

PRISMES

2

MÉDIAS *et* ÉMOTIONS

CATÉGORIES D'ANALYSES, PROBLÉMATIQUES, CONCEPTS

sous la direction de
Pascale Vergely et Guillaume Carbou



Roma TrE-Press
2020

Università degli Studi Roma Tre

Dipartimento di Lingue, Letterature e Culture Straniere

PRISMES

COLLANA DIRETTA DA BRUNA DONATELLI E LAURA SANTONE

n. 1, maggio 2019

Traduire Zola, du XIX^e siècle à nos jours

sous la direction de Bruna Donatelli et Sophie Guermès

n. 2, octobre 2020

Médias et émotions

Catégories d'analyses, problématiques, concepts

sous la direction de Pascale Vergely et Guillaume Carbou

C O L L A N A
PRISMES

Università degli Studi Roma Tre
DIPARTIMENTO DI LINGUE, LETTERATURE E CULTURE STRANIERE

2

MÉDIAS *et* ÉMOTIONS

CATÉGORIES D'ANALYSES, PROBLÉMATIQUES, CONCEPTS

sous la direction de
Pascale Vergely et Guillaume Carbou



Roma Tre Press
2020

COLLANA PRISMES

diretta da Bruna Donatelli e Laura Santone

Comitato scientifico

Silvia Adler (Università Bar-Ilan, Tel Aviv)

Franca Bruera (Università di Torino)

Dario Cecchi (Sapienza Università di Roma)

Alessandro Duranti (UCLA, Los Angeles)

Laurent Fauré (Università Paul Valéry-Montpellier, Praxiling-CNRS)

Marco Maria Gazzano (Università degli Studi Roma Tre)

Sophie Guermès (Université de Brest, CECJI)

Sophie Moirand (professeur émérite Sorbonne Nouvelle)

n. 2

Médias et émotions

Catégories d'analyses, problématiques, concepts

Coordinamento editoriale

Gruppo di lavoro *Roma TrE-Press*

Cura editoriale e impaginazione

teseo  editore Roma teseoeditore.it

Elaborazione grafica della copertina

MOSQUITO* mosquitoroma.it

Caratteri grafici utilizzati: Minion Concept Roman, Medium, Regular, Semibold; Minion Pro Regular (copertina e frontespizio). Garamond (testo).

Edizioni *Roma TrE-Press*®

Roma, ottobre 2020

ISBN 979-12-80060-71-6

<http://romatypress.uniroma3.it>

Quest'opera è assoggettata alla disciplina Creative Commons attribution 4.0 International Licence (CC BY-NC-ND 4.0) che impone l'attribuzione della paternità dell'opera, proibisce di alterarla, trasformarla o usarla per produrre un'altra opera, e ne esclude l'uso per ricavarne un profitto commerciale.



L'attività della *Roma TrE-Press* è svolta nell'ambito della
Fondazione Roma Tre-Education, piazza della Repubblica 10, 00185 Roma.

Médias et émotions
Catégories d'analyses, problématiques, concepts
Pascale Vergely et Guillaume Carbou

Remerciements

Ces journées ont été organisées par Pascale Vergely et Guillaume Carbou du laboratoire SPH -Université de Bordeaux Montaigne

Avec le soutien de :

Do.Ri.F. Università (Centro di documentazione e di Ricerca per la didattica della lingua francese nell'Università italiana)

Université de Bologne/Forlì

Université Bordeaux Montaigne

Université de Bordeaux

Université Sorbonne Nouvelle

Université Roma Tre

Comité scientifique

Josiane Boutet, Paris-Sorbonne Université

Guillaume Carbou, Université de Bordeaux

Georgeta Cislaru, Université Sorbonne Nouvelle

Carine Duteil-Mougel, Université de Limoges

Danielle Londei, Université de Bologne/Forlì

Axel Hohnsbein, Université de Bordeaux

Sophie Moirand, Université Sorbonne Nouvelle

Paola Paissa, Université de Turin

Roberta Pederzoli, Université de Bologne/Forlì

Sandrine Reboul-Touré, Université Sorbonne Nouvelle

Licia Reggiani, Université de Bologne/Forlì

Laura Santone, Université Rome 3

Boris Urbas, Université Bordeaux Montaigne

Pascale Vergely, Université de Bordeaux

TABLE DES MATIÈRES

<i>Introduction</i>	13
Partie 1 – Réflexions théoriques et méthodologiques	
<i>De quoi l'émotion est-elle le sens ? Portées sémantiques de l'expression émotionnelle</i> Georgeta Cislaru	27
<i>Quand l'adolescent partage son embarras</i> David Galli, Franck Renucci	53
<i>Analyser le discours baineux en ligne : réflexions méthodologiques</i> Angeliki Monnier, Annabelle Seoane, Matthijs Gardenier	65
<i>My heart feels like it is swallowing itself</i> <i>Approche argumentative et textométrique des émotions dans le slam américain</i> Marion Bendinelli, Elvire Mathis	81
Partie 2 – Émotions et RSN	
<i>Les émotions via tweet : retour sur l'affaire Aquarius</i> Laura Santone	107
<i>Les mèmes : circulation des émotions-aphorismes politiques dans les médias d'infotainment</i> Vincent Bilem	121
Partie 3 – Émotions et médiations culturelles	
<i>Émotions à tout prix, émotions à nul prix ? Textes expographiques au prisme des émotions</i> Mariagrazia Margarito	141
<i>Le fil de la nostalgie dans les médiatisations contrastées du passé du jeu vidéo : expositions muséales, rétro-marketing, et vidéos amateurs</i> Boris Urbas	155
<i>Radio de proximité et expression des émotions dans une matinale d'information colombienne</i> Natalia Marcela Osorio-Ruiz, Laurent Fauré	175
<i>Sur l'enquête des publics de la culture et de l'éducation artistique et culturelle par l'analyse des émotions</i> Camille Royon	197

Introduction

Depuis 2012, notre réseau¹ franco-italien – regroupant des chercheur·es en sciences du langage et en sciences de l’information et de la communication – poursuit ses réflexions pluridisciplinaires sur les médias. Dans la continuité des journées d’études internationales :
– « Médias et santé publique » à Bordeaux² (2012),
– « Médias et bien-être : discours et représentations » à Bologne³ (2014)
– et de « La biodiversité en discours : communication, transmission, traduction » à Paris⁴ (2017),
la 4^e édition itinérante s’est déroulée à Bordeaux (2019) avec pour thématique les émotions dans l’analyse des médias. Ce recueil rassemble les actes de ces deux journées internationales.

La question des émotions est depuis plusieurs années traitée de manière approfondie en sciences du langage et en sciences de l’information et de la communication comme en témoignent les nombreux numéros thématiques de revues (*Mots, les langages du politique* n° 75, 2004 ; *Semen*

¹ En 2010, un réseau s’est constitué et regroupe des chercheurs en sciences du langage (CLESTHIA, Langage, systèmes, discours, Sorbonne nouvelle), en traduction (Dipartimento di Interpretazione e Traduzione, DIT, Università di Bologna - Dipartimento di Lingue, Letterature e Culture Straniere, Università Roma Tre) et en sciences de l’information et de la communication (Sciences, Philosophie, Humanités, SPH, Université de Bordeaux et Université Bordeaux Montaigne).

² Le 5 mai 2011 a été organisée, par le laboratoire Sciences, philosophie, humanités (SPH), la journée d’étude « Discours de santé dans la presse nationale et régionale ». Fort de son succès, les 18 et 19 octobre 2012 a été organisé par ce même laboratoire le colloque « Médias/Santé publique ». Actes : <<http://www.revue-texto.net/index.php?id=3422>>.

³ Les 16 et 17 octobre 2014 a été organisé par le département d’interprétation et de traduction de Forlì en partenariat avec les universités Bordeaux 3, Rome 3 et le Dorif, le colloque international « Médias et bien-être : discours et représentations ». Actes : *Médias et bien-être. Discours et représentations, sous la direction de Roberta Pederzoli* (Autore), Licia Reggiani (Autore), Laura Santone (Autore), Bononia University Press, 308 p.

⁴ Le 24 mars 2017 a été organisée, par le laboratoire CLESTHIA une journée d’étude internationale « La biodiversité en discours : communication, transmission, traduction ».

n° 35, 2013, ou encore *Le discours et la langue*, tome 4.1, 2013), les ouvrages majeurs sur le sujet (Dominique Walton, 1992 ; Michael Rinn, 2008 ; Christian Plantin, 2011 ; Raphaël Micheli, 2014) ainsi que la bibliographie indicative⁵ réunie à la fin de cette introduction. Dans ce cadre, la spécificité de cet ouvrage est de se concentrer sur des réflexions d'ordre méthodologique et théorique.

L'étude de l'émotion pose une question théorique majeure aux sciences humaines et sociales. Au-delà du problème de leur définition – qui intéresse en premier lieu la philosophie, ou de leur fonctionnement biophysique, qui intéresse les sciences naturelles – les émotions ne se présentent jamais aux SHS que sous une forme médiatisée. Cela implique que celles-ci n'étudient pas vraiment les émotions mais bien plutôt leurs expressions ou leurs effets sociaux. De fait, les travaux qui s'intéressent aux émotions doivent s'affronter à un ensemble de questionnements théoriques et méthodologiques d'ordre sémiologique. La sémiologie des émotions ouvre ainsi un ensemble de problématiques cruciales. Par exemple, on peut s'interroger sur les conséquences que le *support sémiotique* de l'émotion peut avoir sur la méthodologie et les outils d'analyse. Traite-t-on l'émotion de la même manière lorsque l'on analyse l'écrit, l'oral, l'image fixe, mobile, le son, etc. ? De manière corolaire, comment prendre en charge la multimodalité des émotions ? Comment les « voix » de l'émotion – la peur, la colère, l'indignation, la joie, l'enthousiasme... – accompagnent-elles l'articulation syntagmatique de la praxis énonciative et déclinent-elles les parcours passionnels inhérents la saisie socio-sémiotique du sens ? Comment les voix – les voix des journalistes, les voix testimoniales, les voix des migrants... définissent-elles le sujet passionnel, l'individu qui énonce et convoque son propre univers linguistico-culturel ? Comment s'entremêlent, dans ce processus, le ratio-conceptuel du sémantique, le pathético-thymique de l'affectivité et la dimension éthique ?

Du point de vue de leur problématisation, les émotions entraînent également des modulations importantes de la démarche de recherche (constitution de corpus, choix théoriques, choix des méthodes). Selon l'« émotion » que l'on cherche à mettre au jour, l'appareillage théorico-méthodologique est soumis à une grande variabilité. On peut ainsi étudier les émotions en tant qu'elles sont inscrites dans la matérialité sémiotique (approches linguistiques), en tant qu'elles peuvent être ressenties par des individus (approches psychosociales), en tant qu'elles sont

⁵ Un grand merci à Sophie Moirand pour son aide éclairée toujours précieuse... et ce, depuis 2010.

utilisées à des fins stratégiques (approches rhétoriques), ou encore en tant qu'elles structurent ou ont des effets sur des groupes (approches sociologiques). Dans cette optique, il est toujours important de se questionner sur les cadres théoriques d'origine du concept d'émotion mobilisé : communication, histoire, histoire des idées, neurosciences, philosophie, psychologie, sciences du langage, sociologie, linguistique, etc. De même, il apparaît nécessaire de bien expliciter les modalités d'articulation des concepts entre eux ou avec l'outillage méthodologique, et ce d'autant plus que l'on mobilisera des outils et des concepts issus de disciplines ou d'épistémologies différentes. Par exemple, les émotions telles qu'elle peuvent être définies par l'anthropologie cognitive ne se prêtent pas forcément à des analyses qualitatives de l'expression des émotions dans le traitement médiatique de tel ou tel événement. L'usage du concept même d'émotion demande un ensemble de précautions théoriques tant a pu être critiquée la vision dualiste cartésienne qu'il peut suggérer⁶. Il est ainsi important de s'interroger sur les intérêts heuristiques d'un concept d'émotion qui ne se construit pas dans une opposition à celui de « raison », d'« objectivité », ou encore de « factualité ».

La réflexion sur le concept d'émotion engage aussi des questionnements sur le caractère gradué des émotions et sur leur capacité à constituer soit des fonds généraux, soit des formes saillantes des situations analysées. Au-delà de la question d'émotions spécifiques (la colère, la joie, la peur...) l'étude de la médiatisation des émotions peut ainsi se faire sous l'angle de l'intensité de celles-ci : montre-t-on une émotion intense, comme forme et sujet de la médiatisation, ou plutôt une émotion diffuse, comme fond et contexte de la médiatisation ? Quelles stratégies et quels effets peuvent découler de ces configurations ?

Enfin, les émotions peuvent également être traitées en tant qu'enjeu de définition et de positionnement politique. Il ne s'agit plus alors d'étudier les émotions en elles-mêmes mais plutôt d'interroger la manière dont l'idée d'émotion est socialement construite et joue un rôle dans l'organisation des rapports sociaux. Par exemple, les émotions pourront tantôt être légitimées comme moteur de l'accès à la parole politique (cf. les débats autour de l'injonction « Indignez-vous ! » de Stéphane Hessel ou encore de la « colère saine » de Ségolène Royal lors du débat de l'entre-deux tours des élections présidentielles françaises de 2007)) ou tantôt

⁶ D'un point de vue biologique, les neurosciences étudient depuis longtemps l'intrication fine des circuits émotionnels et de ceux de la pensée logique, du calcul ou de la décision (cf. par exemple les travaux de la revue *Emotion et Cognition*). L'ouvrage *L'erreur de Descartes*, d'Antonio Damasio (1995) fait sur ce point figure de classique de la position anti-dualiste.

au contraire critiquées pour leur capacité à dépolitiser les foules pour les unir derrière un sentiment puissant mais flou et nuisant à l'analyse (cf. A.C. Robert, "La stratégie de l'émotion", *Le Monde diplomatique*, 2016). Dans la même perspective, on peut observer que les traitements journalistiques présentent parfois l'absence d'émotion comme gage d'objectivité et d'autres fois la revendiquent comme reconnaissance de la nécessaire subjectivité d'un sujet réflexif et engagé.

S'intéresser à la médiatisation des émotions conduit ainsi à développer tout un ensemble de questionnement préalables qui permettent de fonder la pertinence épistémologique de l'entreprise. Les contributions réunies dans cet ouvrage cherchent donc à contribuer à ce type de réflexion. L'ouvrage est divisé en trois parties. La première regroupe des articles qui abordent frontalement les problématiques théoriques et méthodologiques liées à l'analyse des discours émotionnés. La deuxième partie s'intéresse à la question du rapport entre analyse des émotions et analyse du support matériel et technique de leur expression en se concentrant sur la place et le rôle des émotions dans les réseaux socio-numériques. La troisième et dernière partie rassemble des travaux qui abordent les émotions dans une perspective plus constructiviste et s'intéressent au rôle des émotions dans une pratique sociale particulière : la médiation culturelle.

Dans la première partie, le texte de Georgeta Cislaru fait le point sur la question de la place des émotions dans la construction du sens. Invitant « à reconnaître pleinement la place des émotions dans les fonctionnements discursifs et au-delà, dans l'action sociale, les pratiques langagières étant des pratiques sociales par excellence », l'auteure développe les modalités selon lesquelles les émotions se lient aux mécanismes socio-discursifs. Au-delà de l'inscription linguistique, l'article questionne également la manière dont les émotions s'intègrent aux logiques médiatiques car « si les médias assument leur rôle dans le partage, ou même la création des émotions, ils opèrent des choix qui leurs sont spécifiques, soit en fonction des règles de sélection de l'information, soit en fonction des champs affectifs qui leurs sont familiers ». Enfin, en prenant l'exemple des « techno-émotions » qui se donnent à voir sur les supports numériques, le texte suggère que l'intrication des émotions et des supports socio-techniques contribuent à faire évoluer la place et le rôle des émotions dans la vie sociale et modifie leur portée sémantique : dans « technodiscours », « si l'émotion fait encore sens, elle le fait autrement, de manière plus étroite, à la fois plus ciblée et plus diffuse ».

Le second article du recueil aborde la question dans la perspective toute différente de la philosophie pragmatiste. Franck Renucci et David

Galli s'intéressent au rapport émotionnel ambiguë entre l'adolescent et son « pharmaphone ». Alors même que les émotions sont constitutives du partage communicationnel immédiat entre humains, les outils numériques se trouvent dans la position ambivalente qui consiste à la fois à massifier les invitations au « partage » des émotions (par un « like », un « retweet », un « texto ») et, dans le même temps, à en réduire la portée par la médiatisation qu'il réalise (absence de co-présence physique, désynchronisation du « partage », standardisation des méthodes de « partage », etc.). Ce questionnement est l'occasion pour les auteurs de mener une réflexion sur la méthodologie du « récit de vie » comme outil pertinent et anti-réductionniste d'étude des émotions dans des situations complexes comme celle du rapport de l'adolescent aux émotions partagées numériquement. Ainsi nous interrogeons-ils : quelle autre méthode que « le récit de vie, centré sur les relations d'attachement, permet de comprendre comment, dans une relation, l'adolescent tend à choisir la machine plutôt que l'humain » ?.

Dans le troisième article, Angeliki Monnier, Annabelle Seoane et Matthijs Gardenier proposent également une réflexion méthodologique. Il s'agit cette fois de s'intéresser au cas du « *hate speech* » ou « discours haineux » et à la diversité des modalités de son expression, des structures discursives à la contextualisation qui les sémantise. A partir du constat que l'étude du discours haineux a été « jusque-là limitée à des listes préétablies de mots “haineux” [...], ainsi qu'à des configurations syntaxiques [...] », les auteurs suggèrent que « la lutte contre le discours haineux sur l'internet [...] doit s'enrichir aujourd'hui de nouveaux moyens pour capter les formes de haine les plus subtiles, implicites, comme les sarcasmes, les euphémismes, les références contextuelles afin de cerner les stratégies de masquage mis en place par les internautes (jeux avec l'orthographe, crypto-langages réservés aux initiés...) ». En se basant sur une étude des discours anti-migrants du collectif « Sauvons Calais », les auteur-es développent ainsi les « dimensions qui sont à la fois discursives, pré-discursives (représentations préalables) et post-discursives (orientées vers une certaine action) » ainsi que le « dispositif communicationnel (technique et interactionnel) » dont l'analyse doit savoir rendre compte afin de pouvoir circonscrire l'objet « discours haineux ».

Le quatrième et dernier texte de cette première partie s'intéresse pour sa part à la place des méthodologies quantitatives d'analyse statistique des données pour l'étude des émotions. Marion Bendinelli et Elvire Mathis proposent d'étudier un corpus de slam afin d' « identifier les marqueurs d'émotion présents dans le slam et [d']analyser les modes de sémiotisation privilégiés par les poètes ». Leur approche outillée, alliant

méthodes qualitatives et quantitatives, cherche à rendre justice au caractère multimodal et polysémiotique de l'expression émotionnelle. L'analyse rend ainsi compte à la fois des caractéristiques prosodiques et kinésiques des slams et des multiples niveaux de sémiotisation des émotions (dite, montrée, étayée, pour reprendre la terminologie de R. Micheli, 2014). Leur conclusion plaide en faveur de l'intégration d'approches sémio-métriques fines et d'approches qualitatives des situations d'énonciation pour faire émerger « les tendances lourdes qui se dégagent [d'un] corpus en matière de champs lexicaux, de configurations discursives et de comportements physiques, qu'ils disent ou suggèrent l'émotion ».

La deuxième partie de l'ouvrage change la focale théorique pour s'intéresser non plus tant à la dimension méthodologique de l'analyse des émotions qu'à la prise en compte du rôle du support techno-sémiotique de leur expression. C'est ainsi l'émergence des émotions en contexte socio-numérique qui intéresse les deux articles de la section.

Dans le premier article Laura Santone investigate le cas de la plateforme Twitter et de son usage par le ministre de l'Intérieur italien Matteo Salvini durant l'affaire de l'*Aquarius*, navire humanitaire qui portait secours aux migrants en Méditerranée. L'auteure cherche alors à montrer « comment le numérique, notamment le réseau social twitter, se révèle moins un outil de connexion que le moteur même d'une puissante propagande politique greffée sur le passionnel en ligne, à savoir sur l'émergence d'une topique de l'émotion ». En analysant à la fois les usages du ministre et les propriétés technosémiotiques du réseau social, elle met au jour les liens serrés qui unissent celui-ci et la composante pathémique des rapports sociaux. Ainsi, selon elle, le tweet « se configure moins comme un lieu argumentatif que comme un lieu pathémique constituant, grâce à sa forte charge thymique, un sentiment diffus – et 'contagieux' – d'appartenance entre des individus qui partagent les mêmes désirs, les mêmes peurs, un même imaginaire, voire une même construction des images de soi et de l'*autre* ».

Le second article qui met l'accent sur le support technosémiotique d'expression des émotions est celui de Vincent Bilem qui s'intéresse à un autre format expressif natif du web : le même. Ces images, parfois animées, parfois accompagnées de texte, à vocation virale et la plupart du temps humoristiques, sont utilisées de manière topique dans les interactions numériques. L'auteur s'intéresse en particulier à la manière dont les mêmes jouent un rôle de pivot de l'articulation entre « pop culture numérique » et culture journalistique professionnelle qui s'exprime en particulier dans le genre de l'*infotainment*. Il montre ainsi que le même permet « l'hybridation entre la culture web et l'*infotainment* (qu'il soit té-

lévisé ou radio filmé) [en passant] par le partage de pratiques culturelles, qui tendent à s’harmoniser autour de mêmes codes visuels ». L’importante charge émotionnelle constitutive du même, le désengagement énonciatif qu’il permet, et la pluralité d’interprétation qu’il ouvre facilitent le passage, voire le brouillage, entre les catégories médiatiques.

La troisième et dernière partie de l’ouvrage change encore de focale pour interroger l’émotion dans son rapport non plus tant à un dispositif médiatique qu’à une pratique sociale particulière : la médiation culturelle.

Le premier article se penche sur le rôle des émotions dans les textes expographiques. Ces textes qui accompagnent et présentent, au-delà d’une simple fonction d’inventaire, les objets et les œuvres d’une exposition ou d’un musée sont, selon Mariagrazia Margarito, des énoncés qui s’inscrivent dans un discours global de médiation culturelle : « de par sa destination, la consultation publique qu’il encourage, son rôle d’“éducation non formelle”, son évolution à travers le temps et les traditions des pays qui exposent, le texte expographique est un objet social à part entière, riche en stratégies discursives, pourvoyeur de la médiation culturelle de l’institution muséale qui le rédige ». A travers l’analyse qualitative fine d’un corpus de textes expographiques, l’auteure participe ainsi aux interrogations de la muséologie « sur les “stratégies affectives” et leurs usages, sur la place des émotions dans les expositions, sur le rapport entre les deux et la durée de l’impact émotionnel au-delà de la contextualisation de la visite ».

L’article suivant aborde pour sa part le rôle d’une émotion spécifique, la nostalgie, dans le domaine du jeu vidéo ancien, ou *retrogaming*. Boris Urbas définit la nostalgie en opposition aux « conceptions longtemps dominantes [...] la réduisant à une forme de passéisme, ou à sa dimension pathologique », comme une « émotion consciente, principalement positive et fondamentalement sociale ». Il montre alors comment cette émotion, sans en être le moteur exclusif, joue néanmoins un rôle majeur dans les activités liées au *retrogaming* depuis les années 1990. Le texte met en lumière cette dimension socialisatrice de la nostalgie à travers l’étude d’un riche corpus mêlant trois types de productions : des expositions muséales sur l’histoire du jeu vidéo, des rééditions de consoles de jeu par l’industrie, et des productions audiovisuelles réalisées et diffusées en ligne par des amateurs. Il constate alors que dans ces trois univers, « les objets et la dimension sensorielle concentrent particulièrement les potentialités d’évocation, de déclenchement, et de mobilisation de la nostalgie ». Sur le plan méthodologique, ce travail montre ainsi comment l’entrée par l’émotion permet de faire voir les continuités manifestes entre des pratiques sociales qui pouvaient de prime abord sembler éloignées.

Si le troisième article s'intéresse quant à lui à un autre canal médiatique, la radio, il met de la même manière que le précédent l'accent sur la dimension socialisatrice des émotions. En effet, selon Natalia Osorio Ruiz et Laurent Fauré, la radio, à travers son caractère vocal, « crée un lien avec l'auditoire : elle mobilise de l'empathie, des appréciations, des facteurs identitaires ». Dès lors, en s'intéressant, dans une approche ethnographique, à un programme populaire de la radio d'information colombienne *Caracol Radio*, les auteurs montrent comment l'émotion constitue, pour les journalistes, une manière de créer un lien de proximité avec l'auditoire. L'étude qualitative fine qu'ils proposent permet de mettre au jour avec précision les différents lieux de fabrication plus ou moins consciente de la tonalité émotionnelle du programme, depuis les discussions éditoriales hors antenne jusqu'aux choix lexicaux, prosodiques, narratifs ou encore interlocutifs durant l'émission. Au final, le texte illustre la manière dont l'émotion se trouve au cœur de la production de l'intersubjectivité du canal radiophonique.

Enfin, le dernier texte présenté dans cet ouvrage utilise l'émotion comme entrée méthodologique originale pour l'étude des publics de la culture. Ainsi, Camille Royon, envisage « l'étude des émotions comme une manière de comprendre différemment les pratiques culturelles, permettant d'étudier conjointement les réceptions individuelles et collectives ». Sa réflexion méthodologique la mène à poser la question de la mesure du sensible et à conclure que « l'analyse par les chiffres et celles par les émotions sont plutôt complémentaires qu'antithétiques ». A titre d'illustration, le texte s'intéresse aux publics d'un festival de musique créé en 1979 à Rennes et réunissant aujourd'hui près de 60 000 festivaliers. L'analyse montre que la prise en compte des émotions dans l'étude des rapports des publics au festival permet de saisir une dimension centrale de leur expérience esthétique mais également de s'engager dans une perspective sociologique qui sort du dualisme individu/collectif dans la mesure où les émotions peuvent être considérées autant « comme des expressions d'un commun partagé que comme l'expression intime et individuelle d'un certain rapport à l'art et à la culture ». Cet article offre ainsi un regard stimulant sur les apports épistémologiques de l'étude des émotions.

Les contributions réunies dans cet ouvrage, par-delà la diversité de leurs terrains et corpus, ont ainsi en commun de creuser les aspects théoriques liés aux émotions comme objet d'étude ou comme entrée méthodologique. Malgré leur omniprésence dans le champ social, les émotions ont longtemps fait l'objet d'une certaine déconsidération en SHS. Avec le regain actuel d'intérêt pour leur étude, leur situation paradoxale (à la

fois toujours traitées, mais jamais vraiment assumées) explique l'importance qu'il y a aujourd'hui à développer et expliciter les cadrages théorico-méthodologiques qui sous-tendent les travaux qui les abordent. L'ambition de cet ouvrage est de participer à cette démarche, en proposant un recueil de textes qui ouvrent chacun la boîte noire de la méthode afin de permettre une réflexion éclairée sur la problématisation des émotions.

Pascale Vergely et Guillaume Carbou

PETITE BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE DES TRAVAUX SUR LES ÉMOTIONS DANS LES CHAMPS DE LA COMMUNICATION ET DES SCIENCES DU LANGAGE

- Baïder Fabienne et Cislaru Georgeta (dir.), *Cartographie des émotions*, Paris, Presses Sorbonne Nouvelle, 2013.
- Baïder Fabienne et Cislaru Georgeta (dir.), *Linguistic Approaches to Emotions in Context*, Amsterdam, John Benjamins, 2014.
- BALLET MARION, *Peur, espoir, compassion, indignation : l'appel aux émotions dans les campagnes présidentielles*, Paris, Dalloz, 2012.
- BAZIN MAËLLE, « Quand la rue prend le deuil. Les mémoriaux éphémères après les attentats », *La vie des idées*, 26 mai 2017.
- BRAUD PHILIPPE, *L'émotion en politique*, Paris, Presses de Sciences Po, 1996.
- CABASINO FRANCESCA, « Les attentats du 11 septembre : émotion et raison dans la presse en France et en Italie », *Mots*, n° 75, 2004, pp. 21-33.
- CISLARU G., « Emotions in tweets: from instantaneity to preconstruction », *Social Science Information*, n. 54(4), 2015, pp. 455-469.
- CISLARU, G., « L'indignation est-elle une colère comme les autres ? Etude sémantique », Paris, Presses Sorbonne Nouvelle, à paraître.
- Clément Maéva et Eric Sangar (éds), *Researching Emotions in International Relations. Methodological Perspectives on the Emotion Turn*, Palgrave MacMillan, 2017.
- DAMASIO, A., 1995. *L'erreur de Descartes*, Paris, Odile Jacob.
- Dayan Daniel (éd.), *La terreur spectacle : terrorisme et télévision*, Bruxelles, De Boeck, 2006.
- EUSTACHE FRANCIS ET PESCHANSKI DENIS, « Les émotions relient la psychologie à l'histoire », *Médecine/ Sciences*, 33, 2017, pp. 211-212.
- Hare Isabelle, Rampon, Jean-Michel, Têtu Jean-François et Touboul An-

- nelise (dir.), *Informers avec internet. Reprises et métamorphoses de l'information*, Presses universitaires de Franche-Comté, 2016.
- Kerbrat-Orecchioni C., & Traverso V., (éds), *L'interaction en site commercial : invariants et variations*, 2006.
- Lefébure Pierre et Sécaïl Claire, *Le défi Charlie : les médias à l'épreuve des attentats*, Paris, Lemieux, 2016.
- MICHELI RAPHAËL, *Les émotions dans le discours : modèle d'analyse, perspectives empiriques*, Louvain la Neuve, de Boeck, 2014.
- Michéli Raphaël, Hekmat I. & Rabatel A. (éds), Les émotions argumentées dans les médias, *Le discours et la langue*, 4.1, 2012-2013, pp. 179-202.
- MOIRAND SOPHIE, « De l'inégalité objectivée à l'inégalité ressentie et aux peurs qu'elle suscite : les réfugiés pris au piège de l'identité », *Revista Estudos Linguísticos*, vol. 26, n° 3, 2016, UFMG, Brésil. En ligne sur ufmg.br, scielo.br et archives-ouvertes.fr et sur scholar.google.fr
- NIEMEYER KATARINA & ROSSELET, « De Tchernobyl à Fukushima. Les images télévisées, les mémoires collectives et le nucléaire », *New Cultural Frontiers*, vol. 3, Special Issue, (2012), pp. 106-118.
- NOSSIK SANDRA, « De l'événement historique au concept d'événement discursif : Mai 68 dans l'œuvre de Jacques Guillaumou », *Argumentation et analyse du discours*, n° 16, 2016.
- PIOVEZANI CARLOS, « La voix du chef : rôles de la voix dans la construction de l'identité charismatique de Lula au Brésil », dans Donot M., Le Bart C., & Serrano Y. (dir.), *Discours, identité et leadership présidentiel en Amérique latine*, L'Harmattan, 2017.
- PLANTIN CHR., DOURY M., ET TRAVERSO V., *Les émotions dans les interactions*, Lyon, PUL (ouvrage avec cédérom), 2000.
- PLANTIN CHR., *Les bonnes raisons des émotions. Principes et méthode pour l'étude du discours émotionné*, Berne, Peter Lang, 2011.
- QUÉRÉ LOUIS, « Le travail de l'émotion dans le jugement pratique », *Occasional Paper 6*, 2012. Paris, Institut Marcel Mauss, Centre d'étude des mouvements sociaux, EHESS-CNRS. En ligne sur le site.
- RIMÉ BERNARD, *Le partage social des émotions*, Paris, PUF, 2006.
- MICHEL RINN, *Émotions et discours. L'usage des passions dans la langue*. Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2008.
- SANGAR ERIC, « From 'Memory wars' to shared identities : conceptualizing the transnationalisation of collective memory », *The Tocqueville Review/ la revue Tocqueville*, vol. XXXVI, n° 2, 2015, pp. 65-93.
- SAMOUTH ÉGLANTINE, « Bolivarien : un adjectif porteur de mémoire ? Du souvenir à l'oubli du Libertador », *Itinéraires*, 2011-1, pp. 97-112, <<http://itinéraires.revues.org>>.

-
- SERRANO YENY, *Nommer le conflit armé et ses acteurs en Colombie. Communication ou information médiatique ?*, Paris, L'Harmattan, 2011.
- SINI LORELLA, « Événements, discours, médias : réflexions à partir de quelques travaux récents », *Argumentation et analyse du discours*, n° 14, 2015. En ligne.
- Temporalités* n° 23 (2016), Les temporalités du journalisme, dossier : Olivier Pilmis et Nicolas Robette coord. (cf. *Temporalités et rythmes de mort*).
- TÊTU JEAN-FRANÇOIS ET TOUBOUL ANNELEISE, « L'image d'actualité. Entre continuités et transformations », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, vol. 3, n° 1, 2014. En ligne.
- TRUC GÉRÔME, *Sidérations. Une sociologie des attentats*, Paris, PUF, 2016.
- DOUGLAS WALTON, *The Place of Emotion in Argument*, University Park, The Pennsylvania State University Press, 1992.
- WRONA ADELINÉ, « Vies minuscules, vies exemplaires : récit d'individu et actualité. Le cas des portraits of grief parus dans le New York Times après le 11 septembre 2001 », *Réseaux* n° 132, 2005, pp. 93-110.

PARTIE 1

RÉFLEXIONS THÉORIQUES ET MÉTHODOLOGIQUES

*De quoi l'émotion est-elle le sens ?
Portées sémantiques de l'expression émotionnelle*

Georgeta Cislaru¹

ABSTRACT

La (ré)intégration de l'émotion dans le domaine de l'acceptable, voire du souhaitable, fait office de sens commun depuis quelques décennies. Je soulève la question de la portée sémantique de l'expression émotionnelle dans les médias sociaux, pris en tant que construction sociale influant sur la lecture du monde en tant que terrain partagé et générant de nouvelles représentations et constructions. Un premier axe de réflexion interroge l'effet interprétatif de la sélectivité communicationnelle des contenus et domaines émotionnels. Un deuxième axe interroge dans cette optique le collectif et le rapport à l'Autre. Le troisième axe questionne enfin la valeur et la portée sémantique des marqueurs d'affect dans les médias en ligne et au-delà, en se penchant plus spécifiquement sur les techno-émotions et le design affectif sur les réseaux sociaux.

The (re)integration of emotion as acceptable, or even desirable, in human communication has been a common sense for the last decades. This paper aims at assessing the semantic scope of emotional expression in social media, which is taken as a social construction influencing world comprehension as a common ground and generating new representations and constructions. A first strand of reflection questions the interpretive effect of the communicative selectivity of content and emotional domains. From this perspective, the second strand addresses the notion of collective and the relationship to the Other. The third strand tackles with the value and semantic scope of emotion markers in online media and beyond, focusing more specifically on techno-emotions and affective design on social networks.

¹ Université Sorbonne Nouvelle.

1. Introduction

Dans la balance de la raisonnable ou déraisonnable vision du monde, les émotions sont passées du plateau “déraisonnable” au plateau “raisonnable” : ainsi, à l’encontre du cartésianisme, des auteurs comme Gilles Deleuze² affirment qu’il n’y a de pensée que sous le coup de l’émotion, et Antonio Damasio³ montre, grâce à des expériences psychoneurologiques, que les actions humaines sont directement liées à l’expérience émotionnelle. Cette (ré)intégration de l’émotion dans le domaine de l’acceptable, voire du souhaitable, fait office de sens commun depuis quelques décennies. Si un long argumentaire ne me semble pas nécessaire pour défendre ce point de vue, il me paraît cependant utile d’insister sur le fait que la notion de *vision* du monde doit être interprétée comme une articulation entre lectures, représentations et constructions, dans la lignée des travaux d’Émile Durkheim⁴ sur la construction des faits sociaux. Les médias sociaux sont eux-mêmes une construction sociale – qui a bien une existence tangible – influant sur la lecture du monde en tant que terrain partagé et générant de nouvelles représentations et constructions. Les conventions permettant de fluidifier le fonctionnement des médias sociaux sont à leur tour des objets sociaux. C’est dans ce périmètre que je soulève la question de la portée sémantique de l’expression émotionnelle.

La première partie de l’article explicite les conditions de création de sens relatives aux émotions, la deuxième partie esquisse la place des émotions dans le champ médiatique et la troisième partie se penche plus spécifiquement sur les techno-émotions et le design affectif sur les réseaux sociaux.

2. Émotion et construction du sens

Empruntée à la sémantique, la notion de portée sémantique se définit ici comme l’empan ou le domaine sur lequel une unité linguistique a un impact au niveau de l’interprétation. Parler de portée sémantique au sujet de l’expression émotionnelle implique quelques considérations en amont. Premièrement, cela revient à reconnaître pleinement la place des émo-

² GILLES DELEUZE, *Différence et répétition*, Paris, PUF, 1968.

³ ANTONIO DAMASIO, *L’erreur de Descartes : La raison des émotions*, Paris, Odile Jacob, 1995.

⁴ ÉMILE DURKHEIM, *De la division du travail social*, Paris, Presses universitaires de France, coll. Quadrige, 1993 [1893].

tions dans les fonctionnements discursifs et au-delà, dans l'action sociale, les pratiques langagières étant des pratiques sociales par excellence. Deuxièmement, il s'agit d'éviter une représentation en termes de "tout-émotion", la notion de portée permettant de baliser des domaines plus spécifiquement marqués, ou plus sensibles à l'impact émotionnel. Troisièmement, d'un point de vue méthodologique, une telle démarche suppose pouvoir isoler, du moins en théorie, la dimension émotionnelle des aspects discursifs autres, même si je reconnais volontiers, avec James Wilce⁵, que l'émotion a un caractère omniprésent dans le langage⁶.

2.1 Dimensions collectives et sociales de l'émotion

Les émotions relèvent des manifestations psycho-physiologiques – expression faciale, réactions psychosomatiques, marquage neurologique, etc. –, ce qui les ancre dans un cadre cognitif (voir Klaus Scherer⁷). Cette évidence ne peut cependant pas servir d'argument pour négliger la dimension socio-culturelle des émotions. En effet, comme le soulignent des auteurs venant du champ de la sociologie durkheimienne (Maurice Halbwachs⁸) ou de la philosophie austinienne (Rom Harré⁹), les émotions peuvent être envisagées comme des produits culturels émanant de normes sociales apprises par les locuteurs. Et, à plus forte raison, l'expression linguistique des émotions n'est possible que sur le terrain de conventions leur assurant une interprétabilité suffisante au-delà de l'expérience individuelle (Ludwig Wittgenstein¹⁰), ou dans l'optique d'une communion empathique (Janet Strayer¹¹) qui, à défaut d'adopter une dimension sociale, lui reconnaît un partage collectif, sortant ainsi l'émotion du champ de l'individuel subjectif.

⁵ JAMES M. WILCE, *Language and Emotion*, Cambridge, CUP, 2009.

⁶ « the loci of emotion in language are as numerous as locusts in a plague » (James Wilce 2009 : 39).

⁷ KLAUS SCHERER, « On the nature and function of emotion: a component process approach », in KLAUS R. SCHERER, PAUL EKMAN (éds.), *Approaches to Emotion*, Hillsdale (NJ), Erlbaum, 1984, pp. 293-317.

⁸ MAURICE HALBWACHS, « L'expression des émotions et la société », Publication posthume, *Échanges sociologiques*, Paris, Centre de documentation universitaire, 1947.

⁹ ROM H. HARRÉ (ed.), *The Social Construction of Emotions*, Oxford, GB, Blackwell, 1986.

¹⁰ LUDWIG WITTGENSTEIN, *Remarks on the Philosophy of Psychology I & II*, Oxford, Blackwell, 1980.

¹¹ JANET STRAYER, « Affective and cognitive perspectives on empathy », in NANCY EISENBERG, JANET STRAYER (éds.), *Empathy and its Development*, Cambridge, Cambridge UP, 1990 [1987], pp. 218-244.

On rappellera ici le travail de Marcel Mauss¹² portant sur l'expression obligatoire des émotions, où il met en exergue l'obligativité morale¹³ attachée à la représentation physiologique ou linguistique de certaines émotions. Ces émotions sont considérées comme inhérentes à des phénomènes sociaux caractérisés par la non-spontanéité, que Marcel Mauss attribue à des sociétés collectives primitives. Le rôle rassembleur de l'expression émotionnelle est explicitement mentionné :

On le voit très suffisamment par ces exemples, ces rites oraux compliqués et évolués ne nous montrent en jeu que des sentiments, des idées collectives, et ont même l'extrême avantage de nous faire saisir le groupe, la collectivité en action, en interaction si l'on veut¹⁴.

C'est la dimension collectivement déchiffrable et maîtrisable des émotions qui est mise en exergue par Maurice Halbwachs :

Ainsi la société exerce une action indirecte sur les sentiments et les passions. C'est qu'il y a en nous un homme social, qui surveille l'homme passionné, et qui, sans doute, lui obéit parfois et se met en quelque sorte à son service pour justifier sa passion : même alors, l'homme ne cesse pas d'être social ; il raisonne, il pense¹⁵.

Dans la même lignée, Jean-Pierre Esquénazy applique l'idée de l'émotion comme instrument de construction des collectifs au champ médiatique :

Mon propos constitue donc une proposition pour penser l'émotion suscitée par les images médiatiques concernant l'actualité non pas en rapport à un calcul d'intensité d'affect, mais **en fonction des collectifs qu'elle contribue à créer**. Ceux-ci ne peuvent se maintenir que dans la mesure où ils trouvent des raisons de le faire : ainsi l'émotion doit être prolongée ou accompagnée par la raison. Il s'agit de penser un

¹² MARCEL MAUSS, « L'expression obligatoire des sentiments (rituels oraux funéraires australiens). » Texte extrait du *Journal de psychologie*, 18, 1921, pp. 425 à 434. Texte reproduit in Marcel Mauss, *Oeuvres. 3. Cohésion sociale et division de la sociologie* (pp. 269 à 278). Paris, Les Éditions de Minuit, 1969.

¹³ Dont certains aspects peuvent être remontés à la *Théorie des sentiments moraux* d'ADAM SMITH, *Théorie des sentiments moraux*, Paris, PUF, 2014 [1759].

¹⁴ MARCEL MAUSS, *op. cit.*, p. 5.

¹⁵ MAURICE HALBWACHS, *op. cit.*

processus dont une émotion pourrait être un temps, une période ou une phase¹⁶.

On s'oriente ainsi vers l'analyse de l'expression émotionnelle non pas en elle-même, pour son contenu immédiat, mais en relation avec ses "effets sur le monde".

2.2 Mécanismes linguistico-discursifs

Le point de vue socio-culturel n'entre pas en conflit avec le point de vue cognitif. L'affect peut être dans une certaine mesure inné et proprement individuel – choc, horreur, plaisir, etc. –, bien qu'un processus d'ancrage socio-culturel s'avère nécessaire. On se penchera ici sur deux étapes de ce processus qui s'inscrivent directement dans le champ des compétences des sciences du langage :

– Pour que l'émotion soit validée et se prolonge dans une dimension collective, il faut que des significations apparaissent, que l'émotion "passe" dans le langage.

– Le nouveau système de communication produit par l'émotion rend possible la création de significations¹⁷.

L'émotion dans le langage

Les modes d'expression linguistique des émotions relèvent de la première étape, qui passe aussi par une sorte de "désincarnation" des émotions, où des formes lexicales complexes sémiotisent des expériences émotionnelles complexes, dont on pourrait se demander d'ailleurs si elles sont véritablement compositionnelles, résultant d'un mixage cognitif (*blending*)¹⁸, ou si une certaine tradition nominaliste en donne tout simplement un aperçu analytique :

¹⁶ JEAN-PIERRE ESQUENAZI, « Vers la citoyenneté : l'étape de l'émotion », *Mots. Les langages du politique* [En ligne], n. 75, 2004, mis en ligne le 22 avril 2008, consulté le 10 avril 2019 <<http://journals.openedition.org/mots/3183> ; DOI : 10.4000/mots.3183>.

¹⁷ Voir GILBERT SIMONDON, *L'Individuation psychique et collective*, Paris, Flammarion, 2007.

¹⁸ GILLES FAUCONNIER, MARC TURNER, *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*, Basic Books, 2002.



Figure 1. Expression faciale et émotions complexes¹⁹.

Au niveau discursif, des critères comme la présence ou l'absence de marqueurs dédiés, ainsi que la simultanéité/non-simultanéité entre l'expérience émotionnelle et l'actualisation langagière permettent de distinguer au moins trois niveaux^{20 21} :

- Discours ému ou émotionné²², se situant dans la simultanéité de l'expérience émotionnelle (par exemple, être surpris et le signifier en usant d'interjections). On constate que certaines émotions sont moins *textogènes* que d'autres²³, c'est-à-dire que certaines émotions restent silencieuses, ne donnant pas lieu à des manifestations discursives spontanément, alors que d'autres sont immédiatement marquées au niveau discursif.

- Discours représentant, se situant en aval (dénotant, racontant l'émotion). Il s'agit de productions en décalage temporel vis-à-vis de l'expérience émotionnelle en tant que telle. En fonction des cultures et des

¹⁹ SHICHUAN DU, ALEX M. MARTINEZ, « Compound facial expressions of emotion: from basic research to clinical applications », *Dialogues in Clinical Neuroscience*, n. 17(4), 2015, pp. 443-455.

²⁰ CLAUDIA CAFFI, RICHARD W. JANNEY, « Toward a Pragmatics of Emotive Communication. *Journal of Pragmatics*, n. 22, 1994, pp. 325-373.

²¹ IRÈNE TAMBA, « Le double système d'expression linguistique d'une émotion : en direct et en rapporté », *Rhetoric Society of Korea*, n. 8, 2008, pp. 5-50.

²² CHRISTIAN PLANTIN, *Les bonnes raisons des émotions. Principes et méthode pour l'étude du discours émotionné*, Berne, Peter Lang, 2011.

²³ Les émotions interpersonnelles seraient davantage textogènes, comme le montrent IVA NOVAKOVA, JULIE SORBA, « La construction du sens autour des lexies d'affect : proposition d'un modèle fonctionnel », *Langages*, n. 210, 2018, pp. 55-70.

situations, certaines émotions sont, là encore, plus textogènes que d'autres. La honte est une émotion assez silencieuse à ce niveau, du moins dans la culture française²⁴.

- Discours émotionnant, situé en amont (un discours injuste ou des mots mal placés, ou encore un discours racontant une injustice peuvent provoquer des émotions comme la colère, l'indignation, l'offense).

Création de significations et (d')émotions

Au-delà donc des situations auxquelles se confrontent les sujets humains et qui provoquent chez eux des expériences émotionnelles en vertu des conditions socio-culturelles et du degré d'importance que ces situations présentent pour eux, les discours sont eux-aussi source d'émotion. Le discours émotionnant s'appuie sur la création de significations à partir du *sens commun*, défini par Vincent Nyckees et Georgeta Cislaru comme suit :

- (1) un ensemble étendu de représentations et de croyances censées faire consensus et guider l'action individuelle ou collective ;
- (2) la faculté de juger et de raisonner en tant qu'elle est tenue, par défaut, pour commune à tous les hommes ;
- (3) le contenu (le "sens") d'unités linguistiques ou de séquences de telles unités (et d'énoncés en particulier) en tant qu'il est considéré comme partagé(e) – préalablement ou postérieurement à l'échange – entre des interlocuteurs appartenant à un groupe ou, plus largement, à une communauté linguistique²⁵.

C'est en vertu de ces principes, qui peuvent trouver écho dans des fondements moraux, pragmatiques ou phénoménologiques, que le discours émotionnant acquiert son efficace. Il mobilise plusieurs ressources afin d'y parvenir. La distinction proposée par Nathalie Blanc²⁶ est applicable à différentes formes de production-réception discursive :

²⁴ Dans les termes de Daniel Kahneman, le discours ému relève du Système 1 de pensée, et le discours représentant – du Système 2 de pensée. Voir aussi plus bas. DANIEL KAHNEMAN, *Système 1 / Système 2 : Les deux vitesses de la pensée*, Paris, Flammarion, 2011.

²⁵ VINCENT NYCKEES, GEORGETA CISLARU, 2019, « Le sens en partage. Introduction ». In GEORGETA CISLARU, VINCENT NYCKEES (éds), *Le partage du sens. Approches linguistiques du sens commun*, Londres, ISTE Éditions (Hermès), pp. 1-27 ; p. 2.

²⁶ NATHALIE BLANC, « Émotion et compréhension des textes », in NATHALIE BLANC (éd.) *Émotion et cognition. Quand l'émotion parle à la cognition*, Paris, In Press, 2006, pp. 123-190.

- Les modalités appréciatives
 - les intensifieurs
 - les structures syntaxiques...
- Les émotions “fictives” sont provoquées par le parcours et l’ethos du protagoniste en fonction :
 - du contenu
 - des événements
 - des modèles situationnels convoqués (*scenarii, scripts, frames...*)

Ces dernières passent par une identification empathique ou, éventuellement, par une dissociation. Mais, dans tous les cas, des codes dédiés étayent l’expérience émotionnelle et lui associent des significations spécifiques. Ce mode de fonctionnement sous-tend le partage social des émotions.

2.3 Partage des émotions, quelle construction de sens ?

Le partage social des émotions est un phénomène très bien décrit dans les travaux de Bernard Rimé²⁷. Afin de donner du sens à leur expérience émotionnelle et de mieux la prendre en charge, notamment en cas d’événements dramatiques, les locuteurs verbalisent leur ressenti en le “racontant” avec l’événement – c’est une manière de construire du sens avec les autres, collectivement.

L’émotion partagée contribue par ailleurs à l’individuation du groupe et à une “collectivisation”. Des formules comme *nous sommes tous* (*Berlinois, américains, Charlie*, etc. ; cf. Jean-Pierre Esquénazy²⁸) rendent compte du pouvoir de médiation des émotions afin d’affronter collectivement un événement ou ses conséquences, presque indépendamment de la polarité positive ou négative qui est associée à ce dernier, qui se mesure plutôt en termes d’intensité. Le discours construit alors du sens autour d’une émotion partagée et fait communauté aussi longtemps que l’émotion reste intense et partagée. Ceci explique sans doute en partie l’escalade émotionnelle dans les médias, que n’ont pas manqué de repérer différents auteurs en lien avec des événements comme les attentats de Paris ou l’incendie de Notre-Dame, pour ne donner que deux exemples²⁹.

²⁷ BERNARD RIMÉ, *Le partage social des émotions*, Paris, PUF, 2005.

²⁸ JEAN-PIERRE ESQUENAZI, *op. cit.*

²⁹ Voir ici <<https://www.letemps.ch/societe/notredame-emoji-coeur-brise-stories-tweets-contagion-emotionnelle>> et là <<https://theconversation.com/le-role-des-reseaux-socionumeriques-pendant-les-attentats-de-paris-50724>>, et encore là <<https://www.sudouest.fr/2017/05/25/apres-les-attentats-comment-se-propage-l-emotion->

Les médias – tous les médias – jouent un rôle central dans le partage des émotions. Celles-ci constituent le “sel et le sens” du métier de journaliste³⁰. Environ 20% des émotions ressenties proviendraient des médias, selon Klaus Scherer³¹. S’il me semble difficile de mesurer les émotions et leur source précise, il est évident que la mise en scène des situations et la mobilisation des stratégies discursives contribuent à une surenchère émotionnelle et se dote d’une efficacité performative hors normes. Si l’information télévisée est directement visée³², à cause de la multimodalité perceptuelle, tous les médias contribuent à cette entreprise, comme le signale David Altheide³³.

Le recul propre aux situations de partage social des émotions tel que décrit par Bernard Rimé (après-coup, rétrospectivement, se racontant tout en contextualisant) est absent de beaucoup de contextes médiatiques. Le direct est plus spécifiquement incriminé :

Le cas le plus spécifique à la télévision est celui du **direct**. On en a beaucoup dénoncé les effets désastreux sur l’information, et plus encore sur l’information en continu, qui n’offre aucun recul par rapport à l’évènement. C’est bien pour cela que le direct est propice au surgissement de l’émotion. Il vise un effet de présence³⁴.

Il s’inscrit également dans une dynamique d’amorçage émotionnel, générant facilement de la contagion par mimétisme.

Or les médias et les réseaux sociaux offrent tout cela à la fois : multimodalité, communauté, immédiateté. Ils peuvent fonctionner comme

sur-les-reseaux-sociaux-3477183-7498.php>.

³⁰ FLORENCE LE CAM, DENIS RUELLAN, *Émotions de journalistes. Sel et sens du métier*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, coll. Communication, médias et sociétés, 2017.

³¹ Cité par BERNARD LAMIZET, JEAN-FRANÇOIS TÊTU, « Présentation », *Mots. Les langages du politique* [En ligne], n. 75, 2004, mis en ligne le 22 avril 2008, consulté le 23 novembre 2019 <<http://journals.openedition.org/mots/2823>>.

