signifie que nous défendons un rapport

---

<sup>3</sup> Voir notamment MOUILLAUD Maurice, TÉTU Jean-François, *Le journal quotidien*, Presses Universitaires de Lyon, 1989 (surtout p. 55-128)

<sup>4</sup> SOUCHIER Emmanuel, *op cit.*

<sup>5</sup> BENVENISTE Émile, *Problèmes de linguistique générale*, vol. 1, Paris, Gallimard, 1966, p. 80

<sup>6</sup> ECO Umberto, « Sémiologie des messages visuels » in *Communications*, n°15, Seuil, 1970, p. 11

à la technique et au contexte socio-économique, envisagé dans une perspective résolument non déterministe, comme un potentiel, un environnement qui autorise la production ou l'activation du sens par le sujet. Parce que chaque dispositif médiatique correspond à un agencement singulier d'éléments divers, l'étude du dispositif particulier de la presse en ligne permet d'en comprendre le fonctionnement, les règles du jeu établies par les acteurs, et notamment les rôles attribués, suggérés ou choisis.

Considérant le dispositif en tant que support et co-producteur du message, considérant aussi la forme comme une des modalités énonciatives de la presse en ligne, nous proposons de questionner cette dernière sur ses héritages culturels, ses choix stratégiques ainsi que le type de médiation induite par l'offre, c'est-à-dire ce que les journaux électroniques s'arrogent comme rôles et ceux qu'ils attribuent au lecteur / usager / consommateur.

## II. Le concept de discours de la forme à l'épreuve de l'offre

### 1. *Précisions méthodologiques*

Notre travail d'observation porte sur une soixantaine de sites, majoritairement en Europe et en Amérique du Nord. Leur sélection résulte de la combinaison de plusieurs critères dont l'adéquation avec les exigences de la recherche (sites émanant de quotidiens imprimés d'actualité générale, renouvelés au moins quotidiennement), la stabilité, la notoriété etc.

Nous avons interrogé notre corpus en fonction de l'hypothèse selon laquelle, pour répondre au risque que représente une possible dilution des identités énonciatives sur le Net, les journaux en ligne accumulent les signes formels de leur stratégie éditoriale, notamment sur la page d'accueil, témoignant à la fois de pratiques héritées, d'adaptation aux spécificités du dispositif et de choix stratégiques. Autrement dit, nous pensons pouvoir repérer sur la page d'accueil des sites de presse quelque chose comme un discours de la forme ; cet espace serait en quelque sorte le lieu de définition identitaire du journal.

Nom, adresse, logotype, couleurs, architecture de la page... Nous avons questionné ces traces qui attestent la prégnance de l'héritage de la presse imprimée et témoignent aussi de l'élaboration progressive d'un nouveau média.

### 2. *Entre filiation et singularité : la situation paradoxale des sites de presse*

Comme toute filiation, celle qui lie le site Web et le journal papier se repère d'abord grâce au nom et aux ressemblances visuelles entre les deux supports.

Le premier constat porte sur le logotype du journal imprimé qui est presque systématiquement reporté sur la page d'accueil du site Web. Ce dernier se trouve en général fidèlement reproduit au moins concernant typographie et couleur. Un texte complémentaire lui est souvent associé (« online », « on the Web », « interactive », « .com », etc.), texte dont la vocation principale consiste simplement à distinguer le nouveau support du journal imprimé. Ce type de précision affirme clairement que l'émetteur ne change pas, seul le support de diffusion diffère.

À partir des écarts existants entre le nom du site de celui du journal imprimé, il arrive que puissent se lire certaines stratégies éditoriales. Ainsi, *The Irish Times* devient *Ireland.com/The Irish Times* sur la page d'accueil. Ne craignant pas de fournir de longues explications sur son positionnement stratégique, le journal précise même sur la fenêtre ouverte par le navigateur (appelée parfois cadre logiciel) : *Ireland.com – news and services for the Irish Internet user and users interested in Ireland in general* ! Cette fois le nom du journal imprimé a bel et bien

disparu et la cible visée ou potentielle des usagers et non plus des lecteurs s'est considérablement élargie... Autre exemple significatif : le *San Jose Mercury News* qui abandonne la mention de la localité à laquelle le journal papier est attaché « San Jose » et son lien avec l'information « news » pour devenir sur le site Web le *Mercury Center/The Knight Ridder Real Cities Network*. Si dans ce cas, la stratégie semble privilégier l'appartenance au réseau d'un grand groupe de communication à l'ancrage local, l'identité de l'émetteur, loin de disparaître s'affiche au contraire avec force.