³² « L’information télévisée propose chaque jour au téléspectateur une situation reconnaissable. Celle-ci met en jeu une norme sociale dans laquelle un actant est montré comme victime ou bénéficiaire. [...] sur le mode : “ayez peur” (de ce nuage toxique), “ayez pitié” » (de ces malheureux). (Jean-François Tétu 2004).

³³ DAVID L. ALTHEIDE, *Creating Fear*, New York, Aldine de Gruyter, 2002.

³⁴ JEAN-FRANÇOIS TÊTU « L’émotion dans les médias : dispositifs, formes et figures », *Mots. Les langages du politique* [En ligne], n. 75, 2004, mis en ligne le 22 avril 2008, consulté le 10 avril 2019 <<http://journals.openedition.org/mots/2843> ; DOI : 10.4000/mots.2843>.

des *régulateurs* d'émotions collectives lorsqu'ils prennent du recul, comme dans le cas des fans faisant le deuil de Michael Jackson³⁵. Les auteurs soulignent cependant une contrepartie moins positive, liée à la structuration temporelle favorisant la persistance ou même le renforcement de l'émotion négative (circularité, possibilité de ruminer et d'entretenir les émotions négatives).

3. *Médias, partage et communauté : découpages et frontières*

Si les médias assument leur rôle dans le partage, ou même la création des émotions, ils opèrent des choix qui leurs sont spécifiques, soit en fonction des règles de sélection de l'information, soit en fonction des champs affectifs qui leurs sont familiers.

3.1 *Communauté projetée ou communauté effective ?*

Luc Boltanski scrute la manière dont les discours médiatiques et politiques exploitent les effets empathiques de la mise en scène des émotions, en mettant plus particulièrement l'accent sur la dimension déontique que cela implique. Ainsi, savoir c'est devoir :

[...] la connaissance de la souffrance pointe vers l'obligation d'assistance. Pourquoi d'ailleurs offrir à des personnes non concernées le spectacle d'êtres humains souffrant, si ce n'est, en attirant leur attention, les orienter vers l'action ?³⁶

Il est, là encore, question d'obligation morale, de normes sociales et de constructions collectives. Le sens commun, la construction commune du sens dans le partage des émotions fait figure de liant social – dans l'action ? Dans l'intention de l'action ? Dans la reconnaissance déontique ? – la question peut en effet se poser, comme le souligne Jean-Pierre Esquénazy :

On en reste aux mises en garde sans pousser la réflexion. Malheureusement ces partages ne peuvent pas rendre compte des divisions de la

³⁵ DIDIER COURBET, MARIE-PIERRE FOURQUET-COURBET, AUDREY MARCHIOLI, « Les médias sociaux, régulateurs d'émotions collectives », *Hermès, la revue*, n. 71, 2015, pp. 287-292.

³⁶ LUC BOLTANSKI, *La souffrance à distance, morale humanitaire, médias et politique*, Paris, Métailié, 1993.

collectivité. L'élan émotionnel bute sur les préventions et les partis pris : les limites collectives sont mises à mal, déformées, mais la peur de détruire le peu de sens commun qui demeure entre nous fait barrage à la réflexion. Ce qui ne peut être que senti est enfoui³⁷.

La communion émotionnelle par les médias pourrait donc n'être qu'un écran cachant la difficile entreprise de construction de sens.

De même, la sélectivité des événements faisant l'objet de partage émotionnel dans les médias est symptomatique de projections collectives qui relèvent davantage de choix (politiques, opportunistes) que d'entreprises de construction de sens. Le titre *Massacre au Kenya : pourquoi si peu d'indignation ?* (lopinion.fr) est révélateur de ces choix. On peut remplacer "Kenya" par tout autre nom de lieu ; "massacre" par un des noms désignant des sources d'émotion possibles ; "indignation" par "émotion" (ou un autre type d'émotion) : cela ne change rien au fait que des événements susceptibles de provoquer des émotions fortes, du moins selon les normes socio-culturelles partagées, peuvent être maintenus à distance et ne pas *faire sens* dans un contexte ou pour une communauté donnés. Ce phénomène est bien connu, et Téo Cazenaves en offre une illustration magistrale dans le *Monde diplomatique* de mars 2018, en mettant en évidence l'absence de corrélation entre le nombre de victimes (et, donc, l'intensité potentielle des émotions provoquées par un événement) et le nombre d'articles dédiés à un événement (et provoquant de fait de l'émotion). La règle de proximité socio-culturelle prime sur la règle de l'ampleur :

³⁷ JEAN-PIERRE ESQUENAZI, *op. cit.*, p. 22.

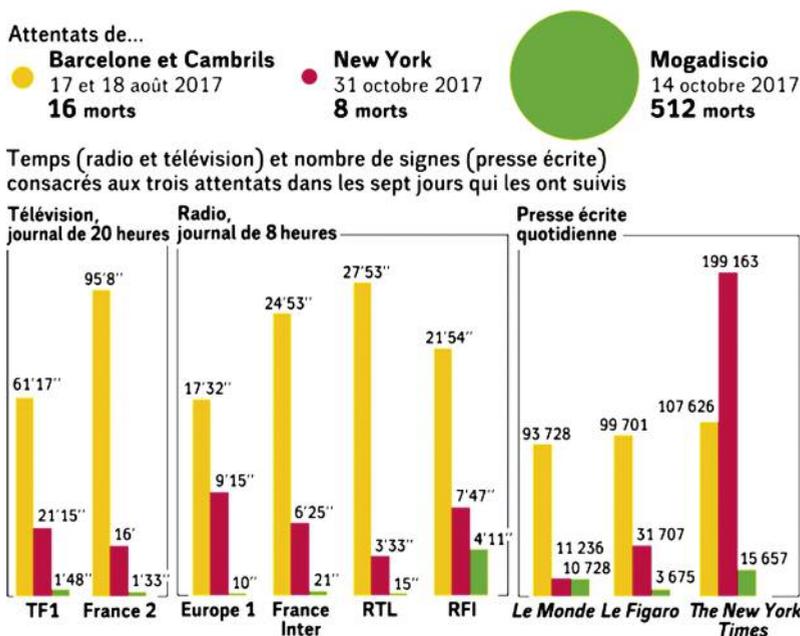


Figure 2. Temps et nombre de signes consacrés à chacun des attentats, Téo Cazenaves, *Le Monde diplomatique*, mars 2018.

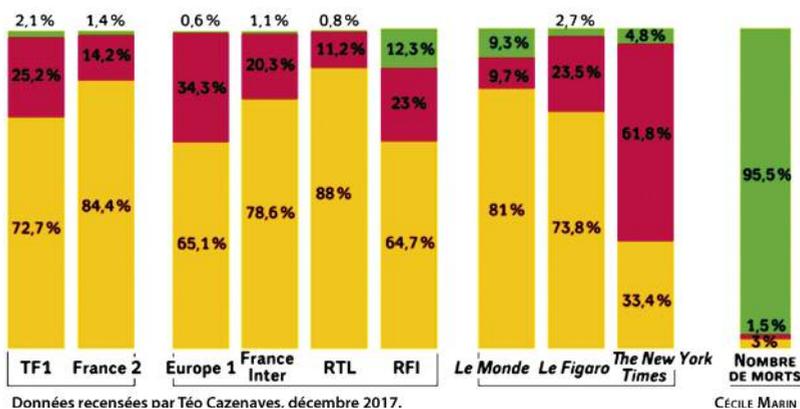


Figure 3. Ratio entre nombre de signes/minutes dans les médias et nombre de morts dans les attentats, Téo Cazenaves, *Le Monde diplomatique*, mars 2018.

3.2 Contextes et préférences émotionnelles

Le *médium* est (aussi) un objet en lui-même, qui développe – ou disperse – des propriétés le caractérisant en surplomb vis-à-vis de ses dimensions relationnelles.

Les émotions dans différents contextes de communication

Le tableau ci-dessous montre que la communication et la communion émotionnelles couvrent différents champs affectifs, selon les types d'interactions. Les types d'émotions sont présentés par ordre décroissant, Bernard Rimé³⁸ mettant plus particulièrement en avant la dimension quantitative. Si on y retrouve les émotions de base (colère, joie, tristesse, peur, surprise dégoût) elles ne sont pas représentées de manière comparable dans chacune des situations. Bernard Rimé montre par ailleurs que les émotions vécues par empathie (du moins qui sont identifiées comme telles par les locuteurs) ne reflètent qu'en partie les émotions partagées socialement, c'est-à-dire donnant lieu à des récits liés à un événement-source de l'émotion. Ces écarts indiquent que la médiation émotionnelle et la collectivisation des émotions sont sélectives.

Émotions co-construites dans l'interaction³⁹	Émotions les plus fréquentes dans les tweets⁴⁰	Émotions partagées socialement⁴¹	Émotions vécues par empathie⁴²
Colère Joie Tristesse Peur	Dégoût Colère Joie Peur, amour, tristesse	Culpabilité Mépris Peur Colère Surprise Tristesse Dégoût Joie Intérêt Honte	Colère Peur Surprise Tristesse

Tableau 1. Types d'émotions selon les pratiques socio-discursives⁴³.

³⁸ BERNARD RIMÉ, *op. cit.*

³⁹ JACQUES COSNIER, « Expression et régulation des émotions dans les interactions de la vie quotidienne », *Colloque international sur les émotions*. Paris, Laboratoire européen de psychologie sociale des Sciences de l'Homme, 1987.

⁴⁰ KIRK ROBERTS, MICHAEL A. ROACH, JOSEPH JOHNSON, JOSH GUTHRIE, SANDA M. HARABAGIU, « EmpaTweet: Annotating and Detecting Emotions on Tweeter », *LREC 2012*, pp. 3806-3813.

⁴¹ BERNARD RIMÉ, *op. cit.*

⁴² BERNARD RIMÉ, *op. cit.*

⁴³ GEORGETA CISLARU, « Emotions in tweets: from instantaneity to preconstruction », *Social Science Information*, n. 54(4), 2015, Sage, pp. 455-469.

Domaines émotionnels dans un corpus de tweets (élections 2012)

Une étude antérieure⁴⁴ met en évidence la difficile généralisation des choix émotionnels opérés dans la communication. En effet, les champs émotionnels identifiés dans les tweets en marge de la campagne présidentielle de 2012 ne recoupent que très partiellement les champs émotionnels identifiés par Kirk Roberts *et al.*⁴⁵ comme étant les plus fréquents dans les tweets (voir Tableau 1). Les données du Tableau 2 et leur contraste face aux données de Roberts *et al.* s'explique, entre autres raisons comme les différences linguistiques et culturelles possibles, par le champ thématique, le sujet politique électoral réduisant la sélection émotionnelle.

Domaines émotionnels	Constructions linguistiques dominantes
Ironie, moquerie, sarcasme	Interjections: #ahahahahah; répétition de caractères: #ausseeeeeccoouuuuurrssss
Mépris, dégoût	Lexique des émotions: #ironie; insultes: #couille molle; désignation des effets de l'émotion #lanausée
Honte, humiliation, colère	Lexique des émotions: #ironie; insultes: #couille molle; désignation des effets de l'émotion #lanausée
Peur	Lexique: #peuuuuuuuur; phrases: #lepenfaitpeur
Joie, sympathie, amitié	Lexique; interjections: #bravo, #coolcool

Tableau 2. Types d'émotions dans les tweets en marge de la campagne présidentielle en 2012⁴⁶.

Ces données suggèrent que la portée sémantique des émotions sera conditionnée tout d'abord par des préférences thématiques, sociales, etc. et donc par un périmètre nécessairement limité.

⁴⁴ GEORGETA CISLARU, « Emotions in tweets: from instantaneity to preconstruction », *op. cit.*

⁴⁵ KIRK ROBERTS, MICHAEL A. ROACH, JOSEPH JOHNSON, JOSH GUTHRIE, SANDA M. HARABAGIU, *op. cit.*

⁴⁶ GEORGETA CISLARU, « Emotions in tweets: from instantaneity to preconstruction », *op. cit.*

4. *Design affectif et techno-émotions*

Julien Pierre et Camille Alloing⁴⁷ proposent la notion de *design affectif* pour faire référence au fait de « concevoir des dispositifs capables de générer et faire circuler des affects, de capter ceux des usagers et de savoir recourir aux siens pour concevoir les dispositifs. » On pourra utiliser ici le terme de techno-émotion pour faire référence aux émotions marquées par différents moyens techniques dans l'espace numérique. Ce terme fait écho à celui de technologie discursive travaillé par Marie-Anne Paveau⁴⁸, qu'elle définit comme « un dispositif au sein duquel la production discursive est intrinsèquement liée à des outils et gestes technologiques qui participent à la mise en forme des matières langagières constitutives du discours, dans des environnements connectés ».

4.1 *Tu like, ou quoi ? Statut performatif des boutons "réaction" sur les médias sociaux*

L'utilisateur des réseaux sociaux dispose de boutons prêts à l'emploi pour marquer son positionnement – et, à partir de là, ses émotions également. J'utilise à dessein le terme *marquer* et non *exprimer*, ceci pour deux raisons : d'une part, nous manquons de recul pour qualifier ces boutons en tant que moyens d'expression (linguistique) ; d'autre part, il y a là une couche sémiotique additionnelle qui code des opinions ou un positionnement davantage que des affects en tant que tels. Il est d'ailleurs intéressant de constater que les débuts des recherches sur l'expression des émotions sur l'internet étaient installés dans la binarité opinions positives/opinions négatives. Les deux marqueurs principaux, que Claire Aubanelle⁴⁹ analyse comme des marques d'adhésion ou d'opposition, sont

⁴⁷ JULIEN PIERRE, CAMILLE ALLOING, « Le design du web affectif : entre empathie et universalité. Retour sur les phases de conception de l'affectivité numérique », *H2PTM'17 Le numérique à l'ère des designs, de l'hypertexte à l'hyper-expérience*, octobre 2017, Valenciennes, France. <hal-01626544>, p. 5.

⁴⁸ MARIE-ANNE PAVEAU, « Technodiscursivités natives sur Twitter. Une écologie du discours numérique », *Culture, identity and digital writing* (coord. F. Liénard), *Epistémè Revue internationale de sciences humaines et sociales appliquées*, n. 9, Séoul, University of Korea, Center for Applied Cultural Studies, 2013, pp. 139-176.

MARIE-ANNE PAVEAU, « Technographismes en ligne. Énonciation matérielle visuelle et iconisation du texte », *Corela* [En ligne], n. HS-28, 2019, mis en ligne le 11 septembre 2019, consulté le 08 novembre 2019. < <http://journals.openedition.org/corela/9185> > ; DOI : 10.4000/corela.9185.

⁴⁹ CLAIRE AUBANELLE, « L'émergence de nouvelles marques d'accord / désaccord dans le discours politique sur Twitter », in FEDERICA DIÉMOZ, PASCALE HADERMAN, GAËTANE DOSTIE, FLORENCE LEFEUVRE (éds), *Le français innovant*, Berlin et al., Peter

le bouton *like*, utilisé sur Facebook depuis 2009, et le sticker *dislike*, apparu en 2013. Le premier est une alternative moins intense et engageante du cœur. L'effet discursif de ces marqueurs est la dispense d'argumentation en faveur ou en défaveur d'une opinion. Non qu'il soit interdit d'argumenter et de nuancer – parfois, on soupçonne qu'il n'y a pas de raison d'argumenter ni de se positionner d'ailleurs, mais nous ne nous pencherons pas plus avant sur cette problématique – mais le marqueur se suffit à lui-même. En termes de lecture du sens commun, qui nous préoccupe ici, on se retrouve face à des communautés fictives des “pour” et des “contre” sur des sujets des plus divers.

En évoquant l'émotion, Anne-Cécile Robert (2016, *Le Monde diplomatique*) considère que la réaction se substitue à l'action. Ce constat dépasse largement le cadre des événements qu'elle observe – nous avons pu le constater à une autre échelle dans un travail récent⁵⁰.

Mais, en observant les boutons proposés sur Facebook et autres réseaux sociaux, c'est une autre question que l'on peut se poser : que reste-t-il du partage de sens ? Cette question englobe de fait plusieurs. Les icônes avec leurs légendes dessinent un périmètre précis de sentiments (*J'aime*, *J'adore*) et d'émotions étiquetées de manière plus ou moins explicite, en tant que forme d'expression (*Haha*, *Grrr*, *Waoub*) ou à l'aide d'un adjectif qualificatif (*Triste*). On notera d'ailleurs ici le passage de la tristesse de la catégorie des émotions silencieuses à la catégorie des émotions expressives – on peut hésiter à utiliser le terme *textogène* en référence à une icône.

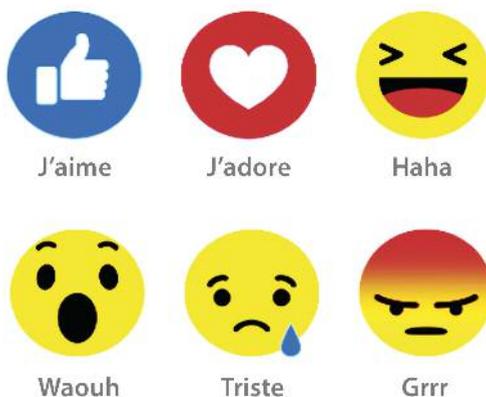


Figure 4. Boutons de réaction Facebook.

Lang, 2020, pp. 353-388.

⁵⁰ GEORGETA CISLARU, « L'indignation est-elle une colère comme les autres ? Étude sémantique », *Actes du colloque L'Indignation*, Paris, Presses Sorbonne nouvelle, à paraître.

Ce périmètre est celui dans lequel les internautes vont devoir couler leurs expériences affectives face à un contenu publié en ligne. Il est légitime de se poser la question si ce périmètre ne prédétermine pas, finalement, les types d'expériences affectives que les internautes devraient vivre dans ces contextes⁵¹, de la même manière que des discours journalistiques préemptent les émotions à venir (voir Sophie Moirand⁵²). Certes, les émotions ont toujours fait l'objet de régulations sociales, d'apprentissage, de constructions ritualisées, de partage social, comme ont pu le montrer des auteurs tels Maurice Halbwachs et Bernard Rimé, respectivement. Les émotions répondent bien à des contraintes déontiques rééquilibrant les contraintes épistémiques et, de ce fait, renforçant les possibilités de partage. Mais le choix limité et le figement de la coloration émotionnelle sous une seule icône finissent par brouiller l'expressivité et sous-tendre des contre-sens. C'est le cas des réactions aux posts dénonçant des postures ou des événements moralement inacceptables (ou, en tout cas, présentés comme tels) : faut-il y réagir positivement, en mettant en valeur la posture morale de la dénonciation, ou négativement, en désapprouvant le contenu inacceptable ? Or les émotions sont de plus en plus souvent définies dans la littérature comme étant des expériences complexes, et à plus forte raison les émotions morales⁵³. Assisterait-on donc à une simplification excessive, et comment faut-il envisager ce processus du point de vue de la construction du sens ?

⁵¹ Julien Pierre et Camille Alloing (*op. cit.* 2, 3) soulignent le caractère paradoxal du dispositif : « Cette énonciation émotionnelle est régie par la nécessité de limiter les réactions à un nombre réduit. [...] Ce choix d'un petit nombre de réactions – qui puisse satisfaire le plus grand nombre d'utilisateurs, dont les annonceurs, dévoile le paradoxe de manipuler conjointement deux cadres de référence pour les concepteurs : une approche empathique pour être au plus près des usagers et une tendance à l'universalisation, des contenus, des services, des processus ».

⁵² SOPHIE MOIRAND, « Dire l'actualité aujourd'hui : éléments pour un parcours transdisciplinaire dans les discours des médias ». In YENY SERRANO, EGLANTINE SAMOUTH, MORGAN DONOT (éds), *Les Médias et l'Amérique latine : dire et construire l'actualité latino-américaine*, Paris, L'Harmattan, à paraître.

⁵³ KRISTJÁN KRISTJÁNSSON, *Justice and Desert-Based Emotions: A Philosophical Exploration*, Aldershot – Burlington, Ashgate Publishing Company, 2006.

4.2 #indexation

L'étiquetage des contenus en ligne n'est pas récent. Le hashtag remplit des fonctions catégorisantes et socio-relationnelles^{54 55 56}. Il permet tout d'abord de catégoriser thématiquement les productions en ligne, en fonctionnant comme de sortes de mots-clés. De ce fait, il permet aux internautes d'interagir en identifiant et en regroupant les contenus liés, et de constituer ainsi des fils, ou des micro-communautés thématiques (voir aussi Ruth Page)⁵⁷.

Le mot-dièse, ou *hashtag*, se généralise. Il est analysé très tôt par les travaux s'étant penchés sur les interactions en ligne et sur Twitter plus particulièrement ; ces travaux soulignent le rôle d'étiquetage émotionnel assumé par ce symbole :

Many of these tweets contain a wide variety of user-defined hashtags. Some of these tags are **sentiment tags which assign one or more sentiment values to a tweet**⁵⁸.

Mais le hashtag remplit également une fonction sémantique interprétative : en étiquetant un message, il en oriente la lecture. On peut parler d'indexation, en tant qu'inventaire des interprétations à associer à un message.

Exemples d'indexation simple

Le mot-dièse opère régulièrement une indexation simple des contenus, en proposant une liste des thèmes et des attitudes relatives à ces thèmes. L'indexation permet non seulement d'identifier les thèmes communs et de faire des recherches en ligne (raison d'être du symbole), mais aussi de faire l'économie d'une lecture en vue de l'interprétation. Au niveau de l'émotion, et en partant du modèle de l'*appraisal*⁵⁹, l'indexation

⁵⁴ MARTA ZAPPAVIGNA, « Ambient affiliation: A linguistic perspective on Twitter », *New Media & Society*, n. 13(5), 2011, pp. 788-806.

⁵⁵ MARIE-ANNE PAVEAU, « Technodiscursivités natives sur Twitter. Une écologie du discours numérique », *op. cit.*

⁵⁶ GEORGETA CISLARU, « Emotions in tweets: from instantaneity to preconstruction », *op. cit.*

⁵⁷ RUTH PAGE, « The linguistics of self-branding and micro-celebrity in Twitter: The role of hashtags », *Discourse & Communication*, n. 6(2), 2012, pp. 181-201.

⁵⁸ DMITRY DAVIDOV, OREN TSUR, ARI RAPPOPORT, « Enhanced sentiment learning using Twitter hashtags and smileys », *Coling 2010*, China, Beijing, 2010, pp. 241-249 ; p. 242.

⁵⁹ CRAIG A. SMITH, RICHARD S. LAZARUS, « Appraisal Components, Core Relational

positionne le message dans une relation effet-cause : *on est en #colère parce que [message]*, comme le montrent les exemples ci-dessous :



Themes, and the Emotions », *Cognition and Emotion*, n. 7(3-4), 1993, pp. 233-269.

Discrepances sémantiques et énonciatives

Ces nouveaux fonctionnements sont difficiles à situer y compris en raison des discrepancies sémantiques et énonciatives qu'ils recèlent. Les occurrences #[*terme d'émotion*] peuvent s'éloigner de ou même s'opposer à la coloration émotionnelle du texte qu'elles indexent. Ainsi, dans le tweet ci-dessous, #colère indexe un message qui parle d'inquiétude :



Dans cet autre tweet, #colère et #espoir se relaient pour indexer le message :



Ces cas de figure soulèvent moins la question de l'homogénéité émotionnelle – la littérature reconnaît les notions d'émotions complexes ou émotions secondaires, il est possible d'éprouver de la colère et de l'espoir simultanément – mais celle des plans interprétatifs, étant donné la difficulté à situer ces emplois du point de vue des mécanismes linguistico-discursifs convoqués.

La même ambivalence caractérise l'analyse énonciative : à qui attribuer ces émotions et ces voix ? Une lecture rapide et décontextualisée du tweet qui suit ne permet pas de le savoir pertinemment. Cependant,

le hashtag remplit bien sa double fonction d'indexation thématique et socio-relationnelle, et donne la possibilité d'agréger des contenus et de faire suivre des messages.



Partage des émotions et faux-semblants

Le mot-dièse s'est diffusé dans d'autres espaces de communication, en dehors de l'internet. Il a pu être utilisé à des fins multiples, dont le partage des émotions, comme le montre l'exemple ci-dessous, faisant suite aux attentats de Paris de 2015. Ses fonctions socio-relationnelles lui permettent de produire un effet de reconnaissance et d'identification auprès du public adhérant au contenu. Il rejoint en cela le fonctionnement des slogans sur le modèle *Nous sommes tous des X* en projetant de l'empathie. Il s'agit là d'un usage ordinaire du hashtag.



Figure 5. Emploi collectivisant du mot-dièse.

L'usage du hashtag peut cependant être détourné (comme l'usage de tout signe ou symbole), notamment lorsqu'il labélise une expression volontairement ambiguë. On observera ici le cas de *That sucks*, qui se dit,

dans l'argot américain, à propos de quelque chose ou de quelqu'un de désagréable, selon Cambridge dictionary⁶⁰.

Dans UrbanDictionary.com on trouve une définition plus détaillée :

Expression utilisée en référence à un événement triste, malheureux. Elle est principalement employée par des locuteurs nés dans les années 80-90, mais peut également être utilisée par d'autres groupes de locuteurs. Dernièrement l'expression a développé une connotation négative et est considérée comme vulgaire par les petits enfants⁶¹.

Cette interprétation est convoquée le plus naturellement lors d'une lecture rapide du tweet ci-dessous :

 Samsung UK @SamsungUK · 12 sept.
Really, a sign about a sign? #ThatSucks via
@medium & Flickr user Lush spr.ly/6017oupF



Voir plus de photos et vidéos

Figure 6. Emploi ambigu du mot-dièse.

⁶⁰ [mainly US slang] “If someone or something sucks, that person or thing is bad or unpleasant: *Man, this job sucks!*” (Cambridge Dictionary).

⁶¹ Sélection de la définition la plus détaillée, plusieurs variantes étant proposées sur le site par des internautes. “a word phrase used to describe something unfortunate. the phrase is most commonly used by people that were born in early to late 90s and mid to late 80s however many others still use it. the phrase has taken on a different connotation and is now considered a bad word and vulgar by many small children. this is most likely because of the possible reference to a BJ [blow job]”

person 1: my dog died

person 2: oh that sucks man i am so sorry

person 1: thanks but don't say that sucks my little brother is around and he was not born in the 90s

person 2: oh sorry i forgot that it turned into a bad word

person 1: it is okay i still use it out of habit sometimes too. (posté en 2010 par my name's secret sb don't tell)

Il est cependant toujours utile de se pencher sur la signification « littéraire » du verbe *sucks* tout seul. Le dictionnaire Cambridge propose la définition suivante :

aspirer du liquide ou de l'air avec la bouche sans utiliser les dents, ou bouger la langue et les muscles de la bouche autour d'un objet que se trouve à l'intérieur, souvent dans l'objectif de le faire fondre⁶².

En effet, lorsqu'on observe que c'est la marque Samsung qui est à l'origine du tweet, c'est plutôt une lecture littérale qui s'impose, en référence aux aspirateurs qu'elle produit. Le tweet suivant est plus explicite à ce sujet :



Figure 7. Emploi ambivalent du mot-dièse.

Nous sommes devant un banal cas de jeu de mots, et l'exploitation des jeux de mots par la publicité est tout aussi banale. En effet, ce n'est pas cela qui nous occupe ici, mais l'usage qui est fait du hashtag. Prenant appui sur le jeu de mots, il se nourrit de la lecture empathique de l'expression *that sucks* afin de renforcer sa fonction socio-relationnelle, en étayant ainsi l'impact de la publicité.

⁶² « to pull in liquid or air through your mouth without using your teeth, or to move the tongue and muscles of the mouth around something inside your mouth, often in order to dissolve it:

She was sitting on the grass sucking lemonade through a straw.

I sucked my thumb until I was seven.

I tried sucking (on) a mint to stop myself coughing ».

(Cambridge Dictionary)

4.3 Réductionnisme sémio-sémique : icône versus lexème

Les émoticônes ont pu être analysés comme des compensations iconiques de la réduction des marqueurs mimo-gestuels à l'écrit, et je ne reviendrai pas ici sur le rôle de ces symboles dans l'expression et la représentation des émotions (voir plutôt Pierre Halté pour un travail récent⁶³). Il semble intéressant en revanche de se pencher sur le passage de l'iconique comme marqueur discursif additionnel, venant combler le manque d'indices paraverbaux propres au face-à-face, au verbal comme label interprétatif.

On passe ainsi de l'usage des émoticônes dans les interactions en ligne à l'usage de certains d'entre eux comme réaction à un message ou un post (Facebook, Skype, etc.), renvoyant en cela à une dimension iconique, sociale et sémantique⁶⁴. Tout comme l'emploi des hashtags émotionnels sur Twitter et, par extension, sur d'autres supports, ces nouveaux usages contraignent l'interprétation et s'installent dans les processus de production de sens. J'utilise en référence à ces usages le terme de réduction sémio-sémique, qui me semble rejoindre la notion d'iconisation du texte en ligne, définie par Marie-Anne Paveau⁶⁵ comme « l'élaboration et la mise en forme d'un énoncé dans le format et le code représentationnel de l'image, au moyen d'outils affordanciels dédiés ; dans le texte iconisé, les codes textuel et iconique sont co-constitués en composite et ne font pas l'objet d'une lecture ou d'une analyse indépendante ».

Le réductionnisme génère des boucles de *redondances expressives*, comme on peut le voir dans les publicités Clairefontaine ci-dessous :



Figure 8. Redondance expressive.

⁶³ PIERRE HALTÉ, « Enjeux sémiotiques et pragmatiques de l'étude des émoticônes », *Réseaux*, n. 197-198, 2016, pp. 227-252.

⁶⁴ JEAN-MICHEL SALAÛN, *Vu Lu Su. Les architectes de l'information face à l'oligopole du web*, Paris, Éditions La Découverte, 2012.

⁶⁵ MARIE-ANNE PAVEAU, « Technographismes en ligne. Énonciation matérielle visuelle et iconisation du texte », *op. cit.* 2019.

Il y a en effet une sorte de mise en abîme interprétatif, le hashtag #Happy venant commenter les visages souriants qui devraient, *a priori*, fournir suffisamment d'éléments interprétatifs. Le hashtag remplit une double fonction, textuelle (signe commentant l'image) et hypertextuelle (lien catégorisant des contenus)

On distinguera ainsi trois phases d'exploitation du lexique des émotions sur l'internet : i) au fil du développement des interactions écrites en ligne, s'était cristallisé le constat de l'insuffisance de l'expression verbale des émotions ; ii) cela a sous-tendu l'émergence des émoticônes et leur enrichissement sous diverses formes (émojis) ; iii) le besoin d'indexation des contenus conduit par la suite à la récupération de lexèmes d'émotion (noms et adjectifs principalement), notamment associés au hashtag. Suite à ce parcours, le lexique des émotions me semble se détacher de son rôle représentationnel (voir 1.2. ci-dessus) afin de se rapprocher du discours ému. Le lexique endosse de ce fait l'immédiateté et s'inscrit dans le Système 1 de pensée identifié par Daniel Kahneman⁶⁶. Quel statut linguistique accorder dès lors à ces lexèmes et à quel type de discours les rattacher : ému, représentant, émotionnant ?

5. Conclusions, ou l'émotion comme index

Trois axes de réflexion émergent de cette étude de l'émotion « comme index ».

Un premier axe interroge l'effet de la sélectivité inhérente à la communication médiatique. Ainsi, la sélection des contenus et domaines émotionnels conduit à la création de communautés se soldant par la segmentation des instances supra-communautaires. Les membres d'une communauté finissent par endosser des discours et les émotions afférentes. Cela est particulièrement bien résumé par Daniel Kahneman au sujet des re-tweets : « les gens peuvent entretenir une foi inébranlable dans n'importe quelle proposition, aussi absurde soit-elle, quand ils sont entourés par une communauté partageant la même foi »⁶⁷. Le référencement et les Big Data ne font que renforcer ces effets, à travers la représentation des normes et des références *ad hoc* qu'ils construisent à cet effet.

Un deuxième axe interroge le collectif et le rapport à l'Autre. Si les émotions s'inscrivent naturellement dans les pratiques empathiques, y compris par des marquages linguistiques (à l'instar des énoncés allocen-

⁶⁶ DANIEL KAHNEMAN, *op. cit.*

⁶⁷ DANIEL KAHNEMAN, *op. cit.*

trés comme *Je suis triste pour toi*, Georgeta Cislaru)⁶⁸, le fait de s’immerger dans des discours et de les endosser renvoie à un double jeu d’injonction et de soumission (aux normes, doxas, styles discursifs, etc.). Aujourd’hui comme hier, se conformer à un groupe d’appartenance revient à construire une mémoire commune et un sens commun.

Le troisième axe questionne la valeur et la portée sémantique des marqueurs d’affect dans les médias en ligne et au-delà. On note, d’une part, une discrédence entre les émotions représentées discursivement par les uns et les réactions émotionnelles des autres à ces discours et, d’autre part, une réduction à la fois sémiotique et sémantique (que l’on peut appeler sémio-sémique) des marqueurs d’affect, ce qui me conduit à postuler une a-subjectivité de l’émotion en ligne, dans la mesure où la part du sujet pensant en tant que source individuelle de l’expérience émotionnelle se réduit de fait, indépendamment de la nature des expressions linguistiques ou icôniques employées⁶⁹. Et, si l’émotion fait encore sens, elle le fait autrement, de manière plus étroite, à la fois plus ciblée et plus diffuse.

⁶⁸ GEORGETA CISLARU, 2014, « Patterns of allocentric emotional expressions, a contrastive study ». In FABIENNE BAIDER, GEORGETA CISLARU, (éds), *Linguistic Approaches to Emotions in Context*, Amsterdam, John Benjamins, pp. 113-135.

⁶⁹ « Il arrive souvent qu’un même mot a selon les cas un sens purement intellectuel et un sens subjectif et affectif ; leur opposition permet de saisir la différence existant entre la détermination objective d’une chose et une valeur qui lui vient des sujets pensants. » CHARLES BALLY, *Le langage et la vie*, Genève, Droz, 1965, p. 18.

Quand l'adolescent partage son embarras

David Galli¹, Franck Renucci²

ABSTRACT

Le partage de l'émotion, n'est-ce pas ce qui anime la communication entre les êtres humains ? Aujourd'hui, la technologie propose d'en réduire la finesse à de l'information. C'est le cas du *pharmaphone*, qui nous invite à « partager » mais à moins se parler. Partage-t-on dans ce cas là encore quelque chose ? Cette question nous accompagne sur le terrain fertile de l'adolescence. Grâce à notre méthode du récit de vie, nous nous plongeons dans les souvenirs d'adolescents. Ils préfèrent certaines émotions, cherchent à en évacuer d'autres. C'est le début des ennuis ! L'embarras a surgit de cette enquête où nous étudions ce qui est évité, redouté, anticipé. Cette contribution est de fait d'ordre méthodologique : comment en sommes-nous arrivé là ? Le récit de vie favorise la parole de l'adolescent, laissant l'inattendu se produire et nous permettre d'arriver à l'embarras.

Isn't the sharing of emotion what drives communication between human beings? Today, technology proposes to reduce its finesse to information. This is the case with the *pharmaphone*, who invites us to "share" but to talk less. Do we share something else in this case? This question accompanies us on the fertile ground of adolescence. Through our life storytelling method, we immerse ourselves in the memories of teenagers. They prefer some emotions, try to evacuate others. This is the beginning of trouble! Embarrassment has arisen from this survey where we study what is avoided, feared, anticipated. This contribution is in fact of a methodological nature: how did we get to this point? The life story promotes the teenager's speech, letting the unexpected happen and allowing us to get to the embarrassment.

¹ Laboratoire IMSIC, universités de Toulon et Aix-Marseille.

² Laboratoire IMSIC, universités de Toulon et Aix-Marseille.

1. Introduction

Dès le titre, il y a problématique. Le partage de l'émotion, n'est-ce pas ce qui anime la communication entre les êtres ? Aujourd'hui, la technologie propose d'en réduire la finesse à de l'information. L'émotion est pourtant avant tout un changement de l'état du corps. Lorsqu'elle surgit, nous en faisons part à d'autres par les muscles, le visage, la parole. Il s'agit d'un processus tantôt involontaire, tantôt volontaire. On peut parfois prendre conscience de ce changement d'état du corps : l'émotion devient alors un sentiment³. S'ensuit une expression faciale, quelques mots, un cri. Mais au fond, l'émotion que l'on ressent nous appartient irréductiblement. L'émotion est en partie partagée, jamais dans sa totalité.

Alors que dire des médias, campagnes publicitaires et interfaces qui incitent au « partage » ? Il ne s'agit souvent pas de cet échange sensible qui fait lien entre les humains. Les réseaux sociaux numériques déploient une technicité qui prône le partage certes, mais de contenus informatiques. Certains parlent de fonctionnalités « affectives »⁴ reposant sur un modèle économique, une direction stratégique, un système qui s'appuie sur la machine. Si *communiquer* permet de partager notre humanité, pousser un bouton nous réduit à *informer*⁵.

Cette problématique prend forme au moment où les applications mobiles accompagnent l'humain quotidiennement à travers l'écran du *pharmaphone*⁶. Pierre Le Coz, philosophe que nous rencontrons régulièrement pour évoquer ces questions, plante le décor :

« Destinataire interactif et disponible à tout moment, le muflle affectif ressemble lui-même à un appareil. Il est la prothèse vivante de ses propres machines. Tendanciellement, il se représente les autres comme des récepteurs de messages connectés toute la journée, les yeux rivés sur l'un ou l'autre de leurs multiples écrans, joignables en permanence, sans

³ ANTONIO DAMASIO, *L'Ordre étrange des choses*, Paris, Odile Jacob, 2017, p. 9.

⁴ CAMILLE ALLOING, JULIEN PIERRE, *Le web affectif. Une économie numérique des émotions*, Paris, INA Éditions, 2017.

⁵ DOMINIQUE WOLTON, *Informer n'est pas communiquer*, Paris, CNRS Éditions, 2009.

⁶ DAVID GALLI, « Le pharmaphone », *Hermès*, La Revue, n. 84, 2019, pp. 89-92. Nous avons proposé ce néologisme afin de rappeler l'ambivalence de l'appareil : le téléphone est un *pharmakon*, à la fois remède et poison. Penser le *pharmaphone* permet d'écartier l'omniprésence du « *smart* » en s'interrogeant sur ce que devient le « *phone* » (la voix) aujourd'hui. Cette approche a fait l'objet d'un colloque de recherche contributive en janvier 2020 réunissant plus d'une quarantaine de chercheurs à la Villa Tamaris (La Seyne-sur-Mer) aux côtés de la société civile.

que rien de leur vie intime ou familiale vienne affecter leur imperturbable disponibilité électronique ».⁷

Le « muflé affectif », c'est également celui qui pense à tort atteindre l'autre en usant de son *pharmaphone*. La communication humaine n'est pas une interaction médiatisée. Alors que l'on tente de faire glisser le partage vers une réduction numérique, il y a quelque chose qui n'est pas atteint. Ce quelque chose, il nous semble nécessaire de s'y intéresser. Ce sont « des points de butée de la communication : éléments qui sont en fait des points d'appui »⁸. Ce qui résiste à la réduction numérique est un point d'appui pour la communication humaine.

L'émotion, en particulier, est un horizon indépassable, même par les plus fins techniciens du codage. Dans un précédent article, nous nous intéressions à l'émotion sociale qu'est l'embarras⁹. En étudiant les nouvelles mutations de l'adolescence, l'embarras a surgit de notre enquête de terrain. L'adolescence est un système en tension entre information et communication, entre la machine et l'humain. Elle est marquée par le *pharmaphone* au moment où éclate une urgence de vie. L'urgence, ce sont les émotions qui débordent, cherchant une régulation. L'objet technique peut être alors un remède, mais seulement artificiel ! Aujourd'hui, nous l'écrivions, les adolescents sortent leur *pharmaphone* pour éviter l'embarras de l'autre.

Pour la présente contribution, nous souhaitons aborder une partie de la méthode qui nous a permis d'aborder l'embarras comme point de butée de la communication. Cet article est donc une suite, une précision méthodologique. Ainsi, en quoi la parole des adolescents peut-elle nous conduire au partage d'une émotion ?

2. *Partage ou partage*

Rappelons en premier lieu que le cadre général de notre travail entend s'appuyer sur l'impact du *pharmaphone* pour déceler ce que peut être la communication humaine. Par « communication humaine », nous ex-

⁷ PIERRE LE COZ, *Le gouvernement des émotions... ou l'art de déjouer les manipulations*, Paris, Albin Michel, 2014.

⁸ FRANCK RENUCCI, « L'homme-interfacé, entre continuité et discontinuité », *Hermès, La Revue*, n. 68, 2014, p. 203.

⁹ DAVID GALLI, « L'embarras en communication », *Hermès, La Revue*, n. 82, 2018, pp. 21-29.

cluons ce qui est autre qu'une coprésence physique des corps, des êtres qui se regardent, se parlent. L'échange informationnel ne peut être de la communication humaine. Si elle semble être souvent la performance de la culture, la communication humaine se distingue du modèle télégraphique¹⁰. Elle est ce « reste » que la technique ne peut complètement réduire. Chez l'humain, les sentiments constituent une partie de cette vision de la communication. Le sensible traverse les sens, affecte l'un, puis l'autre. Le partage social de nos émotions est au centre des relations humaines, c'est un point de butée de la communication.

Bernard Rimé a dédié un ouvrage à cette question du partage¹¹, référence avec laquelle nous ne partageons pas l'approche statistique des émotions, mais où il est captivant d'y apprendre que William James¹² s'est intéressé au partage social des émotions dès 1910. Lorsqu'un séisme majeur dévaste la ville de San Francisco, il examine :

« [...] le besoin que manifestaient les sinistrés de parler de leur expérience du tremblement de terre et de communiquer leurs impressions interminablement. C'était au point, disait-il, que dans les tentes qui avaient été dressées pour servir de refuge, il était impossible de dormir pendant la nuit à cause du bavardage continuel ».¹³

Au XX^{ème} siècle, cette observation se poursuit grâce à d'autres chercheurs du partage social. Les questionnaires de recherche sont souvent privilégiés, pour mesurer, quantifier. Or le récit autobiographique¹⁴ d'un événement n'emprunte-t-il pas des sentiers mémoriels différents selon chaque individu ? De plus, dorénavant, l'adolescent peut décrire ses expériences en tapotant sur son *pharmaphone*. Selon ce qu'il souhaite raconter, il n'ose pas toujours affronter le regard de l'autre. L'appareil devient un remède. Mais partage-t-il alors son récit avec l'autre, ou peut-on dire qu'il échange seulement avec la machine ? Sur le plan étymologique, on parle du *partage* de « quelque chose avec quelqu'un » ou simplement de

¹⁰ YVES WINKIN, *Anthropologie de la communication*, Paris, Seuil, 2001, p. 27.

¹¹ BERNARD RIME, *Le partage social des émotions*, Paris, Presses universitaires de France, 2009.

¹² Psychologue (1842-1910) présenté comme l'un des pères de la psychologie américaine.

¹³ BERNARD RIME, *Le partage social des émotions*, cit. p. 85.

¹⁴ Selon Antonio Damasio, la mémoire autobiographique se constitue par le jeu des émotions, en une suite d'expériences vécues. Ce mécanisme homéostatique participe à l'anticipation des états somatiques futurs.

« quelque chose »¹⁵. La première acception correspond à notre approche de la communication humaine, tandis que la seconde rejoint le réductionnisme ambiant où l'autre devient une donnée. Le « quelqu'un » disparaît au profit de l'artifice technologique.

En cherchant à traduire le sensible en codage, le *pharmaphone* évacuent l'autre tout en dotant les contenus numériques d'une dimension affective. On connaît les émoticônes pour ponctuer les messages : joie, tristesse, colère, peur, dégoût ou encore surprise sont inspirés des expressions émotionnelles universelles identifiées par Paul Ekman¹⁶. Les émotions se réduisent à des expressions stéréotypées. Avec la communication humaine, il faut faire face à la complexité des sentiments. Il est nécessaire d'accéder à *la parole*. Imparfait, sensible, contradictoire, la parole permet de comprendre ce qui se joue dans la relation entre les adolescents et la machine. Au moment où le *pharmaphone* tente d'aspirer les affects par l'écriture numérique, nous proposons de revenir à l'oralité¹⁷. Les relations humaines permettent le partage en rassemblant. Le *pharmaphone* propose le partage en divisant. On divise un état somatique en atomes informationnels. L'émotion est atomisée pour nourrir un processus de grammatisation¹⁸. En cherchant à traduire, on réduit l'irréductible. Difficile dans ce contexte de comprendre la relation qu'entretiennent les adolescents avec la machine car l'on s'intéresse uniquement à ce qui est produit *sur* la machine.

Comme le rappelle Bernard Rimé, les sentiments relatifs à la « révélation de soi » se partagent aisément. Il s'agit de la joie à la suite d'un événement par exemple. L'adolescente qui échange un premier baiser ne peut s'empêcher de raconter les détails à ses amies. L'adolescent pour qui cela s'est mal passé a-t-il autant de facilité à le partager ? D'autres émotions sont associées à la « dissimulation de soi »¹⁹ : comment y accéder ? Comment s'en rapprocher si on ne leur laisse pas la place de s'exprimer ?

¹⁵ Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales (CNRTL, 2019).

¹⁶ PAUL EKMAN, « Facial Expression and Emotion », *American Psychologist*, n. 48, 1993, pp. 384-392.

¹⁷ À partir de l'expérience *PacificMeltingPot* de Cornucopiae, et suite à un travail pédagogique courant 2018 avec la chorégraphe Régine Chopinot, nous avons redécouvert les sociétés traditionnelles où seule l'oralité permet la transmission.

¹⁸ CAMILLE ALLOING, JULIEN PIERRE, *Le web affectif. Une économie numérique des émotions*, cit. p. 27. La grammatisation est un processus de formalisation et de discrétisation abordé par le linguiste Sylvain Auroux en 1994, puis par Bernard Stiegler aujourd'hui dans une dimension philosophique.

¹⁹ BERNARD RIME, *Le partage social des émotions*, cit. p. 209.

L'embarras fait partie de ces sentiments désagréables. L'embarras surgit du terrain ! Autant qu'il puisse être associé au déplaisir, il reste central dans les relations humaines. D'abord encombrement, obstacle, l'embarras est une étape avant la reprise de l'échange. Parfois, trop violent pour la conversation, il la clôture. C'est l'adolescent qui, par exemple, va entrer dans une situation de malaise face à une personne handicapée. Quelle posture emprunter ? Le malaise prend forme par des sensations diverses impliquant les viscères, les muscles, la peau. L'*émotion* d'embarras surgit à un premier niveau, initial, corporel. Elle répond à un stimulus émotionnellement compétent²⁰ qui provient de l'autre et du contexte socioculturel. À un second niveau, la perception des changements du corps va produire le *sentiment* d'embarras. Ce dernier est différent pour chacun d'entre nous. Les sentiments évoluent selon l'histoire de vie, la culture. Pour approcher l'embarras, il faut donc s'intéresser à la parole du sujet, sinon, peu de chance qu'il surgisse. L'embarras se vit dans la communication humaine, et bien qu'il soit moins visible pour l'autre que la tristesse ou la surprise, il reste contagieux. Dans *Les rites d'interaction* (1974), Goffman dédie un chapitre à l'embarras²¹. Il présente l'émotion comme un maillon décisif pour l'organisation sociale, sans quoi les structures de l'interaction éclatent. L'embarras, c'est la prise en compte de l'autre dans un contexte, une société, des normes. L'embarras a donc une relation privilégiée avec l'empathie²². Sans empathie pas d'embarras, sans embarras moins d'empathie.

Notons que l'embarras est une émotion qui se partage parfois davantage avec le corps que par la parole. Que cela soit un regard, un rougissement ou un geste d'égarment, il y a quelque chose qui « part » vers l'autre. Qui parle de son embarras ? En ligne, les traces de sentiments qui sont analysés par les spécialistes de l'information présentent des limites. Comment prendre en compte le contexte culturel de celui qui s'exprime ? Où trouver l'embarras ? Un émoticône ou une expression sémantique chargée d'affects remplacent-ils le corps ? La parole ? Dès le départ, nous prenions pour hypothèse que pour comprendre la relation entre l'humain et la machine il fallait se rapprocher de la parole, s'écarter de la machine. Nous ne pensions pas encore à l'embarras, mais il semblait important d'affirmer que les données du *pharmaphone* ne per-

²⁰ ANTONIO DAMASIO, *L'Autre moi-même*, Paris, Odile Jacob, 2010.

²¹ ERVING GOFFMAN, *Les rites d'interaction*, Paris, Les Editions de Minuit, 1974.

²² L'empathie implique de pouvoir se mettre à la place d'autrui et de ressentir ce qu'il éprouve, c'est un chemin vers l'intersubjectivité. Lire à ce propos : SERGE TISSERON, *L'empathie au cœur du jeu social*, Paris, Albin Michel, 2010.

mettent pas d'atteindre les relations intimes avec la technologie. Étymologiquement, le partage est aussi un « départ ». La parole voyage de soi vers l'autre. C'est la conversation, et plus particulièrement dans notre cas la narration qui nous permet de comprendre l'évolution des relations humaines. Les lignes qui vont suivre détailleront une partie de notre méthode. Le *récit de vie* appartient aux approches qualitatives, mettant en perspective l'histoire du sujet, sa mémoire et ses émotions.

3. *Le récit de vie*

Le récit de vie vise autre chose que l'exercice du questionnaire ou de l'entretien semi-directif. En direction de l'oral, la voix, l'individu communiquant²³, on cherche un corps qui se raconte. Avec la parole, les sentiments peuvent en partie s'exprimer par la voix et la gestuelle. Dans notre cas, la parole est un chemin que nous empruntons pour tenter de rejoindre l'histoire intime de l'adolescent. Par « histoire », nous entendons cet enchevêtrement diachronique d'émotions et de sentiments qui constituent la mémoire autobiographique²⁴. La parole permet d'articuler cette histoire affective, vécue, et remaniée à travers le temps. On parle alors de l'histoire qui nous lie aux autres, à nos relations d'attachement au cours de la vie. Comment peut-on en obtenir le récit ? C'est tout l'enjeu de notre enquête auprès des adolescents, où le récit d'une vie « se fait à deux »²⁵.

Introduite en France par Daniel Bertaux dès 1975, la méthode du récit de vie permet d'aller plus loin que les « histoires de vie » que l'on retrouvait jusqu'alors en sciences humaines et sociales. Bertaux distingue l'histoire vécue de l'histoire racontée. Cet entretien à vocation narrative est défendu jusqu'aux pairs de la sociologie dont un certain Pierre Bourdieu qui s'annonça dubitatif dans les premiers temps. Pour notre part, nous ouvrons le récit de vie à l'interdisciplinarité. Il faut dire que la méthode se rapproche de techniques employées aussi en psychologie²⁶ et en neurologie, où l'on sollicite la parole rétrospective du sujet.

²³ FRANCK RENUCCI, « L'individu communiquant », *Hermès, La Revue*, n. 71, 2015, pp. 164-171.

²⁴ ANTONIO DAMASIO, *L'Autre moi-même*, cit.

²⁵ DANIEL BERTAUX, *Le récit de vie*, Paris, Armand Colin, 2016, p. 26.

²⁶ DANIEL STERN, *Le moment présent en psychothérapie*, Paris, Odile Jacob, 2003.

Particulièrement adapté à l'étude des « processus »²⁷ comme l'adolescence, notre vision du récit de vie entend nourrir une question de communication à l'intersection d'un point de vue biologique, psychologique et social.

Lorsque l'on s'intéresse aux relations d'attachement²⁸, le regard du chercheur se pose sur l'intime des trajectoires de vie. Comment accède-t-on alors à la production d'une parole continue et argumentée chez le jeune enquêté qu'est l'adolescent ? La compréhension de l'articulation des moments de son existence ne s'aborde pas de la même manière, par exemple, que le recueil d'un avis centré sur ses usages. Les usages ont le vent en poupe lorsque l'on aborde les études communicationnelles, mais ici il s'agit de relations. Pour s'approcher du vécu et en extraire des hypothèses, nous devons redoubler de stratégies pour atteindre la narration. L'effort de remémoration qui est demandé au sujet permet néanmoins de lui laisser plus de champ pour s'exprimer. Il peut développer le récit d'une partie de sa vie et argumenter.

L'adolescent élabore la reconstruction de ses histoires d'attachement en puisant dans son système de référence. S'enlacent un vocabulaire, des sentiments et des événements qui font sens. Ce qui nous intéresse, c'est le moment où l'adolescent bifurque vers le *pharmaphone* plutôt que vers l'humain. En cela, nous pilotons notre méthodologie en prenant appui sur une partie des techniques de l'entretien non directif²⁹. Nous nous inspirons de ce qui fut expérimenté par Carl Rogers dès 1942³⁰ : pour que l'adolescent produise un discours réflexif, il nous faut l'accompagner. En d'autres termes, « non directif » ne veut pas dire « sans émotions ». Au contraire, l'adolescent n'est pas seul. Notre regard a remplacé la feuille terne des questionnaires. La conduite de l'entretien nécessite toute l'écoute, l'attention et l'empathie que l'être humain peut développer au cours d'une conversation du quotidien. D'ailleurs, outre un robot ou un agent conversationnel, qui pourrait se targuer d'effacer complètement sa directivité lors d'un entretien ? Les adeptes de l'entretien directif influencent aussi l'interviewé.

Cette vision de la co-construction rejoint Daniel Bertaux : « un récit de vie est produit dans une interaction dialogique entre deux per-

²⁷ DANIEL BERTAUX, *Le récit de vie*, cit. p. 75.

²⁸ DAVID GALLI, « La question de l'attachement », *Les cahiers de la SFSIC*, n. 16, 2019.

²⁹ ALAIN MICHELAT, « Sur l'utilisation de l'entretien non directif en sociologie », *Revue française de sociologie*, 1975, pp. 229-247.

³⁰ CARL ROGERS, *La relation d'aide et la psychothérapie*, Paris, ESF Editeur, 2008.

sonnes »³¹. Lors de la réalisation d'un récit de vie, la production de la narration de l'enquêté est influencée par le chercheur en présence³². Les souvenirs jaillissent par un jeu avec l'environnement. La subjectivité du chercheur est un outil³³ du recueil de données. D'autre part, comme l'écrivait Philippe Breton, « l'éloge de la parole est d'abord un éloge du face-à-face »³⁴. Les corps échangent par les gestes, la vitalité, les silences, même avant la voix. Les hochements de tête et les gestes de soutien du chercheur confortent l'adolescent dans son discours. Ces éléments ne doivent pas témoigner d'une directivité particulière, ni d'une transmission d'hypothèses à l'interviewé. Les relances sont dosées, surtout quand l'enquête avance : l'évolution de notre théorisation participent à un modelage constant de notre regard de chercheur sur le terrain.

Dans l'évolution de notre recherche, nous effectuons des allers-retours entre le terrain et les lectures. En partant du processus de réduction de la communication humaine à de l'information sur le *pharmaphone*, nous cherchons à raconter ce qu'est la communication humaine. Le choix de la progressivité nous amène à lier notre matériau récolté aux théories. Selon Yves Winkin, ce sont ces questionnements apportés par les lectures qui permettent de rendre « exotique le quotidien »³⁵. Nous verrions l'adolescence de manière plus restreinte si nous n'avions pas parcouru de nombreux ouvrages au fil de notre immersion sur le terrain. L'histoire et les écrits théoriques influencent notre vision contemporaine. Pour comprendre les apports des récits de vie récoltés, nous devons donc les « malaxer »³⁶ avec les concepts. Les hypothèses évoluent alors : elles sont instables, font preuve d'une certaine plasticité³⁷. Et il en va de même pour notre corpus d'étude.

Pratiquer le récit de vie nécessite une attention particulière à ce que les adeptes des études quantitatives nomment communément l'*échantillon*.

³¹ DANIEL BERTAUX, *Le récit de vie*, cit. p. 36.

³² Nous rejoignons le fait que la remémoration du passé dépend du contexte présent, donc à fortiori face à qui le souvenir est remémoré (cf. DANIEL STERN, *Le moment présent en psychothérapie*, cit.).

³³ DIDIER DEMAZIÈRE, « À qui peut-on se fier ? Les sociologues et la parole des interviewés », *Langage et société*, n. 121-122, 2007, p. 85-100.

³⁴ PHILIPPE BRETON, *Eloge de la parole*, Paris, La Découverte, 2003, p. 44.

³⁵ YVES WINKIN, *Anthropologie de la communication*, cit. p. 283.

³⁶ JEAN-CLAUDE KAUFMANN, *L'entretien compréhensif*, Paris, Armand Colin, 2011, p. 92.

³⁷ Qualité de ce qui est « malléable ». Concept transversal dans nos travaux, à la fois au sein du cadre théorique que dans la méthode. Lire à ce propos : FRANÇOIS ANSERMET, PIERRE MAGISTRETTI, *À chacun son cerveau*, Paris, Odile Jacob, 2011.

Dans notre cas, nous sommes en recherche permanente d'individus qui vivent le phénomène de l'adolescence. La progressivité de notre travail qualitatif nous conduit à nuancer la question de l'échantillon au profit de ce que Bertaux et Kaufmann nomment une sélection d'informateurs³⁸. C'est aussi ce que Glauser et Strauss (1967) proposaient lorsqu'ils parlaient de *theoretical sampling* : une construction « progressive et réfléchie de l'échantillon »³⁹. Sans prétendre à une représentativité, l'objectif est de choisir les adolescents interrogés en allant capter les « cas négatifs ». Le cas négatif au cœur de la mosaïque d'adolescents enquêtés, c'est celui qui vient invalider une hypothèse. Par un exercice de réfutation, il nous fait travailler les variations de notre modèle. Le négatif participe à la validité de la recherche, ce qui en fait un levier foncièrement différent par rapport à la démarche de vérification en science. Par la comparaison des récits de vie, la recherche de récurrences et la saturation du matériau, nous arrivons progressivement à des points de convergences... comme l'embarras. Sans avoir pensé ce dernier dans nos hypothèses au départ, nous le travaillons à présent dans chacun de notre entretien.

L'embarras surgit entre entretien informel et approfondi. L'entretien informel s'effectue au cours des séances d'observation, préalable à tout récit de vie, pour intégrer le terrain. En nous inspirant de ce que Sherry Turkle développe avec *l'ethnographie intime*⁴⁰, nous pratiquons l'informel en posant des questions qui nous serviront à préparer nos entretiens approfondis : les récits de vie. Nous laissons de côté l'approche clinique de Turkle pour nous concentrer sur une analyse anthropologique des bifurcations de l'adolescent vers son *pharmaphone*. À chaque situation marquante, nous étudions l'anticipation et les choix de l'individu qui le rapproche davantage de la machine que de l'autre. Quelles émotions surgissent ? Dans l'entretien approfondi, le matériau affectif récolté est dense. Il s'agit de la parole orale de l'adolescent, l'écrit n'apparaît qu'au moment de la retranscription de l'entretien. Cela ne veut pas pour autant dire que le matériau informel de nos observations apporte moins – parfois cela donne lieu à des hypothèses majeures – mais le travail de récolte est différent. Par récolte, rappelons ici que nous ne parlons pas de don-

³⁸ Nous préférons « individu communiquant » à un « informateur » dont on attendrait seulement de l'information. Lorsque l'adolescent laisse échapper sa parole, c'est tout son corps qui communique. Lire à ce propos : DOMINIQUE WOTLON, *Informier n'est pas communiquer*, cit.

³⁹ DANIEL BERTAUX, *Le récit de vie*, cit. p. 30.

⁴⁰ SHERRY TURKLE, *Seuls ensemble : De plus en plus de technologie, de moins en moins de relations humaines*, Paris, Editions L'Echappée, 2011.

nées qui seraient cueillies comme un adolescent piquerait une orange sur un arbre à la récréation⁴¹ : elles font toujours l'objet d'une co-construction.

Notre rôle, face à cette narration « vivante », est toujours d'accompagner. Chaque mot employé, chaque soupir, peut faire vaciller le travail. Même notre silence, attentif, est une modalité du sens pour des adolescents qui peuvent se dire : « est-ce que je réponds comme il faut ? ». L'écoute sensible que nous déployons s'appuie sur l'empathie, chemin vers la perception du monde subjectif de l'autre. Après le récit de vie l'adolescent, nous lui posons quelques interrogations complémentaires. Kaufmann écrit à ce propos que la meilleure question n'est pas donnée par la grille : « elle est à trouver à partir de ce qui vient d'être dit par l'informateur »⁴². Le matériau exprimé par l'adolescent est déterminant pour établir d'autres questions.

4. Conclusion

De cette méthodologie du récit de vie s'est échappée l'hypothèse de l'embarras. Peu à peu, nous avons décelé que les adolescents évitent l'embarras de la relation au profit du *pharmaphone*. Ils anticipent une situation de déplaisir en optant pour un remède technique. Ce dernier leur permet d'échanger de l'information tout en faisant croire à de la communication. C'est le simulacre du *pharmakon*. L'objet de notre contribution n'a pas été de détailler nos résultats mais plutôt d'apporter un éclairage méthodologique sur la démarche. Le récit de vie, centré sur les relations d'attachement, permet de comprendre comment, dans une relation, l'adolescent tend à choisir la machine plutôt que l'humain. À chaque situation qui entraîne une bifurcation vers l'appareil, nous la notifions. Des récurrences sont ainsi présentées, jusqu'à déboucher ici sur l'embarras. Une fois cette hypothèse en main, il est nécessaire de la mettre à l'épreuve. Au moment où l'adolescence tendrait vers une évacuation de l'autre, quels sont les points de butée qui peuvent compléter cette hypothèse ? L'embarras est un point d'appui pour la communication, irréductible à un codage numérique. L'embarras se vit dans l'instant, aussi, à nous de continuer à l'étudier dans l'instant.

⁴¹ Clin d'œil au Lycée Jean-Aicard à Hyères (83) où nous avons réalisé des entretiens informels avec des adolescents sous les orangers disposés à l'entrée de l'établissement courant septembre 2018.

⁴² JEAN-CLAUDE KAUFMANN, *L'entretien compréhensif*, cit. p. 48.

Notons au moins une limite à notre méthode : la parole, que nous présentons comme centrale à la démarche, fait également état d'un processus de réduction. Nous l'écrivions en introduction, l'émotion, état corporel, nous appartient, et toutes nos manières de l'exprimer est limitée à des mots, des gestes. Si elle n'est pas parfaite, la parole reste le chemin le plus proche vers les états somatiques. Certains chercheurs en sémiotique nous conseillent parfois de mettre en place des enregistrements audiovisuels dans nos entretiens. Cela permettrait de conserver une trace de l'instant avec l'adolescent, et d'analyser les gestes au moment où les émotions refont surface. Pour l'instant, nous conservons l'idée que notre conversation avec les adolescents s'organise autour d'un « seul à seul », espace de confiance en dehors des structures. L'entretien avec l'adolescent est un moment intime. Contrairement aux idées reçues, les adolescents, de plus en plus critiques avec l'utilisation des données, développent une méfiance à l'égard des enregistrements et de leur utilisation. La vidéo entrainerait, de fait, une difficulté supplémentaire à la réalisation de l'ardu exercice du récit de vie.

Analyser le discours haineux en ligne : réflexions méthodologiques

Angeliki Monnier¹, Annabelle Seoane², Matthijs Gardenier³

ABSTRACT

La question migratoire est devenue centrale dans le débat politique depuis les Trente Glorieuses et en particulier depuis les années 1970 et 80. Aujourd’hui, parmi les protagonistes de ce débat, les mouvements anti-migrants jouent un rôle important, se faisant les vecteurs du rejet du phénomène migratoire. À Calais, le collectif anti-migrants *Sauvons Calais* a mené entre 2013 et 2016 une activité soutenue. Leurs publications Facebook, ancrées dans ce que l’on désignera comme du “discours haineux” (“hate speech”), ont un rôle important dans la communication et le cadrage de leur action. Celles comprises dans la période entre le 15/11/2015 et le 07/03/2016, constitueront notre corpus.

À l’interface entre sciences du langage, études en communication et sociologie, il s’agira d’interroger la façon dont certains procédés linguistiques contribuent, avec le soubassement sémiologique des images, à mettre en scène l’émotion et la susciter chez le récepteur dans ce discours relativement homogène. L’ancrage contextuel contribue à la construction d’une topique émotionnelle car il permet d’instaurer un réglage “pathémique” de la lecture des *posts*. L’objectif est de montrer que le discours haineux en ligne constitue un *univers discursif* avec ses caractéristiques propres, inscrit dans une triple dimension discursive, pré-discursive (représentationnelle) et post-discursive (actionnelle).

Migration has become a central issue in the political debate; among the protagonists of this debate, the anti-migrant movements play an important role, being the vectors of the rejection of the migratory phenomenon. In the French town of Calais, the anti-migrant collective *Sauvons Calais* (*Save Calais*) led a sustained activity between 2013 and 2016. Their Facebook publications, anchored in what we will refer to as “hate speech”, have an important role in the circulation and framing of their action. Those included in the period between 15/11/2015 and 07/03/2016 will constitute our corpus.

¹ Sciences de l’information et de la communication, Université de Lorraine, Centre de recherche sur les médiations (Crem), angeliki.monnier@univ-lorraine.fr

² Sciences du langage, Université de Lorraine, Centre de recherches sur les médiations (Crem), annabelle.seoane@univ-lorraine.fr

³ Sociologie, Université Paul Valéry-Montpellier 3, algardenier@yahoo.fr

At the interface between Linguistics, Communication studies and Sociology, we will demonstrate how some linguistic processes, drawing upon the semiotic function of images, contribute to stage and arouse emotion in this relatively homogeneous speech. The contextual anchoring seems to reinforce this “pathemic” adjustment, in the sense used by Charaudeau. Our aim is to show that online hate speech constitutes a *discursive universe* with its own characteristics, inscribed in a triple discursive dimension, pre-discursive (representational) and post-discursive (actional).

1. Introduction

Le terme “hate speech”, discours de haine ou discours haineux⁴ s’est propagé depuis les années 1980, utilisé et débattu aussi bien par les sociologues, les politologues, les historiens et les juristes⁵. Bien que sans définition précise en termes de droits de l’homme internationaux, il couvre selon le Comité des ministres du Conseil de l’Europe toute forme d’expression qui répand ou justifie la haine raciale, la xénophobie, l’antisémitisme ou toute forme de haine basée sur l’intolérance. Discours malveillant, hostile, motivé par des préjugés, envers une personne ou un groupe de personnes en raison de certaines de leurs caractéristiques⁶, la dénomination “discours haineux” exprime des attitudes discriminatoires, intimidantes, désapprouvées, antagonistes et/ou préjudiciables à ces caractéristiques, notamment le sexe, la “race”, la religion, l’appartenance ethnique, la couleur de peau, l’origine nationale, un handicap ou l’orien-

⁴ ANGELIKI MONNIER, ANNABELLE SEOANE, « Discours de haine sur l’internet », *Publicationnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*, 2019a, Mis en ligne le 12 juin 2019, <<http://publicationnaire.huma-num.fr/notice/discours-de-haine-sur-linternet/>> (dernier accès 09.10.2019).

ANGELIKI MONNIER, ANNABELLE SEOANE, « Suspendre un énoncé, sous-tendre un jugement : les points de suspension dans des discours haineux sur Internet », Colloque *Faire silence : matérialités, expériences, pouvoirs*, EHESS Marseille, 21-24 mai, 2019b.

⁵ EUGENIA SIAPERA, ELENA MOREO et JIANG ZHOU, *HateTrack. Tracking and Monitoring Racist Speech Online, Project Final Report*, Irish Research Council, DCU School of Communications, Institute for Future Media and Journalism (FuJo), Anti-Bullying, Centre (ABC), and Insight Centre for Computer Analytics, School of Computing, 2018, p. 12, <<https://www.ihrec.ie/app/uploads/2018/11/HateTrack-Tracking-and-Monitoring-Racist-Hate-Speech-Online.pdf>> (dernier accès 01.08.2019).

FRANÇOIS JOST, *La méchanceté en actes à l’ère numérique*, Paris, CNRS Éditions, 2018.

⁶ EUGENIA SIAPERA, « Organised and Ambient Digital Racism: Multidirectional Flows in the Irish Digital Sphere », *Open Library of Humanities*, vol. 5(1), 2019, p. 11, <<http://doi.org/10.16995/olh.405>> (dernier accès 03.09.2019).

tation sexuelle. En France, depuis la loi Pleven de 1972, l'incitation à la haine par des propos tenus en public est une infraction pénale : le discours de haine est illicite, parce qu'il débouche directement ou indirectement sur la discrimination et la violence. Cependant, l'absence d'une "norme de référence" dans la définition de ce discours polymorphe rendent sa détection en ligne difficile. La question du placement du curseur se pose continuellement : où placer la limite ? qu'est-ce qui est acceptable ou non ? Sur quelle échelle de valeurs (éthiques, légales, morales, idéologiques...) ? Jusque-là limitée à des listes préétablies de mots « haineux », l'accent étant mis sur le sens de ces mots et leur fréquence, ainsi qu'à des configurations syntaxiques⁷ dans le domaine de la linguistique informatique, la lutte contre le discours haineux sur l'internet, à l'interface sémantique et syntaxe, doit s'enrichir aujourd'hui de nouveaux moyens pour capter les formes de haine les plus subtiles, implicites, comme les sarcasmes, les euphémismes, les références contextuelles afin de cerner les stratégies de masquage mises en place par les internautes (jeux avec l'orthographe, crypto-langages réservés aux initiés...).

Cet article pose ainsi les premiers jalons d'une réflexion⁸ qui vise à montrer que le discours haineux ne se résume pas à un paradigme lexical mais relève de manifestations verbales et non verbales extrêmement éclectiques, avec une violence scalaire allant de propos méprisants à des incitations à des actes criminels. Nous posons que, pour cette raison, il doit être appréhendé en tant qu'univers ayant des dimensions qui sont à la fois discursives, pré-discursives (représentations préalables) et post-discursives (orientées vers une certaine action). Il dépend également du dispositif communicationnel (technique et interactionnel) au sein duquel il émerge. La compréhension de l'ensemble de ces niveaux est nécessaire afin de pouvoir circonscrire cet objet dans sa complexité. Certes, ces éléments se croisent et se recourent, et leur séparation ici en catégories distinctes n'a pour objectif qu'à fournir un cadre opérationnel pour

⁷ PAULA FORTUNA, SERGIO NUNES, « A survey on Automatic Detection of Hate Speech », *ACM Computing Surveys*, 51(4), 2018, pp. 1-30.

⁸ Cette contribution s'inscrit dans une réflexion menée dans le cadre du projet ANR-DFG, 2019-2022 M-PHASIC (*Migration and Patterns of Hate Speech in Social Media*), référence ANR-18-FRAL-0005, dirigé par Angeliki Monnier (Université de Lorraine), Christian Schemer (Johannes Gutenberg Universität Mainz). Il s'agit de cerner la prévalence et l'émergence des discours haineux liés aux migrants dans les contenus générés par les utilisateurs en ligne afin d'en faire ressortir les principales caractéristiques lexicales, syntaxiques et contextuelles et de développer un protocole de recherche pour détecter les discours haineux et les classer en fonction de leurs référents, des représentations véhiculées, ainsi que de leurs caractéristiques circulatoires.

l'analyse. Notre démarche a une visée méthodologique car elle cherche *in fine* à proposer un protocole de recherche pour l'étude du discours de haine, au croisement des sciences du langage, des sciences de l'information et de la communication, et de la sociologie politique.

Dans notre approche, nous faisons la distinction entre la haine, en tant qu'*émotion* vécue par un être humain, et le discours haineux, en tant que *phénomène discursif* – et donc social – qui mobilise des émotions, et qui est de nos jours souvent observable au sein des plateformes participatives des médias socio-numériques. L'objectif est de démontrer qu'il existe une organisation interne propre à ce type de discours, organisation que nous souhaitons décrypter. Nous illustrerons notre propos à l'aide d'un corpus recueilli sur Facebook : celui d'un collectif anti-migrants intitulé *Sauvons Calais*, dont nous utiliserons quelques exemples de messages postés au sein de ce groupe entre le 25-09-2015 et le 31-09-2015. Ce corpus a été constitué par Matthijs Gardenier, sociologue.

2. Sauvons Calais : éléments de contextualisation

Selon le *Rapport sur les migrations internationales de 2017*⁹ le nombre de migrants dans le monde a rapidement augmenté ces dernières années¹⁰. Cette évolution suscite une grande inquiétude publique partout dans le monde et notamment en Europe. La question migratoire est devenue centrale dans le débat politique depuis les Trente Glorieuses et en particulier depuis les années 1970 et 80. Aujourd'hui, parmi les protagonistes de ce débat, les mouvements anti-migrants jouent un rôle important, se faisant les vecteurs du rejet du phénomène migratoire. La crise économique qui frappe certains pays du Vieux Continent nourrit également des sentiments d'insécurité, encourageant la croissance des mouvements anti-immigrés. Les médias sont souvent dénoncés pour leur tendance à dépeindre négativement les réfugiés et les migrants¹¹, ce qui accentuerait les peurs. Un récent projet de l'Union européenne¹² a révélé une aug-

⁹ UNITED NATIONS, *International Migration Report 2017. Highlights*, New York, Department of Economic and Social Affairs, 2018.

¹⁰ PEDRO VIANNA, « La question migratoire : un enjeu politique pour l'Europe », *Migrations Société*, 116 (2), 2008, pp. 43-57

¹¹ LILIE CHOULIARAKI, MYRIA GEORGIU, RAFAL ZABOROWSKI, *The European "migration crisis" and the media: A cross-European press content analysis*, The London School of Economics and Political Science, London, UK, 2017.

¹² BRICKS, *#Silence Hate*, University of Milano Bicocca, 2016.

mentation significative du discours de rejet envers les immigrés et les minorités, souvent accusés d'être la cause des problèmes économiques et sociaux actuels. Le web participatif et les médias sociaux semblent amplifier l'intensité et la portée de ces propos haineux.

Le contrôle aux frontières des personnes souhaitant se rendre en Grande-Bretagne se fait sur le territoire français depuis 2003 et la signature des accords du Touquet entre la France et le Royaume-Uni. Ce dispositif a eu pour conséquence la concentration autour de Calais d'une population "entre-deux", en "stockage"¹³, de migrants souhaitant passer la frontière et qui ont commencé très vite, avec très peu de moyens, à habiter dans des campements précaires et squats appelés *jungles* – de l'iranien *djangal*, qui signifie "forêt". Après les révolutions arabes de 2011, et dans le contexte de la "crise des migrants"¹⁴ de l'été 2015, le nombre de migrants présents à Calais a fortement augmenté, avec des chiffres qui oscillent entre 6 500 et 10 000 personnes suivant les estimations de l'État ou des associations. Afin de mieux comprendre l'émergence du collectif *Sauvons Calais*, voici un bref rappel de quelques événements.

En novembre 2013, la Maire de Calais, Natacha Bouchart (du parti Les Républicains), met en ligne sur Facebook un appel qui demande aux Calaisiens de repérer et signaler aux autorités tout squat occupé par des migrants¹⁵ : cette publication crée une polémique nationale, car perçue par beaucoup comme un appel à la délation. Très rapidement, un collectif de citoyens se constitue, se nommant *Sauvons Calais*. Ces activistes prétendent répondre à l'appel de Natacha Bouchart. Ses militants ont pour mission de répertorier les squats du Calais afin d'en faire en quelque sorte une cartographie. Les actions vont dès le départ alterner manifestations et rassemblements classiques à des actions plus "dures" et violentes relevant du pur "vigilantisme". Trois revendications sont portées : la constitution de groupes citoyens d'intervention contre les migrants sur le modèle des *Voisins Vigilants*, l'interdiction des associations

¹³ JEAN-PIERRE ALAUX, « Calais vaut bien quelques requiem », *Plein droit*, 104, 2015, pp. 3-8.

¹⁴ La « crise des migrants » est le nom donné à l'épisode, qui voit à l'été 2015, l'arrivée de très nombreux migrants sur le continent européen, notamment par la voie des Balkans. Cette arrivée est construite politiquement et médiatiquement, comme une crise, les pays de l'Union Européenne se renvoyant la balle, refusant d'accueillir ces migrants, à l'exception de l'Allemagne. Cette crise voit le développement de nombreux mouvements anti-migrants.

¹⁵ « Migrants : Un Message de Natacha Bouchart Créé Le Buzz Sur Facebook ». En ligne : <<http://www.nordlittoral.fr/fait-divers-justice/migrants-un-message-de-natacha-bouchart-cree-le-buzz-sur-ia6b0n26840>> (dernier accès 3.09.19. Document qui n'est plus disponible en ligne à ce jour).

“pro-migrants” tels que les ONG et les *No Borders*¹⁶, et enfin l’enfermement de tous les migrants présents à Calais dans un camp. Dirigé par Kévin Rêche, un jeune chômeur de 20 ans au moment de la création du collectif, *Sauvons Calais* se présente comme un collectif apolitique, mais le groupe est en réalité lié au Parti de La France, scission droitière du Front National¹⁷. Au début de l’année 2014, la presse révèle d’ailleurs que Kevin Rêche a une croix gammée tatouée sur le torse¹⁸.

Avec l’appui de riverains, *Sauvons Calais* organise plusieurs manifestations, régulièrement interdites par la préfecture, afin d’empêcher l’implantation de squats susceptibles d’attirer de nouveaux migrants. Le groupe se caractérise aussi par une activité en ligne très soutenue, notamment sur le réseau Facebook avec de nombreuses publications ciblant les migrants et appelant les Calaisiens “à l’action”. C’est à partir de messages postés par les internautes au sein de cette plateforme que nous proposons ici cette réflexion sur le discours de haine en ligne, en tant qu’objet et support d’émotion.

3. *Le discours haineux en ligne en tant qu’univers*

Les discours de haine inondent l’internet : insultes, menaces, injures, *bashing*..., corrélés à la question du rôle des dispositifs. L’immédiateté faciliterait en effet la parole affective, l’anonymat réduirait les inhibitions¹⁹. Mais au-delà de l’anonymat, les dispositifs à forte dominante capacitaire²⁰ que seraient les réseaux socio-numériques renforcerait des mises

¹⁶ Les *No border*, militants proches du courant anarchiste, constituent particulièrement les cibles de *Sauvons Calais*.

¹⁷ NICOLAS LEBOURG, *Le Front National et la galaxie des extrêmes droites radicales*, in CREPON SYLVAIN (dir.), *Les faux-semblants du Front national*, Paris, Presses de Sciences Po, 2015, pp. 121-140.

¹⁸ « FN : Marine Le Pen En Photo Avec Kévin Reche, Le Porte-Parole de ‘Sauvons Calais’ Au Tatouage Nazi - France 3 Hauts-de-France ». En ligne : <<http://france3-regions.francetvinfo.fr/hauts-de-france/2014/03/11/fn-marine-le-pen-en-photo-avec-kevin-reche-le-porte-parole-de-sauvons-calais-au-tatouage-nazi-430961.html>> (consulté le 24 aout 2017).

¹⁹ SERGE TISSERON, « Les nouveaux réseaux sociaux : visibilité et invisibilité sur le net », in AUBERT NICOLE et HAROCHE CLAUDINE (dir.), *Les tyrannies de la visibilité*, Toulouse, Éd. Xérès, 2000, pp. 119-130.

²⁰ PATRICK CHARAUDEAU, « Une problématisation discursive de l’émotion. À propos des effets de pathémisation à la Télévision », in PLANTIN CHRISTIAN, DOURY MARIANNE et TRAVERSO VÉRONIQUE (dir.), *Les émotions dans les interactions*, Lyon, Arci/Presses uni-

en scènes émotionnelles. S'il s'agit d'énoncés relevant d'une intentionnalité individuelle, les commentaires haineux sur les plateformes participatives en ligne s'intègrent également dans des processus interactionnels et connectifs, où l'affectif joue un rôle primordial²¹. Le dispositif communicationnel des posts constitue « un genre discursif particulier qui repose sur l'échange bref, immédiat, au sein d'une "communauté", souvent instable, de locuteurs²² qui contribuent tour à tour à un macro-discours thématique. Les affordances techniques des plateformes ainsi que les algorithmes accentuent la circulation et la visibilité des contenus provocateurs et radicaux. C'est au sein de ce dispositif que le discours de disqualification émerge et se propage.

Le niveau discursif : les traces langagières de la haine

Le premier niveau du discours haineux, là où le phénomène est directement observable, est celui des traces langagières qu'il laisse. Il s'agit à la fois des champs lexicaux employés, des références (historiques, culturelles, etc.) sollicitées, des topiques associées (racialité, sécurité, etc.). Ainsi, dans ce corpus, la topique la plus récurrente est celle de la guerre, qui apparaît à travers une iconographie constituée d'armes à feu et de scènes de violence, à travers un lexique particulier (ville assiégée, attaque, défense, etc.), ainsi qu'à travers l'utilisation d'énoncés antithétiques : « Ils ne fuient pas la guerre / Ils viennent la faire chez nous, Les clandestins nous attaquent !!! », « JE DEFENDRAI MA FAMILLE, MON PAYS CONTRE TOUTE TENTATIVE DE SOUMISSIONS ? OU D'INVASIONS ? »²³.



versitaires de Lyon, 2000, pp. 125-155, <<http://www.patrick-charaudeau.com/La-pathemisation-a-la-television.html>>.

²¹ ZIZI PAPACHERISSI, *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*, New York, Oxford University Press, 2015.

²² Nous entendons par « énonciateur » l'instance de prise en charge énonciative et par « locuteur » l'instance qui produit matériellement l'énoncé.

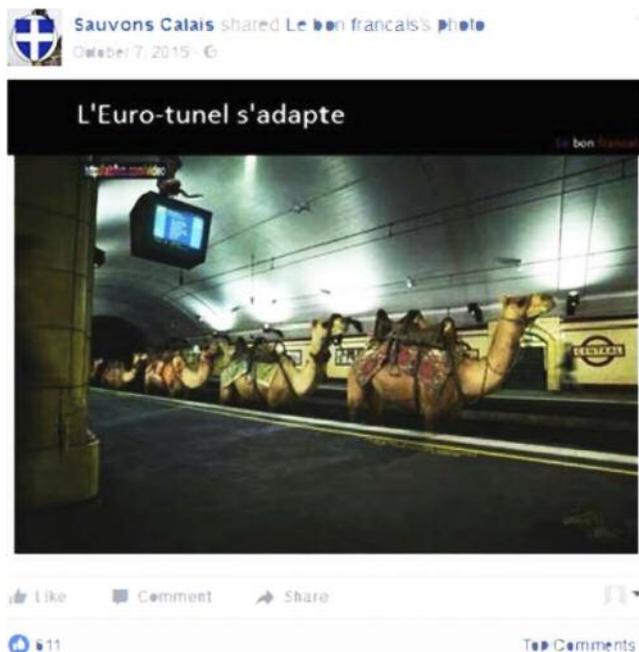
²³ Nous respectons la casse et l'orthographe originale des posts cités ici.

Les occurrences, cooccurrences et aspects syntactiques sont aussi à prendre en considération, ainsi que la dimension pragmatique, voire stylistique (figures de discours, traits d'humour, désignations euphémiques, etc.). À cet égard, le sarcasme, par exemple, est utilisé pour souligner le décalage entre l'explicite et l'intention cachée du locuteur²⁴ : « Calais, ville touristique », « Nous ouvrons notre propre site de rencontre ».



²⁴ PATRICK CHARAUDEAU, « Des catégories pour l'humour. Précisions, rectifications, compléments », in VIVERO MARÍA DOLORES (dir.), *Humour et crises sociales. Regards croisés France-Espagne*, L'Harmattan, Paris, 2011, pp. 9-43

La métaphore crée un lieu d'analogie entre réalités hétérogènes²⁵, tandis que l'acte figural renforce sa portée pragmatique :



La composante formelle, pourtant souvent écartée dans les analyses automatisées, est également significative : l'usage des points d'exclamation et des majuscules pour marquer l'émotion, celui des points de suspension pour escamoter le dire disqualifiant²⁶, le recours à des visuels comme des photographies prises sur le vif pour montrer une altérité disqualifiée et légitimer le rejet ou des émoticônes pour exprimer ses émotions²⁷.

La question des registres de discours au sein desquels les internautes se situent permet de mieux appréhender le sens et la finalité expressive et communicationnelle des échanges²⁸ : une énonciation de *description* pathémique propose à un destinataire le récit (ou un fragment) d'une scène

²⁵ NADINE CHARBONNEL, GEORGES KLEIBER, *La métaphore entre philosophie et rhétorique*, Paris, PUF, 1999, p. 33.

²⁶ MONNIER et SEOANE, 2019b, *op.cit.*

²⁷ MARION COLAS-BLAISE, PIERRE HALTE, « Le geste énonciatif dans le chat. L'interjection, l'acronyme et l'émoticône, ou comment (se) montrer à l'écrit », *Le Discours et la langue*, n° 2.2, 2011.

²⁸ CHARAUDEAU, 2000, *op.cit.*

dramatisante susceptible de produire un tel effet ; une énonciation d'*expression* pathémique qui vise à produire un effet de pathémisation soit par la description ou la manifestation de l'état émotionnel dans lequel le locuteur est censé se trouver (« j'ai peur », « je fonds »), soit par la description de l'état dans lequel l'autre devrait se trouver (« N'ayez crainte ! », « Soyez compassif ! », « Ayez pitié ! »). L'adjectif "pathémique", emprunté à Charaudeau²⁹, décrit « une situation à propos de laquelle un jugement de valeur collectivement partagé – et donc institué en norme sociale – met en cause un actant qui se trouve être bénéficiaire ou victime ». Le pathémique pose donc une relation triangulaire : un actant bénéficiaire, un actant victime, une instance collective. Au sein de cette dynamique tri-actantielle, les trois pôles sont liés entre eux par des valeurs (partagées ou non) qui peuvent être relayées par de l'affect. En faisant le parallèle avec les processus de radicalisation décrits par Isabelle Sommier, cette association des registres implique trois conditions nécessaires à son efficacité : la crédibilité empirique (le diagnostic livré doit être fondé et plausible) ; l'assise expérimentale (les faits dénoncés doivent être vécus) ; une fidélité narrative (le récit doit s'inscrire dans l'ensemble des croyances, mythes et récits populaires antérieurs)³⁰ :

« Parce que je reçois régulièrement ce genre de témoignage, je me sens obligé d'en publier au moins un... Bonne lecture !

--

Juste envie de faire mon coup de gueule...

Mon ami qui est à la recherche d'un emploi depuis plus d'un an a fait une demande d'aide au financement a pole emplois pour passer le permis. Cette aide est autorisé a tout chercheur d'emploi depuis au moins 6 mois sans activité.

Hier mon ami a eu rdv a pole emplois pour en faire la demande. Sa conseillère lui a tout simplement dit qu'il ne serait pas aidé. Pourquoi ? Parce que l'enveloppe financière a été reversé aux migrants de calais !!! Ou vat on ?? On est sans emplois, on est bon citoyens et aucune aide de nous est versé ????

Aujourd'hui mon ami vis avec un RSA de 125euros et l'apl de 112euros !!! Il ne trouve pas d'emplois car dans son domaine il lui faut le permis! Je trouve c a honteux!!!

²⁹ CHARAUDEAU, 2000, *op.cit.*

³⁰ ISABELLE SOMMIER, « Sentiments, affects et émotions dans l'engagement à haut risque », *Terrains/Théories*, n° 2, 2015, § 18, <<http://journals.openedition.org/teth/236>>.

Si vous voulez faire un article, une annonce, une dénonciation ou donner un nouvel exemple des mal faits des migrants alors faite le. Il faut que les gens sache!!!

Mon ami ne souhaite pas être nommé car il a déjà honte d'être sans emplois et de devoir demander des aides.

Voilà... C'était mon coup de gueule. J'avais besoin d'en parler... »

Ici, le témoignage livré se place dans cette assise expérimentale et légitime un « coup de gueule » et le « besoin d'en parler ». L'émotion de colère s'inscrit dans un registre d'un dire narrativisé, et s'appuie sur une dimension communicative et interlocutive omniprésente : « bonne lecture ! », « ou vat-on ? », « voilà... C'était mon coup de gueule, j'avais besoin d'en parler... ». L'anecdote narrée est posée comme prototypique d'une situation généralisée qui, elle, est le véritable objet de dénonciation (« On est sans emplois, on est bon citoyens et aucune aide ne nous est versé ??? »).

Dans d'autres posts, des incidents sont également événementialisés, photographie à l'appui, et sont donnés pour prototypiques car présentés comme récurrents : « Encore un pare-brise de cassé quand les migrants ont caillasser la police » ; « Je tenais à faire une petite dédicace à la dame qui hier après midi quand nous avons annoncés que des clandestins avaient été vus avec barres de fer et marteau en ville en direction du tunnel et qui nous a clairement accusés de semer la peur et que nous étions des menteurs : voilà madame, photo prise hier après midi !!!! ».

Je tenais à faire une petite dédicace à la dame qui hier après midi quand nous avons annoncés que des clandestins avaient été vus avec barres de fer et marteau en ville en direction du tunnel et qui nous a clairement accusés de semer la peur et que nous étions des menteurs : voilà madame, photo prise hier après midi !!!!



Au sein de ce dispositif, le locuteur construit un ethos fondé sur le décalage latent entre son ethos dit (ce que le locuteur dit sur lui-même) et son ethos montré (ce que montre sa manière d'énoncer)³¹. En effet, l'ethos dit au fil des posts relève d'un ethos qui s'appuie sur des valeurs éthiques et morales positivées : patriotisme, nationalisme, combattivité, solidarité, dignité, là où l'ethos montré, par le biais des actes figuratifs produits, relève d'un ethos non-respectueux d'autrui. Ce décalage trouve sa force pragmatique dans la visée actionnelle qu'il met en œuvre : il s'agit de dénoncer et de disqualifier l'autre afin de se positionner individuellement et surtout collectivement. L'altérité ainsi rejetée sert de point d'ancre à un positionnement collectif mobilisateur.

Le niveau pré-discursif : l'implicite et le partagé

Si le discours haineux s'observe d'abord à travers les traces qu'il laisse notamment sur le plan lexical, sa puissance symbolique puise dans un ensemble de représentations préalables, de valeurs partagées qu'il mobilise et qui constituent des savoirs de croyance³². En ce sens, comprendre le discours haineux signifie interroger les schémas narratifs et actantiels qui structurent le récit sous-tendant (« vol de la France, viol de la France » etc.), ainsi que les stéréotypes qui participent à la construction de son périmètre sémantique : l'association entre des actes malveillants et les migrants est toujours posée comme allant de soi. Le recours à des catégories stéréotypiques reflète les opérations de cadrage (cadrage au sens de "framings", cf. plus bas) qui se trouvent au préalable de l'acte de l'énonciation disqualifiante.

Dans notre corpus, le discours haineux en ligne mobilise des représentations de la réalité selon des polarités clivantes, en général binaires (bien *vs.* mal), ainsi que des cadrages qui se situent entre fonction diagnostique et/ou pronostique³³ comme les topiques de la guerre ou de la sécurité. Il puise ainsi sa force pragmatique dans un topos plus global qui semble inhérent au discours médiatique de manière générale, celui du désordre social, abordé sous l'angle de l'injustice et de l'indignation (« La police esclave de nos dirigeants corrompus ! »). En ce sens, il fait appel à l'*ethos* préalable, mais aussi aux émotions des interlocuteurs.

³¹ DOMINIQUE MAINGUENEAU, « Retour critique sur l'éthos », *Langage et société*, n° 149, 2014, pp. 34, <<https://www.cairn.info/revue-langage-et-societe-2014-3-page-31.htm>> (dernier accès 3.09.2019).

³² CHARAUDEAU, *op.cit.*, p. 125.

³³ OLIVIER FILLIEULE, LILIAN MATHIEU, CÉCILE PECHU, *Dictionnaire des mouvements sociaux*, Paris, Les Presses de Sciences Po, 2009, p. 32.

Le groupe ainsi constitué se trouve alors soudé par les imaginaires³⁴ qui créent des « relations affectives nouant les militants ». Ces relations marquent une coupure rigide entre l'*in group* et l'*out group*. Ce *faire groupe* est d'autant plus important qu'il déclenche un double mécanisme de cohésion entre-soi et de rejet de l'autre, qui devient un non-soi dés-humanisé (« La vie d'un cafard vaut plus que l'avis d'un No Border ») et par là-même un contre-soi, pourrait-on dire. Les messages en ligne de « Sauvons Calais » mettent une œuvre cette dynamique de *faire groupe* dans sa dimension co-énonciative, ce qui en constitue une spécificité dans la mesure où le collectif produit un discours relativement homogène, sous l'autorité légitimante et unifiante d'une même instance énonciative. On y dénombre assez peu de « je », le « nous » étant omniprésent : « Nous, les Français », « Nous, les Calaisiens », « Nous qui agissons », etc.

Dans ce cadre, chacun des micro-discours observés converge vers un macro-discours qui tend à se montrer comme homogène. Au cœur de cet univers de haine, la dimension interactionnelle intradiscursive fonctionne sur le modèle d'une « polyphonie convergente »³⁵ : chaque énonciateur abonde dans le sens d'une instance énonciative collective. La pluralité énonciative apparente construit peu à peu une unicité de pensée et d'affect, et cette unicité, par un effet interactionnel en miroir, permet d'asseoir les lecteurs-internautes en co-énonciateurs potentiels. Ce processus fait du public réceptif³⁶ un « public affectif ».

Le niveau post-discursif : l'orientation actionnelle

Si l'expression de la haine suppose une évaluation négative et ensuite une réaction émotionnelle d'hostilité, en « contre » (contre un agent individuel, un groupe, une institution, une idéologie), elle débouche toujours sur une tendance à l'action³⁷. L'accord entre les participants sur un diagnostic de la situation (diagnosis framing), un moyen d'y remédier (prognostic framing), et sur la nécessité d'agir (motivational framing) conduit à la mise en place d'un cadre d'action collective, en tant qu'« ensemble de croyances et de représentations orientés vers l'action »³⁸. Po-

³⁴ SOMMIER, *op. cit.*, § 21.

³⁵ MARC BONHOMME, *Pragmatique des figures du discours*. Paris, Champion, 2005.

³⁶ Réceptif dans les deux sens du terme : public *récepteur* et public *sensible* à.

³⁷ NICO H. FRIJDA, *The emotions*, Cambridge University Press, 1986.

KLAUS R. SCHERER, « On the nature and function of emotion: A component process approach », in SCHERER KLAUS R., EKMAN PAUL (eds.), *Approaches to emotion*, Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum Associates, 1984, pp. 293-318.

³⁸ FILLIEULE, MATHIEU, PECHU, *op. cit.*

larisation des représentations et mobilisation par les émotions induisent des effets pathémiques chez le lecteur-internaute, qui est ainsi peu à peu amené à se caler sur ces schèmes de pensée mais aussi de comportement : « Les émotions seraient d'abord observées et mises en mémoire en association avec ce qui les ont provoquées, et formeraient ensuite des cadres de comportement, des *patterns structurants* parce que s'imposant avec la force de *l'évidence* »³⁹.

Rappelons que le discours de haine a pour but de blesser, déshumaniser, harceler, intimider, affaiblir, dégrader et victimiser les groupes ciblés, et de fomenter insensibilité et brutalité à leur égard⁴⁰. Plus particulièrement, l'analyse de l'orientation actionnelle des actes de langage observés conduit à distinguer (au moins) deux niveaux d'intensité différents, avec des graduations internes possibles, mais aussi deux cibles distinctes.

Le premier niveau d'intensité s'applique aux messages que nous appellerons offensants, qui portent en sourdine des potentiels effets blessants vis-à-vis de la population visée : il s'agit de disqualifier plus que de nuire, attaquer l'honneur et la dignité des personnes en utilisant par exemple des commentaires injurieux, des termes insultants, déshumanisants, souvent relevant de l'univers animalier : « Comparer cette migrante en train de faire ses gros besoins dans l'herbe près de la Cité à un chien est interdit par la loi. Par avance merci. [...] Ils aiment pas le porcs mais eux memes sont de vrais porcs! ».

Le second niveau d'intensité concerne les messages dits agressifs, qui incitent cette fois à un passage à l'acte. Nous sommes ici souvent en présence d'injonctions : « Gueuler sur Facebook, c'est bien !!!! Dans la rue... c'est mieux », « Face aux migrants : SOUTIEN A DAVID ET GAËL ! », avec des verbes à l'impératif et au futur : « A Calais, on a une mairesse, une mer et toute la merde du monde. Protégeons-nous, foutons-les dehors & Sauvons Calais », « Choquer l'opinion publique pour se faire comprendre ? NOUS LE FERONS ! ». Le recours récurrent à des adverbes comme « dehors » (« Foutons-les dehors ») devient également porteur sémantiquement d'un acte langagier d'incitation, tant du point de vue illocutoire que perlocutoire. Il s'agit d'exhorter l'internaute à agir, à opérer cette bascule entre sympathisant co-énonciateur à militant sur le terrain.

³⁹ JULIEN BERNARD, « Les voies d'approche des émotions », *Terrains/Théories* n° 2, 2015, § 17, <<http://journals.openedition.org/teth/196>> (dernier accès 3.09.2023).

⁴⁰ SIAPERA, *op.cit.*

4. Conclusion

Nous avons voulu montrer dans cet article que le discours haineux en ligne ne limite pas à ses manifestations lexicales et qu'il constitue un *univers discursif* avec ses caractéristiques propres. Ces caractéristiques mises en évidence concernent à la fois les dispositifs interactionnels et techniques au sein desquels le discours émerge et se propage, les traces langagières qu'il laisse, les implicites qu'il mobilise, les cadres d'action collective qu'il promeut. En ce sens, le discours haineux devient un discours auto-générateur, un *telos* en soi, qui instaure une normalité « pathologique » de haine « motile », ambiante et banale⁴¹.

⁴¹ SIAPERA, *op. cit.*

My heart feels like it is swallowing itself

Approche argumentative et textométrique des émotions dans le slam américain

Marion Bendinelli¹, Elvire Mathis²

ABSTRACT

Poésie violente née dans les années '80 à Chicago, le slam privilégie la revendication de soi et la résistance face aux maux de la société ; il se définit comme une pratique discursive intrinsèquement multimodale, située au carrefour de l'écrit et de l'oral. Un slam rassemble, le temps de la performance, poètes et public autour du partage d'un vécu, d'un témoignage, d'une impression : les émotions, qu'elles soient exprimées, évoquées ou suggérées y sont donc centrales. Notre travail vise à en identifier les marqueurs et à analyser les modes de sémiotisation privilégiés par les poètes. Nous inscrivant dans le cadre de l'analyse sémio-discursive et argumentative des émotions, nous optons pour une approche outillée des corpus textuels, la textométrie, afin de repérer ces marqueurs et d'en interroger le fonctionnement en discours et au sein des textes. Notre corpus est constitué des retranscriptions de 72 performances de slam en anglais, mises en ligne sur la plateforme Youtube en 2017 par le collectif américain Button Poetry. L'exploration du corpus permet de mettre au jour des marqueurs lexicaux, rhétoriques et comportementaux (la gestuelle) constituant autant de traces directes ou indirectes des émotions que nous avons comptabilisées, classées et analysées selon leur fonction argumentative. Notre analyse confirme ainsi l'intérêt d'une approche outillée et interdisciplinaire, et ce faisant, tout le potentiel des analyses croisant données quantitatives et qualitatives.

Slam is a violent kind of poetry born in the 1980s in Chicago. Slam poetry emphasizes self-claim and resistance to societal issues; it is defined as an intrinsically multimodal discursive practice, located at the crossroads of writing and oral expression. A slam brings together poets and audience during performances where they share an experience, a testimony, an impression: emotions, whether expressed, evoked or suggested by a lexical or discursive configuration, are therefore central for the study of slam poetry. Our work aims to identify

¹ M.C.F., sciences du langage, Université Bourgogne Franche-Comté, EA 4661 EL-LIADD.

² Étudiante, Université Bourgogne Franche-Comté.

the markers of emotion in slam poetry, and to analyze the semiotization modes the poets tend to use the most. As part of the semio-discursive and argumentative analysis of emotions, we opt for a tool-based approach to textual corpora, textometry, in order to identify these markers and question their functioning in speech and within texts. Our corpus consists of transcriptions of 72 slam performances in English, posted on YouTube in 2017 by the American organization Button Poetry. Exploring the corpus makes it possible to uncover lexical, rhetorical and behavioural markers that constitute direct or indirect emotions that we have counted, classified and analyzed according to their argumentative function. Our analysis shows the relevance of a tool-based and interdisciplinary approach, and in doing so, the full potential of analyses combining quantitative and qualitative data.

1. Introduction

Le slam, forme d'expression poétique née en 1984 à Chicago, rencontre très tôt un vif succès outre-atlantique. Cette pratique discursive³ retient toute notre attention pour le « contrat de communication »⁴ qui unit les poètes à leur public, définissant leurs attentes et rôles dans l'interaction ; ce contrat nous permet en outre de saisir la « dimension argumentative »⁵ du slam. Dans ce cadre, nous étudions en particulier les émotions que les poètes expriment ou suggèrent, au fondement d'une stratégie discursive visant à faire (ré)agir leur public.

Optant pour une définition sémiolinguistique et argumentative des émotions, nous les concevons comme des mouvements psychiques qui « se « partagent » et se « socialisent » (Rimé 1989) selon des modalités interactionnelles et sémiotiques différenciées, verbales et co-verbales »⁶, façonnant l'univers de croyance des récepteurs. Les formes d'expression des émotions mobilisent des unités de niveaux différents (linguistique⁷, para- et extralinguistiques) et de complexités diverses⁸. Souhaitant aboutir à un repérage systématique de ces formes, non contraint par les ressources lexicales à disposition (dictionnaires, listes de termes *ad hoc*), nous convoquons une approche informatisée et statistique des corpus textuels, la textométrie, notamment menée au moyen du logiciel TXM⁹. Le re-

³ Nous référons dans ce texte à la notion de discours comme une « activité de sujets inscrits dans des contextes déterminés », DOMINIQUE MAINGUENEAU, *Les termes clés de l'analyse du discours*, Paris, Seuil, 1996, p. 21.

⁴ PATRICK CHARAUDEAU, « Contrats de communication et ritualisations des débats télévisés », in PATRICK CHARAUDEAU (éd.), *La Télévision, les débats culturels*, "Apostrophes", Paris, Didier Érudition, 1991, pp. 12-14.

⁵ RUTH AMOSSY, « Argumentation et Analyse du discours : perspectives théoriques et découpages disciplinaires », *Argumentation et Analyse du Discours* [en ligne], n. 1, 2008, § 11, <<http://journals.openedition.org/aad/200>> (dernier accès : 18.09.2019).

⁶ CHRISTIAN PLANTIN, *Les bonnes raisons des émotions, Principes et méthode pour l'étude du discours émotionné*, Berne, Peter Lang, 2011, p. 115.

⁷ Cela inclut les procédés verbaux, iconiques, graphiques, typographiques ainsi que les usages de la ponctuation. ÉLEONORE YASRI-LABRIQUE, « Discours identitaires et investissement émotionnel : dire l'altérité dans les forums de discussion », *Cahiers de praxématique* [en ligne], n. 66, 2016, <<https://journals.openedition.org/praxématique/4299>> (dernier accès : 22.08.2019).

⁸ RAPHAËL MICHELI, IDA HEKMAT, ALAIN RABATEL, « Les émotions : des modes de sémiotisation aux fonctions argumentatives », *Semen* [en ligne], n. 35, 2013, § 3, <<https://journals.openedition.org/semem/9790>> (dernier accès : 21.08.2019).

⁹ SERGE HEIDEN, JEAN-PHILIPPE MAGUÉ, BÉNÉDICTE PINCEMIN, « TXM : Une plateforme logicielle open-source pour la textométrie – conception et développement », in

cours à une telle méthode implique d'établir le corpus dans le respect des critères formulés en linguistique de corpus, pour les corpus multimodaux en particulier, ainsi que le respect de normes de transcription et d'annotation que nous exposerons brièvement.

À consistance essentiellement méthodologique, cet article aboutit à un relevé d'items lexicaux et de gestes utilisés pour leurs valeurs référentielles ou métaphoriques, analysés au prisme des modes de sémiotisation¹⁰ qu'ils actualisent. Cela nous permet ainsi de mettre au jour les tendances lourdes qui se dégagent du corpus en matière de champs lexicaux, de configurations discursives et de comportements physiques, qu'ils disent ou suggèrent l'émotion.

2. *Qu'est-ce que le slam ?*

En 1984, Marc Smith, ouvrier du bâtiment à Chicago, veut démocratiser une poésie qui, selon lui, est devenue trop élitiste et ennuyeuse. Ainsi naît le *slam*, dont le nom tiré du verbe *to slam* (« frapper ») en anglais traduit une volonté de violence que l'on retrouve dans les textes des auteurs. Au départ, cette nouvelle poésie attire les communautés socialement opprimées (immigrées, transgenres, homosexuelles, *addicts* ou victimes de discriminations) mais atteint peu à peu toutes les classes sociales de sorte à devenir un espace de revendication de soi ouvert à tous. Les poètes viennent y dénoncer leurs maux ou simplement se faire entendre auprès d'un public plus ou moins restreint : « hospitalier, [le slam ouvre] la porte à quiconque veut entrer dans la danse des mots : “the slam is open to anybody who walks in the door”, dit Marc Smith »¹¹.

Aux États-Unis, tournois et scènes ouvertes émergent¹². Les premiers, conformément à la volonté originelle de M. Smith, tâchent de se différencier des lectures traditionnelles de poésie. Seuls ou à plusieurs sur scène, les auteurs doivent se montrer plus expressifs que leurs

SERGIO BOLASCO (éd.), *Proc. of 10th International Conference on the Statistical Analysis of Textual Data - JADT 2010* [en ligne], Rome, Edizioni Universitarie di Lettere Economia Diritto, 2010, pp. 1021-1032.