### 3. *Quelles promesses à la surface de l'offre*

L'instant de la reconnaissance de la forme passée, vient ensuite le moment de s'intéresser de plus près à l'agencement de l'offre qui se donne à voir sur la page d'accueil. L'aspect spéculaire du réseau, la faible surface de visibilité qu'autorise l'écran, la grande quantité d'informations stockées et disponibles sur les sites expliquent en partie que les éditeurs conçoivent des pages d'accueil qui prennent le plus souvent la forme de sommaires. Mais plus que de simples sommaires, l'architecture des pages d'accueil révèle une construction tabulaire dans laquelle chaque espace, distinct à la fois par son aspect visuel (taille, couleur, habillage graphique) et par son contenu, joue un rôle spécifique. Par conséquent, contrairement à l'idée communément admise, les sites de presse ne se présentent pas sous la forme d'un espace indéfini parce que le vertige que procure cette non-finitude de l'objet est inquiétant. Participant d'une volonté de simplifier, de rationaliser, de normaliser pour faciliter l'accès au contenu, les éditeurs dans une démarche commune semblent se diriger vers une construction type pour les pages d'accueil. À travers le choix de cette mise en forme tabulaire, les concepteurs dessinent une offre dont l'objectif consiste à signifier au premier coup d'œil la richesse d'un contenu organisé, maîtrisé, et donc rassurant.

L'observation du renouvellement des liens sur la page d'accueil d'un jour sur l'autre confirme l'aspect structurant de la maquette de la page d'accueil. La quasi-invariabilité du nombre de liens et leur très faible renouvellement pose cependant la question de la relation qu'entretiennent les sites de presse avec l'actualité... Nous n'entendons pas répondre à cette question dans ce texte mais simplement signaler le fait pour conclure sur la question de l'énonciation évoquée au début de l'article.

### III. Des questions en guise de conclusion

En dehors de la présence appuyée d'une identité visuelle qui semble préférer l'affirmation d'une filiation plutôt que la revendication d'une singularité, il semble bien difficile de récuser catégoriquement l'hypothèse concernant la « dilution des identités énonciatives » et ce, pour plusieurs raisons.

Tout d'abord la faible présence de l'actualité sur les pages d'accueil distingue effectivement l'édition en ligne de sa parente imprimée. Mais si la présentation de l'événement dont la multiplicité des traitements et mises en forme possibles témoigne de la diversité des identités énonciatives n'apparaît plus au premier contact avec la presse en ligne, comment les journaux électroniques vont-ils pouvoir affirmer leur singularité ?

Par ailleurs, si la récente tendance vers une normalisation des formes, notamment dans l'agencement des contenus de la page d'accueil, témoigne d'une relative maturité de l'offre, il demeure néanmoins que la structure tabulaire et le système des listes qui la composent atteignent rapidement ses limites. En effet, la liste, « dispositif spatial de triage de l'information<sup>7</sup> »

---

<sup>7</sup> GOODY Jack, *La raison graphique*, Paris, Éditions de Minuit, 1979, p. 155

propose une organisation plus ou moins hiérarchisée d'éléments juxtaposés. Sorte de degré zéro du texte, sans ou si peu d'articulations textuelles, la liste permet difficilement un discours riche et complexe ; de sa forme émerge rarement une identité singulière forte.

À moins d'envisager une analyse comparative détaillée de cette offre tabulaire pour repérer les hiérarchies, les choix cachés derrière l'apparente neutralité des listes de liens de la page d'accueil...