¹⁰ MICHELI, HEKMAT, RABATEL, *op. cit.*, § 3.

¹¹ CAMILLE VORGER, *Slam : des origines aux horizons*, Venissieux, La Passe Du Vent : Éditions D'en Bas, 2015, p. 36.

¹² Ces types de performance se distinguent par les règles qui les encadrent, telles que la durée des slams ou l'interdiction pour le poète d'être accompagné d'accessoires scéniques. Cf. ELVIRE MATHIS, *La représentation des troubles psychiques dans la poésie slam américaine*, mémoire de Master 2, Université Bourgogne Franche-Comté, 2019.

concurrents, le public se faisant jury¹³. Les scènes ouvertes, elles, ne font pas l'objet d'évaluations, mais l'auditoire joue un rôle important dans la construction d'un jeu nécessaire entre auteur et public : « [l]e slam repose sur l'immédiateté et appelle une interactivité quasi simultanée, qui peut aboutir à une véritable alchimie entre l'artiste et son public »¹⁴. Dans ces deux types de performances, les slameurs sont donc tenus de réaliser une performance scénique convaincante et percutante, où il importe alors de « se présenter (...) en tant que personne authentique »¹⁵ et proposer un texte porteur d'émotions (vraisemblablement) sincères.

Peu connu sous sa forme poétique¹⁶, le slam demeure selon nous un objet méconnu au sein des sciences humaines et sociales¹⁷, difficile à saisir en raison notamment du travail non négligeable de retranscription et d'annotation requis pour l'exploitation de ces données (cf. 3.2).

3. *Slam et émotions : une perspective argumentative*

Devant l'impossibilité de proposer une définition de l'argumentation à même de synthétiser les différentes conceptions en circulation dans le champ des études argumentatives¹⁸, et risquant même d'« accroître le mal auquel elle prétendait porter remède »¹⁹, limitons-nous ici à poser quelques principes pertinents pour une appréhension des émotions dans et par le slam.

L'argumentation, selon une conception discursive dialogale, se définit comme la « confrontation rationnelle de discours [D1] et de contre-discours [D2] orientés par une même question ouvertement posée »²⁰ ; ainsi

¹³ MATHIS, *Ibid.*

¹⁴ JÉRÔME MEIZOZ, *La littérature "en personne". Scène médiatique et formes d'incarnation*, Genève, Slatkine Erudition, 2016, p. 166.

¹⁵ MEIZOZ, *Ibid.*, p. 160.

¹⁶ Le slam sous sa forme de chanson rencontre un certain succès sous l'impulsion d'artistes tels que Grand Corps Malade qui l'a introduit dans l'espace francophone.

¹⁷ Le slam est essentiellement réputé pour son potentiel éducatif et didactique dans le milieu scolaire et universitaire (en particulier dans le cadre de l'enseignement des langues étrangères).

¹⁸ CHRISTIAN PLANTIN, *Essais sur l'argumentation*, Paris, Editions Kimé, 1990.

¹⁹ CHRISTIAN PLANTIN, *Dictionnaire de l'argumentation. Une introduction aux études d'argumentation*, Lyon, ENS Éditions, coll. « Langages », 2016, p. 72.

²⁰ ALAIN RABATEL, *Homo Narrans. Pour une analyse énonciative et interactionnelle du récit*, Limoges, Lambert-Lucas, 2008, p. 589.

considérée, la situation argumentative puise ses origines dans la rhétorique ancienne²¹. S'appuyant sur les propositions de Christian Plantin, Alain Rabatel admet que l'on peut rencontrer des textes à « argumentation indirecte implicite »²² qui reposent sur ces trois principes :

- 1 : Il y a bien un énoncé E1 ; *mais l'énoncé E2 n'est pas explicite* ;
- 2 : Il n'y a pas de question ; *ce qui ne veut pas dire qu'il n'y a pas de problème, ni de réponse* ;
- 3 : Il n'y a pas d'argument explicitement proféré par un locuteur ; *mais les états du monde dénotés (valeur descriptive) se doublent d'une valeur argumentative (interprétative) à valeur d'argument, sur le mode des évidences perceptuelles ou conceptuelles.*²³

Une telle conception de l'argumentation peut être rapprochée de ce que Ruth Amossy nomme « dimension argumentative »²⁴, laquelle caractérise les pratiques discursives dont

l'objectif avoué est autre qu'argumentatif : un discours d'information, une description, une narration dont la vocation est de conter, le compte rendu d'un vécu dans un carnet de route ou un journal intime, un témoignage qui relate ce que le sujet a vu, une conversation familière où les partenaires échangent des propos anodins qui ne visent pas à faire triompher une thèse, etc.

Dans ce cadre, l'argumentation est entendue dans un cadre large, qui sied à la saisie du contrat de communication²⁵ sous-jacent aux performances de slam. En effet, chaque performance ne formule pas nécessairement une question argumentative de manière explicite, ne tente pas d'y apporter une réponse, ou ne recherche pas ouvertement à convaincre ou à persuader les membres de l'auditoire en influençant leur(s) opinion(s) ; pour autant, chaque performance présuppose que le temps du slam est un moment au cours duquel le poète partage un vécu (imaginé ou éprouvé), une émotion, une vision du monde avec son public, le

²¹ PLANTIN, *Dictionnaire de l'argumentation*, cit., p. 79.

²² RABATEL, *Homo Narrans. Pour une analyse énonciative et interactionnelle du récit*, cit., p. 589.

²³ *Ibid.*, cit., p. 590.

²⁴ AMOSSY, *op. cit.*, § 11.

²⁵ CHARAUDEAU, « Contrats de communication et ritualisations des débats télévisés », cit., pp. 12-14.

premier ayant pour ambition d'amener le second à (ré)agir, à découvrir, à s'identifier²⁶. Le slam est donc une interaction nourrie par la rencontre entre un poète, un propos et un public, un échange où il ne s'agit pas de contester l'autre (son identité, sa réalité) mais d'engager la discussion avec lui.

L'approche discursive et dialogale de l'argumentation offre le cadre théorique et les outils nécessaires pour une appréhension holistique des émotions. D'une part, elle permet de dépasser le relevé des moyens les actualisant en langue (vocabulaire et structures syntaxiques) pour (1) tenir compte d'un large ensemble de marqueurs « pertinents se rattach[a]nt à différents types de matériau sémiotique – verbal, mais aussi voco-prosodique et mimo-posturo-gestuel »²⁷, pouvant se combiner les uns aux autres ; (2) affirmer qu'un marqueur d'émotion n'exprime pas une émotion *ex nihilo* mais en raison des relations qui l'unissent aux autres données textuelles (leur cotexte) et contextuelles (locuteur, situation...) : l'expression d'une émotion se construit *dans* et *par* le discours.

Raphaël Micheli distingue trois modes de sémiotisation des émotions, que nous illustrons ici à partir d'extraits de notre corpus :

- l'émotion dite « *désignée par le lexique et rapportée à une entité humaine supposée l'éprouver* »²⁸ : « I feel sad »²⁹ ;
- l'émotion montrée « *inférée à partir d'un ensemble de caractéristiques de l'énoncé* »³⁰ : « my last ingredient to a spell [*il tremble*] I wanted to believe »³¹ ; « a spell » renvoie à la volonté du narrateur de rendre la vie à sa mère, le geste [*il tremble*] est une réaction directe au propos tenu et traduit tristesse et désespoir ;
- l'émotion étayée « *inférée à partir de la schématisation, dans le discours, d'une situation [...] conventionnellement associée à une émotion* »³² :

someday I'm gonna have a child
 she's gonna have eyes like mine
 and such small hands
 just like she'll need me alive then

²⁶ MARIANNE DOURY, *Argumentation : analyser textes et discours*, Paris, Armand Colin, 2016.

²⁷ MICHELI, HEKMAT, RABATEL, *op. cit.*, § 3.

²⁸ *Ibid.*, § 4.

²⁹ SABRINA BENAÏM, *The Loneliest Sweet Potato*, 2017.

³⁰ MICHELI, HEKMAT, RABATEL, *op. cit.*, § 7.

³¹ OMAR HOLMON, *A Case Study in Black Girl Magic*, 2017.

³² MICHELI, HEKMAT, RABATEL, *op. cit.*, § 7.

she needs me alive now
[...] I don't stare off bridges anymore³³

Ici, l'auteur revient sur sa tendance dépressive passée ; Neil Hilborn imagine sa vie avec un enfant, signe d'espoir et de projection vers son avenir et signe d'une trêve dans son mal-être : il ne souhaite en effet plus se suicider (« I don't stare off bridges anymore »).

L'expression d'émotions peut par ailleurs être mise au service de l'élaboration de la dimension argumentative du discours, « que le locuteur argumente *au moyen* d[']elles ou] qu'il argumente *à leur propos* »³⁴ (voir en 4. infra). Mais les émotions exprimées dans le slam ont-elles toutes une vocation argumentative ? Répondre positivement reviendrait à oblitérer le fait que cette forme poétique, adressée à un public, peut amener ses poètes à réagir à leurs propres émotions (s'emballer ou rire de leur maladresse par exemple) ou à celles du public (sourire aux applaudissements, grimacer aux sifflements ou interpellations). Un tel questionnement porte à réfléchir au caractère vraisemblable des performances : ainsi, si certaines émotions exprimées paraissent *a priori* non dépendantes d'une volonté de persuasion, elles peuvent tout autant être réfléchies et préparées à l'avance, comme c'est le cas dans les *one (wo)man show*. Sans développer davantage ici ce rapprochement entre art humoristique et art poétique sous l'angle des émotions, nous postulons que l'apparition des émotions chez les slameurs porte nécessairement un caractère intentionnel sous-jacent visant à créer une certaine connivence³⁵. À cet égard, et reprenant les concepts travaillés ailleurs³⁶, le slam appartient à une forme de communication émotive, la parole pouvant être réorganisée selon des principes communicationnels stratégiques.

Pour relever les marqueurs d'émotions, la recherche peut s'appuyer sur des listes lexicales de référence comprenant de 1034 formes

³³ NEIL HILBORN, *For Henry*, 2017.

³⁴ MICHELI, HEKMAT, RABATEL, *op. cit.*, § 2.

³⁵ PATRICK CHARAUDEAU, « Des catégories pour l'humour ? », *Questions de communication* [en ligne], n. 10, 2006, <<http://www.patrick-charaudeau.com/Des-categories-pour-l-humour.html>> (dernier accès : 25.08.2019).

³⁶ CHRISTIAN PLANTIN, *Les bonnes raisons des émotions. Principes et méthode pour l'étude du discours émotionné*, cit. ; CLAUDIA CAFFI, RICHARD W. JANNEY, « Toward a pragmatics of emotive communication », *Journal of Pragmatics*, n. 22 (3-4), 1994, pp. 325-373.

graphiques à près de 14.000 lemmes³⁷ selon les modèles³⁸ ; mais ces travaux ne répertorient que des expressions verbales et nient la créativité dont peuvent faire preuve les locuteurs, et sont donc peu adaptés à une étude du slam. C'est pourquoi nous adoptons une autre démarche, textométrique, de nature heuristique et différentielle, où la contextualisation des données (de nature et complexité différentes) et leur mise en contraste guident l'interprétation.

4. *La textométrie : principes et enjeux*

La textométrie, comme la lexicométrie notamment, appartient aux méthodologies d'analyse informatique de données textuelles développées dans les années '60 à partir des travaux de Charles Muller et de Pierre Guiraud. Elles proposent une exploration documentaire et statistique d'un ensemble de données textuelles, le corpus, à même de suggérer des parcours de lecture qu'il convient ensuite d'interpréter conformément aux perspectives théoriques adoptées³⁹. Adossées à différentes modalités de visualisation (listes, tables, représentations factorielles ou arborées), ces méthodologies donnent à « lire » les textes à travers les formes, lemmes ou catégories grammaticales employés, classés, associés, selon leur fréquence d'emploi dans le corpus et/ou ses textes⁴⁰.

Nous avons constitué un corpus autour des performances rassemblées par le collectif *Button Poetry*, fondé à Minneapolis en 2011 : populaire auprès des internautes, il perpétue les principes originels du slam, ce qui garantit l'authenticité de notre corpus. Ayant accès aux vidéos disponibles sur la chaîne *YouTube*, nous avons sélectionné 72 performances

³⁷ Nous désignons par lemme, la forme canonique assignée aux variantes morphologiques d'un vocable.

³⁸ MARGARET M. BRADLEY, PETER J. LANG, « Affective norms for English words (ANEW): Instruction manual and affective ratings », *Technical Report C-1*, University of Florida, The Center for Research in Psychophysiology, 1999 ; AMY B. WARRINER, VICTOR KUPERMAN, MARK BRYBAERT, « Norms of V, A, and D for 13,915 English lemmas », *Behavior Research Methods*, n. 45, 2013, pp. 1191-1207.

³⁹ VIRGINIE LETHIER, « Sonder le discours de la Banque Centrale Européenne (1998-2018) », in LUDOVIC DESMEDT, LAURENT GAUTIER, MATTHIEU LLORCA (éds.), *Les discours de conjoncture : approches croisées*, Paris, L'Harmattan, sous presse.

⁴⁰ Cf. notamment BENOÎT HABERT, ADELINÉ NAZARENKO, ANDRÉ SALEM, *Les linguistiques de corpus*, Paris, Armand Colin, 1997 ; CÉLINE POU DAT, FRÉDÉRIC LANDRAGIN, *Explorer un corpus textuel : Méthodes – pratiques – outils*, Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur, 2017.

publiées en 2017 (six par mois), réalisées par 49 auteurs différents, respectant la parité de genre⁴¹ ainsi que la présence des huit thématiques identifiées et représentatives des sujets traités sur la chaîne : troubles psychiques, viol, racisme, sexualité, mort, violence, féminisme et une catégorie « divers » attribuée aux textes inclassables. Ce corpus est ainsi quantitativement et qualitativement représentatif ; les textes qui le composent s'assemblent ou s'opposent sur des traits semblables (auctorialité, genre des poètes, thématique), rendant l'approche contrastive possible, et les calculs statistiques légitimes⁴².

Ce corpus représente environ trois heures de données audiovisuelles, 27.320 occurrences, correspondant à 4.344 vocables dont 2.514 hapax : cela représente près de 60% des formes du corpus, ce qui semble indiquer une richesse lexicale cohérente avec le genre poétique auquel appartiennent les textes.

Pour une exploitation informatique optimale et conforme aux usages actuels, le corpus est encodé au format XML-TEI⁴³ fonctionnant sur un système de métadonnées composées de balises et d'attributs notés `<nom_balise nom_attribut="aa">` et respectant les normes du consortium de la *Text Encoding Initiative*⁴⁴. Les propriétés associées aux données textuelles évitent la perte d'informations lors du passage à l'écrit d'un corpus multimodal comme le nôtre et permettent de tenir compte de variables (extra)linguistiques au moyen desquelles classer, éclairer et contraster les données : choisies selon leur pertinence pour l'étude, ces informations ne sont donc pas passives. Les métadonnées recouvrent trois types d'informations :

- rendre chaque fichier identifiable par le logiciel : nom de l'auteur et genre (`u who="xx" gender="yy">`), titre du poème et thématique principale (`<text title="ww" topic="zz">`) ;

⁴¹ Nous parlons ici de genres et non de sexes biologiques. Pour leur catégorisation, nous nous appuyons sur la manière dont les auteurs se présentent eux-mêmes ; en cas d'ambiguïté, nous notons X.

⁴² BÉNÉDICTE PINCEMIN, « Hétérogénéité des corpus et Textométrie », *Langages*, n. 187, 2012, 13-26, DOI : 10.3917/lang.187.0013. URL : <https://www.cairn.info/revue-langages-2012-3-page-13.htm> (dernier accès : 28.09.2019) ; CAMILLE DEBRAS, « Petits et grands corpus en analyse linguistique des gestes », *Corpus* [En ligne], n. 18, 2018, <http://journals.openedition.org/corpus/3287> (dernier accès : 28.09.2019).

⁴³ Le format TXT n'est pas adopté, car il ne permettrait pas de tenir compte des données prosodiques et comportementales.

⁴⁴ Ces normes permettent d'éviter la prolifération de balises *ad hoc* et/ou différentes d'un chercheur à l'autre, et garantissent le partage des fichiers au sein de la communauté scientifique.

- conserver les éléments de structuration des textes en strophes et vers, <lg> et <l> : ici, l’encodage repose sur notre écoute et réception car les textes sont des performances audiovisuelles ;
- conserver les caractéristiques orales et multimodales dont nous faisons l’hypothèse qu’elles influent sur ou dérivent de la construction des émotions et de leur diffusion au public – silences, gestuelle, prosodie et réactions du public notés <pause>, <kinesic>, <shift> et <incident>. Les pauses sont décrites en fonction de leur durée ; les gestes et réactions du public sont décrits finement au sein de *milestones* qui pointent un lieu du texte sans encadrer un segment ; la prosodie enfin reçoit un encodage plus complexe par le recours de deux balises complémentaires renvoyant à la variation prosodique⁴⁵.

5. Repérer des lieux textuels de l’émotion

Les premières sections nous ayant permis de poser le cadre théorique et méthodologique dans lequel s’inscrit cette étude, nous allons à présent en appliquer les principes à notre corpus, dressant la liste des marqueurs d’émotion du slam. Nous développons ici le cheminement permettant de mettre au jour les vocables, champs lexicaux, figures de style et mouvements kinésiques liés à l’expression d’émotions ; de manière concomitante, nous analysons les formes ainsi recueillies au prisme des différents modes de sémiotisation. L’étude permet d’identifier des classes lexicales et kinésiques inattendues ou, à notre connaissance, non renseignées.

5.1 Le vocabulaire : dire et suggérer l’émotion

Une entrée possible dans le corpus consiste à rechercher des termes d’émotions : substantifs et adjectifs pour l’essentiel, ils sont « définis à partir des *noms d’émotion* [...], de leurs dérivés morpho-lexicaux (*haine* à *haïr*, *haineux*) [et] de la liste des termes constituant le champ de « l’affectivité », qui réunit « les émotions, les sentiments, les états (Béraud *et al.* 1988, 111-113) »⁴⁶. Nous avons consulté l’index hiérarchique généré par TXM, c’est-à-dire la liste des formes graphiques utilisées au moins une fois, classées par ordre alphabétique et décroissant de fréquence, soit, dans le tableau 1, les vingt-cinq premières formes de cette liste.

⁴⁵ MATHIS, *op. cit.*

⁴⁶ CHRISTIAN PLANTIN, « La construction rhétorique des émotions », in EDDO RIGOTTI (éd.), *Rhetoric and argumentation*, Tübingen, Niemeyer, 1999, p. 205.

Tableau 1. Index hiérarchique des formes graphiques :
classement alphabétique et décroissant de fréquence [extrait]

Rang	Forme	Freq. brute												
1	the	1062	6	you	646	11	that	356	16	for	202	21	when	162
2	I	1021	7	of	476	12	in	348	17	do	185	22	this	160
3	a	705	8	is	405	13	s	248	18	like	184	23	but	153
4	to	693	9	it	363	14	n't	234	19	on	177	24	not	152
5	and	688	10	my	362	15	me	227	20	your	176	25	her	148

Confirmant des études antérieures sur l'anglais⁴⁷, les formes les plus employées sont les déterminants, les pronoms de première et deuxième personnes, les verbes/auxiliaires *be* et *do*⁴⁸, les prépositions et les conjonctions (*and, of, that, in, for, on, but*) : toutes participent des structures lexico-grammaticales les plus usuelles.

Dans l'index, nous notons douze termes d'émotion présentant une fréquence supérieure à dix occurrences dans le corpus (entre parenthèses, le rang de fréquence) : *like* (18)⁴⁹, *love* (71), *feel* (94), *wish* (100), *good* (113), *sad* (137), *crying* (267), *fuck* (273), *laugh* (306), *cry* (329), *hope* (339), *magic* (345). Dans cette liste, notre choix d'inclure *fuck* et *magic* peut surprendre : le retour au texte permet de constater que, pour 18 de leurs 23 occurrences cumulées, *fuck* est employé dans des interjections et jurons (ex. 1-2) ou dans des expressions perçues comme populaires, voire vulgaires (ex. 3-4) ; *magic* apparaît dans des usages figurés ou métaphoriques (ex. 5 à 7).

Ex. 1 – Ben Wenzl, *Mental Illness : The Musical !*

oh **fuck** it's starting
lights dim
me dimmer
curtain up
frown down
spotlight

⁴⁷ DOUGLAS BIBER *et al.*, *Longman Grammar of Spoken and Written English*, Harlow, Pearson Education Limited, 1999.

⁴⁸ Deux éléments plus inhabituels : le pronom *her* apparaît au rang 25, plus élevé qu'attendu, du fait de la prégnance des personnages féminins (mère, grand-mère, amie, compagne) ; le verbe *have* se situe au 30ème rang pour des raisons qu'il conviendrait d'explorer davantage.

⁴⁹ Un retour au texte par le biais du concordancier permet toutefois de constater que seules 12 des 184 occurrences renvoient effectivement au verbe *aimer* (les autres à la conjonction).

Ex. 2 – Franny Choi, *Whiteness Walks Into A Bar*
whiteness walks into a bar with a golden retriever
the golden retriever promptly takes a shit on the floor
the bartender's like what the **fuck** whiteness
whiteness is like whoa whoa whoa whoa
tone

Ex. 3 – Bernard Ferguson, *On Sex For The Immigrant*
I thought would live forever and now I am insatiable
I know
grief is something we can **fuck** our way out of

Ex. 4 – Rudy Francisco, *To The Body*
dear heart
I trust you
don't **fuck** this up

Ex. 5 – Bernard Ferguson, *On Sex For The Immigrant*
no decay here
just a cauldron of **magic**
brimming at the seams
we burst
and then we burst again
I'm spelling it out for you
imagine an entire night sky
ready to keep us from a beautiful becoming

Ex. 6 – Omar Holmon, *A Case Study In Black Girl Magic*
shut up
I believe what we had was **magic**

Ex. 7 – Omar Holmon, *A Case Study In Black Girl Magic*
because my mother is
because my mother was
she was **magic**

Ces emplois traduisent respectivement la surprise ou la colère (ex. 1-2), l'espoir (ex. 3-4), la joie et la nostalgie de moments heureux (ex. 5-7), émotions que le spectateur perçoit chez le poète et qu'il est incité à ressentir lui-même par empathie.

On note par ailleurs la présence de deux paradigmes : le premier,

construit autour de formes telles que *blood* (155), *dead* (250), *depression* (251), *die* (252), *live* (344), *death* (365), renvoie à des objets ou des situations impliquant le ressenti d'affects positifs ou négatifs ; le second désigne des parties du corps humain : *body* (78), *hands* (127), *hand* (200), *mouth* (228), *bodies* (235), *eyes* (239), *voice* (259), *feet* (272), *heart* (302), *teeth* (317), *tongue* (319), *face* (333), *legs* (341). Remplissent-elles une fonction dénotative – dépourvue à ce titre de fonction pathémique – ou jouent-elles un rôle dans la sémiotisation de l'émotion ? Dans le cas de *hands* (31 occurrences), le concordancier fait ressortir trois *patterns* récurrents. Dans le premier, les mains symbolisent le moyen par lequel un acte violent est perpétré : elles sont une arme (ex. 8-9) ou une menace (ex. 10).

Ex. 8 – Nora Cooper, *Depression, The Dude*
 when I gave the boy my silence
 when he put his **hands** around my throat
 before asking if I wanted them there

Ex. 9 – Aaron Coleman, *On Acquiescence*
 straining to empty
 what gets stuck in **hands**
 fashioned into weapons that clutch
 torsos and throats

Ex. 10 – Amaya Blankenship, *My Walk Home*
 it's easy to be a target
 when lurking **hands** can hide

Un deuxième *pattern* repose sur l'association entre les mains et le sang construisant l'image de {mains couvertes de sang}, conséquence d'une action violente potentiellement mortelle (ex. 11-12), ou symbole d'une vie menacée (ex. 13).

Ex. 11 – Alysia Harris, *No Poems Inside The Victorian House*
 I had to remember my joy
 had to speak it into being
 and when I looked up from my blood-soaked **hands**
 I saw that it was good

Ex. 12 – Amanda Pressman, *Pepper Spray*
 the next day he's sobbing

saying he doesn't remember sinking his nails into me
that the blood on his **hands** is just as scary for him

Ex. 13 – Olivia Gatwood, *Ode To The Women On Long Island*
the women on Long Island won't put it past any man to be guilty
even their kin who after all have their husbands' **hands** and blood
and last week when a girl was murdered while jogging in Queens
the women on Long Island were unstartled and furious

Enfin, activant une autre isotopie, les mains construisent une image rassurante, accueillante (jointes, paumes vers le ciel) dans un contexte dramatique comme la mort d'un être cher (ex. 14).

Ex. 14 – Neil Hilborn, *For Henry*
Henry was my pet rat
and he died last in my **hands**
he was three years old

L'index hiérarchique permet donc de relever des termes et des isotopies qui *disent* l'émotion (*cry, love...*), la *montrent* (*fuck, magic et hands*) ou l'*étayent* par des situations (vécues ?) décrites par les poètes. Ces deux derniers cas relèvent d'une stratégie permettant d'aborder des thèmes dramatiques sans les nommer (mort, meurtre, viol) mais au moyen d'une représentation imagée peut-être plus concrète.

5.2 Repérage de figures de style et étude de leurs fonctions

Nous poursuivons l'exploration du corpus par la recherche de figures de style. Si la textométrie rend possible le repérage et l'étude de comparaisons grâce à leurs structures lexico-grammaticales régulières, donc facilement repérables, la question se pose de savoir si elle permet de saisir des métaphores, forme linguistique bien plus complexe pour une machine dénuée de connaissances culturelles et sociales.

En anglais, une comparaison repose essentiellement sur l'utilisation des formes *like, as if* ou, dans une fréquence bien moindre, *as though*, dans des segments du type *I feel like a burden, I feel as if / as though I were a burden* ; ces énoncés font état du ressenti de *I* comparé à une entité physique ou morale. Pour repérer les occurrences de ces énoncés dans notre corpus, la requête informatique doit pouvoir (1) relever automatiquement tous les verbes rencontrés dans cette structure en (2) tenant compte de leurs variantes flexionnelles ; (3) tolérer une certaine souplesse pour accepter des réalisations plus complexes. La requête proposée pour

like est [word=".*"]{0,3}[enpos="V.*"][enpos="JJ | RB"]{0,5}[word="like"&enpos="IN"] [word=".*"]{5}, qui se lit « toutes les séquences commençant par n'importe quel mot, suivi, dans une fenêtre de 0 à 3 formes, d'un verbe sous toutes ses variantes flexionnelles, suivi dans une fenêtre de 0 à 5 formes d'un adjectif ou d'un adverbe, suivi de *like* (en tant que préposition ou conjonction de subordination) et se terminant par n'importe quel mot ». Cette requête associe des formes lexicales et grammaticales, au statut obligatoire ou facultatif, dans un ordre contraint. Nous obtenons ainsi 86 résultats avec *like*, 3 avec *as if* et 1 avec *as though*.

Ces comparaisons révèlent que dans le cotexte gauche de la marque de comparaison *like*, *as if* ou *as though*, on trouve essentiellement les verbes *be* (17 occurrences) et *feel* (10), ainsi qu'une série d'autres verbes renvoyant à des perceptions physiques ou des mouvements (*act, bleed, curl, fuck, move, look, pass through, run, smell, sound, watch*) ou bien à des perceptions cognitives (*have, know, seem, treat*) ; parmi les 24 groupes nominaux recensés, on dénombre principalement des parties du corps humains (*eyes, face, hair, tongue, waist*), des référents féminins (*menstruation, women, mothers*) ou des référents synonymes de danger (*accident, bullets, crossfire, machine gun*). Ces observations confirment la prégnance du corps, de ses mouvements et perceptions pour mettre en mots une émotion montrée ou suggérée. Dans le cotexte droit, on retiendra la présence de lieux (*lighthouse, garden, restaurant, river*) ou d'éléments les constituant (*key, light, window*) ainsi que des référents humains familiers ou non (*a wizard, her uncle, me, my mother, the refugee, that guy, those men*) et des animaux apprivoisés ou non (*frog, dog, bee, wolf*) ; le danger est à nouveau représenté (*accident, cut, machine gun, warning*). Les deux exemples longs qui suivent sont représentatifs des séquences dans lesquelles apparaissent les comparaisons.

Ex. 15 – Bianca Phipps, *Stay with me*

everything happens for a reason but I don't know the reason behind that choice

is a difficult thing with anxiety

I'm always choosing between the lesser of two evils and there's always danger

is the familiar taste of a poorly lit street keys in **handing over all my secrets**

is like giving someone with trembling fingers a loaded gun and putting it against my heartbeats

are a funny thing [...]

Dans cet extrait, l'auteure considère que son anxiété lui donne la sensation de tendre un pistolet chargé à quelqu'un qui tremble des mains

– émotion étayée symbolisant ici le stress et l’appréhension ressentie par l’artiste.

Ex. 16 – Amanda Pressman, *Pepper Spray*

it’s Saturday night
 the air is cool and sweet but it’s warm inside the house
 humid with human bodies and **it feels like a rain forest**
 my friend asked me where I am
 if she can come too
 I say yes for the address but I warn her that the party is unsafe
 there’s a jungle cat crouching in the bush
 his claws concealed in sweater sleeves and she replies
 it’s okay [...]

La comparaison permet ici de mettre en parallèle l’ambiance d’une soirée à une forêt tropicale ; les connotations sous-entendues sous le comparant [forêt tropicale] renvoient à un lieu inconfortable (chaleur, humidité), dangereux et jonché d’obstacles dans lequel il est difficile d’avancer, voire de respirer. L’émotion est montrée et étayée, la détresse de l’artiste étant mise en évidence par et dans une situation qui la met mal à l’aise : en d’autres termes, A. Pressman construit un cadre dans lequel l’auditoire se projette afin de ressentir les émotions construites en discours.

Nous proposons une démarche similaire pour repérer et étudier des métaphores⁵⁰ ; notre fréquentation du corpus nous fait considérer la requête [enpos="PP"][enpos="VB.*"][enpos="DT|PP\$"][enpos="JJ|RB"]{0,5}[enpos="NN.*"], qui se lit « tous les pronoms suivi de *to be* (tous temps et personnes), suivi d’un déterminant ou d’un pronom possessif, suivi, dans une fenêtre de 0 à 5 formes, d’un adjectif ou d’un adverbe (tous nombres), suivi d’un nom commun (tous nombres) » – notons que la requête est à adapter pour les métaphores où le sujet du verbe est un groupe nominal. Nous recueillons 50 énoncés ; bien que l’on obtienne plusieurs faux positifs (correspondant à des énoncés définitoires ou descriptifs, du type *I think that must mean I’m the champion of quarters* ou *the first time I dined at your restaurant it was a cold night*), des segments très intéressants sont aussi listés. Concentrons-nous sur l’un d’entre eux :

⁵⁰ Une autre démarche est possible en utilisant un corpus plus conséquent et varié sur le plan discursif et générique et en ayant recours à une analyse factorielle des correspondances pour faire émerger des « écarts » à la norme endogène du corpus.

Ex. 17 - Javon Johnson, *Baby Brother*

baby brother is three years younger than me

he is a free ticket to an amusement park

he is the front row at a comedy show a museum of laughter

L'isotopie du divertissement et de la joie se dessine dès le premier segment, et se confirme dans le deuxième où « he » (le petit frère de l'auteur) renvoie au premier rang d'un spectacle humoristique. Il se dégage à nouveau une connotation positive liée à la joie et au rire, à laquelle s'ajoute l'énergie sous-entendue par « the front row » : « he » n'est pas n'importe quel spectateur dans la foule, il fait partie de ceux qui participent le plus au spectacle. Le fil conducteur de la joie et du divertissement finit par se décliner dans le dernier segment, « a museum of laughter ». Ces éléments créent une atmosphère joyeuse autour de « he » : un *cluster* de métaphores⁵¹ s'organise autour d'une idée principale (joie et divertissement), donnant accès à une partie de la vision du monde de l'auteur et aux émotions émanant de ses souvenirs avec son petit frère.

La gestuelle : le cas du mouvement {yeux fermés}

La préparation du corpus nous permet de (1) quantifier la part de chaque phénomène dans le corpus et ses partitions (titre, poète, thème...) ; (2) observer l'environnement de chacun : la main est-elle privilégiée avant/après une catégorie sémantique donnée (l'espoir par exemple) ? (3) rendre compte des modalités de ses réalisations privilégiées : la main est-elle favorisée au bras ? Lève-t-on ou baisse-t-on davantage le regard ?

Nous menons ce travail au moyen de fichiers XSL à même d'extraire automatiquement les données attendues : le phénomène, sa modalité de réalisation, son cotexte immédiat (vers), la thématique du slam concerné. Nous reproduisons dans le tableau 2 un extrait du tableau obtenu pour la balise *kinesic*.

⁵¹ ELENA SEMINO, *Metaphor in discourse*, Cambridge, Cambridge University Press, 2008.

Tableau 2. Extraction d'informations concernant la gestuelle – extrait

Thématique	n-2	n-1	Phénomène	Type	Réalisation	n+1	n+2
Viol	my grandmother <shift feature="normal" new="desc"> often warns me <shift feature="desc" new="normal">	<pause type="medium">	kinesic	mains	Pose les mains devant elle	these streets are paved	for a man's weight
Viol	<shift feature="normal" new="desc">untaught<shift feature="desc" new="normal">	<pause type="short">	kinesic	mains	Pose les mains sur son torse	I am just<shift feature="normal" new="desc"> passing by <shift feature="desc">	<pause type="medium">
Viol	∅	∅	kinesic	doigt	Désigne sa tête	new="normal"> I	<shift feature="normal" new="desc">

La première ligne du tableau indique que le geste, réalisé dans un slam traitant du viol (Thématique), concerne les mains de l'auteure (Type) posées devant elle (Réalisation) ; il est précédé d'une pause de longueur moyenne (n-1) et prononcé concomitamment à « these streets are paved » (n+1).

L'intégralité du tableau montre que les 1.334 occurrences de gestes sont réparties dans 69 des 72 slams du corpus : la gestuelle est donc un signe récurrent du corpus et définit une certaine norme. La ventilation des gestes n'est pas répartie également selon les thématiques. Comme le montre la Figure 1 reproduite ci-après, la balise *kinesic* figure d'abord dans les poèmes sans thématique propre (catégorie *divers* – 529 gestes, 40% des gestes annotés), puis dans ceux traitant des troubles psychologiques (433 gestes, environ 32%) et dans les slams portant sur le racisme (156 gestes, 12%).

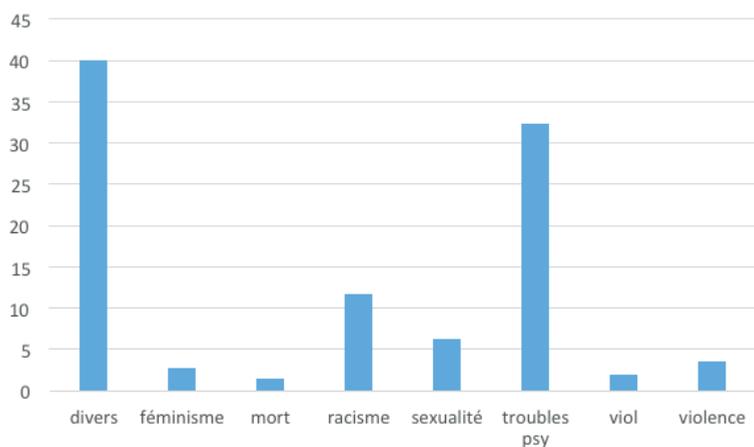


Figure 1. La gestuelle dans le slam : ventilation des mouvements comportementaux par thématique (exprimée en pourcentage)

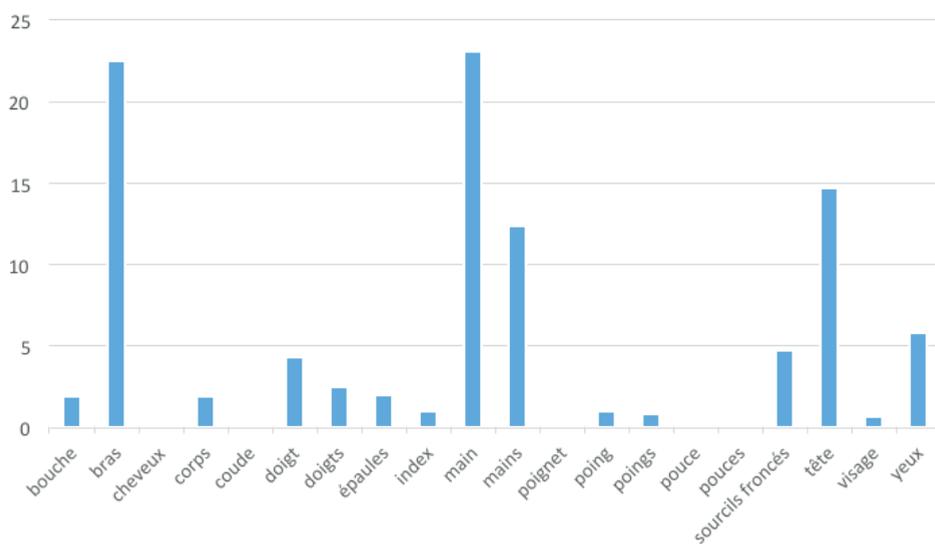


Figure 2. La gestuelle dans le slam : parties du corps utilisées (répartition en pourcentage)

Par ailleurs, la gestuelle ne concerne pas de manière égale tous les membres du corps⁵² ni leurs « positions » : la Figure 2 indique que les

⁵² Les vidéos utilisées pour l'établissement du corpus ne montrent cependant les poètes que dans un plan poitrine ou taille.

mouvements effectués avec la main et les bras semblent privilégiés (respectivement 308 et 300 gestes, 23% et 22%), au détriment des mouvements effectués avec un pouce (ou les deux), un poignet (ou les deux) et les cheveux.

Enfin, on constate que pour chaque partie du corps, des types de mouvement sont privilégiés. Prenant le cas des seuls comportements utilisant la main ou les bras du fait de leur prégnance dans le corpus (Figure 2), nous observons que, pour l'essentiel, les poètes tendent la main devant eux, désignent quelqu'un (parfois eux-mêmes) ou quelque chose, ou encore tissent un lien avec leur torse (Figure 3) ; les bras sont quant à eux tendus devant soi, levés ou dessinent un chemin (Figure 4).

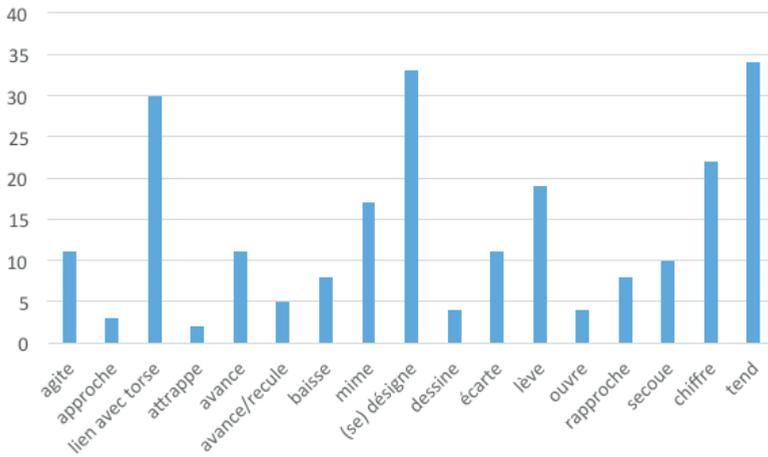


Figure 3. Modalités de réalisation des mouvements d'une main (valeur brute)

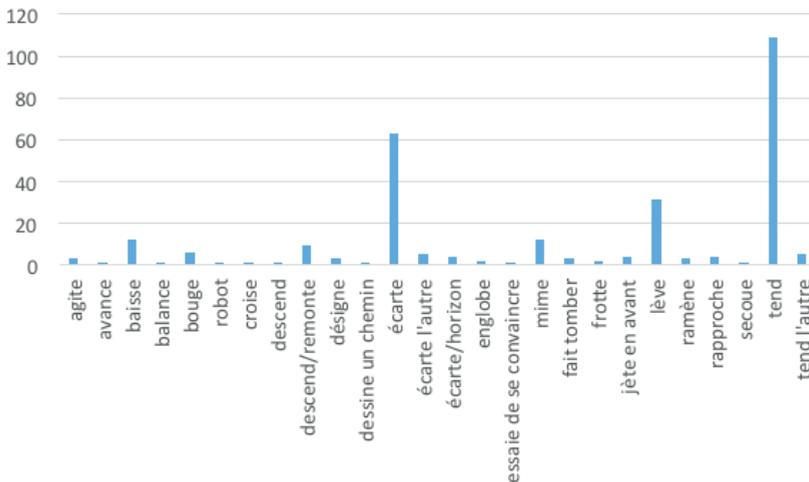


Figure 4. Modalités de réalisation des mouvements de bras (valeur brute)

Ne pouvant dans le cadre de cet article détailler l'intégralité du tableau 2, nous nous limitons à l'étude du geste {yeux fermés} utilisé à 18 reprises dans le corpus (un peu plus de 30% des mouvements d'yeux). Les contextes dans lequel apparaît ce geste sont synthétisés dans le Tableau 3 qui suit.

En 1, 8, 10 et 12, le geste {yeux fermés} accompagne l'évocation d'un souvenir ou exhorte à se souvenir : nous trouvons ici un appel à partager la détresse du personnage (1, 8, 10)⁵³ ou à revenir vers des valeurs communes (12)⁵⁴. L'énoncé 14 peut relever de cette même catégorie, le geste accompagnant la description d'une situation : rendue palpable, l'atmosphère dépeinte par le poète facilite le sentiment d'empathie à l'égard du personnage et de son vécu. Nous considérons que ces gestes se rapprochent des expressifs⁵⁵, visant à « accentuer certains passages du discours afin de mettre en avant la position affective du locuteur »⁵⁶. Par ailleurs, douze occurrences du geste {yeux fermés} (2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 11, 15, 16, 17, 18) co-apparaissent avec des termes d'émotions (*disappointment, hoping, feel, in love, passion*), sont associées à des manifestations physiques (*suffocating, frozen tears*) ou à des situations si violentes ou traumatisantes (*raped, breast cancer, breath so slow*) qu'elles appellent à l'émotion. Ces gestes peuvent être qualifiés d'illustratifs⁵⁷ puisqu'ils accompagnent ce qui est dit⁵⁸, voire de quasi-linguistiques du fait qu'ils peuvent aussi manifester l'émotion ressentie par le poète ou son personnage : par ce mouvement de repli sur soi, il montre souffrir, ressentir de la colère, de la tristesse ou de la joie, sans donner à voir physiquement cette émotion. Enfin, en 13, le geste {yeux fermés} n'est associé à aucune marque spécifique : le narrateur rapporte une situation vécue par son personnage. Le mouvement du regard précède strictement l'annonce d'une décision importante, la reprise d'un traitement médical. Le geste accompagne la narration de ce souvenir et énonce la rupture qu'implique la prise de décision : il matérialise le changement de vie du personnage. Aucune des catégories proposées ne semblant convenir à la fonction occupée par ces kinèmes, nous

⁵³ À notre sens, l'énoncé 5 a le même fonctionnement, le poète se remémorant sa progression « un petit pas à la fois ».

⁵⁴ L'injonction portée par une obligation extrinsèque s'impose à tous.

⁵⁵ JACQUES COSNIER *et al.*, *Les voies du langage : communications verbales, gestuelles et animales*, Paris, Dunod, 1982.

⁵⁶ MATHIS, *op. cit.*, p. 69.

⁵⁷ COSNIER, *op. cit.*

⁵⁸ VORGER, *cit.*, p. 149.

Tableau 3. Concordancier du geste {yeux fermés} dans le corpus

	Thématique	n-1	Geste et réalisation	n+1
1	Divers	the	kinesic – yeux - ferme	Sun had went down a long time ago a long time ago and the only place open was a Waffle House and I expected to taste amazing creations only available in a specialized restaurant like this and all I found was disappointment
2	Divers	one plus is	kinesic – yeux - ferme	family it is endless possibility one plus is love because loves does not always make sense but it always adds up
3	Racisme	that's why my mother still dreams of the war, still dreams of the men who raped and threw her body into an ocean full of sharks, that's why she dreams of her sister's body	kinesic – yeux - ferme	cut away by uterine cancer, cut away by breast cancer
4	Racisme	cut away by uterine cancer	kinesic – yeux - ferme	cut away by breast cancer
5	TP	one	kinesic – yeux - ferme	tiny step at a time
6	TP	I picked him up and noticed his breathing was	kinesic – yeux - ferme	so slow
7	TP	and	kinesic – yeux - ferme	hoping someone will listen
8	TP	∅	kinesic – yeux - ferme	it is the earliest memory I have of failing as a teacher
9	TP	and	kinesic – yeux - ferme	behind this handle lie frozen tears that tore away the earth
10	TP	and	kinesic – yeux - ferme	feel the irony and holding tight to the memory of losses
11	TP	listen	kinesic – yeux - ferme	to Forever Young and run run to dodge that bullet remember that happiness isn't a warm one
12	TP	∅	kinesic – yeux - ferme	remind yourself that sometimes you have to wear out a record
13	TP	you pick up the phone you say	kinesic – yeux - ferme	I'm starting the pills again tomorrow
14	TP	his head fell forward and there was so much less light in the room the	kinesic – yeux - ferme	lamp was so far away like the light of a house to which there is no road
15	Violence	you will already be too	kinesic – yeux - ferme	in love
16	Violence	when he	kinesic – yeux - ferme	tells you he loves you yells at you to stop crying
17	Violence	suffocating you	kinesic – yeux - ferme	you just thought you couldn't catch your breath around them and that's so addicting
18	Violence	and that fire feels like passion, and that smoke is like the next hit you've been waiting to inhale	kinesic – yeux - ferme	it's so addicting

proposons de les qualifier de *métalinguistiques*, reprenant la terminologie de Michal Ephratt dans ses travaux sur le silence⁵⁹.

6. Conclusion

Notre portrait du slam montre qu'il s'agit d'une pratique discursive à dimension argumentative où les poètes exposent, partagent et font ressentir leurs visions du monde, subjectives et sensibles. Les trois modes de sémiotisation des émotions y contribuent, les émotions montrées et étayées semblant davantage convoquées que les émotions dites, du fait de leur puissance évocatrice.

L'approche textométrique s'est confirmée pertinente : les opérations de contextualisation et de mise en contraste ont permis de repérer des termes d'émotions reconnus (habituellement ou non) comme tels, à même d'exprimer une émotion, de la symboliser ou de la susciter. Nous avons également mis au jour des figures de style au sein de structures lexico-grammaticales documentées ailleurs mais dont les réalisations montrent dans le slam une originalité certaine, par la prégnance, dans leurs cotextes, des parties du corps humains, des mouvements et perceptions, des sources de danger ou des lieux. Diverses modalités d'exploration et de visualisation ont ici été convoquées : lecture tabulaire (index hiérarchique) et en contexte (concordancier, vue plein texte). Concernant les gestes, l'étude a montré que, s'ils ne sont pas apparus comme des marqueurs d'émotions à part entière, ils fonctionnent néanmoins en tant qu'indice d'une émotion intériorisée, accompagnant ou étayant son énonciation. Enfin, ce travail nous a permis de repérer une catégorie de gestes métalinguistiques, à notre connaissance non décrite. Il conviendra d'en préciser la définition à partir d'un corpus spécifiquement construit dans ce but et d'une annotation plus minutieuse de l'environnement textuel.

⁵⁹ MICHAL EPHRATT, « The functions of silence », *Journal Of Pragmatics*, n. 40, 2008, pp. 1909-1938, <<https://doi.org/10.1016/j.pragma.2008.03.009>> (dernier accès : 7.06.2018).

PARTIE 2

ÉMOTIONS ET RSN

Les émotions via tweet : retour sur l'affaire Aquarius

Laura Santone¹

ABSTRACT

À partir d'un corpus qui parcourt les moments cruciaux de l'affaire du bateau humanitaire *Aquarius* pendant la semaine allant du 10 au 17 juin 2018, on se propose d'observer la façon dont le numérique, notamment le réseau social Twitter, a permis à Matteo Salvini, leader de la Ligue et à l'époque ministre de l'Intérieur, d'alimenter à coups de clics une puissante propagande politique greffée sur le passionnel en ligne. En traitant le tweet comme une petite séquence discursive, et en adoptant par conséquent la méthodologie de l'analyse du discours appliquée au numérique, on s'attardera sur sa dynamique énonciative pour démontrer comment le tweet se configure moins comme un lieu argumentatif que comme un lieu pathémique constituant, grâce à sa forte charge thymique, un sentiment diffus – et “contagieux” – d'appartenance entre des individus qui partagent les mêmes désirs, les mêmes peurs, un même imaginaire, voire une même construction des images de soi et de *l'autre*.

Starting from a corpus that retraces the crucial events of the humanitarian ship *Aquarius* during the week 10th to 17th June 2018, we aim at analysing how the social networks, particularly Twitter, allowed Matteo Salvini, leader of the League party and, at that time, minister of internal affairs, to fuel a powerful political propaganda based on passions. Looking at the tweet as a short discursive sequence and consequently adopting the digital discourse analysis point of view, we will linger on its enunciative dynamic to show how the tweet configures itself as a pathemic more than argumentative experience thus representing, thanks to its strong thymic charge, a widespread and ‘contagious’ feeling of belonging among individuals who share the same hopes, the same fears, the same perception of identity, and construct the same social images of the self and the other(s).

¹ Università Roma Tre.

1. Introduction

Après une odyssée de 9 jours en mer, après le refus de l'Italie puis de Malte, le 13 juin 2018 le bateau humanitaire *Aquarius* trouve finalement un port d'accueil et se dirige vers les côtes espagnoles, à Valence. Le trajet durera 4 jours, pendant lesquels s'amplifie la polémique entre la France et l'Italie, qui s'accusent réciproquement de ne pas avoir voulu assumer la responsabilité de l'accostage du navire sur leurs territoires respectifs. La France dénonce le cynisme de l'Italie, le porte-parole de La République en Marche, Gabriel Attal, juge que « la position italienne est à vomir », alors que l'Italie réplique qu'elle n'accepte pas « des leçons hypocrites de pays ayant préféré détourner la tête en matière d'immigration »² et attend des excuses officielles, sous peine d'annuler la rencontre prévue entre le président français Emmanuel Macron et le chef du gouvernement italien Giuseppe Conte. La tension monte, et au moment où la rupture diplomatique semble désormais inévitable, Macron joue la carte de l'apaisement et appelle à ne pas « céder à l'émotion que certains manipulent sur l'affaire de l'*Aquarius* », tout en assurant que la France « travaille main dans la main avec l'Italie » pour gérer les flux migratoires. Entre temps, l'affaire *Aquarius* s'inscrit fortement dans les médias et prend le profil de l'événement, désignant « un fait ou un phénomène en tant qu'il fait rupture, qu'il marque »³.

Presque à un an de distance, force est de constater que les relations franco-italiennes se sont de plus en plus fragilisées en se cristallisant justement autour de la crise migratoire, champ de bataille politique et verbal où l'émotion, ou bien, les émotions, font le consensus – ou le dissensus – en se montrant entre langage, action et parole publique. Si j'ai choisi de revenir sur l'affaire *Aquarius* plutôt que de m'attarder sur des événements plus récents qui font également la une des journaux, c'est parce

² Pour avoir un aperçu de la polémique voir : <<https://www.nouvelobs.com/monde/migrants/20180613.OBS8108/crise-de-l-aquarius-la-france-et-l-italie-au-bord-de-la-crise-diplomatique.html>>; <https://www.lemonde.fr/immigration-et-diversite/article/2018/06/12/polemique-autour-du-silence-de-la-france-sur-la-situation-du-bateau-humanitaire-aquarius_5313555_1654200.html>; < <http://www.lefigaro.fr/international/2018/06/13/01003-20180613ARTFIG00174-migrants-matteo-salvini-exige-des-excuses-officielles-de-la-france.php>>; pages consultées entre le 25 mars et le 7 avril 2019.

³ On reprend ici la définition qu'en donne le *Vocabulaire européen des philosophies*, sous la direction de BARBARA CASSIN, Paris, Seuil et Le Robert, 2004. Cf. aussi PASCALE BRUNNER *et al.* (éd), *Interpréter l'événement. Aspects linguistiques, discursifs et sociétaux*, Limoges, Lambert Lucas, 2014, et SOPHIE MOIRAND, *Les discours de la presse quotidienne*, Paris, PUF, 2007.

qu'à cette occasion-là, pour la première fois, je constatais comment le numérique, notamment le réseau social Twitter, se révélait moins un outil de connexion que le moteur même d'une puissante propagande politique greffée sur le passionnel en ligne, à savoir sur l'émergence d'une topique de l'émotion qui me poussait à recentrer dans une nouvelle perspective d'analyse ma réflexion sur les dynamiques de production, autant que de manipulation, langagière. Il s'agira donc, dans cette communication, de délinéer brièvement, dans un premier temps, les contours de Twitter en tant que nouvel espace d'écriture où l'actionnel et le relationnel peuvent aisément se confondre avec un processus de partage s'actualisant à coups de clics sous forme de dissémination virale, pour présenter, dans un deuxième temps, la visée et les effets rhétorico-pragmatiques de ce que je préfère appeler, dans la filiation de la rhétorique d'Aristote⁴, le pathémique. Le corpus pris en compte retrace les moments cruciaux de la semaine qui va du 10 au 17 juin 2018, jour de l'accostage de l'*Aquarius* au port de Valence.

2. *Tweet et discours numérique natif*

« Le discours numérique natif est l'ensemble des productions verbales élaborées en ligne, quels que soient les appareils, les interfaces, les plateformes ou les outils d'écriture » : ainsi écrit Marie-Anne Paveau dans son très bel ouvrage *L'Analyse du discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques*⁵. Produit nativement en ligne⁶ depuis la création de la plateforme Twitter en 2006, le tweet – mot anglais pour « gazouillis », entré officiellement dans la langue française avec l'édition 2012 du dictionnaire *Robert* – est un message plurisémiotique court, limité à 140 signes maximum, posté par un twitteur, ou une twitteuse, pour délivrer des informations en temps réel. Des éléments divers accompagnent le tweet : la photo de l'abonné, son nom ou pseudonyme, la date du tweet, la liste des opérations possibles – répondre, retwitter, liker... – signalées par des icônes sous le texte, et lorsque le tweet se présente sous une forme plus complexe il n'est pas rare de trouver des photos, des gifs, des émoticônes, des vidéos... Le hashtag est le signe # [dièse] qui, inséré librement

⁴ Voir à ce propos E. BERTI, M. CRUBELLIER (éd), *Lire Aristote*, Paris, PUF, 2016.

⁵ MARIE-ANNE PAVEAU, *L'Analyse du discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques*, Paris, Hermann 2017, p. 8.

⁶ Encore Paveau: « On appelle natives les productions élaborées en ligne, dans les espaces d'écriture et avec les outils proposés par internet... », *ibid*, p. 27.

dans un tweet au début, au milieu ou à la fin tantôt comme substantif ou nom propre tantôt comme adjectif, exclamation ou onomatopée, permet d'accéder au déroulement d'un fil censé créer un canal de partage par un clic. Et comme le remarque toujours Paveau en citant les études de l'équipe norvégienne de Ozdikidis sur l'expansion sémantique des hashtags⁷, c'est exactement ce geste apparemment minimal, soit le clic sur le hashtag, qui permet une « contextualisation réticulaire » au fil de laquelle le hashtag explicite davantage sa portée sémantique – surtout là où il semble opaque – tout en produisant une texture d'énoncés susceptibles de se réverbérer sur la performativité de la dimension contextuelle. Le hashtag peut ainsi contribuer à donner des informations complémentaires, voire des instructions interprétatives, tout en construisant, en même temps, des fils, des discours, des contre-discours qui se constituent sous le signe de l'affiliation diffuse. Nous verrons sous peu dans notre corpus comment le hashtag dépasse son statut de simple segment technolangagier en se révélant un mot-argument à fonctionnement pragmatique qui ne va pas sans configurer, tout en les (ré)orientant, des positionnements, des jugements, des croyances, des valeurs, bref, des axiologies morales et idéologiques indissolublement liées à des états émotionnels. Ce qui en fait potentiellement, dans le cadre du discours numérique natif, une arme de manipulation, d'autant plus que, comme le souligne Schmith, « l'émotion est contagieuse sur les réseaux sociaux »⁸.

3. *Tweet et construction du sens*

Le corpus de travail qui fait l'objet de mon analyse s'appuie essentiellement sur les tweets de Matteo Salvini, leader de la Ligue et ministre de l'Intérieur, qui a fait de la twittosphère un véritable laboratoire de populisme en ligne, en y enregistrant, d'après une étude statistique très récente⁹, un consensus qui frôle 80%. En traitant le tweet comme une petite séquence discursive, et en adoptant donc la méthodologie de l'analyse du discours appliquée au numérique¹⁰, mon objectif est de réfléchir

⁷ Cf. OZER OZDIKIS *et al.*, « Semantic Expansion of Tweet Contents for Enhanced Event Detection in Twitter », *VLDB 2012 WOSS*, Istanbul 2012, <<https://dl.acm.org/citation.cfm?id=2457090>> (dernier accès : 2 avril 2019).

⁸ Cit. in PAVEAU, *op. cit.*, p. 24.

⁹ Publié sur le site <http://www.ilgiornale.it/news/politica/salvini-valanga-su-twitter-75-degli-utenti-sta-lui-1572199.html>

¹⁰ Ce qui implique, comme le souligne encore Paveau, une conception totalement dif-

sur sa dynamique énonciative et de démontrer comment le tweet se configure moins comme un lieu argumentatif que comme un lieu pathémique constituant, grâce à sa forte charge thymique, un sentiment d'appartenance entre des individus qui partagent les mêmes désirs, les mêmes peurs, les mêmes espoirs, bref, un même imaginaire. Soit les exemples suivants, tirés du compte Twitter de Matteo Salvini :



Matteo Salvini @matteosalvinimi

9:52 – 10 giugno 2018

Da oggi anche l'Italia comincia a dire NO al traffico di esseri umani, NO al business dell'immigrazione clandestina. Il mio obiettivo è garantire una vita serena a questi ragazzi in Africa e ai nostri figli in Italia.

[A partir d'aujourd'hui l'Italie commence à dire NON au trafic d'êtres humains, NON au business de l'immigration clandestine. Mon but est de garantir une vie sereine à ces jeunes hommes en Afrique et à nos enfants en Italie.]

7:29 – 11 giugno 2018

VITTORIA! 629 immigrati a bordo della nave Aquarius in direzione #Spagna, primo obiettivo raggiunto! #chiudiamoiporti

[VICTOIRE! 629 immigrés à bord du navire Aquarius en direction #Espagne, premier objectif atteint ! #fermonslesports]

10:02 – 11 giugno 2018

In sette anni di governi sono loro ad aver UMILIATO l'Italia con disastri ai quali stiamo cercando di rimediare rapidamente, e qualche risultato lo abbiamo ottenuto anche se siamo arrivati solo da una settimana. Avanti tutta, amici!

[Pendant ces sept années de gouvernements ce sont eux qui ont HUMILIÉ l'Italie avec des désastres que nous cherchons à réparer rapidement, et des résultats nous les avons obtenus même si nous sommes arrivés depuis une semaine à peine. En avant toute, les amis !]

férente de l'analyse du discours en contexte prén numérique, car il s'agit de tenir compte de l'environnement de production, et d'accorder par conséquent « une place équivalente au langagier et au non-langagier », en s'appuyant « sur une conception symétrique de la linguistique ». In *op. cit.*, p. 26 sgg.

7:41 - 12 giugno 2018

La [#Spagna](#) ci vuole denunciare, la [#Francia](#) dice che sono “vomitevole”. Io voglio lavorare serenamente con tutti, ma con un principio: [#primagliitaliani](#).

[L'[#Espagne](#) veut porter plainte contre nous, la [#France](#) dit que je suis “à vomir”. Je veux travailler sereinement avec tous, mais à partir d'un principe : [#lesitaliensdabord](#)]

Ce qui, tout d'abord, ressort de ces exemples, c'est une certaine perception qu'on donne de l'événement, à partir de laquelle se déploie une rhétorique de l'effet à forte tonalité thymique. Les majuscules, les points d'exclamation qui ponctuent les exhortations, les guillemets, le cri de victoire, ce sont tous des éléments qui constituent les vecteurs pathémiques de l'argumentation ainsi que de l'interprétation. Ils fonctionnent, en fait, comme des indices orientant vers une zone émotionnelle qui recouvre l'indignation, la menace, l'urgence d'agir. Visiblement inscrite dans une topique du sensible, la question de l'*Autre* – l'immigré, autrement dit le clandestin – ne relève pas moins d'une base rationnelle, car la perception est en même temps un acte d'appréciation qui ne va pas sans mobiliser tout un réseau de valeurs : la patrie, la sécurité, l'italianité, la famille – à noter l'assimilation entre les jeunes Italiens et les jeunes Africains. L'intersection entre le perceptif et l'appréciatif – entre le sensible et le cognitif – décline ainsi une construction argumentative où l'on retrouve les traces d'une manipulation axiologique qui, de façon subliminale, fait de la ré-activation de la peur un élément constant, alors que l'évocation de la sécurité et de la fierté nationales visent à un statut moral.

En restant toujours dans cette perspective de l'effet pathémique, il est tout aussi intéressant de constater la prédilection qu'a Salvini de mettre en scène dans ses tweets la dramatisation de l'état émotionnel dans lequel il se trouve, comme il s'avère dans cet exemple :

13:38 - 17 giugno 2018

La cosa che più mi emoziona è quando mi sento dire in questi giorni: “GRAZIE, perché ci state restituendo l'orgoglio di essere cittadini italiani”. Non facciamo miracoli ma, alla faccia di insulti e attacchi a reti unificate, vi assicuro che IO NON MOLLO!

[La chose qui me touche le plus ces jours-ci c'est quand on me dit : “MERCI, parce que vous nous redonnez l'orgueil d'être des citoyens italiens”. Nous ne faisons pas de miracles, mais prenez ça, vous qui insultez et attaquez en Eurovision, je vous assure que MOI, JE NE LACHE PAS !]

L'énoncé, enchaîné sur l'axe pronominal je/nous/vous, déclenche un processus d'identification-projection, il s'agit de créer un mouvement de sympathie mimétique avec le(s) destinataire(s) dans le mouvement même de l'énonciation en acte. Le jeu entre discours citant et discours cité crée ici un dialogue feint, une sorte de fiction qui oriente le jugement : l'orateur-tweeteur, Salvini, *mime* la voix de ses concitoyens, et ce faisant, participe à une *mimesis* de la relation identitaire actualisant ce qu'Aristote appelait la « rhétorique pratique », à savoir un usage rhétorique « de bas niveau » basé moins sur la démonstration que sur la manipulation des facteurs émotionnels¹¹.

Dans la direction de la projection identitaire se configure également la stratégie, à matrice purement affective, de suppression de toute distance actancielle entre la figure de l'homme politique et celle de ses interlocuteurs par le recours constant à un lexique familial, sentimental, un lexique de la proximité invoquant l'amitié, la fraternité, ou, encore, le partage de ces petits gestes du quotidien qui laissent filtrer une certaine apparition du privé¹² – souhaiter une bonne nuit, envoyer un bisou, regarder un même talent-show à la télé . Quelques tweets :

21:37 - 11 giugno 2018

Dopo una giornata lunga e impegnativa, un po' di relax coi ragazzi e con la musica di [#Amici17](#). Buona serata e GRAZIE a tutti dell'affetto, se Voi ci siete io ci sono.

[Après une journée longue et intense, je me détends un peu avec les jeunes et la musique de [#Amici17](#). Bonne soirée et MERCI à tous pour votre affection, si Vous y êtes j'y suis]

¹¹ Rappelons qu'Aristote dans le livre III de sa *Rhétorique*, où il est question du « mode d'emploi », fait la distinction entre une rhétorique « puriste », qui exclut l'appel aux émotions et s'appuie seulement sur la démonstration, et une rhétorique « pratique », qui pour adhérer au bas niveau des auditeurs les manipule par le facteur émotionnel. Cette opposition montre très clairement le principe opératif de la *technè rhétoriké*, à savoir la connaissance des mécanismes qui président à la persuasion, la rhétorique étant « la capacité (*dunamis*) de discerner (*theôrein*) dans chaque cas ce qui est potentiellement persuasif ». Cf. CRISTINA VIANO, « La rhétorique : le discours et les émotions », in ENRICO BERTI, MICHEL CRUBELLIER (éd), *Lire Aristote*, Paris, PUF, 2016, pp. 207-217.

¹² Processus d'extériorisation qu'on désigne avec le mot « extimité », néologisme emprunté au séminaire 7 de Lacan et qui indique « une pratique d'exposition et de dévoilement de soi destinée à consolider et à s'approprier son image, ainsi qu'à augmenter son capital social ». Ce mot constitue significativement l'une des entrées du dictionnaire de M.-A. Paveau, *op. cit.*, pp. 185-195.

3:51 - 12 giugno 2018

La Boldrini mi dà del “disperato” e Saviano del “bandito”... Orgoglioso di difendere la sicurezza degli italiani, a chi mi vuole male mando un sorriso e un bacione !

[Boldrini me prend pour un “désespéré” et Saviano pour un “bandit”... Je suis orgueilleux de défendre la sécurité des italiens, à ceux qui me veulent du mal j’envoie un sourire et une grosse bise !]

23:15 - 15 giugno 2018

Buonanotte amici, [#primagliitaliani!](#)

[Bonne nuit mes amis, [#lesitaliensdabord !](#)]

Il est évident qu’on a affaire, ici, à des séquences émotionnelles, contextuellement vidées d’un véritable contenu cognitif, et qui sous la forme d’une polyphonie implicite suscitent le sentiment du partage, de la co-présence face-à-face, en plus de construire un consensus sous-jacent *intentionnel* que les mots-hashtag contribuent à instaurer, comme on le verra dans la section suivante.

4. *Les mots-hashtag*

Fonctionnant comme des véritables mots-arguments, les mots-hashtag dans les tweets de Salvini jouent un rôle qui va bien au-delà de la simple affiliation et marquent, pour le dire avec Husson :

« le processus de nomination, dans la mesure où ils constituent des étiquettes polémiques. En outre, ils mettent en jeu des processus qui ont à voir avec le dispositif de Twitter lui-même : non seulement ils permettent, au sein du tweet, une (ré)orientation du contenu du lien, mais ils ont également un effet réflexif sur l’identité du compte et demandent alors à être analysés comme gestes interprétatifs et producteurs de positionnements énonciatifs »¹³.

Ils relèvent, plus précisément, d’une sémantique référentielle où les nominations – la référence – expriment des positions postulant ce que Benveniste appelait, dans son analyse de la phrase nominale, le « prédicat de réalité », c’est-à-dire « un “cela est” qui relie l’agencement linguistique

¹³ Voir ANNE CHARLOTTE HUSSON, « Les hashtags militants, des mots-arguments », *Fragmentum*, 48, 2016, p. 124.

au système de la réalité »¹⁴. Et, à bien y regarder, les mots hashtagués réalisent exactement cette prédication, ce réalisme propre de la catégorie nominale qui inscrit dans le langage un constat d'existence – « cela est ! » – à partir d'une praxis technolangagière, mais qui se révèle, dans notre cas, d'ordre éminemment sensitif. Car le réel s'impose de façon pathétique, avec la logique passionnelle d'un sentiment national d'appartenance, comme on peut le constater dans *#primagliitaliani ! / #lesitaliensdabord !*, où le mot-hashtag, emphatisé par un point d'exclamation, fait appel de façon implicite à un « sentir avec » qui éveille le sens identitaire d'un être ensemble au sein d'une même collectivité, en justifiant, en filigrane, le refus – la haine ? – de l'autre.

Mais il y a plus. Le type de pathos inscrit dans les mots-hashtag, sa rhétorique tensive strictement interne à une force illocutoire « activant ce qui ébranle, met en mouvement, émeut le destinataire, ou égard à sa disposition, à son état d'esprit ou à ses états d'âme »¹⁵, tout cela catalyse au niveau subliminal le mouvement d'un « transport », autrement dit le mouvement d'un enthousiasme marqué par une « célérité superlative » qui définit, d'après le sémioticien Claude Zilberberg, un double jeu, c'est-à-dire, d'une part, la potentialisation, soit « l'assomption du *déjà* dans le propos du sujet » et, d'autre part, l'actualisation, « l'assomption du *pas encore* »¹⁶. Or, c'est exactement cette double tension qui fait l'enjeu du mot hashtagué *#primagliitaliani ! / #lesitaliensdabord !*, tout comme du mot hashtagué *#chiudiamoiporti / #fermonslesports*. Dans les deux cas, il s'agit de l'assomption d'un « déjà » qui n'est « pas encore » ; dans les deux cas, la mesure invoquée est celle de l'intensité – ou de la célérité –, qui devient « l'expression analytique du sensible » – encore Zilberberg –, alors que « l'extensité » en aurait, en revanche, marqué la modulation en faisant prévaloir « l'intelligible ». Il n'est pas alors inutile de rappeler que, comme nous l'enseigne Fontanille, « l'éclat », ou bien « l'accent », est toujours la condition du sensible, tandis que « l'étendue » serait la condition de l'intelligible¹⁷.

¹⁴ E. Benveniste, « La phrase nominale », in *Problèmes de linguistique générale*, vol. I, Seuil, Paris, 1966, p. 154.

¹⁵ Cf. DENIS BERTRAND, « Enthymème et textualisation », in « Sémiotique du discours et tensions rhétoriques », *Langages*, n. 137, 2000, p. 35.

¹⁶ Zilberberg se réfère, en réalité, au sujet extatique, mais ses observations sur le rapport entre le sensible et l'intelligible semblent aller dans le droit fil de cette analyse. Voir : « Esquisse d'une grammaire du sublime chez Longin », in « Sémiotique du discours et tensions rhétoriques », *Langages*, n. 137, 2000, p. 111.

¹⁷ Voir à ce propos, pour une étude plus approfondie, JACQUES FONTANILLE et CLAUDE ZILBERBERG, *Tension et signification*, Liège, P. Mardaga, 1998.

Il est alors évident, à ce stade de mon analyse, que « l’accent » que les tweets de Salvini portent sur les affects trouve dans les mots-hashtag le cœur du sensible, le centre propulseur d’un *movere* – vs *docere* – d’où découle une efficacité thymique censée déployer, en même temps, une efficacité rhétorique. Efficacité dont la règle du raccourci devient, visiblement, la mesure de l’intension/intention, et cela au profit de son impact, de sa force de frappe. On serait tenté, à partir de ce constat, d’assimiler le mot-hashtag au slogan, en passant par la très belle étude qu’Olivier Reboul y a consacré en 1975¹⁸. Sans les confondre, à regarder de plus près émergent en effet de forts et intéressants points de contact : (i) tout comme pour le slogan, la force propre du mot-hashtag « ne lui vient pas d’être répété mais *répétable* », il comporte ainsi « un pouvoir de dissémination qui n’appartient qu’à lui »¹⁹ ; (ii) toujours très concis, il répond à « un besoin collectif, en apportant une réponse simple à l’attente des masses, à leur faim, leur colère, leur anxiété »²⁰ ; (iii) il promet, exerçant une *captatio* qui « satisfait en espoir des besoins qu’il attise par là même »²¹. Et le fait d’être une formule courte, « toujours un peu trop courte pour ce qu’elle veut dire », « c’est là ce qui la rend efficace »²². Réside en cela, ajoute Olivier Reboul, l’efficacité de ce qu’il appelle « la rhétorique du raccourci »²³.

Mais, qui plus est, au fil de cette rhétorique tronquée, qui joue sur la force de la condensation, le mot-hashtag semble en même temps postuler un type d’inférence ouverte qui l’apparente au modèle de l’enthymème, stratégie de discours « directement centré sur le destinataire (le public, l’auditeur, le lecteur) dont elle sollicite la participation »²⁴ dans la construction interprétative du sens. A l’opposé du syllogisme, en fait, qui impose d’après Aristote l’absolu de la preuve, à savoir la présence d’un antécédent relié à deux prémisses d’où tirer l’inférence contraignante de la logique, l’enthymème, quant à lui, est un syllogisme incomplet, dont les prémisses (la majeure ou la mineure, ou bien les deux²⁵)

¹⁸ OLIVIER REBOUL, *Le Slogan*, Bruxelles, Editions Complexe, 1975.

¹⁹ *Ibid.*, p. 52.

²⁰ *Ibid.*, p. 61.

²¹ *Ibid.*

²² *Ibid.*, p. 49.

²³ *Ibid.*

²⁴ BERTRAND, *op. cit.*, p. 32.

²⁵ Dans le cas de *#primagliitaliani!* la prémisses majeure pourrait être « Les Italiens ont toujours la priorité », la prémisses mineure « Les immigrés ne sont pas des Italiens »,

peuvent manquer car il s'agit d'un raisonnement concis et adapté à « la foule »²⁶, et dès lors déterminé par un savoir qui relève d'un sens « probable » et partagé. Il repose, donc, sur l'efficacité de l'implicite, il s'impose se donnant « comme des évidences qui n'ont pas besoin d'être formulées en toutes lettres »²⁷, et cela met en mouvement, c'est-à-dire *émeut*, le destinataire : « l'enthymème, c'est au fond la sollicitation de l'humeur », remarque D. Bertrand²⁸. Lequel glose, très significativement : « On met de cette manière l'accent sur la composante thymique qui est le cœur étymologique de l'enthymème : l'*en-thymie* »²⁹. Constat qui ne va pas sans faire appel à la dimension affective de l'ethos, à savoir à des valeurs négociées et montrées par l'exercice du tweet. Juste quelques exemples de réactions au tweet de Salvini du 12 juin 2018:

coccarelli claudio @claudioerpiu 12 giu 2018
È questo che devi fare. Hai l'appoggio di tutti
[C'est ça que tu dois faire. On te soutient]

Fabri @fabri_ca_cm 12 giu 2018
Hai detto tutto.
[Tu as tout dit]

Valentina Prisco @ValentinaPrisc 12 giu 2018
Ministro, non ascolti inutili insulti! Vada avanti, siamo con lei!
[M. le Ministre, n'écoutez pas d'inutiles insultes ! Avancez, nous sommes avec vous !]

d'où la conclusion « les immigrés n'ont pas de priorité, soit : en premier/tout d'abord les Italiens ». Dans le cas de #chiudiamoiporti, en revanche, la prémisse majeure serait « Les ports ouverts menacent la sécurité nationale », la prémisse mineure « L'Italie a tous ses ports ouverts », la conclusion « L'Italie avec les ports ouverts n'est pas en sécurité », d'où : #fermonslesports.

²⁶ Cf. ALAIN BOYER, « Cela va sans le dire. Éloge de l'enthymème », *Hermès*, n. 15, 1995, p. 73-90, en ligne <http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/15157/HERMES_1995_15_73.pdf> Cf. aussi HENDA DHAOUADI, « Aux sources du discours argumentaire. Aristote et la Rhétorique », *Synergies*, n. 8, 2011, p. 43-65, en ligne <<https://gerflint.fr/Base/Mondearabe8/dhaouadi.pdf>> (dernier accès: 2 avril 2019).

²⁷ Comme le remarque RUTH AMOSSY in *L'Argumentation dans le discours*, Paris, Armand Colin, 2016², p. 191.

²⁸ BERTRAND, *op. cit.*, p. 35.

²⁹ *Ibid.*

Julia Olimpia Lavinia T.N. @Juliadriel 12 juì 2018

Più ne fanno e più rinforziamo l'abbraccio con lui @matteosalvinimi
[Plus on l'insulte, plus nous serrons les coudes autour de lui @matteosalvinimi]

Ce qui ressort de ces exemples, c'est que Salvini, ministre de l'Intérieur, est reconnu à part entière comme un membre de la foule des twitteurs qui commentent l'affaire *Aquarius* ; ce qui se dessine c'est, visiblement, l'action en ligne en tant que « mise en place d'une relation »³⁰, autrement dit le partage des façons de voir, de croire et de sentir entre les usagers, les commentateurs potentiels et Salvini lui-même. Le tweet devient ainsi lieu de projection d'un ethos d'identification collective qui pose le problème de la frontière entre logos et pathos, entre vérité et vraisemblable, entre prédiction et manipulation. Encore, il s'impose comme le lieu d'une agora numérique où trouve sa place une forme nouvelle de populisme mettant en scène des contre-discours³¹, un contre-pouvoir, soit la souveraineté – ou mieux, le souverainisme – accordée à la masse des électeurs. Les réactions via tweet vont ainsi au-delà du message privé et de la conversation ; elles vont aussi au-delà du rapport d'intersubjectivité au sens de Benveniste, car l'instance énonciative est une instance « augmentée » du fait qu'on peut écrire simultanément, ce qui remet en cause le rapport avec *l'hic et nunc* de la prise de parole. Qui parle ? La masse. À qui parle-t-elle ? À tout un chacun. Et tous ressentent la même chose au même moment : la distance émotionnelle ne coïncide plus avec l'expression des subjectivités de sujets différents incarnés dans des corps différents, les émotions – l'indignation, la colère, la peur, la fierté patriotique... – circulent sur le modèle de la contagion, à grande vitesse, sans égard à la réalité physique ou psychologique³².

³⁰ M.-A. Paveau souligne : « Il faut insister sur cette dimension actionnelle de l'internet, et en particulier du web, pour comprendre en quoi il est un lieu où se déploie une éthique discursive et relationnelle. L'action en ligne est souvent la mise en place d'une relation : un compte sur un réseau social est un espace relationnel, autrement dit un annuaire de liens... ». In *op. cit.* p. 170.

³¹ Il est tout aussi intéressant de constater comment ces contre-discours peuvent se décliner en contre-hashtags. Je cite, à titre d'exemple, la réaction du journaliste Giuliano Ferrara, dont le mot hashtagué au lendemain de l'interdiction d'accostage au navire *Aquarius* avait été #viaibullodalviminale / #quelagrossebrutedégageduvmimal, ou encore, #bullostituzionale / #grossebruteinstitutionnel, #respingiamosalvini / #repoussons.Salvini, mots hashtagués du compte Twitter de Laura Boldrini, ancienne présidente de la Chambre des députés.

³² Voir aussi, à ce propos, DANIEL INNERARITY, *El nuevo espacio publico*, Madrid, Espasa Calpe, 2006.

5. *Pour conclure...*

Si l'analyse du discours, science sociale par excellence, a pour objet l'étude du langage et de la construction du sens dans une relation d'échange, le tweet nous entraîne dans la perspective de l'analyse du discours numérique en nous amenant à repenser les espaces relationnels, les méthodes d'analyse et les pratiques langagières sous le signe de la réticularité du web, plus précisément sous le signe d'une technosémiotique. Si les sophistes du Vème siècle avaient déjà compris l'importance des émotions et l'influence qu'elles pouvaient avoir sur un auditoire, à l'ère du numérique les émotions se révèlent non moins stratégiques et semblent trouver dans le tweet un réseau de fibres passionnelles qui tissent un nouvel espace d'action où se consomme la distinction entre privé et public, entre individuel et collectif, et d'où surgit une forme de captation faisant place à ce que Daniel Golemann appelle « intelligence émotionnelle »³³, à savoir la lucidité avec laquelle on gère les émotions, l'empathie et les relations. Et c'est exactement ce type de lucidité émotionnelle qui est à l'œuvre dans les tweets de Salvini, dont la façon de se présenter et d'exprimer ses émotions mobilise habilement un processus de dramatisation populiste mis au service d'un (en)jeu de pouvoir qui fait du tweet un puissant outil de manipulation. Entrer en contact avec l'autre se fait par le biais d'un coup de clic censé fidéliser l'instance de réception, c'est-à-dire une communauté susceptible de se laisser toucher par les effets de l'ethos et du pathos de l'orateur Salvini, dont l'identité individuelle sollicite la construction d'un « mythe personnel » qui déclenche un mécanisme de sympathie mimétique débouchant sur un ressenti collectif. Le tweet se configure ainsi, dans notre cas, comme un genre de technodiscours porteur d'une nouvelle techné dont la structure condensée, le format court, « accéléré », valorise l'effet, l'intensité, un certain spectacle émotionnel, et où le logos intrinsèque au verbal « propre » à l'argumentation, ne se révélant pas embrayé à de véritables subjectivités interlocutives, est « plus une illusion de lecteur qu'une réalité sémiotique »³⁴.

Et je voudrais, alors, conclure en rappelant ces mots de Sartre, que je tire de son *Esquisse pour une théorie des émotions* :

« Toutes les émotions ont ceci de commun qu'elles font apparaître un même monde, cruel, terrible, morne, joyeux, etc., mais dans lequel le

³³ Cf. DANIEL GOLEMAN, *Emotional intelligence*, New York, Bantam Books, 1995, p. 283-284.

³⁴ Cf. PAVEAU, *op. cit.*, p. 296.

rapport des choses à la conscience est toujours et exclusivement magique. Il faut parler d'un monde de l'émotion comme on parle d'un monde du rêve ou des mondes de la folie »³⁵.

Les tweets de Salvini seraient-ils la nouvelle plateforme d'un monde perçu comme magique ? Un monde du rêve, ou de la folie, qui apparaît à coups de clics ?
Je laisse les deux questions ouvertes et #àsuivre.

³⁵ JEAN-PAUL SARTRE, *Esquisse d'une théorie des émotions*, Paris, Hermann, 1938, p. 56.

*Les mèmes : circulation des émotions-aphorisations
dans les médias d'infotainment*

Vincent Bilem¹

ABSTRACT

La campagne présidentielle française de 2017 a permis de mettre en lumière les nombreuses incises de l'émotion dans le débat politico-médiatique, notamment sous la forme de « mèmes » (images virales humoristiques sur Internet). L'intensité émotionnelle y passe par le détournement de l'expression faciale d'un homme politique, ce que Dominique Maingueneau appelle un « visage associé à une aphorisation ». Ces « *reaction memes* » permettent aux utilisateurs des réseaux socionumériques de commenter un article sans écrire la moindre phrase. Y a-t-il une spécificité de cette écriture web travaillée par l'émotion, cristallisée en un ensemble de figures délimitées ? Nous tenterons de démontrer l'idée selon laquelle l'essor des médias d'information sociale et virale et les émissions d'*infotainment* ont favorisé l'émergence de l'émotion comme support sémiotique à part entière.

French's 2017 presidential campaign helped highlight the role of emotions in the political and in the media fields, particularly with "memes" (humoristic and viral images on the Internet). Politicians' facial expressions reflect an amount of emotional intensity that can be called "faces associated with an aphorisation". Reaction memes, emotions shaped as a micro-facial expression, allow Internet users to comment publications without writing a single word. Is this kind of meme circulation of information, tangled in between media discourse and the Internet one, the symptom of a new processing of media discourse? What is the specificity of this emotional writing, understood as a thesaurus of stylistic devices? In this article, we will demonstrate that the infotainment support coupled with social and viral media have created a fully-fledged semiotic support for emotions.

¹ Vincent Bilem est journaliste culturel (Inrockuptibles, Slate.fr, Numerama), titulaire d'un master en sciences de l'information et de la communication à l'Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3.

Il s'agit d'un phénomène médiatique en plein essor : le mème politique², héritier de plusieurs formes du discours médiatique, est désormais omniprésent sur les réseaux sociaux numériques. Ces images, parfois accompagnées d'un texte, parfois animées (*gifs*), s'articulent sur plusieurs niveaux de lecture et sur plusieurs registres. Le mème, caractérisé par sa circulation virale et par sa charge humoristique³, est employé tant dans les médias traditionnels que sur Internet. Les personnages représentés dans ces productions se présentent comme un large panel d'émotions stéréotypiques. Pour autant, le mème n'est-il que cela ? Comment le mème, réinvesti par les médias, permet d'étoffer la palette des émotions médiatiques ? Qu'apporte aux médias cette nouvelle forme d'expression issue du web ?

Nous limiterons notre corpus à l'émission « Quotidien » et à France Inter, notamment parce qu'il s'agit des émissions qui génèrent le plus de reprises, à même de reconfigurer l'espace médiatico-émotionnel.

1. *Qu'est-ce qu'un mème ?*

1.1 *D'une définition biologisante à l'humour Internet*

Le concept de mème naît sous la plume de Richard Dawkins en 1976 (dans *The Selfish Gene*). Le biologiste désigne par ce terme des idées qui se transmettent de « cerveaux à cerveaux » de manière virale. Pour Dawkins, il existe deux types de répliqueurs : l'un biologique (le gène), l'un culturel (le mème). Si la dimension biologisante du concept a été rapidement évacuée⁴, il reste que le mème en tant que phénomène culturel s'est imposé dans l'humour web et, par extension, tend à s'imposer peu à peu dans les médias traditionnels. Ainsi, pour Dawkins, le mème consti-

² Voir notamment JULIEN LONGHI, « Le tweet politique efficace comme mème textuel : du profilage à viralité », *Travaux de linguistique*, n. 73, De Boeck Supérieur, 2016, p. 107-126, et « L'hybridation du discours institutionnel à l'épreuve du numérique : renouvellement et reconfiguration de la parole institutionnelle », in JULIEN LONGHI et GEORGES-ELIA SARFATI, *Les discours institutionnels en confrontation. Contribution à l'analyse des discours institutionnels et politiques*, L'Harmattan, 2014, pp. 167-188.

³ Pour Christian Bauchhage et Clément Renaud, le mème Internet se distingue en effet par trois traits majeurs : « l'humour », « l'intertextualité » et la « juxtaposition atypique » (CLÉMENT RENAUD, « Les mèmes internet : dynamiques d'énonciations sur le réseau social chinois Sina Weibo », *Travaux de linguistique*, cit., p. 30).

⁴ Cf. notamment CLÉMENT RENAUD, *ibid.*, p. 27 et NICOLAS JOURNET, « Les espoirs déçus de la mémétique », *Sciences Humaines*, n. 183, éd. Sciences Humaines, 2007, p. 3.

tue un « élément non génétique de culture transmis par imitation⁵ ».

L'Oxford English Dictionary définit les mèmes comme étant « des images, des vidéos ou des textes, souvent de nature humoristiques, copiés et partagés rapidement par les utilisateurs d'Internet⁶ », et souligne les « variations » susceptibles d'émerger lors de ces partages. Sur Internet, les mèmes sont protéiformes, et il s'agit souvent d'objets issus de la pop-culture. Si la première partie de la définition fait bel et bien référence à Dawkins, la deuxième partie de cette dernière semble expurgée de toute mention à sa dimension biologisante originelle. Aujourd'hui, le mème en tant qu'élément humoristique transmédia est un phénomène analysé, entre autres, par les linguistes. Ainsi, Mirta Desnica a travaillé sur l'expression « *Nespresso, what else ?*⁷ ».

Si Clément Renaud étend la définition des mèmes jusqu'aux smileys (émoticônes⁸), nous nous contenterons de circonscrire ceux-ci aux images, sons et vidéos virales. Les émoticônes, en cela qu'ils sont imposés normativement par les grandes entreprises du web⁹, ne rentrent pas vraiment dans une définition, même étendue, des mèmes. Nous préférons envisager l'image virale comme issue de l'« hybridation des répertoires savants et populaires¹⁰ » (c'est-à-dire l'omnivorisme culturel) qui caractérise la jeunesse occidentale baignée dans une culture cosmopolite. C'est cette hybridité de la culture web contemporaine qui rend possible et explique par là même l'hybridité intrinsèque du mème.

⁵ V. NICOLAS JOURNET, *ibid.*

⁶ « *An image, video, piece of text, etc., typically humorous in nature, that is copied and spread rapidly by Internet users, often with slight variations. Also with modifying word, as Internet meme?* (in « Meme », *Oxford English Dictionary*, Oxford University Press, 2001, <<http://www.oed.com/view/Entry/239909?redirectedFrom=meme>> (dernier accès : 31.07.2020). <<https://www.lexico.com/definition/meme>> (dernier accès 29.09.2020).

⁷ MIRTA DESNICA, « Diffusion et déformations d'un slogan publicitaire mémorable dans la presse écrite : le cas de 'Nespresso. What else ?' », in *Travaux de linguistique*, 2016, *op. cit.*, pp. 69-83.

⁸ CLÉMENT RENAUD in *Travaux de linguistique*, *ibid.*, p. 31.

⁹ « Ces marqueurs d'un 'nouveau langage' sont approuvés par une association, le Consortium Unicode. Tous ses membres ont conscience de l'enjeu de société représenté par de tels pictogrammes » in ELSA TRUJILLO, « Dans le secret de la très discrète Académie des emojis », *Le Figaro*, 31.10.2016, <<http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2016/10/30/32001-20161030ARTFIG00192-dans-le-secret-de-la-tres-discrete-academie-des-emojis.php>> (dernier accès : 31.07.2020)

¹⁰ SYLVIE OCTOBRE, VINCENZO CICHHELLI, *L'amateur cosmopolite. Goûts et imaginaires culturels juvéniles à l'ère de la globalisation*, DEPS (Département des études de la prospective et des statistiques – Ministère de la Culture et de la Communication), coll. « Questions de culture », 2017, p. 119.

1.2 Deux types de mèmes ?

Pour François Jost, « tous ces détournements sont essentiellement des figures d'adjonction : ils relèvent de la parodie, qui est, selon Genette, une transformation ludique d'un texte existant¹¹ ». Le mot-clé est ici « ludique ». En effet, le jeu avec les codes de l'iconographie se mêle au jeu avec l'intertextualité. L'image parodique virale convoque aussi bien des références issues de la pop-culture que des références issues de la culture légitime. Le mème fait partie intégrante de la culture web en cela qu'il s'inscrit dans une économie de la « réaction ». Pour le sémiologue, il faut rapprocher le mème de l'antonomase¹². Tout comme l'antonomase transforme un nom propre en nom commun, le mème cristallise les images virales en les rendant stéréotypiques, ce qui permet leur décontextualisation puis re-contextualisation à l'infini. Les personnalités moquées par les mèmes « [...] se dissocient complètement de l'actualité et constituent un troisième type de personnalités qui deviennent des personnages autonomes¹³ ». Ainsi, tout comme l'Harpagon de Molière est devenu synonyme de l'avarice, Dominique Strauss-Kahn est devenu sur les réseaux et dans les talk-shows le synonyme de la lubricité. Et ce grâce aux *Guignols de l'info*, qui ont contribué à fixer cette antonomase dans la culture populaire. Pour Clément Renaud, il faut par ailleurs considérer le mème Internet comme faisant partie d'un certain « folklore numérique » et dont l'une des principales caractéristiques serait l'autoréférentialité¹⁴. Ces mèmes-antonomases font partie d'un premier régime de mème, que Christian Bauchhage considère comme des « mèmes qui subsistent sur de longues périodes¹⁵ ». Il distingue ceux-ci des mèmes « à courte vie, qui rapidement disparaissent comme ils sont arrivés¹⁶ ». Les mèmes à courte vie dont parle Bauchhage sont des mèmes fortement liés à une actualité ou à un contexte culturel précis, et qui dès lors, ne perdurent pas. On peut soulever l'hypothèse selon laquelle, après sélection, ne restent que les mèmes ayant des traits à des émotions universelles¹⁷.

La force des réseaux socio-numériques est de devenir une mémoire

¹¹ FRANÇOIS JOST, *La méchanceté en actes à l'ère numérique*, CNRS Editions, 2018, p. 142.

¹² *Ibid.*, p. 147.

¹³ *Ibid.*, p. 148.

¹⁴ CLÉMENT RENAUD, cit., p. 32.

¹⁵ CHRISTIAN BAUCHHAGE in FREDERIC KAPLAN, NICOLAS NOVA (éds.), *La Culture internet des mèmes*, Presses polytechniques et universitaires romandes, 2016, p. 60.

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ Cf. la typologie de PAUL EKMAN, *Emotion in the Human Face*, Pergamon Press, 1972.

collective des affaires liées aux abus de pouvoir commis par des personnalités publiques, et de suppléer « le placard à archives » du *Petit Journal-Quotidien*. En constituant un bouquet sélectif de mêmes, la pop-culture web réinvestit les codes de la paléo-télévision, telle que définie par Umberto Eco, dans le sens où l'on peut faire « un petit dictionnaire des émissions et des noms de leurs protagonistes¹⁸ », les protagonistes étant ici les mêmes-antonomasies. Le thésaurus des mêmes constitue un microcosme où les figures électives se font rares. Car si tout objet culturel constitue un même en puissance, peu parviennent à perdurer. Ces mêmes acquièrent le statut d'aphorisation, phrase (souvent adverbiale) dont le « sujet implicite est à [...] chercher dans l'environnement immédiat¹⁹ ». Ces aphorisations s'inscrivent dès lors dans la mémoire collective en cela qu'elles « viennent ainsi rejoindre les aphorisations primaires (proverbes, slogans, devises), vouées à être reprises à l'intérieur d'une communauté plus ou moins vaste²⁰ ». L'aphorisation est entendue par Dominique Maingueneau comme « une phrase 'sans texte'. Au niveau le plus immédiat, cela signifie qu'elle n'est pas précédée ou suivie par d'autres phrases avec lesquelles elle est liée par des relations de cohésion [...] »²¹. Le « parce que c'est notre projet » associé à Emmanuel Macron lors de la campagne présidentielle de 2017, ou encore le « rends l'argent » accolé au candidat François Fillon, sont autant d'aphorisations²² propres à la culture web, qui peuvent être remployées pour commenter des séquences politiques ou des séquences hors du champ politique.

Les mêmes, dépossédés de leurs caractéristiques initiales, se voient réinvestis d'un sens singulier dans un contexte et dans un co-texte particulier. Par exemple le même verbal « *That smile. That damned smile* » (« ce sourire, ce satané sourire »), une réplique issue de la série états-unienne *13 Reasons Why*, s'appréhende comme une aphorisation. La séquence fait originellement référence au personnage principal (Hannah) se remémorant le sourire particulièrement enjôleur d'un de ses camarades de classe ; un sourire qui a mené Hannah à sa perte. Sur Internet, l'énoncé est rendu sentencieux par son réemploi massif sur diverses images n'ayant pour seule caractéristique com-

¹⁸ PATRICK TUDORET, « La Paléo-Télévision : une nouvelle fenêtre sur le monde », *Quaderni*, n. 65, hiver 2007-2008, *L'ambivalence du mythe de l'ORTF*, p. 94.

¹⁹ DOMINIQUE MAINGUENEAU, *Les phrases sans texte*, Armand Colin, 2012, p. 46.

²⁰ *Ibid.* p. 56.

²¹ *Ibid.*, p. 25.

²² La reprise de l'aphorisation par un autre énonciateur n'interfère pas avec son autonomie, c'est le paratexte qui lui donnera un sens nouveau et qui viendra parfois s'accoler et se surajouter à l'énoncé d'origine, à l'instar d'un rhème.

mune que de montrer le sourire (ou le non-sourire, dans le cadre d'un emploi ironique) d'un personnage réel ou de fiction. « *That damned smile* » s'est vu utilisé pour qualifier le sourire du Joker (l'opposant de Batman), ou encore Pennywise (le clown maléfique du roman *Ça* de Stephen King)²³. « *That damn smile* » devient dès lors une « aphorisation proverbiale ». Maingueneau explique : « C'est un lecteur qu'il revient de percevoir l'aphorisation proverbiale. En l'énonçant sans aucune marque qui l'identifie comme telle, le locuteur place le lecteur dans la position d'un membre de la communauté qui partage le même thésaurus. De son côté, en se montrant capable de reconnaître cette phrase comme proverbe, le lecteur montre qu'il appartient à cette communauté²⁴ ». Le même « *That damned smile* » est identifié par une communauté comme une citation même s'il n'est pas entouré de guillemets, et ses implicatures conversationnelles (ici, le fait d'associer la sentence à un visage souriant) sont partagées par les membres d'une même communauté.

Nous allons voir que le *reaction gif*, en tant que même, s'inscrit dans cette lignée d'aphorisations venues de la presse écrite (titres accolés à des photographies, inserts, intertitres), et s'hybride avec l'énonciation spécifique au web.

1.3 Le reaction shot médiatique

« Quand les énoncés détachés sont issus d'énoncés surassertés, l'altération tend tout naturellement à être moins importante puisque le fragment-source a été profilé comme détachable²⁵ », écrit Dominique Maingueneau à propos des aphorisations que constituent les fragments de textes relayés par la presse écrite. Ce fragment, énoncé autonome mais compréhensible par tous car utilisé par des gens ayant le même thésaurus (répertoire commun de représentations), se retrouve sous diverses formes dans les médias. On le retrouve dans les manuels de journalisme web²⁶. Selon Laurent Jullier :

« C'est que le « langage » des images animées est plutôt un protolangage une forme d'expression basée surtout sur la juxtaposition, sans trop d'ordre ni de flexions ni de mots grammaticaux. Sur un écran, en effet,

²³ On trouvera d'autres exemples sur la page que lui consacre le site de référence des mêmes, *Know Your Meme* <<https://knowyourmeme.com/memes/that-damn-smile>> (dernier accès : 31.07.2020).

²⁴ DOMINIQUE MAINGUENEAU, cit., pp. 60-61.

²⁵ *Ibid.*, p. 20.

²⁶ In KURT LANCASTER, *Video Journalism for the Web: A Practical Introduction to Documentary*, Routledge, 2012, p. 55.

l'ordre ne compte guère : on peut bien inverser deux plans unis par un raccord-regard ou dont le deuxième terme est un *reaction shot*, sans que cette inversion nuise beaucoup à leur « lecture », c'est-à-dire à leur soudure par inférence d'un lien optique (raccord-regard) ou causal (*reaction shot*)²⁷ ».

On voit ici comment se dessine l'hybridation entre la grammaire numérique et la grammaire télévisuelle, puisque le *reaction shot* s'y retrouve indifféremment chez l'un et chez l'autre. Le *reaction shot* peut être caractérisé comme tel lorsque « un plan B semble montrer une conséquence d'un événement vu en A²⁸ », selon Laurent Jullier. Le même, quant à lui, est une forme de citation parodique qui s'appuie sur des éléments contextuels pour faire sens. Sous sa forme d'image fixe, il se situe dans le sillage des caricatures de journaux. Sous forme de gif, il rappelle les séquences vidéos ultra-courtes insérées dans le « Zapping » de *Canal Plus* (devenu « Vu » sur France 2). Le montage de ces séquences produit sur le téléspectateur un effet Koulechov : il n'est possible de comprendre la séquence 1 qu'avec l'orientation donnée par la séquence 2²⁹. La composante *reaction shot* des mêmes s'entend dès lors comme un effet Koulechov propre à l'Internet, en tant qu'il ne s'agit pas d'une énonciation en vingt-quatre images par seconde, mais d'une énonciation morcelée, étalée dans le temps au gré des différentes publications et réponses à ces publications.

C'est sans doute pourquoi Yann Barthès, ayant travaillé douze ans pour la chaîne cryptée, considère le même comme étant « une image très courte que vous collez à une autre image pour lui donner une émotion », qui tend à se rapprocher plutôt de la définition du *reaction gif*. On peut dire que la culture du même vidéo travaille l'« esprit Canal » depuis la création de cette émission, en 1989³⁰. Cet « esprit Canal », c'est-à-dire cette mise en forme spécifique de l'information, est également à la manœuvre dans « Quotidien ».

²⁷ LAURENT JULLIER, « Le cinéma comme forme de communication floue », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n. 9, 2016, <<http://journals.openedition.org/rfsic/2208>> (dernier accès : 31.07.2020).

²⁸ *Ibid.*

²⁹ « L'effet K » est le fait que « le sens d'un plan, d'une image, dépend des autres plans qui l'entourent. [...] L'effet K implique une contamination rétrospective de la perception du jeu » (VINCENT PINEL et CHRISTOPHE PINEL, *Dictionnaire technique du cinéma*, 3^e éd., Armand Colin, 1996 [2016], p. 158).

³⁰ Soit depuis presque autant que la création de la chaîne, en 1984.

2. Un répertoire d'émotions

Nous avons vu que les mèmes constituent un outil largement utilisé par les médias d'infotainment, nous allons maintenant voir en quoi les mèmes constituent un thésaurus plus ou moins figé d'expressions et d'émotions. Nous allons voir comment le *reaction shot* médiatique se retrouve dans la grammaire des *reactions gifs* des réseaux sociaux numériques.

2.1 Twitter et les reaction gifs

La radio filmée participe de la post-télévision telle que théorisée par Michael Strangelove³¹, c'est-à-dire la télévision délinéarisée et éclatée sur tous les supports-écrans (mobile, ordinateur, télévision, tablette). Ne s'agit-il pas de la « dissolution de la télévision, de sa disparition dans un système complexe d'écrans fixes ou mobiles, de sites de streaming, [...], de contenus produits par des amateurs, accessibles par les réseaux sociaux³² » (nous soulignons) décrite par Erik Neveu et Brigitte Le Grignou ? Il y a fort à parier que oui. Cette délinéarisation donne aux publics amateurs du web une importance dialogique plus saillante qu'auparavant. L'on pourrait alors supposer que les rapports temporels à l'actualité sont désormais co-construits par les médias et par les publics amateurs. Cependant, Jean-François Tétu souligne l'idée selon laquelle :

La saisie du temps est désormais dans le camp du récepteur, ou dans cette chaîne continue de médias qui *se nourrit de reprises* qui obtiennent désormais une visibilité ou une résonance considérable dans l'espace public : la dissémination sur différents supports, les re-publications, les citations, commentaires, *détournements ou même les plaisanteries* sur les plateformes des réseaux sociaux sont au cœur des appropriations où peut désormais s'effectuer cette reconfiguration³³ (nous soulignons).

Ces détournements et ces parodies s'inscrivent donc dans une temporalité propre aux réseaux socio-numériques, placés sous le signe de la « re-publication » et de la glose quasi-infinie. En quoi la radio s'inscrit-elle dans ce mouvement ? Nous pensons qu'elle tient un rôle central

³¹ MICHAEL STRANGELOVE, *Post-TV: Piracy, Cord-Cutting, and the Future of Television*, University of Toronto Press, 2015.

³² ERIK NEVEU, BRIGITTE LE GRIGNOU, *Sociologie de la télévision*, La Découverte, coll. « Repères », 2017, p. 3.

³³ JEAN-FRANÇOIS TÉTU, *Le récit médiatique et le temps. Accélération, formes, ruptures*, L'Harmattan, coll. « Communication et civilisation », 2018, p. 164.

dans la production délinéarisée de l'humour sur Internet et sur les réseaux sociaux. D'une part, car elle s'est toujours située dans la reprise en boucle de l'information. Il suffit de penser à *France Info*, qui, depuis sa création en 1987, s'est toujours fait fort de publier un flash d'information régulier (désormais toutes les dix minutes). A cela, il faut ajouter deux caractéristiques fondamentales de la radio : sa volonté d'« ancrer fortement l'émission dans le temps (l'annonce de l'heure exacte en est un instrument puissant)³⁴ » et d'autre part « faire oublier le temps³⁵ » grâce au divertissement³⁶. En ce sens, s'intéresser au discours humoristique sur la politique de *France Inter* pendant la campagne permet de comprendre l'articulation entre la circulation des productions humoristiques web et les rapports qu'elles entretiennent avec la grammaire télévisuelle. L'émission « Si tu écoutes j'annule tout » créée en 2014 (renommée « Par Jupiter » à la rentrée 2017) joue sur ces deux caractéristiques de la radio. « Le journal de *presque* 17h17 », une séquence de l'émission, en est une illustration : elle joue sur l'ancrage temporel caractéristique du média, tout en le réinscrivant dans un co-texte humoristique (« presque » 17h17). L'émission se situe au croisement de « l'ancien » et du « nouveau » monde : elle ne possède pas de compte Twitter officiel : il n'y a qu'un hashtag (mot-dièse) pour réunir les auditeurs-internautes. Ainsi, cette communication numérique basée à la fois sur l'absence et sur la saturation (hashtag, vidéos courtes) donne à voir une volonté de ne pas se conformer aux canons de Twitter. En ne fédérant pas une communauté autour d'un compte Twitter officiel, l'émission refuse de s'inscrire dans la hiérarchie imposée par le réseau social (comptes estampillés officiels / comptes anonymes non certifiés) et s'inscrit pleinement dans une stratégie de délinéarisation. Paradoxalement, la stratégie adoptée par les animateurs de « Si tu écoutes » renvoie à la peoplisation des journalistes³⁷, puisqu'ils font la promotion de l'émission sur Twitter avec leurs comptes personnels (certifiés). Cette personnalisation, typique de l'*infotainment*, fa-

³⁴ JEAN-FRANÇOIS TÊTU, « La radio, ou la maîtrise du temps », *Etudes de communication*, n. 15, 1994, <<https://journals.openedition.org/edc/2684>> (dernier accès : 31.07.2020).

³⁵ *Ibid.*

³⁶ « La radio a été conçue comme un médium de divertissement (c'est bien ce que lui reprochaient ses détracteurs, justement), qui combinait l'information à d'autres genres, musique et théâtre par exemple » (*ibid.*).

³⁷ Dans un mouvement similaire à la peoplisation des politiques, cf. JAMIL DAKHLIA et MARIE LHÉRAULT, « Peopolisation et politique », *Le Temps des médias*, vol. 10, n. 1, 2008, pp. 8-12.

cilite la circulation des mèmes³⁸. Ainsi, Guillaume Meurice reprenant à son compte le « taisez-vous » d'Alain Finlielkraut est devenu un mème en soi. La colère du philosophe sur le plateau de Frédéric Taddei, en 2014, mème-antonomase par excellence, participer à créer un espace où la réaction se fait par images topiques, indifféremment utilisées sur les réseaux sociaux et dans les médias. Le « taisez-vous » d'Alain Finkielkraut est devenue sur les réseaux socionumériques l'antonomase de la colère.

2.2 *Le mème de Jawad*

Plusieurs universitaires ont souligné le fait que bien que s'inspirant de la culture populaire, la fabrique de cet humour n'était pas accessible à tout le monde. En effet, comment des populations sujettes à l'« illectronisme » (l'inhabileté numérique) pourraient s'approprier les codes d'un humour si spécifique et si codé ? Ces reproches sont de deux ordres. Premièrement, Frédéric Kaplan et Nicolas Nova dressent le portrait d'un humour élitiste :

« La maîtrise des systèmes graphiques et linguistiques complexes identifie ainsi des communautés particulières possédant des *formes d'élitisme variables*. A la 'littéracie' de la culture *geek* et *nerds* s'ajoute la maîtrise d'un certain nombre d'outils et logiciels plus ou moins complexes – Photoshop en particulier – qui segmentent à nouveau la population des acteurs entre ceux qui savent les utiliser et les autres³⁹ ».

Deuxièmement, à l'instar de Ryan Milner, on pourrait souligner que le « langage des mèmes », comme il l'appelle, nécessite de connaître les codes, les standards de la culture web : « [...] pour utiliser la langue des mèmes correctement, il faut une certaine connaissance des bases de la subculture⁴⁰ », écrit Limor Shifman dans son ouvrage de référence *Memes in digital culture*.

Cela est en partie vrai dans la mesure où dès lors qu'il s'agit de mèmes visuels (images et vidéos), cela nécessite effectivement des capacités de

³⁸ Par exemple « Voyage en Macronie - Le Moment Meurice », *France Inter*, « Par Jupiter », 03.09.2018, <<https://www.youtube.com/watch?v=PS-X4mCDw-4>> (dernier accès : 31.07.2020).

³⁹ FREDERIC KAPLAN, NICOLAS NOVA (éds.), *La Culture internet des mèmes*, cit., p. 13.

⁴⁰ « According to Ryan Milner, in order to use the memetic language correctly, one needs a certain familiarity with subcultural standards » (RYAN MILNER, *The world made meme: discourse and identity in participatory media*, PhD Dissertation, University of Kansas, 2012, cité in LIMOR SHIFMAN, *Memes in digital culture*, The MIT Press, 2014, p. 173).

montages. Il existe cependant des mèmes uniquement composés de phrases, et qui ne demandent qu'une compréhension du contexte. Parfois, c'est même l'absence de contexte (dans le cas d'une « aphorisation primaire ») qui permet le trait d'humour. On pourrait néanmoins objecter à ces analyses conférant aux mèmes une dimension élitiste qu'il existe des sites où l'on guide l'internaute pas à pas pour confectionner un mème. Ils sont en quelque sorte pré-remplis, il suffit d'y ajouter du texte. C'est par exemple le cas de *Meme Generator*. On pourrait également noter que les mèmes représentent un corpus plus ou moins limité de situations et d'émotions stéréotypiques, qui sont normalement compréhensibles par tous, si l'on se réfère au tableau des émotions universelles d'Ekman. C'est ce que nous allons voir avec le mème dit de « Jawad ». _

Ce mème récent permet de cerner ce qui constitue l'essence d'un mème. Il a fait le tour du monde sur Twitter : il s'agit d'une courte séquence où l'on voit Jawad Bendaoud, accusé d'avoir logé des terroristes en 2015, en marge d'une audience au tribunal. On remarque tout d'abord qu'il s'agit d'une vidéo très courte (sept secondes), ce qui est particulièrement propice à sa reprise dans les espaces socionumériques et dans les médias d'*infotainment*⁴¹. Il s'agit d'un cas typique de panaphorisation, qui est selon Maingueneau une aphorisation qui fait le buzz assez rapidement et qui fait le tour de la planète⁴². Ce sont deux caractéristiques que l'on retrouve dans les mèmes aujourd'hui. Pour appuyer sa théorie, Maingueneau s'appuie sur une petite phrase prononcée par Berlusconi en 2008, et qui est très rapidement reprise et commentée dans de nombreux pays. La séquence télé qu'il évoque ne dure que quinze secondes. A mon sens, on est ici face à un dispositif assez similaire. A la différence qu'ici nous avons uniquement le visage et le corps de Jawad Bendaoud comme éléments de contexte. A travers l'expression '*caption this*' (« légende-ça »), les internautes sont invités à faire preuve de créativité et d'humour quant à l'interprétation de son expression faciale.

On peut y voir un mélange de colère et de mépris, mais le jeu est justement d'interpréter l'émotion, de la faire coïncider avec un énoncé humoristique. Cette séquence permet cela, car elle fait la part belle à l'*hexis* corporelle de l'intéressé. Le fait qu'il n'y ait aucune parole, aucun commentaire en français, a sans doute participé à la circulation de ce mème à l'étranger. Cela a donné lieu à de nombreuses panaphorisations en anglais, langue dont Maingueneau nous dit qu'elle est « la langue par excel-

⁴¹ Par exemple <<https://twitter.com/hiphipjorge80/status/1113248745896935426>> (dernier accès : 31.07.2020).

⁴² DOMINIQUE MAINGUENEAU, *op. cit.*, p. 88.

lence⁴³ » de ces énoncés. Ici, les commentaires sarcastiques ne sont pas tant des critiques de fond sur l'affaire Jawad (puisque la plupart des internautes par-delà le monde ne connaissent pas l'affaire) que des façons d'interpréter et de réinterpréter à quelle émotion fait penser ce même. L'air indéchiffrable permet une diversité d'interprétations de son expression faciale. Le même « Jawad » est intéressant en cela qu'il est un même créé par des internautes. On pourrait retrouver les prémices de ces aphorisations liées à un visage dans les photos de presse accompagnées d'une légende : « A chaque visage est associée *son* aphorisation, placée juste en dessous [...]. Comme l'aphorisation, la photo du visage est le produit d'un détachement, qui élimine tel ou tel élément du contexte (vêtement, lieu, moment...). Ces deux détachements – celui de l'aphorisation et celui du visage – se renforcent l'un l'autre [...] », écrit Maingueneau⁴⁴. Ici, on voit que le même processus est à l'œuvre pour le même de Jawad : la légende et le visage constituent les deux éléments fondamentaux du détournement.

3. *Circulation des mèmes dans les médias*

Dans les espaces socionumériques, le même est donc avant tout une expression du visage qui ne laisse aucun doute sur l'émotion transmise par les personnages, sauf en cas de jeu sur ladite expression. Avec ce même, nous étions face à une séquence qui a certes été captée par des caméras de télévision, mais isolée par un utilisateur de Twitter. Nous allons désormais, dans une dernière partie, aborder le cas inverse.

3.1 *La campagne présidentielle de 2017 et la radio filmée*

La campagne présidentielle de 2017 coïncide avec le lancement de la chaîne d'information en continu *France Info*, qui fusionne progressivement avec la station de radio éponyme. Peu révolutionnaire dans sa forme, la chaîne réemprunte les codes des chaînes d'information concurrentes (matinales portées par des animateurs connus, hiérarchie de l'information dictée par le *breaking news*, etc.). Avec l'émergence de *Brut*, les formats des émissions sont pensés dans l'optique d'alimenter les réseaux sociaux. C'est ce que confirme Bruce Toussaint, présentateur de la matinale de *France Info* (à partir de septembre 2017) : « Sur *France Info* on a deux heures d'information [sur la matinale], chaque séquence peut être

⁴³ *Ibid.*, p. 90.

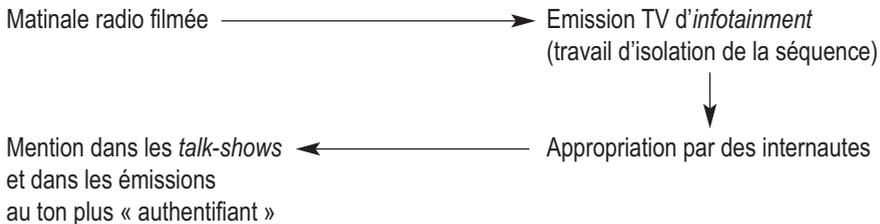
⁴⁴ *Ibid.*, p. 40.

découpée en 30 - 40 secondes et être diffusée immédiatement sur les réseaux [sociaux]⁴⁵ ». Ainsi, l'information est nativement conçue pour être reprise sur les réseaux sociaux. Le fait que les radios soient majoritairement filmées participe de cette perméabilité entre télévision, réseaux sociaux et mèmisation des contenus. Le format vidéo permet aux radios de voir leurs séquences reprises dans les journaux télévisés, dans les émissions d'*infotainment*, et surtout sur Facebook et Twitter.

Avant la création, *France Inter* a été pionnière en la matière. Dans une interview aux *Inrockuptibles*, Laurence Bloch déclare :

Quand je suis arrivée à Inter en 2010, j'ai souhaité que l'on filme la radio. Cela ne s'est pas fait sans heurts, certains mettaient des sacs plastiques sur les caméras. Aujourd'hui, la révolution culturelle est acquise : les gens ont compris que le numérique était au service de la radio, et non l'inverse. [...] On n'a rien à perdre à travailler sur certains projets en coréflexion et en coproduction avec l'image⁴⁶.

Ainsi, la radio filmée procède bel et bien d'une volonté d'accorder l'énonciation radio à l'énonciation du web. Le déploiement de cette stratégie, adoptée par les autres radios nationales (*Europe 1* et *RTL* notamment) n'est sans doute pas étranger à la démultiplication des mêmes lors de la campagne présidentielle. En témoigne d'ailleurs l'image du « Mélenchon surpris » issue de la matinale d'*Europe 1*. Nous proposons ainsi ce schéma, illustrant la circulation d'une séquence humoristique à la télévision et sur Internet.



Circulation du mème de « Mélenchon surpris »

⁴⁵ « L'Instant M », *France Inter*, présenté par Sonia Devillers, 20.11.2017, <https://www.youtube.com/watch?v=J_QTLFXpDbY> (dernier accès : 31.07.2020).

⁴⁶ DAVID DOUCET et PIERRE SIANKOWSKI, « La révolution culturelle est acquise » (entretien avec Laurence Bloch), *Les Inrockuptibles*, n. 1167, 11-17 avril 2018, pp. 44-47. Extrait inédit issu des rushes de l'interview.

A chaque étape, le mème est réactivé et modifié par des communautés aux savoirs et aux techniques qui diffèrent. Comme le rappelle François Jost, « la force des réseaux sociaux est qu'ils rétroagissent sur tous les médias⁴⁷ ». L'isolation de séquences courtes humoristiques est une spécialité de « Quotidien » et du « Petit Journal » de *Canal Plus* (de 2004 à 2016). Dans les séquences iconiques du « Petit Journal », on note que la plupart sont devenues des mèmes-antonomases, c'est-à-dire qu'ils ont acquis une certaine pérennité. L'émission décide en effet, lors de sa dernière saison avec Yann Barthès (en 2016), de regrouper ces séquences sous le mot-dièse #LPJClassics, sous forme de vidéos courtes ou de gif⁴⁸. On y retrouve notamment Manuel Valls dans la matinale de *France Inter*, « Snoop Doggy Dog, qu'est-ce qu'on attend ? », ou encore « Jacques Chirac se fait gauler par Bernadette⁴⁹ » (2009). Dans « Quotidien » (de 2016 à aujourd'hui), le lancement de la rubrique de décryptage des matinales radio est illustré par une galerie de micro-séquences, que l'on pourrait qualifier de gifs ou de mèmes, ce qui parachève la propension de l'émission satirique à convoquer un imaginaire issu du folklore numérique. Comme le rappelle François Jost : « 93% des vidéos téléchargées sur la Toile sont des produits télévisuels, en sorte que les producteurs de télévision sont obligés de penser leurs programmes en fonction de leur vision délinéarisée⁵⁰ ».

3.2 « Mélenchon surpris », un exemple de mème viral hybride

L'émission « Quotidien » (TMC) a grandement participé, on l'a vu plus haut, à la diffusion des mèmes vers le grand public. Lors de la séquence dite du « Mélenchon surpris », lors de la campagne présidentielle de 2017, Yann Barthès tente de donner une définition du mème humoristique à Benoît Hamon, lui aussi candidat (PS) à la présidentielle : « une image très courte que vous collez à une autre image pour lui donner une

⁴⁷ FRANÇOIS JOST, cit., p. 13.

⁴⁸ On pourra en retrouver dix d'entre eux sur le site de *France Info*. Anna Pereira, « Dix vidéos cultes qui ont marqué l'histoire du "Petit Journal" de Canal+ », *France Info*, 23.06.2016, <https://www.francetvinfo.fr/economie/medias/dix-videos-cultes-qui-ont-marque-l-histoire-du-petit-journal-de-canal_1513475.html> (dernier accès : 31.07.2020).

⁴⁹ Voir notamment la série de tweets consacrés à cette rétrospective des meilleures séquences, compilés sous le hashtag #LPJClassics, URL : <<https://twitter.com/LPJofficiel/status/744964862254559232>> (dernier accès : 31.07.2020)

⁵⁰ FRANÇOIS JOST, *op. cit.*, p. 13.

émotion⁵¹ ». Le même acquiert ici une dimension méta-mémétique : Yann Barthès utilise la séquence de Jean-Luc Mélenchon sur *Europe 1* pour avoir une réaction (drolatique) de Benoît Hamon, qui à son tour pourra servir de séquence virale. Il s'agit également, dans une moindre mesure, d'une technique particulièrement prisée par Laurent Ruquier et Catherine Barma dans « On n'est pas couché ». La séquence politique est dès lors envisagée de manière virale et humoristique par les médias. *L'infotainment* se nourrit ainsi de séquences déjà estampillées *infotainment*, ou de séquences à caractère humoristique captées lors d'émission au ton plus informel. Le même politique, lorsqu'il est repris à la télévision, se situe à l'interface des genres télévisuels définis par Jost. Si l'on se réfère à la typologie établie par le sociologue des médias, on constate qu'il n'y a pas de spécificité énonciative dans le matériau de base des mêmes : ils peuvent être extraits de n'importe quelle émission. En revanche, on peut constater que les émissions tenant un discours sur le même se situent dans l'axe ludique-authentifant (la jonction des deux modes étant justement le talk-show). La surprise sur le visage de Jean-Luc Mélenchon devient une « figure archétypale⁵² » réemployable dans divers régimes discursifs, et permet à n'importe quel internaute de se le réapproprier.

Le même politique peut donc provenir :

– des médias lors de séquences sérieuses (mode authentifiant), c'est-à-dire les « émissions tenant des assertions sérieuses et littérales sur le monde [...] »⁵³.

– des médias lors de séquences ludiques : « [...] où la réalité n'est pas tout à fait prise pour ce qu'elle est et où se constitue un monde qui obéit à ses propres règles⁵⁴ ».

– des politiques eux-mêmes ou de leurs équipes.

⁵¹ « Jean-Luc Mélenchon est un même [*sic*] », « Quotidien », *TMC*, <<https://www.tf1.fr/tmc/quotidien-avec-yann-barthes/videos/jean-luc-melenchon-un-meme.html>> (dernier accès : 01.09.2019). A noter qu'il s'agit de la troisième caractéristique du même selon Bauckhage (2011), cité par Renaud (2016).

⁵² Selon l'expression d'Arnaud Mercier, qui caractérise ce même de Jean-Luc Mélenchon comme étant le reflet « de la figure archétypale du regard dubitatif et surpris » (PHILIPPE J. MAAREK et ARNAUD MERCIER (éds.), 2017 *La présidentielle chamboule-tout - La communication politique au prisme du "dégagisme"*, L'Harmattan, 2018, p. 202). Il souligne l'idée selon laquelle la « décontextualisation du personnage politique » peut « venir illustrer un propos domestique, qui n'a rien à voir avec l'élection de Mélenchon, ou même la politique » (p. 202).

⁵³ FRANÇOIS JOST, « Quel paradigme pour interpréter les genres télévisuels ? », *Intexto*, UFRGS, n. 34, sept.-déc. 2015, p. 36.

⁵⁴ *Ibid.*

– d'internautes faisant partie du cercle des auditeurs types des émissions politiques, auxquelles s'ajoutent, dans le temps spécifique de la campagne, des personnes ordinairement moins intéressées par la politique.

Si l'on s'appuie sur le fait qu'« en tant qu'agents sociaux, les responsables politiques sont amenés à endosser une multitude de rôles selon les situations dans lesquelles ils se trouvent⁵⁵ », alors il semble logique que l'apparente (effective ou feinte) perte de contrôle d'un candidat (qu'il soit surpris comme Jean-Luc Mélenchon, ou qu'il hurle « c'est notre projet » pour Emmanuel Macron), suscite de nombreux détournements et parodies. Il s'agit pour les parodistes anonymes du web de renvoyer le candidat à la sortie involontaire de son personnage⁵⁶, et de répondre par une forme de jeu sur les rôles et les émotions politiques. Les déclinaisons (mêmes) suscitées par cette séquence sont autant de critiques de l'*ethos* masculin hégémonique des hommes présidentiables.

Pour Christian Le Bart, « nos dirigeants possèdent un pouvoir de prescription émotionnelle par lequel ils peuvent signifier aux citoyens ce qu'il convient de ressentir en telle ou telle situation⁵⁷ ». Ce « pouvoir de prescrire des émotions légitimes » n'est désormais plus l'apanage des seuls hommes politiques et de leurs communicants. Les médias traditionnels et les médias d'informations virales du Net font de cette prescription émotionnelle un contre-pouvoir : en transformant l'*ethos* exhortatif d'Emmanuel Macron en un *ethos* guerrier. La prescription émotionnelle, jadis dévolue aux gouvernants, est ici réappropriée par les internautes.

4. Conclusion

Le même n'est donc pas un smiley amélioré. Le même-antonomase permet aux journalistes de faire montre d'une émotion (d'une réaction) sans pour autant en endosser la responsabilité, le message. De même que sur Internet, le même décharge en quelque sorte l'auteur de sa res-

⁵⁵ MARION BALLETT, *Peur, espoir, indignation, compassion. L'appel aux émotions dans les campagnes présidentielles (1981-2007)*, Dalloz, 2012, p. 375.

⁵⁶ Sortie d'autant plus dommageable que « [...] la campagne présidentielle constitue un cadre propice à la réanimation du rôle dans la mesure où les candidats ont clairement conscience d'être regardés et jugés » (BALLETT, *ibid.*, pp. 375-376).

⁵⁷ CHRISTIAN LE BART, « Gouverner, c'est pleurer ? », *AOC (Analyse Opinion Critique)*, 04.09.2018, <<https://aoc.media/analyse/2018/09/04/gouverner-cest-pleurer/>> (dernier accès : 31.07.2020).

ponsabilité, il permet de passer par une image pour montrer ses émotions. Il permet également de montrer une non-maîtrise du corps, une émotion exacerbée, mais médiée par une image (et donc ce n'est pas vraiment soi, on pioche dans un thésaurus d'émotions-réactions prédéfini). L'hybridation entre la culture web et l'*infotainment* (qu'il soit télévisé ou radio filmée) passe donc par le partage de pratiques culturelles, qui tendent à s'harmoniser autour de mêmes codes visuels.

Les mêmes constituent un ensemble de *topoi* permettant de créer des montages citationnels à la télévision ou sur Internet. Ces citations froides et décontextualisées sont mises en mouvement par les interactions socio-numériques, et réinvesties dans le champ journalistico-humoristique, créant ainsi une sorte d'humour hétéroclite, mais rassemblé autour de quelques points communs, notamment par leur aspect formel d'aphorisations-émotions.

PARTIE 3

ÉMOTIONS ET MÉDIATIONS CULTURELLES

*Émotions à tout prix, émotions à nul prix ?
Textes expographiques au prisme des émotions*

Mariagrazia Margarito¹

ABSTRACT

Longs ou brefs, destinés au public d'une exposition les textes expographiques s'affichent aux côtés des œuvres, des objets exposés, quelle que soit la typologie d'exposition ou de musée (beaux-arts, de photographies, de sciences, eco-musées...) en une sorte d'accompagnement et de médiation, utilisant des supports multiples: panneaux, textes thermocollés aux parois, bornes interactives, etc. Ils ne font pas partie de la signalétique, et nous les considérons un objet social de par leur destination, leur rôle et leur évolution.

Depuis des années, la notion de plaisir est au cœur des organisateurs des expositions, aussi bien que des attentes des visiteurs. Avec le support de nombreux exemples et dans une optique linguistique et d'analyse du discours nous comptons analyser comment sont structurés les textes expographiques, les émotions explicitées ou la visée pathémique, et autres stratégies discursives.

Wall texts may be long-winded or concise, but they are aimed at visitors to exhibitions and are placed alongside the works and objects on display, regardless of the type of exhibition or museum (fine arts, photography, sciences, eco-museums...) as a sort of didactic and mediatory accompaniment. They are found in the form of cards, characters applied directly onto the walls, interactive totems, and so on. They are not part of the "signposting", and we consider them to be a social object in their aim, their role and their evolution. For years, the notion of "visitor enjoyment" has been one of the aims of exhibition curators, as well as one of the expectations among visitors. Through numerous examples and from a linguistic perspective of "analyse du discours", we intend to examine how wall texts are structured, the explicit or suggested emotions and other discursive strategies.

¹ Université de Turin.

1. Introduction

Les textes expographiques sont ces textes mis à la disposition des visiteurs d'un musée, d'une exposition (la signalétique et les catalogues n'en font pas partie), placés sur différents supports: panneaux, plaquettes, fiches cartonnées, thermocollés aux parois, écrits de lumière, bornes informatiques interactives... Nous analysons les textes expographiques en tant qu'écrits langagiers, énoncés qui s'inscrivent dans un discours plus vaste, englobant toute une exposition, tout un musée². Dans les salles et lieux où ils se trouvent (parfois même en plein air) ils accompagnent les œuvres et objets exposés (les expôts) en affichant, dans le cadre du même événement muséal, un protocole commun de structures discursives, sans suivi séquentiel entre eux (pas de fonction de relais³ d'un texte à l'autre).

Depuis quelques années les textes expographiques sont un des sujets majeurs de nos recherches et à partir d'un vaste corpus de centaines de ces textes nous allons constituer un corpus plus restreint (années 2013-2019; voir listage en note)⁴, sélectionné pour l'émergence, dans l'écriture,

² Nous ne tenons donc pas compte ici des cartels, des étiquettes ne donnant que les références minimales: auteur, ou nom de l'objet exposé, titre de l'œuvre, dates, site archéologique de découverte... Ces messages minimalistes font surtout fonction d'inventaire (Cf. MARIE-SYLVIE POLI, *Le texte au musée: une approche sémiotique*, Paris, L'Harmattan, 2002, p. 57 *sqq.*).

³ De barthésienne mémoire.

⁴ Nous suivons l'ordre chronologique:

Exposition *Edgar Degas*, Torino, Promotrice Belle Arti, 18 octobre 2012 - 13 janvier 2013

Exposition *La mécanique des dessins. Une histoire indiscrète de la silhouette*, Paris, Musée des Arts Décoratifs, 5 juillet - 24 novembre 2013

Exposition dans les Grandes Serres du Jardin des Plantes, Paris 2014

Exposition *Caravaggio e il suo tempo*, Castello di Miradolo, 21 novembre 2015 - 10 avril 2016

Exposition *Sotto ogni passo: figure, sagome e tombini*, Roma, Palazzo Pamphili, 8 - 29 avril 2016

Exposition *La science frugale*, Paris, Espace des Sciences Pierre-Gilles de Gennes de l'ESPCI Paris (École supérieure de physique et de chimie industrielles de la ville de Paris), novembre 2016 - juin 2017

Exposition *Edward Burtynsky. L'homme et la terra*, Aoste, Centre Saint-Bénin, 29 avril - 1^{er} novembre 2017

Exposition *Paysages français. Une aventure photographique, 1984-2017*, Paris, Bibliothèque Nationale de France, 24 octobre 2017 - 4 février 2018

Exposition *Steve McCurry Mountain Men*, Aoste, Fort de Bard, 28 mai - 26 novembre 2017

Exposition *I macchiaioli*, Torino, Galleria d'Arte Moderna, 26 octobre 2018 - 24 mars 2019

Exposition *Antoon Van Dyck*, Torino, Galleria Sabauda, 16 novembre 2018 - 17 mars 2019

Bourse des talents 2018, Paris, Bibliothèque Nationale de France, 14 décembre 2018 - 3 mars 2019

Exposition *Vilhelm Hammershøi*, Paris, Musée Jacquemart-André, 14 mars - 22 juillet 2019

Exposition *Manuscrits de l'extrême. Prison Passion Péril Possession*, Paris, Bibliothèque Natio-

de données affichant, ou visant les émotions.

De par sa destination, la consultation publique qu'il encourage, son rôle d'"éducation non formelle"⁵, son évolution à travers le temps et les traditions des pays qui exposent, le texte expographique est un objet social à part entière, riche en stratégies discursives, pourvoyeur de la médiation culturelle de l'institution muséale qui le rédige: l'expôt est "énoncé", il existe donc⁶ dans et par la matérialité de la langue.

Cet objet social scriptovisuel montre sa nature hybride par la multiplicité de ses fonctions et par son étalement discursif à l'articulation variée. Dans les textes expographiques des expositions de beaux-arts, par exemple, nous trouvons facilement des séquences narratives (anecdotes, témoignages de critiques d'art, d'amis des artistes exposés, des artistes eux-mêmes), narrativité très prisée par le public⁷. Dans les séquences narratives l'hypothèse de glaner des émotions sera gagnante.

Les expositions de sciences, de société et thématiques privilégient par contre les discours didactiques, la vulgarisation de données scientifiques, et si une échappée sociologique surgit et aboutit, de façon inattendue, à la narrativité, celle-ci sera d'autant plus remarquée.

L'hybridité des textes expographiques qui constituent notre "corpus sélectionné", leur hétérogénéité (de sources: expositions de beaux-arts, scientifiques, thématiques, de langues: nous donnons la traduction de ceux qui ne sont pas en français) nous ont demandé différentes approches: notre focus d'observation et de méthodologie se situe dans le domaine des disciplines linguistiques et de l'analyse du discours, en privilégiant, au besoin, les entrées lexicales et les segments phrastiques, mais avec des ouvertures sur la littérature scientifique en muséologie.

Au-delà de l'ostension qui les sublime, objets et œuvres trouvent de nouvelles contextualisations dans les scénographies mises en place par l'institution muséale et l'écrit participe intimement du rapport visiteur-projet de l'exposition, ne serait-ce, *in primis*, que par l'activité de

nale de France, 9 avril - 7 juillet 2019.

⁵ JEAN DAVALLON, *Le don du patrimoine : une approche communicationnelle de la patrimonialisation*, Paris, Hermès, 2006.

⁶ Cf. MARIAGRAZIA MARGARITO, «"Je suis dans le discours, donc j'existe..."». L'objet d'art dans les textes d'accompagnement d'une exposition», in JEAN-PAUL DUFIET (éd.), *L'objet d'art et de culture à la lumière de ses médiations*, Trento, Università di Trento, 2014, pp. 29-41.

⁷ MARIAGRAZIA MARGARITO, "Narrer pour informer. Digressions sur les textes expographiques", in RENÉ CORONA (dir.), *"Dove catturare l'anima". Cabier d'amitié. Scritti in onore di Maria Gabriella Adamo*, Roma, Aracne Editrice, 2016, pp. 271-280.

lecture⁸ qu'il stimule: «les études menées auprès des publics révèlent que la relation que chacun instaure avec le texte en dit long sur les représentations que le visiteur a de lui-même, de lui en tant que sujet social dans ses relations aux musées et à la culture»⁹.

Le public est friand de ces écrits, et la petite foule de visiteurs-lecteurs se pressant devant les panneaux d'entrée en témoigne: une exposition dépourvue de ces textes serait déroutante (telle l'exposition *Sotto ogni passo: figure, sagome e tombini*¹⁰, Roma, Palazzo Pamphili, 8 - 29 avril 2016).

La question de l'écrit s'est posée depuis des années en muséologie, notamment avec l'avancée de nouveaux supports: audioguides, sites internet, réseaux sociaux, flyers... Indéniablement toutefois l'écrit en langue naturelle, traductions comprises, est là, oralisé (audioguides, ressources mp3) ou pas. Les recherches dans ce domaine «ont établi une série de faits peu discutables et qui confirment tous que l'écrit inséré dans le média exposition est essentiel et sans aucun doute irremplaçable»¹¹.

Nous reportant au thème de ce colloque, à savoir les émotions, recherchées, évoquées, étalées, exaspérées dans tout domaine de notre société, nous rappelons que d'après les statuts de l'ICOM (International Council of Museum) la délectation est un des buts des musées:

« Le musée est une institution permanente, sans but lucratif, au service de la société et son développement, ouverte au public et qui fait des recherches concernant les témoins matériels de l'homme et de son environnement, acquiert ceux-là, les conserve, les communique et notamment les expose à des fins d'études, d'éducation et de délectation »¹².

Cette délectation est alors le plaisir du public, des visiteurs qui déambulent dans l'espace d'une exposition ou d'un musée et qui sont immer-

⁸ Ou d'écoute, dans les casques des audioguides par exemple. Mais il s'agit de textes lus, d'abord écrits.

⁹ MARIE-SYLVIE POLI, «Le texte dans l'exposition, un dispositif de tension permanente entre contrainte et créativité», *La lettre de l'OCIM*, n.132, 2010, p. 12.

¹⁰ «Sous nos pas: images, silhouettes, plaques d'égout». Toutes les traductions sont à nos soins.

¹¹ DANIEL JACOBI, «L'exposition temporaire et le développement de la recherche dans les musées», in JOËLLE LE MAREC, ÉWA MACZEK, SERGE LOCHOT (dir.), «Musées et recherche. Cultiver les alliances», *Les dossiers de l'OCIM*, Dijon, Office de Coopération et d'Information Muséales, 2012, p. 39.

¹² Art. 3, I.

gés dans un dispositif complexe, plurisensoriel, un média aux multiples facettes. Lors de la visite, sensations et émotions peuvent devancer même la valeur objective des œuvres exposées: le partage idéal du savoir¹³ serait en effet qu'il s'accompagne d'émotions. Pour celles-ci, nous nous appuyons sur la définition qui génériquement «les considère comme des “catégories-syndromes” multidimensionnelles et subjectives avec des représentations internes évaluées comme positives ou négatives et identifiables par introspection et/ou par la perception de signaux physiques»¹⁴.

Sur le plan du rendu émotionnel le plus immédiat, bien en amont la plupart des fois des fiches d'évaluation distribuées à la sortie d'une exposition, le livre d'or témoigne des enthousiasmes, ou des déceptions du public:

« Que dire quand c'est l'émotion et les sens qui s'expriment??? Merci pour cette beauté et la profondeur qu'elle inspire entre dévotion et guerre! Nicole » (Exposition *Steve McCurry Mountain Men*, Aoste, Fort de Bard, 28 mai - 26 novembre 2017).

« C'était ennuyeux, mais les photos étaient belles Emma 1 »¹⁵. (*ibid.*)

«Vraiment une exposition où chaque tableau représente le sentiment éprouvé par l'artiste dans l'œuvre vue par le visiteur. À revoir [signature illisible]»¹⁶ (Exposition *I macchiaioli*, Torino, Galleria d'Arte Moderna, 26 octobre 2018 - 24 mars 2019).

« Je suis à la fois extrêmement bouleversée par cette exposition exceptionnelle mais aussi étonnée du peu de place faite à la parole des femmes, à l'expression de leur souffrance dans les situations extrêmes qu'elles vivent ou ont vécues [signature illisible] » (Exposition *Manuscripts de l'extrême. Prison Passion Péril Possession*, Paris, Bibliothèque Nationale de France, 9 avril – 7 juillet 2019).

¹³ JACQUELINE EIDELMAN, JEAN-PIERRE CORDIER, MURIEL LETRAIT, *Catégories muséales et identités des visiteurs*, in OLIVIER DONNAT (dir.), *Regards croisés sur les pratiques culturelles*, Paris, La Documentation française, 2003, p. 201: «l'expérience de visite n'est pas qu'ascèse et réflexivité; elle est également plaisir du partage». pp. 189-205.

¹⁴ JULIEN BIEGE, BETTINA FETZER, ANNIKA STRAUBE, VAHRAM ATAYAN, «Dictionnaires, collocations, argumentation: regards croisés sur les émotions», *Studii de linguistica* 9, n. 1, 2019, p. 34. Les auteurs citent la définition de MONIKA SCHWARZ-FRIESEL, *Sprache und Emotion*, Tübingen, Francke, 2013.

¹⁵ «È stato noioso ma le foto erano belle! Emma 1».

¹⁶ «Veramente una mostra dove ogni quadro rappresenta il sentimento provato dall'artista nell'opera vista dal visitatore».

À l'égard de l'écrit dans une exposition, et des savoirs qu'il distribue, l'attitude de confiance et de respect de la part du public est sans conteste: les études sur les évaluations des visites montrent que le visiteur, souvent intimidé, convaincu de ne pas avoir la culture suffisante pour saisir la complexité de l'événement auquel il participe a du mal à imaginer qu'un texte est *mal écrit*: l'autorité de l'institution et le projet muséographique qu'elle a promu sont difficilement remis en question. Par l'écrit le musée montre donc dans quelle considération il tient ses publics et celle qu'on appelle génériquement la qualité des textes est un levier puissant pour le plaisir et le partage des savoirs.

Brefs ou «bavards» les textes expographiques sont composites dans leur agencement discursif: les panneaux d'entrée affichent des données encyclopédiques (vie de l'artiste, panorama historico-social de l'époque, repères géographiques); les expositions de sciences misent surtout sur les définitions d'outils, d'éléments et de notions («La science frugale est un état d'esprit. Celui de ne pas voir les ressources disponibles comme une contrainte mais comme une opportunité»¹⁷) suivant un souci pédagogique constant, mais on repère çà et là les routines d'un rituel institutionnel: hommage aux musées ou aux particuliers qui ont prêté collections et expôts («Cette exposition se propose de suivre les étapes d'une carrière étonnamment féconde [...] retracée au travers des remarquables collections du Musée d'Orsay de Paris, les plus riches au monde en œuvres de Degas»¹⁸), rappel d'affinités artistiques, politiques, sociales, d'écoles, clin d'œil aux pays qui exposent («[Degas] admire et médite la leçon des grands maîtres du passé, plus particulièrement les peintres italiens du début de la Renaissance»¹⁹).

2. *Médiateurs d'émotions*

La revue *Beaux Arts* a consacré un numéro spécial (août 2019) aux émotions: «Comment les artistes traduisent nos émotions!». À travers les époques et les artistes l'objectif de cette traduction-représentation a connu différentes méthodologies et différentes philosophies à la re-

¹⁷ Exposition *La science frugale*, Paris, Espace des Sciences Pierre-Gilles de Gennes de l'ESPCI Paris (École supérieure de physique et de chimie industrielles de la ville de Paris), novembre 2016 - juin 2017.

¹⁸ Exposition *Edgar Degas*, Torino, Promotrice Belle Arti, 18 octobre 2012 – 13 janvier 2013.

¹⁹ *Ibid.*

cherche du rendu, dans l'art, des mouvements de l'âme humaine, des passions et affects. Réalisées sur la surface picturale, sur la matière à sculpter les lignes des corps et des visages révèlent des émotions et cherchent en même temps à émouvoir ceux qui les regardent.

Pour Léonard de Vinci, par exemple, son observation infinie de la nature l'a amené à nous laisser la remarque suivante: «Les lignes qui séparent les joues des lèvres et celles qui creusent les narines et cernent l'œil indiquent si l'homme est gai et rit souvent»²⁰.

Cette citation nous invite à avancer une comparaison: comme les lignes du visage, les rides, les ombres et lumières révèlent les émotions – que nous prenons au sens le plus large du terme, en mêlant, si besoin est, leurs confins avec ceux des sentiments –, de même, dans le cadre de l'analyse du discours, nous allons rechercher sur la surface discursive des textes expographiques la saillance, par des données lexicales ou phrasiques, des émotions nommées, de la visée pathémique²¹, voire d'autres stratégies annexes. D'autant plus que «le langage ne fait pas que représenter une expérience émotionnelle qui tiendrait ses principes de structuration d'ailleurs, mais il est constitutif de l'expérience émotionnelle; il construit l'émotion autant qu'il la dénote»²².

Les parties énonciatives à vocation narrative, comme nous l'avons avancé, sont des plages textuelles privilégiées pour notre quête des émotions. Ces dernières connaissent différentes voies pour se manifester: il serait ardu, voire injuste d'en établir une catégorisation, quoique flexible, mais certaines récurrences poussent à proposer au moins des tendances. Nous présentons des exemples pour marquer ces tendances.

À peine énoncée, l'émotion peut être chargée d'une symbolique traditionnelle bien assise, peu surprenante pour le visiteur-lecteur:

« Ce portrait, dont la datation, d'après le style, se situerait vers la moitié des années trente, pourrait avoir été peint à l'occasion du premier mariage de Lord Belasyse en 1636. Dans ce contexte, *le geste de la main droite qui s'appuie sur le cœur pourrait indiquer un sentiment d'amour* » (c'est nous

²⁰ Cité par STÉPHANE GUÉGAN, «Les expressions humaines sous le scalpel des artistes», *Beaux Arts*, n. 422, août 2019, p. 44.

²¹ PATRICK CHARAUDEAU, *Les médias et l'information: l'impossible transparence du discours*, Bruxelles, De Boeck, 2005, p. 53: la visée pathémique «consiste à vouloir “faire ressentir”, c'est-à-dire vouloir provoquer chez l'autre un état émotionnel agréable ou désagréable».

²² CHRISTIAN PLANTIN, «L'émotion communiquée», in NICOLE TERSIS, PASCAL BOYELDIEU (éds), *Le langage de l'émotion. Variations linguistiques et culturelles*, Leuven, Peters, 2017, p. 28.

qui soulignons)²³.

Exposition *Antoon Van Dyck*, Torino, Galleria Sabauda, 16 novembre 2018 - 17 mars 2019.

Ou bien l'émotion peut surgir là où il y a bouleversement des stéréotypes et on culbute la doxa. Voici ce qu'on lit dans un texte placé à côté de *Cléopâtre* d'Artemisia Gentileschi (1593-1652), dans les salles d'une exposition très soignée quant au choix des tableaux et à la rédaction des textes²⁴:

« Cette *Cléopâtre* peinte par Artemisia Gentileschi est un paradigme de réalisme, un véritable engouement pour le Caravage. Son corps nu est lascif, physiquement, insolemment lourd (...). Son réalisme est absolu, imminent – nous explique Vittorio Sgarbi – sans aucune concession lyrique ou intimiste (...) *De cette Cléopâtre nous percevons les odeurs, la sueur, la mauvaise odeur. Il est difficile de concevoir des volumes aussi excessifs que ceux du bras et du ventre d'une Cléopâtre si peu royale (...). Artemisia peint son manifeste, peut-être avec l'intention d'une transposition autobiographique, non pas d'indépendance psychologique de la femme, mais de liberté du corps, liberté de perdre l'harmonie aussi. Ensuite: la tête pense, souffre. La mort s'approche, les sens se relâchent, la conscience s'affaiblit. (...) Aucune incertitude, aucune hésitation dans le geste de cette Cléopâtre qui a pris son parti, sans alanguissement, voire courageuse, nullement féminine* » (c'est nous qui soulignons)²⁵.

Exposition *Caravaggio e il suo tempo*, Castello di Miradolo, 21 novembre

²³ «Databile alla metà degli anni trenta per via stilistica, il ritratto potrebbe essere stato eseguito in occasione del primo matrimonio contratto da Lord Belasyle nel marzo 1636. In questo contesto, il gesto della mano destra che si appoggia sul cuore può indicare un sentimento d'amore».

²⁴ Textes tous signés, ce qui est d'autant plus appréciable que la grande majorité des textes expographiques ne donne pas de nom d'auteur.

²⁵ «Questa *Cleopatra* dipinta da Artemisia Gentileschi è un paradigma di realismo, un vero e proprio innamoramento per Caravaggio. Il suo corpo ignudo è lascivo, di insolente pesantezza fisica (...). Il suo realismo è assoluto, imminente – spiega Vittorio Sgarbi – senza nessuna concessione lirica o intimistica (...) Di questa *Cleopatra* sentiamo gli odori, il sudore, la puzza. Difficile concepire volumi così eccedenti come quelli del braccio e della pancia di una *Cleopatra* mai meno regale (...). Artemisia dipinge il suo manifesto, forse con l'intento di una trasposizione autobiografica, non di indipendenza psicologica della donna, ma di libertà del corpo, libertà anche di perdere l'armonia. Poi: la testa pensa, soffre. La morte si avvicina, I sensi si abbandonano, la coscienza si attenua. (...) Non c'è incertezza, non c'è esitazione nel gesto di questa *Cleopatra* determinata, senza languori e anzi coraggiosa, per nulla femminile».

2015 - 10 avril 2016.

La visée pathémique est ici puissante, renforcée par la citation d'un critique d'art: les visiteurs sont pris dans l'emportement de cette prose. Les émotions, telles qu'elles nous sont communiquées, se greffent sur une interprétation innovante. Nous avons l'effet rhétorique d'un renversement des stéréotypes, à savoir Cléopâtre séduisante parce que très belle *vs* Cléopâtre dans la solitude de sa chair s'acheminant vers la mort, au-delà de toute convention de représentation. L'émotion ressentie par le public est redevable à l'habileté perlocutoire du texte.

Les expositions de sciences ne sont pas en reste pour ce qui concerne les émotions et nous réservent parfois d'agréables surprises. Elles aussi nous confirment la nature hybride des textes expographiques, dont les fonctions vont bien au-delà de la promotion et de l'information:

« Dans un monde actuel dominé par les plantes à fleurs, les formes anciennes des plantes sont discrètes mais persistent depuis des dizaines, ou pour certaines des centaines de millions d'années. [...] les préserver aujourd'hui est un enjeu considérable, car ces formes représentent les derniers témoins de mondes révolus auxquels nous n'avons d'autre accès qu'à travers les fossiles.

Dans le Jardin des Plantes [...] on peut aussi rencontrer des fougères osmondes dans le jardin alpin, ou même découvrir des hépatiques accrochées au rebord ombragé d'un rocher ou d'un pan de mur humide...

Il suffit d'être attentif et conscient de la longue histoire de ces plantes délicates, résultat d'une évolution qui s'est entièrement déroulée bien avant que les "pré-humains" se soient redressés sur leurs deux pattes arrière ». (Paris, panneau dans les Grandes Serres du Jardin des Plantes, 2014).

Le flux narratif qui comporte au niveau lexical des évaluatifs («enjeu considérable... derniers témoins... mondes révolus... longue histoire... plantes délicates»), la présence d'un discours procédural et éthique («Il suffit d'être attentif et conscient») concourent à capter l'empathie du visiteur-lecteur. La visée pathémique est ici exemplaire et les émotions (jamais nommées) surgissent suite au constat que nous nous trouvons dans un présent fragile où déferlent un passé hors d'atteinte numérique («des centaines de millions d'années»), la citation d'événements auxquels même nos ancêtres de la préhistoire les plus éloignés n'avaient pas assisté, un futur inquiétant puisque certaines formes végétales, « derniers té-

moins», disparaîtront à jamais.

Pareillement, les notations sociologiques peuvent révéler des états émotifs²⁶ qui interpellent l'empathie des visiteurs-lecteurs:

« Les grands ensembles.

Au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, les grands ensembles de Sarcelles à Vaulx-en-Velin, représentent pour des milliers de familles une promesse de modernité, de confort et symbolisent l'avenir brillant de la France. Pourtant, dès les années 1970, ces habitats cristallisent des débats sur une politique territoriale inégalitaire et deviennent les marqueurs d'une fracture sociale et spatiale profonde.

Souvent stigmatisées, les banlieues peuvent toutefois se révéler, par leur marginalité même, des espaces de liberté et des laboratoires de nouvelles politiques urbaines et sociales.

Entre utopie et désillusion, entre destruction et patrimonialisation, les banlieues s'affirment comme des "territoires des possibles" construits sur un dialogue entre le passé, le présent et le futur, comme en témoignent des photographies où se mêlent l'usage de l'archive, le métissage des styles et d'éventuels récits d'anticipation ».

Exposition *Paysages français. Une aventure photographique, 1984 - 2017*, Paris, Bibliothèque Nationale de France, 24 octobre 2017 - 4 février 2018.

Cet énoncé nous frappe par son échappée discursive (malgré «leur [des banlieues] marginalité même») vers des «espaces de liberté», l'assertion que les banlieues «s'affirment comme des "territoires des possibles"». La langue dont le texte est construit est un bel exemple de manifestation émotive²⁷ par son appel aux affects du visiteur. Le contraste entre l'écriture scientifique, impersonnelle, à plusieurs reprises dénotative, et la communication émotive qui en résulte confirme le pouvoir de captation du public de ces lignes.

Même des textes très brefs, au statut spécial de textes cités, peuvent être d'excellents médiateurs d'émotions. Il s'agit des citations, et nous envisageons ici celles qui ne font pas déjà partie d'un texte ex-

²⁶ Nous suivons la nomenclature proposée par CRISTIAN PLANTIN (cit., pp. 29-30) qui distingue les manifestations (abusivement appelées communications) émotionnelles des manifestations émotives. Les premières «sont des sortes d'éclairs qui ne *disent* pas qu'il y a un orage, mais qui *font partie* de l'orage»; la manifestation émotive «est une construction sémiotique et discursive, intentionnelle, attribuée à un locuteur ayant l'intention linguistique d'influencer ou de manipuler les autres participants à l'interaction et à l'action en cours».

²⁷ Cf. note 26.

pographique, mais qui trônent aux parois des salles. Elles sont de plus en plus utilisées dans les expositions temporaires, surtout dans les expositions de photographies. Elles déclenchent des émotions prioritairement par leur mise en scène et en contexte. L'isolement leur sied, la fonction esthétique domine. Elles ont de multiples rôles²⁸, mais lapidaires et absolues comme elles se présentent, elles proposent, commandent même, un seul point de vue, non négociable. Nous trouvons donc des frappes gnominiques, presque des sentences dont les auteurs peuvent être l'artiste exposé lui-même, livrant les secrets de son art, des amis, des critiques d'art:

« Je n'arrive pas à imaginer comment un photographe qui n'a pas de patience peut arriver à quelque chose. Il est indispensable de prendre le temps nécessaire. Edward Burtynsky ».

Exposition *Edward Burtynsky. L'uomo e la terra*, Aoste, Centre Saint-Bénin, 29 avril - 1er novembre 2017.

«Le constat est sans équivoque: il n'y a pas de corps naturel, mais un corps culturel. Le corps est le reflet de la société qui a présidé à sa création»²⁹.

Exposition *La mécanique des dessous. Une histoire indiscreète de la silhouette*, Paris, Musée des Arts Décoratifs, 5 juillet - 24 novembre 2013.

« Mais que de finesse, de qualité rare dans chacune de ces figures et quel lien secret les réunit ici toutes! Ce n'est pas là seulement le résultat de la science technique, il faut encore l'âme d'un grand et rare artiste. Lothar Briegger-Wasservogel, 1904, Gazette des Beaux-Arts ».

Exposition *Vilhelm Hammershoi*, Paris, Musée Jacquemart-André, 14 mars - 22 juillet 2019.

Notons brièvement que l'émotion, le mouvement d'âme surgit plus comme résultat de la disposition exceptionnelle de ces écrits dans la scénographie de l'événement muséal qui crée autour d'eux un halo de mystère, où l'extra-linguistique prime sur le linguistique, que comme importance du contenu de l'énoncé. Effet de surprise, déclaration de quintessence d'un savoir ou d'un art, qui prévoit une attitude de figement

²⁸ Cf. FRANÇOISE RIGAT, *Écrits pour voir*, Torino, Trauben, 2012, notamment le chapitre 6, pp. 73-87.

²⁹ Nous remercions le conservateur M. Denis Bruna, qui nous avait fourni les textes de l'exposition.

respectueux du visiteur, ému parce que pris à contre-pied.

3. *Pour ne pas conclure*

La quête de publics toujours plus vastes amène les institutions muséales et patrimoniales à miser sur des mobilisations émotionnelles ancrées sur l'impératif de satisfaire la recherche d'émotions de la part des visiteurs. Les choix des thèmes de l'exposition, des expôts, sont eux-mêmes bien souvent des moments forts dans l'Histoire et dans la vie personnelle des individus. Expositions de «devoir de mémoire» (pour la Grande Guerre, les holocaustes, par exemple), dénonciation de mentalités et faits racistes, homophobes, sexistes, anti-écologistes ont une telle prise d'émotions que les textes expographiques recourent à la dénotation (cf. l'exposition *Manuscrits de l'extrême. Prison Passion Péril Possession*, citée), ou à des genres de discours peu usités dans ces textes. En voici un exemple.

La *Bourse du talent* (Bibliothèque Nationale de France) distribue annuellement des prix de photographie et affiche les œuvres des gagnants. Regroupées en sections et exposées site François-Mitterrand (*Bourse 2018*, 14 décembre 2018 - 3 mars 2019), les photos sont entourées de panneaux très riches en informations, qui détaillent non seulement le parcours de formation des lauréats et quelques-unes de leurs interventions, mais donnent des avis des jurys. La section *Portraits. Dissemblance* est focalisée sur des visages marqués par des taches (angiomes, *envies...*). La parole est donnée à chaque personne photographiée (panneaux de la lauréate Delphine Blast):

« Ma tache de naissance est devenue ma *marque de fabrique*. Elle me permet de me démarquer. Ainsi, on se rappelle de moi. Ayant travaillé pendant plusieurs années dans le milieu associatif, plus particulièrement auprès de personnes “fragiles”, cette différence m’a permis une approche peut-être plus simple et une meilleure compréhension de l’autre. Mon angiome est devenu une force. François-Régis, 35 ans, Paris ».

« La première fois que je me suis regardée dans un miroir, je suis allée voir ma mère et je lui ai dit que je voulais mourir. Aujourd’hui c’est différent. Je me dis que la vie aurait finalement été plus difficile sans. Soraya, 30 ans, Bolbec ».

« Je trouve blessante la façon dont on en parle: une *tache*, une *envie*. Comme si nous étions nés sous le double signe de la saleté et de la

frustration (...). *Angiome*, c'est un joli mot, pas une tache. C'est ma peau, il n'y en a pas d'autres en dessous. Marine, 43 ans, Paris ».

Les textes expographiques auxquels nous étions habitués ont changé de nature et donnent à lire des récits de vie, les résultats d'entretiens, souvent des manifestes.

Dans le partage des savoirs, déjà cité, et qui prévoit la «délectation» parmi les buts des institutions muséales et patrimoniales, via les textes expographiques aussi, un tournant est marqué par l'importance accordée aux émotions dans l'expérience de visite du public. Émotions à tout prix? Dans l'écrit, les derniers exemples le montrent, la narrativité s'estompe dans le récit de vie, même fragmentaire.

Les thèmes de certaines expositions, les musées et mémoriaux consacrés à des moments difficiles de l'Histoire (guerres, génocides, immigrations...) mobilisent les émotions des visiteurs en vue d'atteindre de plus hauts niveaux d'empathie, soulignent le devoir de mémoire comme première marque de respect pour les victimes, cherchent à susciter de meilleures attitudes comportementales, voire morales. La muséologie s'interroge sur les «stratégies affectives» et leurs usages, sur la place des émotions dans les expositions³⁰, sur le rapport entre les deux et la durée de l'impact émotionnel au-delà de la contextualisation de la visite. L'écrit dans les musées et expositions est aux premiers rangs de cette problématique et de ces changements.

³⁰ Cf. l'appel à proposition d'article de la revue *Culture & Musées* pour le numéro thématique 36, 2020 sur «L'émotion dans les expositions», <<https://journals.openedition.org/culturemusees>> (consulté en avril 2019).

*Le fil de la nostalgie dans les médiatisations contrastées du passé du jeu vidéo :
expositions muséales, rétro-marketing, et vidéos amateurs*

Boris Urbas¹

ABSTRACT

Cet article questionne d'un point de vue info-communicationnel la nostalgie dans des productions médiatiques relatant du passé du jeu vidéo. L'approche de la nostalgie tient compte des travaux en SHS décrivant les aspects positifs, créatifs et conscients de la nostalgie, sans se limiter à sa dimension passéiste. Il s'agit d'approfondir la compréhension des liens entre nostalgie et « retrogaming » à travers l'analyse de discours et de mise en scène dans trois types de productions médiatiques aux contextes contrastés : des expositions muséales sur l'histoire du jeu vidéo, des rééditions de consoles de jeu par l'industrie, et des vidéos amateurs partagées sur des plateformes généralistes. À partir d'une méthodologie qualitative, l'analyse s'est attardée spécifiquement sur les supports, les procédés dont dépendent ces expressions nostalgiques et leur rôle stratégique. L'article porte sur les enjeux et les modalités de la médiatisation du passé du jeu vidéo dans le présent des médias et de l'industrie, dans le contexte plus large de la reconnaissance du jeu vidéo en tant qu'objet patrimonial. Les résultats mettent l'accent sur les liens entre les différentes temporalités du jeu vidéo ; sur la relation entre nostalgie et authenticité à travers l'omniprésence de l'environnement matériel ancien ; et sur un renouvellement de la figure du joueur s'appuyant sur la valorisation de l'expérience de jeu.

This article questions nostalgia in media productions relating the past of video games from the point of view of communication sciences. The approach of nostalgia takes into account the works in Humanities and Social Sciences describing the positive, creative and conscious aspects of nostalgia and does not restrict to its original meaning. It aims at dealing in depth with the understanding of the links between nostalgia and « retrogaming » through the analysis of speeches, of performances in three kinds of media productions in different situations (exhibitions in museums about the history of video games, releases of old game consoles by the industry and amateur videos shared on non-specialized platforms). Using a qualitative methodology, the analysis dwells more

¹ Université Bordeaux Montaigne.

particularly on the supports, the processes that the nostalgic expressions depend on and their strategic role. The article deals with the forms and issues of the mediatization of the past of video games in the present of the media and the industry against the background of the recognition of video game as a patrimonial object. The results put the emphasis on the different timescales of video game, on the link between nostalgia and authenticity through the pervasiveness of old video game equipment and on the renewal of the figure of the player based on the valorization of the video game experience.

1. Introduction

Dans le cadre de ce volume consacré aux relations entre médias et émotions, ce texte questionne la nostalgie dans des productions médiatiques relatant du passé du jeu vidéo (JV). La diversité des pratiques liées au JV ancien sont fréquemment regroupées sous le terme « retro-gaming », qui désigne : « une pratique de jeu et de collection du JV ancien (classique) des années 1970 aux années 1990, mobilisant par exemple des programmes d'émulation, et, d'autre part, à un large phénomène culturel incluant aussi bien une grande diversité de produits de consommation [...], de pratiques muséales et universitaires, la circulation d'informations et les discussions en ligne sur le jeu vidéo »². L'approche de la nostalgie en tant qu'émotion nécessite de tenir compte des travaux récents en sciences humaines et sociales se démarquant des conceptions longtemps dominantes de la nostalgie la réduisant à une forme de passéisme, ou à sa dimension pathologique. Au niveau individuel, la nostalgie fait l'objet de travaux en psychologie la théorisant en tant qu'« émotion consciente », « principalement positive et fondamentalement sociale »³. D'un point de vue communicationnel, la nostalgie renvoie à une diversité de manifestations du « désir de retourner à une époque passée »⁴, pouvant s'articuler à d'autres temporalités ou bien à un état émotionnel complexe comportant des émotions positives et négatives, présent dans diverses productions médiatiques : « la nostalgie entretient un lien spécifique et ambigu avec les études de la mémoire [...], allant du mal du pays aux enjeux de marketing [...], de la politique [...] à la nostalgie créative », ainsi qu'avec l'identité et l'appartenance à une communauté⁵. La relation à une temporalité disparue, connue précédemment ou découverte *a posteriori*, peut être ravivée par des expressions culturelles *retro* ou *néo* visant à imiter l'esthétique du passé ou à la réinventer, ou par l'intérêt pour les technologies *vintage*, visant la

² JAAKKO SUOMINEN, MARKKU REUNANEN, SAMI REMES, « Return in Play : The Emergence of Retrogaming in Finnish Computer Hobbyist and Game Magazines from the 1980s to the 2000s ». *Kinephanos*, Cultural History of Video Games Special Issue, 2015, p. 77.

³ CONSTANTINE SEDIKIDES, TIM WILDSCHUT, CLAY ROUTLEDGE, JAMIE ARNDT, ERICA G. HEPPEL et XINYUE ZHOU, « To nostalgize: Mixing memory with affect and desire », *Advances in experimental social psychology*, 2015, vol. 51, p. 198.

⁴ KATHARINA NIEMEYER, « Nostalgie », dans *Encyclopédie critique du témoignage et de la mémoire*, 2016, consultable en ligne : <<http://memories-testimony.com/notice/nostalgie/>> (dernier accès le 26 novembre 2019).

⁵ *Ibid.*

recherche d'authenticité à partir du matériel d'origine, garante de l'accès au « vrai » d'une autre époque⁶. Des travaux en ethnologie soulignent que « l'environnement matériel offre des prises indispensables à l'expression de cet affect [...] les objets peuvent déclencher de fortes réponses mnémoniques, et interviennent à ce titre comme des médiateurs privilégiés dans la relation que les individus établissent avec leur passé »⁷.

La nostalgie apparaît déterminante dans les activités liées au retrogaming depuis les années 1990⁸, expliquant en partie sa persistance dépassant le seul effet de mode⁹, et sa place dans la conception de jeux actuels¹⁰. Soulignons qu'elle n'y apparaît pas pour autant exclusive : de nombreuses autres motivations sont présentes dans le retrogaming, comme l'intérêt pour l'histoire des technologies, les mécaniques de jeu classiques, l'esthétique, les personnages¹¹. Lors d'une précédente enquête¹², des joueurs mentionnent que les jeux des années 1990 permettent une prise en main rapide, provenant notamment d'une représentation graphique bi-dimensionnelle ; les interfaces physiques, une possibilité de jeu à plusieurs sur un même écran (précédant le jeu en réseau). Toutefois l'affinité pour l'ancien est aussi présentée comme une réaction aux caractéristiques des jeux actuels¹³, rejoignant la « réaction à l'accélération sociale, à la crise et au progrès (technologique) » caractérisant les « expressions nostalgiques »¹⁴.

⁶ NIEMEYER, « A theoretical approach to vintage, from oenology to media », *NECSUS. European Journal of Media Studies*, vol. 4, n. 2, 2015, pp. 85-102.

⁷ OLIVIA ANGÉ, et DAVID BERLINER, « Pourquoi la nostalgie ? », *Terrain. Anthropologie & sciences humaines*, n. 65, 2015, pp. 4-11.

⁸ SUOMINEN, REUNANEN, et REMES, *Ibid.*

⁹ TIM WULF, NICHOLAS D. BOWMAN, DIANA RIEGER, JOHN A. VELEZ et JOHANNES BREUER, « Video games as time machines: video game nostalgia and the success of retro gaming », *Media and Communication*, 6-2, 2018, pp. 60-68.

¹⁰ MARIA B. GARDA, « Nostalgia in Retro Game Design », *DiGRA '13 - Proceedings of the 2013 DiGRA International Conference: DeFragging Game Studies*, Atlanta, Georgia, USA, 2014, vol. 7.

¹¹ DOMINI GEE, « Remixing Retro », *Journal of the Japanese Association for Digital Humanities*, 4-1, 2019, pp. 54-71.

¹² BORIS URBAS, « Mémoires d'une culture vidéoludique sur la plateforme Youtube », *Les Cahiers du numérique*, 12-3, 2016, pp. 93-114.

¹³ *Ibid.*

¹⁴ NIEMEYER, « Du mal du pays aux nostalgies numériques. Réflexions sur les liens entre nostalgie, nouvelles technologies et médias », *Recherches en Communication*, n. 46, 2018, pp. 5-16.

Ce travail s'inscrit dans une recherche débutée en 2015 et portant sur des mises en scène du JV « ancien » sur la plateforme YouTube (YT). Nous avons précédemment analysé les productions de vidéastes amateurs à travers la relation entre la mémoire et les médiations du JV, et la place de l'objet vintage dans des formes audiovisuelles émergentes¹⁵. Nous nous interrogerons ici sur l'expression et la communication de la nostalgie à travers des discours, des mises en scène et la relation avec les publics dans trois types de productions : des expositions sur l'histoire du JV issues des institutions muséales, des rééditions de consoles de jeu par l'industrie du JV et les campagnes promotionnelles associées, et des productions audiovisuelles réalisées et diffusées en ligne par des amateurs. Partant d'un premier constat d'une présence régulière des facettes positives de la nostalgie dans des contextes différents, nous nous sommes interrogés : Comment ces productions font-elle référence à la nostalgie ? Quels moyens (supports, procédés) permettent d'exprimer et/ou de susciter cette nostalgie ? Quel rôle peut jouer l'émotion dans les différentes médiatisations du passé du JV ?

2. *Cadre théorique et méthodologie*

Dans le cadre d'une approche info-communicationnelle, nous abordons de manière compréhensive les modalités de production de sens dans des espaces de communication dans une optique sémio-pragmatique au sens de Odin¹⁶; la mise en scène de la présentation d'objets culturels et patrimoniaux à partir de Davallon¹⁷ et Gellereau¹⁸ ; et les stratégies discursives à partir de Charaudeau¹⁹. Partant du constat que le phénomène du *retrogaming*, qui fait coïncider chronologiquement des expressions liées au passé du JV émanant aussi bien des particuliers et des communautés de fans sur le web, que du monde muséal ou du secteur marchand, s'accompagne à divers degrés d'expressions nostalgiques,

¹⁵ BORIS URBAS, « De l'étagère à l'écran : Les objets du jeu vidéo vintage sur YouTube », *Recherches en communication*, n. 46, 2019, pp. 243-263.

¹⁶ ROGER ODIN, *Les espaces de communication: Introduction à la sémio-pragmatique*, Grenoble, PUG, 2011.

¹⁷ JEAN DAVALLON, *L'exposition à l'œuvre : stratégies de communication et médiation symbolique*, Paris, L'Harmattan, 1999.

¹⁸ MICHÈLE GELLEREAU, *Les mises en scène de la visite guidée*, Paris, L'Harmattan, 2005.

¹⁹ PATRICK CHARAUDEAU, « Ce que communiquer veut dire », *Sciences humaines*, 51, 1995, pp. 20-23.

nous nous intéressons aux actualisations du statut communicationnel des acteurs concernés (institutions culturelles, entreprises, vidéastes amateurs). Nous analysons ces productions médiatiques de manière non-systématique, à partir de sources de données hétérogènes et en croisant des techniques de recueil qualitatives. L'analyse de la mise en exposition du JV (section 1) porte sur des documents de présentation officielle de trois expositions présentées dans des institutions muséales (sites web, documents destinés à la presse), dans le discours d'acteurs (interview, articles), ainsi qu'une observation effectuée dans une des expositions. Les rééditions de consoles de jeu anciennes et leur promotion (section 2) sont étudiées principalement à partir de l'analyse des produits et de la campagne de communication officielle. Concernant les vidéos en ligne (section 3), nous nous appuyons sur une recherche en cours et sur l'analyse d'un corpus de chaînes *YouTube* (YT)²⁰ et *Twitch* émanant d'une trentaine de vidéastes amateurs pour envisager, d'une part une étude de contenu basée sur une série de visionnages et une étude des métadonnées (titre, descriptions, mots-clés), et d'autre part une ethnographie en ligne²¹ qui part du point de vue du *viewer*, complétée par des sorties de terrain (videgrenier spécialisés). L'interprétation des données a été facilitée par une connaissance préalable du JV, relevant d'un positionnement de chercheur proche de la « *retrospective participant observation* » (« *experience recollected in academia* ») définie par Martin Bulmer²², et dans lequel s'inscrivent ces techniques croisées.

3. *Des expositions muséales sur l'histoire du jeu vidéo*

Depuis les années 1990 le JV bénéficie d'une reconnaissance croissante en tant qu'objet culturel et se trouve traversé par une dynamique de patrimonialisation²³. Nous considérons d'un point de vue communicationnel ce patrimoine en tant que produit d'une « *filiation inversée* »

²⁰ Ce corpus est présenté de manière plus détaillée dans Urbas, Boris. « De l'étagère à l'écran : Les objets du jeu vidéo vintage sur YouTube ». *Recherches en communication*, n° 46, 2019, pp. 243-63.

²¹ CHRISTINE BARATS, *Manuel d'analyse du web - en Sciences Humaines et Sociales*, Paris, Armand Colin, 2013.

²² MARTIN BULMER, « When is disguise justified? Alternatives to covert participant observation », *Qualitative Sociology*, 5-4, 1982, pp. 251-264.

²³ Nous parlons ici d'une dynamique au sens d'un faisceau de processus culturels en cours et observables, et non pas d'un processus achevé et délimité.

au sens de Davallon²⁴, c'est-à-dire comme reconstruction d'un lien avec le passé depuis le présent à travers une reconnaissance collective. Ter Minassian²⁵ considère que deux types de recherche de légitimité s'y croisent : « Ce qui est en jeu pour les joueurs est la reconnaissance sociale de la légitimité culturelle de leur pratique et pour les industriels, le soutien économique des pouvoirs publics et plus largement de la société civile par l'octroi du statut d'objet culturel, voire d'œuvre d'art, aux jeux vidéo ». L'exposition, envisagée ici en tant que média²⁶, joue un rôle spécifique puisqu'elle permet « l'accès du collectif à l'objet patrimonial »²⁷ en présentant les « real things »²⁸ du JV. Dans les années 2010, des institutions culturelles parisiennes ont produit des expositions temporaires d'ampleur nationale sur l'histoire du JV : *Museogames*²⁹, *Game Story*³⁰, ou encore *Game, le jeu vidéo à travers le temps*³¹. Si la place du discours des historiens y est incontournable, les exemples qui suivent visent à questionner la place de la mémoire en tant que « rapport que l'individu entretient avec un passé personnel »³², et des expressions nostalgiques.

4. *La mémoire et la nostalgie des joueurs dans les stratégies de communication*

Dans le cas de *Museogames*, la nostalgie – peu présente dans les textes de l'exposition – est sensible dans la campagne de communication. Le communiqué de presse de *Museogames* et le site web du musée mettent en valeur le néologisme « nostalg geek » pour s'adresser au public potentiel de l'exposition, autorisant un tel statut de visiteur :

²⁴ JEAN DAVALLON, *Le don du patrimoine*, Paris, Hermes Science Publications, 2006.

²⁵ HOVIG TER MINASSIAN, « Les jeux vidéo : un patrimoine culturel ? », *Géographie et cultures*, 82, 2012, pp. 121-139.

²⁶ JEAN DAVALLON, « Pourquoi considérer l'exposition comme un média ? », *Médiamorphoses*, 9, 2003, pp. 27-30.

²⁷ DAVALLON, *Ibid.*

²⁸ DUNCAN F. CAMERON, « A Viewpoint: The Museum as a Communications System and Implications for Museum Education », *Curator: The Museum Journal*, 11-1, 1968, pp. 33-40.

²⁹ Présentée au Musée des arts et métiers à Paris du 22 juin au 7 novembre 2010.

³⁰ Présentée au Grand Palais du 10 novembre 2011 au 12 janvier 2012.

³¹ Présentée à l'Espace Fondation EDF du 1 mars au 27 août 2017.

³² TZVETAN TODOROV, « La mémoire devant l'histoire », *Terrain. Anthropologie & sciences humaines*, 25, 1995, pp. 101-112.

« Que vous soyez « gamer » passionné, joueur occasionnel, “nostalgeek” ou simplement curieux de comprendre l’univers des jeux vidéo, embarquez pour MuseoGames [...] ».

« Joueurs, enfants, parents ou “nostalgeeks” ont rendez-vous au Musée des arts et métiers ».

La charte graphique, le logo et le visuel de l’exposition évoquent l’esthétique de jeux, caractérisée par des graphismes vectoriels rudimentaires en monochrome vert sur fond noir. Dans la campagne de *Game Story*, l’affiche suggère visuellement un retour vers le passé du JV de façon implicite et référencée : dans une composition bariolée elle représente en *pixel art* (genre infographique rétro) une multitude de personnages et des éléments de décor issus de jeux à succès entrant dans un Grand Palais pixélisé, et semblant intégré à un décor de JV (Cf. figure 1). Cette composition s’adresse à des destinataires susceptibles de reconnaître des personnages (souvenirs, évocations actuelles). La vidéo promotionnelle s’appuie sur une série de zooms sur le même visuel, accompagnée d’un fond musical *chiptune* (genre musical électronique rétro). Enfin, l’exposition « Game » propose de raviver le passé et de le confronter au présent à travers un échange intergénérationnel :

« Les plus jeunes peuvent ainsi expliquer “leur” jeu vidéo aux parents et ces derniers joueront avec eux aux souvenirs ludiques de leur enfance » (Espace Fondation EDF³³).

Ces exemples cherchant à toucher la nostalgie des visiteurs interrogent plus largement l’attention portée par les concepteurs de ces expositions à l’expression ludique et émotionnelle de leur public.

³³ En ligne : <<https://fondation.edf.com/fr/expositions/game>>.



Figure 1. Visuel de la campagne de communication de l'exposition Game Story.

Source : Réunion des Musées Nationaux. Illustration de Olivier Huard.

5. L'interactivité exposée : du statut de l'objet vidéoludique à l'expérience de visite

Seconde caractéristique : si ces expositions mobilisent des approches ontologiques et/ou historiques³⁴ des objets en présentant des consoles, des logiciels, et des packagings (etc.) dans des vitrines, elles accordent également la possibilité aux visiteurs de jouer sur des machines en fonctionnement. Ce type de mise en exposition³⁵ hérite indirectement de la tradition des expositions de sciences et techniques. Dans *Museo-games*, vingt-cinq « consoles d'époques » [sont] jouables³⁶ ; *Game story* propose « quatre-vingt jeux, entièrement jouables sur les dispositifs d'origine,

³⁴ RAYMOND MONTPETIT, « Du Science Center à l'interprétation sociale des sciences et techniques », in *La révolution de la muséologie des sciences*, Lyon, Presse Universitaires de Lyon, 1998, pp. 175-186.

³⁵ « Épistémologique » au sens de MONTPETIT, *Ibid.*, c'est-à-dire basée sur des expériences interactives et sur l'action du visiteur afin de faire découvrir des processus.

³⁶ En ligne, consulté le 10 octobre 2019 : <<https://www.pierreginer.com/museo-games>>.

afin de respecter les conditions de diffusion et de réception de l'époque »³⁷. *Game* propose « une soixantaine de jeux présentés, dont la moitié jouables » (Espace fondation EDF). Si l'expérience de jeu provenant de l'espace domestique est recontextualisée dans l'espace muséal³⁸, elle permet aux visiteurs d'accéder pleinement et de manière sensible aux interfaces matériels, ces derniers pouvant être décisifs dans le retrogaming : « certains joueurs [estiment] nécessaire, pour retrouver les sensations des jeux d'antan, de se procurer les périphériques d'interaction originaux (bornes d'arcades, anciennes consoles, etc.) »³⁹. L'expression d'une diversité d'émotions est ici permise dans la visite par le dispositif de médiation. L'enjeu fondamental de l'exposition muséale – la monstration – rencontre de manière opportune les spécificités médiatiques du JV – « art du geste »⁴⁰ – dont l'énonciation dépend de l'action d'un joueur⁴¹. L'expérience du jeu dans l'exposition s'accompagne d'une sociabilité au sein de groupes de visiteurs⁴². Le visiteur de ces expositions semble ainsi invité à convertir le consommateur-joueur en « acteur » de l'Histoire du JV, ce que suggère le sous-titre de *Museogames* : « une Histoire à rejouer », et de se voir attribuer un statut de témoin d'une époque auprès d'autres visiteurs. Cette conception de l'exposition « interactive » du passé du JV est revendiquée par une association de collectionneurs impliquée dans les expositions mentionnées (prêt d'objets, conseil, commissariat)⁴³. Cet encouragement du visiteur à « jouer » dans l'exposition permet à une institution muséale de concilier histoire, et promesse d'authenticité à travers les objets vintage et interactivité émouvante⁴⁴.

³⁷ Extrait de l'article publié dans un quotidien national : COVILLE, MARION, « Les grands succès du jeu vidéo s'exposent au Grand Palais ». *Le Monde.fr*, 9 novembre 2011.

³⁸ Voir MARION COVILLE, « La construction du jeu vidéo comme objet muséal : le détournement d'un objet culturel et technique de son cadre d'usage initial et son adaptation au contexte muséal : étude de cas dans un centre de sciences », thèse de doctorat, Paris 1, 2016.

³⁹ FANNY BARNABÉ, « Signes et jouabilité : l'interface comme outil de ludicisation », *Interfaces numériques*, 4-1, 2015, pp. 71-98.

⁴⁰ THOMAS MORISSET, « De quoi le jeu vidéo est-il l'art ? », *Nectart*, 8, 2019, pp. 38-45.

⁴¹ SEBASTIEN GENVO, « Transmédialité de la narration vidéoludique : quels outils d'analyse ? », in *Comparaison*, Berne, Peter Lang, 2002, pp. 103-112.

⁴² COVILLE, *Ibid.*

⁴³ Pour plus de précision, voir la présentation de l'association MO5.com, en ligne (consulté le 10 octobre 2019) : <<https://mo5.com/site/projet/>>.

⁴⁴ Appréciant la nostalgie des consommateurs de JV dans une critique de *Game story*, ALAIN BOILLAT constate qu'« il [suffit] d'écouter les commentaires des visiteurs, révé-

6. Les rééditions officielles de consoles de jeux et le marketing de la nostalgie

Nous étudierons ici le cas d'une catégorie de produits récente et s'adressant à un large public : les rééditions officielles de consoles en version « plug and play », livrées avec jeux intégrés. Ce type de produit relève du rétromarketing que Brown définit comme « la renaissance ou le retour d'un produit ou service issu d'une période antérieure, souvent la décennie précédente ou d'une période facilement identifiable, qui peut ou ne pas être mise à jour en adoptant les standards contemporains de performance, de fonctionnement et de goût »⁴⁵. Des industriels se positionnent ainsi sur le marché actuel en communiquant sur l'image de leur entreprise et en « [réanimant] des éléments de leur patrimoine (un passé amélioré et sélectif) garants d'authenticité »⁴⁶, notamment à partir de « produits cultes » ou « d'anciennes publicités »⁴⁷. À l'instar des secteurs de la musique, de la mode ou du cinéma, le JV mobilise cette stratégie et des éditeurs commercialisent des rééditions de jeux anciens sous la forme de logiciels de compilation présentés comme des « musées virtuels » ou des « collections », s'adressant à une minorité de passionnés, et d'autres firmes se sont spécialisées dans la réédition de consoles non-officielles⁴⁸. Les rééditions officielles s'apparentent au versant le plus officiel du re-trogaming face aux pratiques plus ou moins légales⁴⁹ qui ont permis son développement, en misant sur les potentialités de signification de la plateforme. À l'intersection d'une marque, d'une technologie et d'une ligne éditoriale, celle-ci est considérée comme un pilier historique de la relation entre pôle de production et pôle de réception des œuvres vidéoludiques⁵⁰.

lateurs de l'intensité des réminiscences liées au rapport tactile instauré avec le joystick et aux sollicitations sensorielles engagées par le jeu [...] Sans doute cet engouement récent pour les jeux vintage constitue-t-il l'un des facteurs expliquant la mise sur pied de cette exposition dédiée à ce « récit des origines » ». ALAIN BOILLAT, « Game Story. Une histoire du jeu vidéo », *1895. Mille huit cent quatre-vingt-quinze. Revue de l'association française de recherche sur l'histoire du cinéma*, 66, 2012, pp. 146-154.

⁴⁵ STEPHEN BROWN, *Marketing - The Retro Revolution*, SAGE, 2001.

⁴⁶ MYRIAM BAHUAUD et AGNÈS PECOLO, « Un passé publicitaire à la mode générationnelle », *Études de communication. langages, information, médiations*, 51, 2018, pp. 21-36.

⁴⁷ *Ibid.*

⁴⁸ Les sociétés *Hyperkin* ou *Analogue, Inc* par exemple, basées aux USA.

⁴⁹ Comme la diffusion de copies de sauvegarde de jeux, utilisables sur des logiciels d'émulation, très faciles à se procurer, et qui ont depuis la fin des années 1990 contribué à une large circulation des catalogues de jeux des plateformes.

⁵⁰ PIERRE-JEAN BENGHOZI et PHILIPPE CHANTEPIE, « Pourquoi le jeu vidéo est l'indus-

7. *Des produits hybrides entre authenticité et recyclage*

Issus de fabricants et de marques concurrentes⁵¹, ces produits cumulent de façon mimétique des caractéristiques communes, oscillant entre le « vintage » et le « retro » et propices à éveiller les souvenirs de consommateurs d'époque et susceptibles de se procurer à nouveau la console de leur enfance : imitant dans le détail l'esthétique d'époque, elles ne reproduisent pas le matériel original mais son fonctionnement *via* un système informatique sans rapport avec les machines anciennes. Plus petites que les originales, elles peuvent être branchées sur des écrans récents plus aisément que le matériel ancien (dites « plug-and-play »). Leur aspect imite le design original des manettes, de la console, ou du packaging reprenant des éléments graphiques des originaux (logotypes, typographies, visuels et composition) permettant au consommateur d'identifier le produit et la marque en lien avec ses propres souvenirs. À l'écran, le menu de sélection est accompagné d'une vignette reproduisant le packaging original de chaque jeu. Des options d'affichage permettent de choisir une proportion 4 : 3, ou de reproduire des défauts de visualisation (comme le « filtre cathodique » de la Nes Mini). La promotion de la *Nes mini*, de la *Snes mini* ou de la *PlayStation Classic* s'attardent sur des détails en gros plan du design de la coque de la console, de manettes de jeu, des boutons, des diodes. L'authenticité en grande partie symbolisée par les détails du design s'érige en argument de vente. Comme le relève Bahuaud et Pecolo (2018), les usages publicitaires du passé tendent également à associer l'authenticité à la nostalgie.

8. *Le cas de la campagne de promotion de la « NES mini »*

L'étude des vidéos promotionnelles de lancement de la NES Mini⁵², commercialisée par la firme Nintendo, met au jour d'autres signifiants susceptibles de « déclencher » le sentiment nostalgique *via* des signifiants

trie culturelle du XXI^e siècle », *Nectart*, 8, 2019, pp. 46-55.

⁵¹ Ici *Nintendo*, *Sony*, *Sega*.

⁵² Dites « trailers » et disponibles en ligne. Pour la campagne française (consulté le 10 octobre 2019) : <<https://www.nintendo.fr/Divers/Nintendo-Classique-Mini-Nintendo-Entertainment-System/Nintendo-Classique-Mini-Nintendo-Entertainment-System-1124287.html>>.

Pour la campagne nord-américaine (consulté le 10 octobre 2019) : <<https://youtu.be/qAGVilt3Rls>>.

connus par leur destinataires. Le texte de présentation de la vidéo promotionnelle de la NES Mini pour le marché américain exhale des souvenirs plausibles liés à une expérience de jeu passée :

« From your first Goomba stomp to your thousandth victory in FINAL FANTASY®, the Nintendo Entertainment System™ may just be the most nostalgic gaming console ever ».

Le *trailer*⁵³ de la version française relie les souvenirs au présent : « Revivez vos souvenirs et créez-en de nouveaux » (trailer *Nes Mini*). Plus généralement ces vidéos promettent la restitution d'une expérience authentique en valorisant la dimension tangible : le *trailer* de la *NES Mini* promettent une « manette d'époque » invitant l'acheteur potentiel à la saisir : « Prenez cette manette grise ». Ces vidéos diffusées sur le web s'appuient ainsi sur un procédé analysé par Bahuaud et Pecolo⁵⁴ consistant à recycler d'anciens spots, mobilisant des registres communicationnels générationnels en « [sollicitant] les cycles de vie des personnes et des produits »⁵⁵ et en situant le produit – via des mises en scènes adaptées – relativement à différentes générations et dans les âges de la vie. Les vidéos de lancement de ces consoles sollicitent les souvenirs d'enfance d'individus (éventuellement prescripteurs) reconnaissant les produits d'époque ainsi que les campagnes de communication, notamment télévisuelles. Le *trailer* de la version américaine de la *Nes Mini* s'appuie de cette façon sur la reprise d'éléments de issus de spots TV d'époque : ainsi de l'imitation des gros plans sur le matériel, ou de l'animation des textes du spot original de *Legend of Zelda* (spot de 1989) ; ou la présentation finale du packaging de la console dans le trailer français qui reprend précisément la disposition du packaging de la console dans le spot TV du jeu *Dragon Ball* de 1991. Ce même trailer reprend le texte du slogan du spot TV entre 1986 à 1988 environ aux USA⁵⁶ : « Now you're playing with power », accompagné du logo de la marque et sur fond de voute étoilée (Cf. figure 2). L'exaltation de la puissance de la technologie relevant du premier degré dans le spot TV original, s'ouvre ici à diverses interprétations, entre souvenir enthousiaste d'un rêve technologique issu de l'enfance, ou humour de second degré autour de son obsolescence⁵⁷.

⁵³ Ce terme importé du cinéma est également utilisé pour lancer un nouveau produit dans les campagnes consultées.

⁵⁴ BAHUAUD et PECOLO, *Ibid.*

⁵⁵ *Ibid.*

⁵⁶ Dans des spots TV de jeux comme *Rad Racer* ou *Metroid* dont de nombreuses archives existent en ligne.

⁵⁷ Les objets retro ou vintage du JV sont à l'origine de diverses productions humoris-

Des références à l'environnement médiatique de l'époque sont présentes à travers l'ajout en post-production de défauts de lecture des cassettes VHS, ou d'éléments visuels retro-futuristes en 3D rudimentaire dite « fil de fer » propre à l'imagerie des années 1980 (*Nes Mini*). Ces procédés permettent aux fabricants de consoles de renforcer leur image dans le présent, de conforter l'exploitation de leur patrimoine en officialisant un catalogue de « classiques », en mobilisant la nostalgie comme continuum émotionnel entre les âges du consommateur et les produits.



Figure 2. Capture du trailer de la Nes Mini. Source : site web officiel Nintendo.

9. Des vidéos en ligne pro-am : formes audiovisuelles et expressions subjectives

Le JV occupe également une place prépondérante sur les plateformes de partage de vidéo et de *streaming*⁵⁸. Les vidéos réunies dans ce corpus proviennent principalement de contributeurs *pro-am* dont certains contribuent depuis les débuts des plateformes de partage de vidéo⁵⁹: joueurs, collectionneurs, se présentant sous un pseudonyme en tant qu'individus

tiques, dont la portée critique n'est pas incompatible avec une forme de nostalgie. Les tests de jeu de la chaîne YT *Joueur du grenier*, ou les docu-fictions « Rétro découverte » de la chaîne YT *Edward* en fournissent de nombreux exemples.

⁵⁸ D'après des estimations, le JV constitue la seconde catégorie thématique en terme de nombre de chaînes créées sur la plateforme YouTube ; en terme d'audience, il a gagné en popularité à partir des années 2010 (nombre de viewers) pour devenir la catégorie la plus regardée en 2015 et 2016. Voir Mathias Bärtl, « YouTube channels, uploads and views: A statistical analysis of the past 10 years », *Convergence*, 24-1, 2018, pp. 16-32.

⁵⁹ YouTube est créée en 2006, *Dailymotion* en 2005, *Twitch* en 2011.

souhaitant informer et apporter un point de vue personnel sur des jeux connus dans l'enfance ou l'adolescence. Ils médiatisent l'activité de réception du JV et de sa collection à travers une diversité de formes audiovisuelles : des vidéos sont consacrées aux captures d'écran de parties jouées et commentées (comme les *let's play*), d'autres utilisent des prises de vue réelles pour montrer des objets : par exemple, un collectionneur présente des objets face à la caméra, décrit des détails matériels...⁶⁰. Cette hétérogénéité des formes en terme de mises en scène, de montage, et d'éléments pro-filmiques renvoie à diverses potentialités d'expressions de la nostalgie. Celle-ci n'apparaît jamais de façon centrale : peu ou pas mentionnée dans des descriptions, dans le titre ou les métadonnées des vidéos, elle occupe une présence diffuse à travers la mobilisation affleurant dans le discours des vidéastes d'une époque d'origine en tant que repère temporel persistant, à travers l'évocation ponctuelle de souvenirs issus de cette période, comme dans ce commentaire du vidéaste *Ayor-Saeba* : « *Mickey Mouse Castle of Illusion* sur *Game Gear*, une version que j'avais bien connu à l'époque (...) ça me fera plaisir d'y rejouer »⁶¹.

10. La nostalgie déterminante dans la médiatisation des expériences liées au jeu vidéo

Tandis qu'à l'origine de cette recherche nous interrogeons la place de la mémoire des amateurs parallèlement aux approches institutionnelles de l'histoire du JV, la notion de nostalgie a émergé dans l'analyse de contenu et les entretiens. La nostalgie éprouvée est présentée par certains vidéastes comme préalable à leur production médiatique. Elle peut être présentée comme une disposition personnelle préexistante, comme le formule le créateur de la chaîne *Retrovision* dans un entretien⁶² : « Je suis quelqu'un de très nostalgique, finalement c'est aussi un peu pour ça que je fais cette émission ». La nostalgie est également déterminante dans les orientations éditoriales, tout d'abord au niveau de la structuration des chaînes⁶³ : les thématiques, les technologies présentées dépendent également de la période de référence, et parfois d'une période découverte dans le présent par des vidéastes plus jeunes n'ayant pas connu la période

⁶⁰ Pour une description de ces formes, voir Urbas (2019).

⁶¹ Vidéo « [...] Castle of Illusion (Game Gear) », en ligne : <<https://youtu.be/Ed3zPhO1aI8>>.

⁶² Réalisé le 1^{er} décembre 2015.

⁶³ Cette dernière apparaît dans l'onglet « À propos » des chaînes, le rubriquage, ainsi que les éléments de scénographie (bandeau, aperçu des vidéos).

de référence⁶⁴. Elle constitue également une valeur ajoutée aux vidéos : *AyorSaeba* choisit explicitement des jeux de l'ordinateur *Amstrad* en fonction de sa capacité à relater ce passé dans ses commentaires. *The Mexican Runner*, joueur qui a produit un marathon de 3435 heures filmées sur la plateforme *Twitch* consistant à terminer l'intégralité des jeux de la console *NES* déclare qu'il n'aurait pas pu réaliser sa performance sur une autre plateforme : « My childhood console was the NES, so attempting any other console wouldn't have the same nostalgia for me »⁶⁵. La nostalgie peut être présentée comme une émotion incontournable envahissant l'expérience de jeu présente :

« Le premier *Sim City* que j'ai connu c'est celui-ci [...] il y a toujours un petit côté nostalgie, c'est un petit peu ma madeleine de Proust à moi des *Sim City*. Dès que j'y rejoue [...] j'vais pas dire que j'écrase ma petite larme mais c'est pas loin » (*Doc mc Coy*).

Pour l'ensemble des vidéastes du corpus, cette émotion peut tout autant être maintenue à distance ce que *AyorSaeba* précisait lors d'un entretien⁶⁶ : « C'est assez rigolo de rejouer à des jeux de notre enfance. Soit les souvenirs sont corrects et le jeu est bon, soit c'est véritablement une catastrophe ! »⁶⁷.

11. Des médiations culturelles amateurs mobilisant l'émotion

Ces productions peuvent être envisagées au prisme des médiations culturelles, à l'instar d'expositions muséales. Les vidéos en ligne visent notamment à rendre publiques des collections personnelles⁶⁸, plus ou moins connectées à une activité de jeu présente. Dans ce cadre la mise en scène des objets, le discours et la gestualité entretiennent des similitudes avec la tradition des médiations amateurs du patrimoine, telles

⁶⁴ Comme par exemple la chaîne *Le Ozaki Show*, dont le créateur découvre des jeux bien antérieurs à son année de naissance.

⁶⁵ Cette performance a été enregistrée par *Guinness World Records* en 2018. Source *FAQ Nesmania*. En ligne : <<http://themexicanrunner.com/faq>>.

⁶⁶ Réalisé le 26 décembre 2015.

⁶⁷ Vidéo « [...] *Sim City* (Snes) », en ligne : <https://youtu.be/W6IEQYGxmCg>

⁶⁸ Rappelons qu'une collection rassemble des objets « soumis à une protection spéciale et exposés au regard dans un lieu clos aménagé à cet effet ». Voir KRZYSZTOF POMIAN, « Collection : une typologie historique », *Romantisme*, 31-112, 2001, pp. 9-22.

que décrites par Gellereau dans ses travaux sur la visite guidée⁶⁹. La vidéaste « Retro Gamer Girl » présente sa collection en interpellant le spectateur en ouvrant la porte de la pièce contenant sa collection : « Hey everyone ! Come on in ». Les vidéastes se présentent en tant que témoins d'une époque, parfois dans une section aménagée de leur espace domestique, qu'ils font visiter et donnant lieu à des anecdotes, à des fragments de récits biographiques, parfois suscités par la manipulation des objets : « l'image que j'ai, c'est moi en train de jouer à l'arrière d'une bagnole à *Mystic Quest* et *Link's Awakening*. Ces deux jeux-là ont occupé de nombreux trajets, et forcément j'en ai des souvenirs imperrissables. » (GHM). Sur cette même chaîne, le toucher voire l'odorat peuvent être évoqué pour décrire la surface d'un packaging, pour évoquer l'odeur du papier imprimé à l'ouverture d'un exemplaire scellé. L'analyse des expressions de la nostalgie impose de prendre en compte ces expressions non-verbales : un collectionneur spécialiste de machines *SEGA* place ses mains sur sa poitrine pour énoncer sa marque de prédilection (figure 3)⁷⁰. L'expression de la nostalgie est indissociable de l'environnement matériel, filmé dans un espace domestique : celui-ci est aménagé et mis en scène pour être montré. La nostalgie est également présente dans la construction d'un ethos de vidéaste : à la différence des acteurs étudiés ci-avant, la légitimité de amateurs se construit au fur et à mesure des vidéos, et à travers la validation par une communauté⁷¹. La nostalgie constitue une ressource dans la construction à l'écran d'un ethos de « joueur d'ancien », dont l'authenticité dépend des discours et des mises en scène évoquées. Ces fragments de témoignage sont particulièrement prégnants au moment de la sortie de rééditions⁷², comme pour ce vidéaste commentant la sortie d'un remake d'un jeu dont l'original a marqué son enfance : « Rien que de voir l'image de l'instrument [objet à collecter selon le scénario], ça a fait remonter des trucs, c'est assez dingue qu'un jeu puisse faire ça, c'est difficile d'exprimer avec des mots (...) ceux qui comprendront, c'est qu'ils l'ont vécu »⁷³. À travers la mise

⁶⁹ MICHÈLE GELLEREAU, *Les mises en scène de la visite guidée*, Paris, L'Harmattan, 2005.

⁷⁰ Vidéo « Je Viens Chez Toi #05 - Maître SEGA – collection », en ligne : <<https://youtu.be/1MGNWOV9RhI>>.

⁷¹ LAURENCE ALLARD et PRIM UNIVERSITÉ DE TOURS, *Conférence inaugurale - Colloque « Youtubeurs, Youtubenses »* (Tours, nov. 2017), 2017.

⁷² Les collectionneurs de consoles vintage de notre corpus ont produits de nombreuses vidéos en réaction à ce type de sortie et notamment aux rééditions officielles de consoles (tests, critiques, présentation d'alternatives, vidéos humoristiques).

⁷³ Vidéo « The Legend of Zelda : Link's Awakening », en ligne : <<https://youtu.be/>>

en scène de l'activité de jeu et/ou de collection ainsi que le récit biographique, l'expression de la subjectivité des vidéastes et l'extimité⁷⁴ de l'expérience de jeu apparaissent déterminantes dans la communication avec leur audience et la ligne éditoriale des chaînes analysées.



Figure 3. Capture de la chaîne YouTube BackintoTV

12. Conclusion

De par ses spécificités médiatiques et ses composantes audiovisuelles et interactives, le JV constitue un objet particulièrement propice à sa propre médiatisation à l'ère du développement du web social et des mutations des musées et également de l'industrie. Ce texte a permis d'envisager la nostalgie des joueuses et des joueurs comme un fil conducteur, plus ou moins ténu, dans la relation aux publics à travers les discours et les mises en scènes proposées par trois catégories d'acteurs. La coïncidence entre le vieillissement de la population des utilisateurs des premières générations de consoles de jeux et la présence massive de ces derniers sur le web social émergent, contribue sans doute à la mobilisation et au renouvellement des figures de joueur dans différents espaces de communication concernés par le passé du JV. Ces faits de communication s'inscrivent dans la contemporanéité, et permettent d'envisager les modalités d'installation du passé du JV dans le présent, à travers la reconnaissance de « classiques » par les acteurs, et la cohabitation de ces derniers avec l'offre actuelle, comme cela s'est fait par le passé pour le

0wFaVVhCFQ8>.

⁷⁴ SERGE TISSERON, « Intimité et extimité », *Communications*, n° 88-1, 2011, pp. 83-91.

cinéma et la musique. Pour cela l'activité de réception à travers le point de vue du récepteur – dont la nostalgie n'est pas dissimulée – et l'environnement matériel associés, semblent particulièrement prégnants dans la construction du sens et la relation aux publics. Précisons que les mondes évoqués (musée, marketing, communautés en ligne) semblent perméables à ce titre : si les discours et les contextes ne sont pas comparables dans une approche non-exhaustive, les objets et la dimension sensorielle concentrent particulièrement les potentialités d'évocation, de déclenchement, et de mobilisation de la nostalgie. Par ailleurs les pratiques de retrogaming et leur médiatisation – dont la dernière section propose un aperçu – ont précédé les propositions mentionnées des musées et de l'industrie des années 2010. Les productions du marketing ou des musées en la matière n'ont pu que s'appuyer sur le substrat de la profusion des productions, des traces, et des archives constituées en ligne par le pôle de la réception du JV. Les productions mentionnées portent enfin sur une catégorie de jeux (principalement *mainstream*) et de joueurs. Des pistes de recherches se démarquent : portant sur la réception, et visant comme le suggèrent Suominen et Vaahensalo⁷⁵, à une meilleure connaissance du fonctionnement des communautés de gamers ; et notamment aux hiérarchisations des pratiques, des œuvres et des conceptions du JV, dont certaines peuvent être renforcées et d'autres minorées par les expressions nostalgiques.

⁷⁵ JAAKKO SUOMINEN et ELINA VAAHENSALO, *Current Trends in Retro Gaming Research*, EasyChair, 2019.

*Radio de proximité et expression des émotions
dans une matinale d'information colombienne*

Natalia Marcela Osorio Ruiz¹, Laurent Fauré²

ABSTRACT

L'illusion de (co)présence, de compagnie suscitée par la nature sonore de la radio auprès de son auditoire s'opère en grande mesure aussi à travers le discours même : au-delà des manifestations prosodiques, des structures langagières convoquent du contenu pathémique qui établissent un lien avec l'instance réceptrice tout en assumant un positionnement éditorial d'ordre affectivo-subjectif. Notre domaine d'étude *Caracol Radio* constitue la chaîne d'information la plus écoutée en Colombie, et particulièrement le programme de la matinale *6 AM Hoy por hoy*. Un travail ethnographique mené au sein de ce dernier nous mène à appréhender l'élaboration du discours radiophonique en coulisses. Notre démarche relève de l'analyse du discours en interaction selon une approche qualitative. Son objet porte sur le fonctionnement de l'expression empathique et, plus généralement, du partage social des émotions qui font appel à des procédures langagières, enrichies par l'actualisation phonético-prosodique. Plus précisément, une étude de cas illustrative vise à mettre au jour la construction progressive de l'émotion au cours d'un entretien extrait de nos données. Cette séquence nous permet de dégager les liens discursifs et praxéologiques qu'entretient le processus de formation de la visée pathémique avec la notion journalistique de proximité. Dans cet article, on s'efforcera de montrer qu'en effet, la recherche de cette dernière par la chaîne éditoriale, passe par un double rapport au corps physique et au corps social en tant qu'ils sont tous deux régulièrement convoqués dans la parole des journalistes.

The illusion of (co) presence, the company induced by the radio sound nature to its audience is largely affected through the speech itself: beyond prosodic manifestations the language structures summon emotional content which links up with the receiving instance, while assuming an emotional and subjective editorial positioning. Our subject of study, Caracol Radio, is the most popular

¹ Doctorante en sciences du langage, LHUMAIN, Université Paul-Valéry Montpellier 3. natalia.osorio-ruiz@univ-montp3.fr

² Maître de conférences en linguistique & communication, LHUMAIN, Université Paul-Valéry Montpellier 3. laurent.faure@univ-montp3.fr

news channel in Colombia, especially the morning program 6 AM Hoy por hoy. An ethnographic research carried out within it, leads us to understand the development of the radio speech from the scenes. Our approach is based on interactional discourse analysis using a qualitative approach. Its purpose is the functioning of empathic expression and, more generally, the social sharing of emotions that call upon linguistic procedures sustained by phonetic-prosodic actualization. More specifically, an illustrative case study aims to reveal the progressive construction of emotion during an interview extracted from our data. This sequence allows us to identify the discursive and praxeological links that the process of formation of the pathemic aim has with the journalistic notion of proximity. In this article, we endeavor to show that, indeed, the research of the latter by the editorial chain, passes by a double relation to the physical body and the social body insofar as they are both regularly convened in the journalistic speech.

1. Introduction

Dès l'invention du transistor, la radio, déjà antérieurement véhicule du rapprochement entre espace public et espace privé (en ce qu'il introduit l'univers global à domicile), a offert l'opportunité à son auditoire de l'accompagner plus aisément encore, jusque dans sa mobilité. L'essor technologique contemporain a renforcé cette tendance, en prolongeant sur internet le déploiement des modes de diffusion hertziens. Ce média assure sa présence presque au niveau mondial, de sorte que, même dans les régions reculées, la transmission hertzienne reste assurée. Selon les contextes, la radio peut assumer des fonctions autres que celles traditionnellement imputées aux médias, elle peut constituer un moyen d'enseignement à distance ou même constituer une méthode de communication interne au niveau local. Ayant généralisé une aptitude à l'instantanéité de l'information, la radio vise à répondre aux besoins immédiats de son auditoire, elle se donne à envisager comme le média qui se trouve en présence (bien que de façon) distale de son public. Comme le souligne Hervé Glevarec, « elle permet une inscription dans le temps présent des actualités et des nouveautés tout autant qu'elle procure un accompagnement, voire une sécurité psychologique »³. De plus, la dimension sonore crée cette illusion de compagnie. *De facto*, selon Patrick Charaudeau⁴, la « magie de la voix » crée un lien avec l'auditoire : elle mobilise de l'empathie, des appréciations, des facteurs identitaires. En d'autres termes, elle projette du contenu pathémique. Ce dernier permet de construire et/ou renforcer la relation qui se tisse entre l'instance productrice et l'instance réceptrice dans le monde radiophonique.

Dans le présent travail, nous aborderons le cas d'une matinale d'information colombienne, comme illustrative de la construction discursive de la proximité. Dans le contexte national de la Colombie, culturellement, le style journalistique procède d'un souci constant et revendiqué de rapprochement marqué avec le peuple. Les modalités d'identification avec l'auditoire se présentent sous de multiples facettes, même quand la plupart des stations sont de nature juridique privée. En effet, selon Alfonso Merayo-Pérez⁵ « en Amérique latine, il ne convient pas d'identifier

³HERVÉ GLEVAREC, « *Ma radio* », *attachement et engagement : Enquête de réception auprès d'auditeurs*. Bry-sur-Marne : INA, 2017, p. 79.

⁴PATRICK CHARAUDEAU, *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*. Bruxelles : De Boeck Supérieur, 2011.

⁵Alfonso Merayo Pérez, (éd.), *La radio en Iberoamérica : Evolución, diagnóstico y prospectiva*. Sevilla, Espagne, 2007, p. 16.

radio publique avec radio d'État, comme il est d'usage en Europe⁶⁷, et, en conséquence les radios peuvent, aux yeux de la population, avoir une nature publique « quand ses contenus s'orientent vraiment vers la construction de citoyenneté »⁸. Notre étude se focalise sur une chaîne de radio privée (Caracol Radio) dont l'intérêt de construire un rapport de proximité avec l'auditoire est explicité par ses acteurs. Précisons : nous entendons la notion de *proximité*, non pas dans les termes journalistiques classiques, par rapport au contenu de l'information, mais au sens d'une relation de partage socioculturel où entrent des dimensions empathiques et pathémiques, mises en évidence à travers le discours, étant donné que « la proximité est une notion culturelle-anthropologique, accessible au langage »⁹.

Notre étude s'étaiera d'abord d'une présentation préliminaire de la chaîne de radio et l'émission étudiée en particulier, contexte de la recherche avant que ne soient explicités la démarche ethnographique et son cadrage théorique auquel nous nous référons. Sur ces bases nous proposerons ensuite une étude de cas portant sur un extrait exhibant une manifestation singulière mais représentative de l'émotion. Notre objet consistera à tenter d'en dégager le processus constitutif, et ses liens avec la notion de proximité.

2. « 6 AM Hoy por hoy » et la radio en Colombie

La Colombie est un pays très attaché au médium radiophonique. Selon la dernière enquête de consommation culturelle de 2017, réalisée par le Département Administratif National de Statistique (DANE), 62%

⁶Toutes les traductions sont établies par les auteurs.

⁷ En France et en Italie par exemple, la notion de mission de *service public* de la radiotélévision relève explicitement de l'autorité de l'État. Encore faut-il toutefois préciser que la notion de radio étatique d'une part ne signifie pas nécessairement gouvernementale (au compte du pouvoir). Cette question, supposée tranchée en France depuis la fin de l'Ortf, ressurgit pourtant régulièrement dans le débat public. On ne citera, à titre de simple illustration, que la polémique, en octobre 2018, entre JEAN-LUC MÉLENCHON et les instances éditoriales de France info. Ces dernières se sont récréées aux accusations du leader politique de « téléguidage par le pouvoir » en affirmant, par la voix de VINCENT GIRET, directeur de la chaîne, que celle-ci « n'est pas une radio d'État, non, c'est une radio de service public » (déclaration à l'antenne du 17/10/2018).

⁸ *Ivi*.

⁹ CHRISTIAN PLANTIN, *Les bonnes raisons des émotions : Principes et méthode pour l'étude du discours "émotionné"*. Bern Berlin Bruxelles, etc.: Peter Lang, 2011, p. 25.

de la population de plus de 12 ans écoute la radio, dont 59% tous les jours. Avec un impact culturel, où « la radio est, sans aucun doute, un des médias les plus enracinés populairement et un des moyens de cohésion le plus important dans un pays si hétérogène comme la Colombie »¹⁰. La chaîne de radio objet de notre étude, s'appelle « CARACOL RADIO », nom résultat d'une apocope, avec un sens autonome (« escargot »), de CAdena RAdial COLombiana. Fondée en 1948, de diffusion nationale, cette entreprise privée appartient au groupe espagnol PRISA depuis 2004. On insistera sur le fait qu'en dépit de son statut juridique de station privée, cette chaîne est considérée culturellement étant au service du public.

L'émission sur laquelle porte notre analyse est *6 AM Hoy por hoy*, qu'on pourrait traduire par « 6h du matin, au jour le jour ». Il s'agit du programme informatif de la matinale qui, selon les études d'audience, s'avère aussi le plus écouté de la radio colombienne. Depuis 1979, il est diffusé de lundi au vendredi entre 4h et 11h pour une écoute massive de 6h à 9h, et depuis 2017 une proposition en format audiovisuel est présentée à la télévision de 6h à 8h. Cette émission présente une distribution horaire déjà établie. En effet, entre 6h et 9h, une première focalisation majeure porte sur les informations du jour et les affaires politico-économiques. Une séquence de deux heures ouvre ensuite l'antenne à des sujets d'intérêt général, des conseils et des expériences personnelles. Cette partie du programme, sous les formats magazine et chronique orientés vers les questions sociales, vise à susciter la motivation personnelle des auditeurs (récits de vies ordinaires mais exemplaires, avec une insistance sur les cas de résilience), s'efforce de leur venir en aide dans différents domaines (conseils à l'appui) ou encore tend à servir de porte-parole des dénonciations d'injustices, de scandales, de dommage ou de dangers sociétaux (en relais de lanceurs d'alerte). Cette dernière mission renforce la construction du rapprochement avec l'auditoire, déjà revendiquée par Caracol Radio. La station cherche en effet à construire en permanence cette image de proximité, tendance qui se matérialise dès le slogan de la chaîne : *Caracol radio más compañía* (« Caracol radio, plus de compagnie »). De fait, comme en français, l'unité lexicale *compañía* renvoie, en espagnol colombien, à la notion de coprésence, d'entourage plus ou moins affectif : il s'agit de se trouver auprès de quelqu'un, de l'ac-

¹⁰ JUAN CARLOS VALENCIA RINCÓN, « ¿Qué está pasando con la radio colombiana? », In : PEREIRA GONZÁLEZ, JOSÉ MIGUEL, VILLADIEGO PRINS, MIRLA et SIERRA GUTIÉRREZ, LUIS IGNACIO (Coord.), *Industrias culturales, música e identidades*, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 2009, p. 91.

compagner. Ainsi, *Acompañar*, « tenir compagnie » renvoie à l'idée de distraire une personne de sa solitude. Le terme de « compagnie » fait de la sorte appel à une présence matérielle, animée, alors que le dispositif radio relève *a priori* d'abord d'une rationalité sociotechnique : il offre, certes, une médiation entre des sujets qu'il rapproche mais il n'en demeure pas moins un objet qui véhicule une voix diffusée à distance, voire son simulacre (par la chaîne de transformation sonore)¹¹. La formule inscrit, de même, l'instance médiatique dans la sphère concurrentielle : Caracol revendique de représenter « plus » de compagnie, par rapport aux autres chaînes, dans la mesure où l'appel à la notion implicite le fait qu'il s'agisse d'une qualité intrinsèque de la radio. Assumant une sorte d'ethos de supériorité (la radio par excellence), la tournure superlative suscite ainsi une attente particularisante et singulière : véritable instanciation pathémique projetée sur son auditoire, elle ébauche un lien contractuel, fondé sur la promesse d'une présence bienveillante et continue. De plus, dans cette émission matinale en particulier, les journalistes se projettent comme proches des auditeurs, par le partage des expériences, des problèmes et par l'appartenance à la même culture, en une manière de clin d'œil fait à l'identité nationale.

3. *Un abord ethnographique*

L'étude de cette émission a fait l'objet d'un travail de terrain, d'ordre ethnographique (et instrumenté à l'aide d'enregistrements audiovisuels), en immersion de plusieurs mois, à trois reprises, au sein de l'équipe de rédaction, en mars et en juillet 2016 et en août 2017. Le corpus se compose ainsi des journaux de terrain, de vidéos en studio, en production et dans les conférences de rédaction, des podcasts du programme, de tweets, des entretiens de journalistes avec des enregistrements sonores et parfois vidéos, des scripts du programme et des captures d'écran qui révèlent la communication entre le producteur et les journalistes. Ce travail de terrain n'avait pas comme seul objectif la récolte brute des données. De fait, l'observation participante de l'une d'entre nous, qui a travaillé aux côtés des membres de la rédaction, a permis de connaître le déroulement des actions, mais aussi, de réaliser des tâches des professionnels des médias. La mobilisation de la démarche ethnométhodolo-

¹¹ On peut consulter à ce sujet les travaux fondateurs de PIERRE SCHAEFFER, *Machines à communiquer*, Paris, Seuil, Tome 1 : *Genèse des simulacres*, 1970.

gique d'Harold Garfinkel¹² s'est vue renforcée dans notre approche, au fil du travail avec les acteurs sociaux du journalisme, de l'intérieur, en s'efforçant d'accomplir les actions qui leur sont naturelles. La compréhension des raisons des procédures de même que l'accès à la logique du fonctionnement interne ont été de la sorte éclairés et rendus accessibles.

De plus, l'instrumentation s'est vue justifiée par l'enrichissement qu'apporte l'emploi des artefacts technologiques à l'ethnographie. On suivra ici Alessandro Duranti¹³, pour qui ces derniers permettent d'effectuer des descriptions plus profondes, en motivant une analyse complexe, prenant en compte le plus grand nombre possible d'éléments pertinents. Les enregistrements des actions quotidiennes des professionnels considérés dévoilent les gestes de métier et relèvent de la naturalité des comportements. En fin de compte, l'observation ethnographique, liée à l'approche ethnométhodologique, constitue une voie d'accès aux pratiques des acteurs, depuis leur point de vue, pour essayer de comprendre le sens attribué par eux aux actions, connaître la manière dont les choses se mettent en place au sein des multiples procédures – dans notre cas, dans la construction du discours radiophonique. L'assistance de l'instrumentation (capture audiovisuelle, transcription, alignement texte image son et indexation numérique des données), permet d'avoir accès aux phénomènes de façon répétée et selon les besoins afin de repérer des éléments, qui, au premier contact, peuvent passer inaperçus.

À ces cadres théoriques croisés de l'ethnométhodologie et de l'ethnographie, on ajoutera celui de l'analyse du discours et de la conversation qui nous permet de questionner les fonctionnements participatifs de la parole journalistique, en la reliant aux enjeux de sa portée sur les publics.

4. *Étude de cas : une construction discursive de l'émotion*

Dans cet article, nous nous concentrerons particulièrement sur le fonctionnement de l'expression empathique et plus généralement sur le partage social des émotions. Pour cela, nous nous focaliserons sur un extrait d'un entretien radiodiffusé réalisé le 8 août 2017 à 9h40, c'est-à-dire dans la partie de l'émission *6 AM Hoy por hoy* qui aborde des sujets d'intérêt général et met en exergue la mission médiatique de porte-parole des dénonciations sociales.

¹² HAROLD GARFINKEL, *Studies in ethnomethodology*, Prentice Hall, New Jersey, 1967.

¹³ ALESSANDRO DURANTI, *Linguistic anthropology*, Cambridge, Cambridge University Press, 1997.

L'entretien a lieu par téléphone avec le petit-fils d'une personne indigène victime d'incohérences du système de santé colombien. Il s'agit, de plus, de l'acteur principal du film *L'étreinte du serpent*. Ce film, sorti en 2015, a gagné plus de vingt prix de reconnaissance mondiale, parmi lesquels ceux du festival de Cannes (2015), du festival international du film d'Erevan et a fait l'objet de la nomination, pour la première fois, d'un film colombien aux Oscars. Cela explique le fait que la personne susdite soit connue de la majorité de la population. De plus, son appartenance à une tribu indigène favorise l'empathie car le manque d'attention du gouvernement envers cette catégorie de la population est socialement notoire ou du moins circulant dans l'espace public.

Cet entretien révèle une construction émotionnelle de l'indignation à travers tant de la parole que de la voix¹⁴. Notre étude consiste à observer le processus par lequel le médium radiophonique tend à susciter de l'émotion chez l'auditeur, aussi concentrerons-nous notre attention sur la séquentialité des tours de parole des journalistes en tant qu'agents sociaux médiatiques. Avant l'entretien proprement dit, sa diffusion est mise en perspective à des fins justificatives. Cela obéit au procédé professionnel fondé sur le besoin pédagogique de fournir les explications utiles à l'auditoire mais aussi de présenter à ce dernier la raison pour laquelle l'invité mérite d'être entendu. L'information est introduite par le directeur de l'antenne, également en charge du programme, avec un sommaire préliminaire à un mini récit, qui montre déjà l'étonnement et annonce la coloration affective du traitement du dossier¹⁵ :

Extrait [1] (séquence en studio, à l'antenne)

1. DAR: *son las cosas que pasan en colombia con el sistema de la salud*
ce sont les choses qui arrivent en colombie avec le système
de santé

La construction impersonnelle ouvre un énoncé d'évidence qui emprunte à une croyance populaire partagée, teintée de fatalisme. Ce discours journalistique de sens commun assume ainsi une vision culturelle : c'est précisément l'absurdité de la situation qu'on donne à reconnaître qui per-

¹⁴ Au moment de la diffusion, la radio visuelle n'est plus active, ce qui écarte de la diffusion d'autres registres multimodaux.

¹⁵ Les conventions de transcription correspondent à celles du groupe ICOR de 2013. Pour les participants de cet extrait, les acronymes DAR, ERI et PAT renvoient respectivement aux personnes du directeur d'antenne (également responsable de la matinale) et à deux des journalistes présents en studio.

met d'en assurer le partage collectif auquel il est fait appel ensuite :

Extrait [2]

2. DAR: *ustedes se acuerdan de la película el abrazo de la serpiente* // =
vous vous rappelez du film l'étreinte du serpent // =

Cette question rhétorique posée aux autres journalistes en studio permet aussi au public, de se sentir interpellé, comme tiers symbolisant, en tant que destinataire de la demande. Il approfondit ensuite cette invite au partage des référents culturels en précisant de quel acteur en particulier il s'agit.

Extrait [3]

5. DAR: *=pues bien (.) el protagonista (.) que interpretó a karama/ka[te]* &
=eh bien (.) l'acteur (.) qui a interprété karama/ka[te] &

Ainsi, la personne dont il va être question est située dans le contexte culturel précédemment évoqué, après quoi, le journaliste commence la présentation du déroulement de l'accident subi par l'acteur âgé, clôture liminaire de la séquence narrative proprement dite.

Extrait [4]

7. DAR: *&sufrío un accidente tiene setenta años le dio por subirse a un árbol*
& il a eu un accident il a soixante-dix ans il est monté dans
un arbre

Suite à la première proposition narrative qui fait office de sommaire (« il a eu un accident ») une incise survient dans le récit pour préciser l'âge du protagoniste. Or cette information fait précisément appel à l'empathie en introduisant un paramètre socialement sensible qui renvoie à la fragilité potentielle de l'intéressé. Ce mouvement est directement renforcé par l'expression d'une complémentarité explicite entre le contenu verbal et le format vocal, qui revêt la forme d'un régulateur (signal de rétroaction de la ligne 10) :

Extrait [5]

9. DAR: *se:: subió al árbol el árbol se fracturó*
il est:: monté à l'arbre l'arbre s'est rompu &
10. ERI ((*gemido de dolor*))
((gémissement de douleur))
11. DAR *&se cayó se quebró la rama cayo él desde una altura de sie↑te metros*

&il est tombé la branche s'est cassée il est tombé d'une
hauteur de se↑pt mètres

Au milieu de son récit, quand le narrateur précise l'action matérielle qui cause l'accident (« l'arbre s'est rompu ») on entend un gémissement mimant la douleur de la part d'un autre journaliste (ERI) en studio. Cette forme vocale, scénique, renvoie à une expression empathique du corps, à l'adresse de l'auditoire. Quelques secondes plus tard, le narrateur cède son tour à la journaliste qui doit approfondir l'information avec une qualification du système de santé :

Extrait [6]

16. DAR: *aquí viene el drama (.) de la salud en colombia*↓=
on en arrive au drame (.) de la santé en colombie↓=

Le tour de parole suivant s'ouvre avec le ligateur *claro* (« bien sûr ») qui articule, selon un procédé d'étayage rhétorique de l'attention (ordinaire en conversation et nécessaire en discours médiatique oral), ce qui précède à l'exposé du problème même.

Extrait [7]

17. PAT: =*claro porque esto pasó el veintitrés de julio desde entonces le dijeron usted*
=bien sûr parce que cela s'est déroulé le vingt-trois juillet
depuis ils lui ont dit vous
18. PAT: *requiere una radiografía urge↑ntemente de su columna*=
avez besoin d'une radiographie d'urge↑nce de sa colonne=

Dans la progression séquentielle de ce nouveau tour de parole, le connecteur argumentatif de justification (*porque*) introduit l'unité de construction de tour reposant sur la proposition factuelle (« cela s'est déroulé le vingt-trois juillet ») qui inclut l'indicateur temporel de la date de l'accident. Ce balisage, après le cadrage opéré par la situation initiale du micro récit, installe la pertinence informationnelle (qui correspond à la complication dans la séquence narrative) induisant potentiellement la réaction de l'auditoire (plus de quinze jours se sont écoulés entre les faits et la prise d'antenne). L'adverbe *desde* (« depuis ») permet ensuite de mettre au jour la période de temps écoulée entre le jour de l'accident et le temps zéro de l'énonciation. Cette précision factuelle qui réfère à la prise en charge énonciative au titre de la rigueur du traitement journalistique, voit son sens renforcé quand la journaliste ajoute la notion d'urgence médicale, avec une intonation montante d'emphase sur l'adverbe

concerné. De plus, cette qualification d'urgence est attribuée aux médecins, en faisant ainsi appel à leur expertise, comme preuve de la validation de son propos. En glose de cet énoncé dialogique (discours rapporté direct des médecins), le directeur du programme justifie ce besoin en faisant appel à un constat d'évidence (introduit par la particule : *claro*). Il introduit au passage la voix de la rationalité de *bon sens* dont il se fait le responsable, au sens goffmanien¹⁶ et le médiateur, en écho d'une possible réaction du tiers symbolisant qu'il suscite en la portant.

Extrait [8]

19. DAR: =*cl*↑*ro para saber qué había pasado*↓=
 =*bi*↑*en sûr pour savoir ce qui s'est passé*↓=

Il se trouve que, consécutivement à ce commentaire d'assentiment, relativement péremptoire (acoustiquement marqué du contour prosodique final descendant), la journaliste enchaîne à son tour sous forme d'énoncé-écho introduit à nouveau par la particule *claro*. Celle-ci ouvre l'extrait [9] à ce qui paraît un renforcement assertif mais qui s'avère un infléchissement argumentatif.

Extrait [9]

20. PAT =*claro y que la e p s lo traslade a bogotá para [que]*↗
 =*bien sûr et que la e p s*¹⁷ le transfère à bogotá pour
 [que]&
 21. DAR [jum]
[mh]
 22. PAT *↗eh pues le haga seguimiento a este accidente [...]*
 & euh assure donc le suivi de cet accident [...]

L'orientation logique de ce dernier se distingue en fait de celle du contenu propositionnel que vient d'émettre DARio puisqu'il s'agit de préciser plutôt qu'une recherche de diagnostic, une nécessité pratique

¹⁶ Goffman distingue en effet trois formats de production de la parole du locuteur qui peut assumer la fonction d'*animateur* (au sens technique de producteur énoncif, « machine parlante ») par opposition aux rôles d'*auteur* qui émet des opinions, choisit d'encoder verbalement ce qu'il cherche à exprimer et de *responsable*, à titre personnel, ou comme représentant collectif de ses propos, comme énonciateur d'une source auto-identifiée. Ces positions, mouvantes, peuvent se figer pour des raisons socioinstitutionnelles, comme c'est souvent le cas dans les cadres médiatiques. Cf. IRVING GOFFMAN, *Façons de parler*, Minuit, 1987, p. 154 *sqq.*

¹⁷ Entidad Promotora de Salud : Institution de promotion de la santé.

préalable pour le patient. Le déplacement de ce dernier à la capitale est induit par l'examen radiologique spécialisé. Le script de PATricia Pardo implicitant la finalité était tourné vers sa modalité : reconnectant (ligne 22) sa proposition à l'explication de son responsable d'émission, elle préserve la face de ce dernier (qui a entretemps, sous le *jum*, émis un signal de rétroaction concessif, attestant d'une convergence de coconstruction) tout en restaurant la séquentialité argumentative¹⁸. En tout état de cause, le même outil logico-grammatical : *claro* (« bien sûr ») répond ainsi à quelques millisecondes d'intervalle à trois valences argumentatives : d'une part, la première occurrence (ligne 16) inscrit l'événement dans un cadre générique (« le drame de la santé en Colombie ») dont il devient une illustration singulière, par inférence. On pourrait paraphraser le *bien sûr* par *en effet*. La deuxième occurrence revêt un effet de sens assumant l'évidence de la décision médicale, comme allant de soi avec comme paraphrase traduite possible : *bien entendu*. La troisième occurrence ratifie cette évidence et place une relation de cause-conséquence entre la procédure demandée (la radiographie) et l'action qu'elle implique (le déplacement à Bogotá). Cette dernière renforce de plus le caractère de gravité du cas, condition nécessaire du transfert à la capitale du pays. Sous ses deux premières occurrences, la particule articule deux formats énonciatifs : le premier en introduisant un commentaire explicatif d'un énoncé générique et le second en introduisant la parole (ou, en l'occurrence, la pensée supposée) collective implicite dans l'énoncé rapporté qui précède. Le troisième *claro*, échoïque, relève d'un niveau *meta*, dans la mesure où il réaligne l'argument et était un besoin structurel de remise en cohérence de l'architecture du raisonnement logique. Sous le recours à ces procédés d'apparence logique et relevant *a priori* de la rationalité argumentative, émerge un système de ponctuation de l'oral. Ces relais du discours autre, en structurant discursivement les implicites sociaux, font appel aux ressources de la relation intersubjective et à la dialectique même / autre par l'espace discursif ainsi ouvert. C'est de ce processus d'intégration des discours circulants, de divers niveaux et d'origines multiples, orienté vers le formatage de la réception, que se tisse en particulier la parole de DAR, directeur du programme et responsable énonciatif de la production éditoriale.

Ces petits mots du discours participent du reste de l'ambiance dis-

¹⁸ La ponctuation du raisonnement par Dario peut être mise au compte de l'expérience : jalonner la pensée de l'auditeur permet en effet d'éclairer pédagogiquement les étapes d'un discours d'expertise (médicale, en l'occurrence) qui peut paraître relativement technique.

cursive, dont la tonalité est donnée en amont de l'interview et du récit par la présentation de la journaliste PAT en régie, au producteur, et dont l'orientation est assumée par l'équipe du programme. En effet, un extrait filmé en régie permet de mettre au jour ce que Charaudeau définit, au sein du contrat de la communication médiatique de l'information, comme le processus de transformation qui permet à un événement brut interprété par l'instance médiatique de devenir un événement construit par elle, une « nouvelle »¹⁹. En l'espèce, en amont de la prise d'antenne, la journaliste <PAT> se rend en régie prévenir le producteur <PRO> et son assistant <ASS> qu'elle tient « une chronique sociale importante » afin d'obtenir son autorisation d'investigation plus fouillée en vue du passage à l'antenne.

Extrait [10] (séquence en régie, hors antenne)

1. PAT *edison (inaud.) social (inaud.)*
edison (inaud.) sociale (inaud.)
2. PRO *una qué/ /*
une quoi/ /
3. PAT *una crónica social importante\ (.) se acuerda de:l*
une chronique sociale importante (.) vous vous rappelez du:
4. *protagonista del abrazo de la serpiente/ /*
protagoniste de l'étreinte du serpent/ /
5. PRO *[sí\]*
[oui\]
6. ASS *[sí\]*
[oui\]
7. PAT *está enfermo marica\ delicadísimo de salud en una clínica en*
il est malade mec\ sa santé est extrêmement fragile dans
une clinique dans
8. *una clínica en leticia/ (.)y no lo quieren atender\ (.) no le*
une clinique à leticia/ (.) et ils ne veulent pas le traiter\ (.)
ils ne
9. *quieren sacar una radiografía ni ninguna mierda\ me acaba de*
veulent pas lui faire une radiographie ni aucune
merde\ vient
10. *escribir gustavo*
de m'écrire gustavo
11. (14")
(passage non transcrit)

¹⁹ CHARAUDEAU, *op. cit.* p. 94.

12. PRO *quien denuncia// quien denuncia//*
qui dénonce// qui dénonce//
13. (3'')
14. PRO *él debe saber estar malito entonces toca llamar a alguien ahí*
il doit être malade alors il faut appeler quelqu'un d'autre là
15. PAT *el vocero es el nieto alberto*
le porte-parole c'est le petit fils alberto
16. PRO °*hagalé*°
 °*allez-y*°

On notera que PAT procède par une opération de cadrage thématique préalable (au sens de l'installation de la mémoire partagée dans la pensée du colocuteur), vérifiant d'abord que PRO connaît lui-même l'acteur du film, avant de lui décrire la situation. Si elle a des propriétés séquentielles et en projette structurellement des enchaînements, cette manifestation de la progression thématique assure également un liant affectif dans l'élaboration de l'intersubjectivité : la phase d'accordage sur le connu, dégage d'autant plus l'étonnement et la surprise suscités par les contours du nouveau, quels qu'en soient les degrés de pertinence. Dans cette séquence en coulisses, préparatoire à la sélection des sujets du jour, donc, l'intrication locale des formats de rationalité professionnelle (la catégorisation « chronique sociale » s'inscrit dans le paradigme journalistique) et des relations socioaffectives (constituées d'adresses directes, phatiques : *edison, marica*, d'interpellations : *se acuerda de:l*, de modalisations : *importante*), nourrit la (macro) visée éditoriale, dans une relation dialectique. Sur ces bases, le premier mouvement séquentiel (sommation-réponse-évaluation) se déploie rhématiquement dans le tour de parole 7. Celui-ci succède au tour valant pour accusé de réception du topique conversationnel (<l'acteur du film *L'Étreinte du serpent*>) et va assumer une stratégie captatoire, en dramatisant le contenu informationnel qui vient d'être posé²⁰. Cette orientation est assumée par le choix du degré superlatif pour décrire l'état du patient : *delicadísimo* (« des plus fragiles »). Par la suite, PAT impute la responsabilité au personnel de la clinique et, par ricochet, de la mutuelle, en consolidant le statut de « victime » du patient, déjà esquissé par son état de santé. La journaliste ajoute à cela un commentaire glosant la mauvaise volonté des services

²⁰ Tout se passe en l'occurrence comme si la recherche d'adhésion pour le dossier du jour auprès du producteur constituait une préfiguration du formatage de la réception pour l'auditoire : de fait, on *vend* son sujet dans le double cadre de la ligne éditoriale et des attentes supposées du public.

médicaux, souligné par une grossièreté (*ni ninguna mierda*), expression non seulement familière mais surtout d'un haut degré expressif, marque d'engagement subjectif de la journaliste. Cette assumption projette celle de la source journalistique de référence (« Gustavo », qui « dénonce »), en renfort du sentiment d'indignation revendiqué pour susciter l'éclairage de l'alerte médiatique. À son tour, le producteur (ligne 14) exhibe un agir professionnel instantané : son réflexe de souligner la nécessité d'interviewer quelqu'un d'autre que l'intéressé en raison même de son état de santé, constitue une marque intégrative implicite de validation du dossier, dont l'actualisation est ainsi reversée pragmatiquement au script du processus de transaction dans l'espace stratégique de la communication médiatique²¹. Ce bouclage de la décision du passage à l'antenne, généralement plus longuement négociée, achève d'articuler dans le cours d'action deux instances qui font l'objet de la pensée critique :

– la mise au jour de la nouvelle brute issue de l'appréciation individuelle ou collective des agents sociaux de l'instance médiatique : réactivité personnelle, savoir-faire, auto-censure et intuition se mêlent dans cet engagement empirique, impressionniste et consciencieux à la fois ;

– le réalisme journalistique du façonnage de la précédente (modalisation, narratabilité, anglage du sujet) qui se déploie dans l'espace médiatico-discursif en termes de stratégie informationnelle, opérationnelle et captatoire.

Pour en revenir aux données diffusées, comment cette dimension socioémotionnelle, tissée d'engagements et de stratégies se manifeste-t-elle à l'antenne ? Au plan discursif, loin d'être circonscrite au registre strictement verbal et portée du reste par diverses marques prosodiques, elle se coule également dans le fonctionnement des cadres participatifs à l'antenne. Ainsi, pendant que PAT présente au micro le besoin de transférer la personne à Bogotá (ligne 20), on entend un *jum* de la part du directeur (cf. *supra*, extrait [9], ligne 21), qui manifeste sous l'onomatopée une marque d'empathie face à la situation vécue par le patient. De même, avant d'introduire l'invité, la journaliste poursuit le parcours précité de production d'émotion, d'empathie et d'indignation vis-à-vis de l'agir de la mutuelle (EPS), en déclinant les indicateurs suscitant le rapprochement affectif : sous forme résomptive, elle répète l'âge de la victime de l'accident et le caractère « d'urgence » de sa situation.

Extrait [11] (séquence en studio, à l'antenne)

22. PAT [...] *como bien lo dice*

²¹ CHARAUDEAU, *Ivi*.

23. [...] comme vous le dites bien
usted dario .h don antonio bolívar tiene seten↑ta años y necesita
dario .h monsieur antonio bolivar a soixa↑nte-dix ans et
il a besoin
24. *urgentemente cuidados médicos .h [...]*
de soins médicaux d'urgence .h [...]

Le cadre factuel installé dans cette tonalité compassionnelle, la journaliste peut présenter le petit-fils de l'acteur, en duplex, comme témoin crédible, non pour sa neutralité mais précisément en raison de sa proximité avec Antonio Bolívar. On peut déceler sous ce mouvement (informer – compatir – émouvoir) une illustration partielle et adaptée des trois opérations discursives de la persuasion « enseigner, plaire, toucher (*docere, delectare, movere*) »²², lesquelles relèvent du processus d'administration des preuves objectives dans le cas de la narration et de l'argumentation. Ces dernières requièrent « de fournir aux auditeurs des indices périphériques de vérité : ce sera la fonction des preuves liées à l'*ethos* (« *aie confiance* ») et des stimuli émotionnels quasi physiques, qui constituent le *pathos* »²³. C'est d'autant plus le cas dans le tour concerné, qui assume le rassemblement communautaire sous l'affection supposée du pays tout entier pour la figure de la personnalité accidentée.

Extrait [12]

24. PAT [...] *su nieto eh albert ricardo atama es*
 [...] son petit-fils eh albert ricardo atama est
25. *quien nos va a contar realmente qué es lo que está pasando en estos*
celui qui va nous raconter vraiment ce qui se passe en ce
26. *momentos con el querido↑simo por todos antonio bolívar↓ hola albert*
moment avec le très che↑r pour tous antonio bolivar↓
salut albert

Dans ce fonctionnement propre à la radio de proximité – qu'on peut envisager ici au sens anglo-saxon de média communautaire –, tout se passe à l'inverse d'un mouvement argumentatif délibératif, où le journaliste assumerait éditorialement un rôle professionnel d'enquête équilibrée, « à charge et à décharge ». Le questionnement porte du reste exclusivement sur la responsabilité de l'institution médicale, assignée à

²² PLANTIN, *op. cit.*, p. 18.

²³ *Ivi.*

un *They code (trasladan)*²⁴, dont on se départit du discours comme de l'action, ce qui a pour effet de susciter une empathie avec le patient et les proches :

Extrait [13]

34. PAT [...] *por qué no lo trasladan (.) a bogotá para hacerle todos*
[...] pourquoi il n'est pas transféré (.) à bogotá pour
lui faire tous
35. PAT *los chequeos médicos que necesitan//*
les examens médicaux nécessaires//

De même, est-ce auprès de l'invité et non à la partie adverse elle-même que l'instance journalistique s'enquiert des propos tenus par cette dernière, comme le montre l'extrait [14] :

Extrait [14]

43. DAR [*pero qué dice qué dice*] *la e p s// qué alega*
[mais qu'est-ce qu'elle dit qu'est-ce qu'elle dit] *la e p s//*
44. DAR *la e p s albert//*
qu'est-ce qu'elle affirme *la e p s albert//*

La professionnalité ainsi assumée est explicitement celle du journalisme lanceur d'alerte qui prend étai de l'émotion distribuée pour informer et des gestes de métier pour véhiculer le formatage affectif de la réception. Une manifestation plus subtile peut en être décelée dans l'extrait ci-après. Après quelques tours de questions – réponses entre l'invité et les journalistes, visant à des demandes de précision et de remerciement de l'invité au média pour lui avoir permis de procéder à son récit, le responsable éditorial de l'émission (DAR) propose une reformulation pittoresque, quasi scénique, du propos d'Albert Ricardo (ligne 54) :

Extrait [15]

54. DAR *y entonces dicen pero*
et alors ils disent mais

²⁴ On doit à Gumperz l'opposition entre un code linguistique intégratif (celui de la famille, de la communauté : *We code*) et un code adversatif (généralement plus formel, institutionnel et *in fine* exclusif : *They Code*). Pensée pour le contact de langues en situation de multilinguisme, la notion d'alternance codique peut être étendue aux cas de détermination d'identité sociale, culturelle idéologique : la différenciation se laisse relier à la dominance vécue ou exprimée. Cf. JOHN GUMPERZ, *Discourse strategies*, Cambridge: Cambridge University Press, 1982, p. 95 *sqq.*

55. *pónganlo en la e p s y yo lo atiendo pero si no me lo ponen yo no amenez-le à la e p s et je m'en occupe mais si vous ne l'amenez pas*
56. *puedo ir por él*↓
je ne peux pas y aller pour lui↓

En imputant les propos à l'EPS (sous un format de discours rapporté direct) dont il se fait l'animateur en glissant de la troisième à la première personne, DAR souligne l'incohérence de la mutuelle, par contraste avec le tour précédent où l'invité confirmait que le patient était toujours immobilisé. Cette assomption subjective par le directeur d'antenne, en direct, de la dénonciation de l'absurdité de la situation décrite par le témoignage n'est ni gratuite ni fortuite. Par la suite, en clôture d'entretien, le directeur du programme fait du reste appel directement aux personnes de l'institution administrative concernée ainsi qu'au gouvernement à travers la surintendance²⁵.

Extrait [16]

75. DAR *abí está al oído de la (.) e p s indígena mallamas y también de la*
voilà à l'oreille de la (.) e p s indigène mallamas et aussi de la
76. DAR *superintendencia de salud [...]*
surintendance de santé [...]

Par suite, dans son envoi au sens rhétorique, il modalise le dossier pour son caractère remarquable (*un caso eh muy emblemático*) en rappelant avec l'âge de la victime sa vulnérabilité au même titre que son rôle dans le rayonnement culturel du pays :

Extrait [17]

76. DAR [...] *porque es un caso eh muy emblemático con*
[...] parce que c'est un cas eh très emblématique avec
77. DAR *una persona de seten↑ta años eh: protagonista de esta película que*
une personne de soixa↑nte-dix ans eh : protagoniste de ce film qui
78. DAR *tanta gloria le ha dado también a la producción cinematográfica*
a donné autant de gloire à la production
cinématographique
79. DAR *nacional*
nationale

²⁵ Entité qui veille au bon fonctionnement des institutions du domaine médical.

Cette synthèse, prise dans un mouvement ternaire classique de *captatio benevolentiae*, supporte une mise en scène verbale qui accentue l'indignation, dans la mesure où elle fait appel à une logique socio-culturelle : l'apport antérieur du blessé au pays n'est pas payé de retour dès qu'il se trouve dans la nécessité et ses droits élémentaires sont bafoués.

La mise en œuvre incrémentale de l'émotion s'appuie en grande partie sur le plan discursif comme permet de le déceler la trajectoire de la séquentialité narrative, mais aussi sur le plan proprement vocal : la nature sonore du média assure l'emballage phonétique-prosodique de la mise en discours et de la production affective du sens dont l'orientation interprétative est formatée pour l'auditoire. Cette actualisation vocale repose aussi sur le ton pris par les journalistes dans certains énoncés, comme pour la reformulation précédemment citée de la ligne 54 ou les intonations montantes dans des mots précis comme *sie↑te* (« sept ») (ligne 11), *urge↑ntemente* « d'urgence » (l. 18), *seten↑ta* « soixa↑nte-dix » (l. 23), entre autres. De même, l'invité par son accent, son débit et ses constructions grammaticales, authentifie vocalement son appartenance à une tribu indigène. Il revendique du reste par la suite explicitement cette identité sociale et culturelle en y associant l'allusion à une sensibilité communautaire partagée, renvoyant à l'expression d'un *nous* collectif, support d'un *We Code* (cf. *supra*, note 22) :

Extrait [18]

30. INV *y de hecho es mi abuelo soy del pueblo kaina somos del pueblo kaina*
et en fait c'est mon grand-père je suis du peuple kaina
nous sommes du peuple kaina et
31. INV *estamos pues eh preocupados por la situación actual que está eh:*
nous sommes bon eh inquiets par la situation actuelle que
32. INV *pasando pues mi abuelo*
traverse eh: bon mon grand-père

Au-delà de cette expression locale en discours de solidarité, la procédure d'administration de la preuve par la voix, précédemment évoquée, est une modalité à laquelle recourt la radio, pour attester de sa crédibilité, « c'est la preuve par le "vu-dit-entendu" qui devrait attester sans fard "ce qui est" »²⁶. Ainsi, la recherche de confiance dans le cadre du contrat de communication, converge avec le pouvoir de susciter de l'empathie et de l'adhésion avec les auditeurs, dont la voix radiophonique se fait un vecteur crucial. Noza Smati et Caroline Fiévet précisent à ce titre que :

²⁶ CHARAUDEAU, *op. cit.*, p. 72.

« la voix du journaliste ou de l'animateur radio (voix douce, déterminée, timide, masculine, féminine, etc.) permet de jouer la proximité auprès des auditeurs, de les interpeller et installe un rapport particulier entre instance médiatique et récepteur »²⁷.

On saisit sous le bouclage qui précède que la relation avec le public se coule bien dans l'interpénétration des moyens déployés en amont et en cours de diffusion : d'une part, mise en scène médiatique d'une présence proximale projetée auprès des auditeurs (modulations vocales, ethos empathique, affichage d'expressivité et d'affectivité, jouées et vécues à l'antenne), d'autre part, exhibition d'un agir professionnel (maîtrise du *story telling*, des formats et séquentialité discursifs, recherche de crédibilité par authentification et engagement dans le processus d'investigation, éclairage pédagogique, clarté de l'exposé informationnel...).

5. Conclusion

Dans le cas étudié, la progressive élaboration d'un discours émotionné à travers la séquentialité narrative, est distribuée entre la présentation de l'information, le recueil du témoignage en direct et l'appel aux entités administratives responsables en mode de conclusion et d'envoi. Bien que ce rôle de lanceur d'alerte soit inscrit dans l'ADN du journalisme d'investigation (on pense à la formule fameuse : « Le courage, c'est de chercher la vérité et la dire »²⁸), discursivement, la médiation journalistique, consisterait globalement plutôt en la recherche équilibrée d'une présentation à visée objective ou neutre. La suspension assumée de cette gestualité énoncive professionnelle au profit de l'appel à l'indignation passe par le recours aux experts (ligne 17), les constructions impersonnelles (lignes 1 et 19) et les reformulations (lignes 54-55 et 56). Elle constitue en ce sens une ressource discursive de la visée empathique qui vient ancrer le processus d'identification et de crédibilité de la chaîne. Au final, même si, pour des raisons d'espace, nous avons délibérément écarté l'analyse de la textualité narrative à proprement parler, (mal)traitée

²⁷ NOZA SMATI & CAROLINE FIÉVET, « La voix », In: FRÉDÉRIC ANTOINE (dir.), *Analyser la radio : Méthodes et mises en pratique*, De Boeck Supérieur, Louvain-la-Neuve, Belgique, p. 118.

²⁸ JEAN JAURÈS, *Discours de remise des prix au lycée d'Albi*, 30 juillet 1903. La citation sera reprise en exergue du journal *L'Humanité* que l'orateur fondera une année plus tard. Loin d'être restreinte au domaine français et francophone, cette référence, à vocation universelle, demeure circulante dans les écoles de journalisme à l'échelle internationale.

au prix de quelques allusions rapides, elle n'en reste pas moins la source d'une inscription générique, un récit oral, avec ses horizons d'attente et sa réversion en format (*story telling*) du paradigme journalistique. Ce double lieu de construction de l'intersubjectivité : horizon d'attente générique d'une part et mise en scène du partage social des émotions de l'autre, façonne ainsi la production médiatique du sens diffusé à l'antenne. Rappelons que, précisément, le format de rationalité choisi, saisi dans le contrat éditorial spécifique avec le public emprunte à l'énonciation affectivo-subjective. User de l'émotion pour alerter, persuader et organiser le traitement informationnel d'un fait révoltant, selon le réglage professionnel, c'est tout un. Simplement, l'engagement rédactionnel se fonde ici dans le continuum du genre discursif/format journalistique et des spécificités des fonctionnements culturels.

En regard des spécificités assumées de la chaîne et du programme, de leur inscription dans un environnement historique et culturel donné, il reste à envisager non seulement une investigation transversale systématique de la collection de phénomènes considérés pour le corpus retenu mais encore une analyse comparée avec d'autres manifestations radiophoniques similaires en domaines latino-américain, européen et français, propres à d'autres données, dont nous disposons. Telles sont les perspectives de notre programme d'étude à venir.

Les émotions et les publics.
Enquêter sur les publics de la culture et de l'Éducation Artistique et Culturelle
par l'analyse des émotions.
Le cas du festival des Rencontres Trans Musicales de Rennes

Camille Royon¹

ABSTRACT

La définition des émotions, leur importance et place dans les relations à l'art et la culture et leur traitement scientifique en sciences humaines et sociales permettent d'envisager de nouvelles manières d'étudier les rapports des publics à la culture. Une partie de l'article sera dédiée à la forme festival, propice à la construction des émotions et à la manière dont ce terrain du sensible est travaillé par les dispositifs existants autour de l'Éducation Artistique et Culturelle, mais aussi dans les perspectives de recherches et d'actions qu'ouvrent l'étude du sensible. Sans dévaluer l'analyse quantitative, cette communication cherchera à montrer la manière dont l'analyse par les chiffres et celles par les émotions sont plutôt complémentaires qu'antithétiques. L'enjeu est aussi de développer la manière dont la prise en compte des émotions permet d'évaluer de manière plus fine, afin que les émotions ne soient plus outils, mais objets d'études et d'actions. La prise en compte des émotions dans les recherches scientifiques autant que dans les projets culturels permettent de répondre à une volonté de prise en compte de l'individu pluriel tout en participant à la constitution d'un langage commun, enjeu d'éducation et enjeu politique.

The article presents a definition of emotions, their importance and place in relations to art and culture and the scientific treatment of this subject in human and social sciences. Part of the article will be dedicated to the festival form, conducive to the construction of emotions and the way in which this field of the sensitive is worked by the existing devices around the Artistic and Cultural Education, but also in the perspectives of researches and actions that open the study of the sensitive. Without devaluing the quantitative analysis, this paper will seek to show how the analysis by numbers and those by emotions are rather complementary than antithetical. The challenge is also to develop the way in which the taking into account of the emotions jointly makes it possible to

¹ Laboratoire Culture et Communication – Université d'Avignon

evaluate more accurately but also to change the practices so that the emotions are no longer tools, but objects of studies and actions. In this way, how the taking into account of emotions in scientific research as much as in cultural projects make it possible to respond to a desire to take into account the plural individual while participating in the constitution of a common language, stake of education and political issues. The field of study is the festival of Rencontres Trans Musicales of Rennes.

« Édification, empathie, galvanisation, constituent les fondations émotionnelles et conceptuelles des quelques œuvres majeures qui vont nous permettre d'architecturer notre relation aux représentations artistiques et jeter les bases de notre personnalité culturelle. Et c'est doté de cette personnalité que nous nous apercevons que telle histoire, tel livre, tel film, telle musique semblent entrer en résonance avec notre histoire personnelle ».

Emmanuel Ethis

1. Introduction

Le festival des Rencontres Trans Musicales de Rennes (Les Trans) a été créé en 1979 par une association bénévole constituée de jeunes travailleurs et étudiants rennais, passionnés de musique, qui avaient fait le constat du manque d'espaces et d'occasions pour des rencontres entre artistes et publics autour de la musique. À l'époque, à Rennes, il y a une quinzaine de concerts par an, ce qui correspond aujourd'hui environ au nombre de concerts par semaine. Les premières années réunissent environ mille festivaliers et une dizaine de groupes, rennais puis français. À partir du milieu des années 1980, les premiers groupes anglais commencent à arriver dans la programmation. Aujourd'hui, il y a environ 60 000 festivaliers et entre 80 et 100 groupes chaque année, venus quasiment du monde entier² et d'univers musicaux éclectiques. Face à cette diversité d'artistes, il existe une diversité de publics qui fait l'objet d'une recherche en sociologie et en Sciences de l'Information et de la Communication autour d'une enquête auprès des publics des festivals. Le festival des Rencontres Trans Musicales de Rennes est un des terrains de recherches du Laboratoire Culture et Communication de l'Université d'Avignon, spécialisé sur les études des publics des festivals. Depuis près de dix ans, Les Trans et l'Université travaillent ensemble. Les premières enquêtes du Laboratoire Culture et Communication réalisées sur les Trans ont eu lieu en 2010. Aux enquêtes quantitatives ont été adjointes les enquêtes qualitatives : sociogrammes, entretiens, observations.

Parallèlement, les Trans, dans leur démarche concernant le développement durable, ont travaillé sur le chantier de l'utilité sociale, pour sortir des approches classiques sur les impacts des festivals et pour instaurer un dialogue avec la partie prenante que représentent les publics. Le chantier de l'utilité sociale a débuté par la mobilisation de quatre-vingt-dix personnes (publics, artistes, mécènes, partenaires publics, journalistes, etc.) qui ont dû répondre à la question suivante : « en quoi les Trans sont-elles utiles ? ». Les réponses à cette question ont été multiples et diverses.

² L'édition 2019 verra plus de quarante-huit nationalités représentées.

« Ça a changé ma vie », « ça m'a donné envie de m'investir », « ça a changé mes goûts », « on fait partie d'une communauté », « on se sent rennais », « on fait partie d'une histoire commune » faisaient partie des réponses et étaient couplées à des résultats non négligeables mais plus attendus qui relèvent de l'impact sur le territoire ou de la découverte musicale. Différents indicateurs de l'utilité d'un festival ont donc été identifiés. L'impact sur le vécu, l'envie de s'investir, le recours à la notion de communauté et de mémoire collective en font partie. Pour développer ce chantier de l'utilité sociale, il était nécessaire de documenter ces indicateurs et ainsi de questionner l'intime afin de comprendre comment, au niveau individuel, un événement culturel pouvait être vécu. Ainsi, la question des émotions et des affects est rapidement arrivée comme un support d'analyse permettant d'aller plus loin dans les recherches déjà entamées. D'une part, certains témoignages de récits de vies festivières comportent souvent des termes relatifs aux émotions. D'autre part comme la matière étudiée ici est le spectacle vivant et particulièrement les concerts, il s'agit de considérer l'impact sur le corps. C'est ce qu'explique Antoine Hennion, qui, dans *La Passion Musicale*, développe l'idée que la mélomanie passe aussi par le corps et donc par l'expérience de participation à un concert. Le chercheur étudie la particularité des concerts de rock. Ces derniers lient conjointement l'intime, par les émotions et ressentis vécus par le corps, et ceux plus collectifs liés à l'expérience de la foule.

Le sociologue Norbert Elias a étudié l'aspect sociologique dans la manière de percevoir ce qui relève de l'intime et du public. Les affects sont selon lui liés au corps. L'auteur a mis en exergue l'évolution sociale de la manifestation des affects, et la manière dont il est devenu plus distingué de se comporter d'une manière ou d'une autre dans une situation émotionnelle. D'abord lié aux castes — noblesse, clergé, tiers-état —, jusqu'au XVII^e siècle, la maîtrise des affects s'est transformée en un rapport de classe et de distinction entre les classes dominantes ayant de “bonnes manières” et des classes populaires, souvent qualifiées de “vulgaires”. Puis, la société moderne a perturbé ces références sociales avec un accès aux loisirs et une ascension sociale possible sur la base du mérite, prôné dans les sociétés occidentales. Ce mérite s'acquiert notamment par l'éducation et par un rapport savant au monde. Ce qui distingue les classes n'est plus tant le fait de se cultiver que de se cultiver de la bonne manière, et en particulier de pouvoir nommer ce qui nous émeut, de qualifier les émotions que l'on ressent et ce qui les a provoquées. En ce sens, les analyses de Norbert Elias viennent introduire celles de Pierre Bourdieu et de Jean-Claude Passeron quant au rapport savant et populaire à

la culture. Pour compléter cela, les émotions sont ici envisagées à la manière de Jacques Rancière. Il définit le partage du sensible comme “ce système d’évidences sensibles qui donne à voir en même temps l’existence d’un commun et les découpages qui y définissent les places et les parts respectives. Un partage du sensible se fixe donc en même temps qu’un commun partagé et des parts exclusives”³.

En d’autres termes, cet article a pour objectif d’envisager les émotions et leurs expressions comme un enjeu d’Éducation Artistique et Culturelle (EAC), permettant conjointement de montrer l’intensité de l’expérience esthétique autant que l’utilité sociale d’un festival, dans sa capacité à éduquer *par* et *aux* émotions. Nous verrons aussi la manière dont les émotions permettent d’envisager différemment les recherches sociologiques sur les publics de la culture et de l’EAC.

2. *Le festival comme média et lieu propice à la construction et l’observation des émotions ?*

Bien que cette contribution aborde plus les émotions que les médias, il est intéressant aussi d’appréhender le festival comme un média. Rappelons à ce propos que l’étymologie du terme média signifie « milieu, intermédiaire », ce qui peut être relié au sens donné au dispositif festivalier : un espace de rencontre entre artistes et publics. En ce sens, le festival se trouve au centre d’une situation de communication impliquant des organisateurs, des publics, des artistes. Ainsi cela permet de penser le festival comme un moyen de communiquer, et cela à différentes échelles. La programmation est la communication de l’acteur culturel vers les publics, le « lieu festival » est un lieu de rencontres entre différents professionnels et publics dont l’intérêt porte sur une chose commune, le festival est un lieu de communication pour les artistes, et enfin, le festival est un outil de communication pour la ville porteuse de l’événement. Comme expliqué en introduction, la recherche sur les publics des Rencontres Trans Musicales est coordonnée par le laboratoire de recherche Culture et Communication, qui s’inspire d’une démarche proche de la pensée par cas de Jean-Claude Passeron et Jacques Revel, et elle revendique aussi fortement l’observation participante. Ainsi, à chaque édition des Trans, une équipe de chercheurs construit un terrain de recherches. En position de festivaliers, ils peuvent observer le « dispositif festival » *in situ*. La pro-

³ JACQUES RANCIÈRE, *La Fabrique du sensible*, Floch : La fabrique, 2000.

grammation, constituée d'artistes peu ou pas connus, le fait que le festival soit une pratique entre amis pour 85%⁴ des festivaliers, le fait qu'il soit un lieu « de retrouvailles », un lieu que les festivaliers ont envie d'investir, le fait que la ville de Rennes soit en activité intense durant cinq jours, participent au fait qu'il est un lieu de choix pour l'observation des pratiques culturelles et collectives.

3. Pourquoi s'intéresser aux émotions ?

L'intérêt de Norbert Elias pour les émotions vient du constat qu'il fait à partir des sondages réalisés sur les pratiques culturelles. Ces derniers ne remettent que rarement en question la charge d'affects qu'il pourrait y avoir dans les réponses des enquêtés, alors qu'ils sont souvent utilisés pour comprendre les relations des hommes à leur environnement. Il explique en fait qu'à l'échelle individuelle comme à l'échelle de la science, les frontières entre les affects et la raison sont poreuses, amenant à sans cesse jongler avec les deux. « Mais ce sont bien les structures qui génèrent les passions ; en retour, elles sont transformées par une évolution des affects. L'intérêt des chercheurs doit donc se porter en priorité, si ce n'est exclusivement, sur les structures sociales, puisque ce sont en elles que réside la dynamique des transformations »⁵. Dans l'introduction de son ouvrage *La société des affects*, Frédéric Lordon explique que les sciences sociales sont sans cesse constituées de réorientations. Une fois un tournant passé, par exemple, le tournant linguistique, un autre fait face aux chercheurs. Celui auxquels les sciences sociales doivent aujourd'hui s'intéresser et s'emparer est selon lui le tournant émotionnel⁶. Il l'explique par le regain d'intérêt pour l'individu, remis au centre des recherches en sciences humaines et sociales. De la même manière, la politique culturelle aujourd'hui, notamment l'Éducation Artistique et Culturelle et les droits culturels, imposent aussi un recentrement sur les personnes et donc sur ce qu'elles sont et ce qu'elles ressentent. Concernant notre sujet, les résultats des recherches sur le développement durable et l'utilité sociale ont également permis de faire ce constat. Notre recherche s'inscrit ainsi

⁴ Résultats de l'enquête sur les publics des Trans de l'édition 2017 – coordonnée par le Laboratoire Culture et Communication de l'Université d'Avignon.

⁵ SEBASTIEN ROUX, « La société des affects. Pour un structuralisme des passions », in FREDERIC LORDON, *Sociologie du travail*, Vol. 57 - n° 3 | 2015, pp. 385-387.

⁶ FREDERIC LORDON, *La société des affects, Pour un structuralisme des passions, l'ordre philosophique*, Seuil, 2013, p. 8.

dans une sociologie de la réception, s'intéressant aux capacités d'interprétations et de ressentis des individus. C'est ce à quoi invite la recherche de Damien Malinas sur la question des expériences esthétiques et des premières fois⁷. « Interroger les premières fois et leur importance dans ce qui fait que l'on devient un être festivalier c'est questionner la survie de ces premières fois dans les carrières de festivaliers »⁸. L'auteur met en avant le caractère sacré de ces premières fois, expliquant qu'il est ainsi rare de retrouver ces émotions, cependant, cela constitue une motivation sans égale et quasi collective, pour retourner au théâtre, à un concert, à un festival. Selon Frédéric Lordon, l'enjeu des sciences humaines et sociales est repose aujourd'hui sur le fait d'être en capacité de "parler des affects sans verser davantage dans un individualo-centrisme oublieux des forces sociales, des structures et des institutions"⁹. Il s'agit ainsi de savoir trouver l'équilibre entre une approche déterministe qui considère que les affects ne sont que les résultats des structures sociales et un individualisme méthodologique centré exclusivement sur l'individu. Nous envisageons l'étude des émotions comme une manière de comprendre différemment les pratiques culturelles, permettant d'étudier conjointement les réceptions individuelles et collectives.

4. *Comment mesurer le sensible ?*

Dans une conférence sur le fait de travailler les données quantitatives avec des données qualitatives, Jean-Claude Passeron souligne conjointement les difficultés et les apports d'une telle approche. Si les chiffres d'une enquête peuvent donner l'impression d'avoir accès à une sorte de vérité objective, l'apport des récits biographiques, contrairement à ce que l'on pourrait croire, n'est pas non plus dénué de ce sentiment.

« Puisque tout ça est du réel, du « direct », du singulier, que ce réel est touché du doigt, ramassé, raconté, récité, recueilli, filmé, il devient affectivement difficile d'en laisser perdre la moindre parcelle, chacune participant de la saveur totale du récit ; il devient douloureux d'admettre

⁷ DAMIEN MALINAS, *Portrait des festivaliers d'Avignon. Transmettre une fois ? Pour toujours ?* Coll. Art culture publics, ed. PUG, 2008.

⁸ DAMIEN MALINAS, *Transmettre une fois ? Pour toujours ? Portrait dynamique des festivaliers d'Avignon en public*, sous la direction d'Emmanuel Ethis, nov. 2006, p. 252.

⁹ LORDON, *La société des affects, Pour un structuralisme des passions, l'ordre philosophique*, cit. p. 10.

que n'importe quel trait, n'importe quelle association de traits ne soit pas d'emblée pertinence »¹⁰.

Le piège est selon Jean-Claude Passeron de tomber dans du tout pertinent et ne plus savoir faire le tri. Ce que nous voulons dire ici, c'est que l'étude des pratiques culturelles au prisme des émotions ne doit se suffire à elle-même mais doit être adjointe à des recherches plus classiques et ce, afin de les affiner. Jean-Louis Fabiani se demande à ce propos comment capter des choses qui sont vraiment de l'ordre de la subjectivité profonde, sans faire de voyeurisme, et en accompagnant les enquêtés pour qu'ils s'expriment librement. Selon lui, appréhender ces données est important, « c'est une pratique qui va se développer et c'est plus largement une manière de renouveler la sociologie de la culture »¹¹. Dans un contexte politique et social où l'utilité sociale des événements culturels est mise en avant, où la culture, notamment dans la lecture que l'on peut faire des droits culturels, est considérée comme entièrement constitutive de l'identité des individus, il s'agit de repenser la manière d'évaluer l'impact de L'EAC et de surcroît des festivals sur l'individu. Dans cette logique, l'EAC s'est positionnée autour des questions sur le ressenti, le sensible et l'émotion. Nous pouvons lire dans l'article numéro quatre de la charte pour l'EAC qu'elle : « (...) contribue à la formation et à l'émancipation de la personne et du citoyen, à travers le développement de sa sensibilité, de sa créativité et de son esprit critique. C'est aussi une éducation par l'art. »¹². Le caractère émotionnel accordé à l'apprentissage permet aux Trans de former ses publics afin que ces derniers puissent investir pleinement le festival.

Ma thèse inscrite dans le dispositif CIFRE¹³, engagée depuis 2016 dans la structure des Trans permet un travail de terrain auprès de publics accompagnés par des dispositifs d'action culturelle. L'un d'entre eux se nomme *Parcours Trans* et est un des objets d'étude de la thèse, qui plus

¹⁰ JEAN-CLAUDE PASSERON, « Biographies, flux, trajectoires », *Enquête*, 5 | 1989, mis en ligne le 27 juin 2013, consulté le 20 mars 2017 <<http://enquete.revues.org/77>>.

¹¹ Débat Publics et spectateurs, avec JEAN CAUNE, JEAN-LOUIS FABIANI, JACQUES-OLIVIER DURAND, ARLETTE MASSON, , <<https://www.atpaix.com/spectacle.php?num-Spectacle=427&PHPSESSID=152d699d489d04c63355d7898a199f34>> , janvier 2010.

¹² Article 4 de la Charte d'Éducation Artistique et Culturelle présentée par le Haut Conseil à l'Éducation Artistique et Culturelle, <<https://www.education.gouv.fr/cid104753/charte-pour-l-education-artistique-et-culturelle.html>>, septembre 2018.

¹³ Thèse en préparation, CAMILLE ROYON, *De la rencontre à la relation, les publics des Rencontres Trans Musicales sous le regard des sciences sociales*, thèse sous la direction d'Emmanuel Ethis, Université d'Avignon.

largement analyse le rapport des publics à un événement culturel. L'entrée spécifique auprès des publics jeunes permet une compréhension affinée du lien qu'entretiennent ces publics avec le festival. Le travail sur les publics jeunes fonctionne ici à la manière d'un microscope pour étudier la naissance d'une relation avec une pratique culturelle. Un des postulats de la thèse consiste à dire que l'entrée méthodologique par l'étude de dispositifs à destination de publics jeunes permet une compréhension plus aiguisée des publics en général. À l'écoute de ses publics, les Trans conçoivent la forme festival comme "*terrain d'émotion*". C'est notamment avec l'Éducation Artistique et Culturelle que le festival rennais a réussi à rendre concrète cette posture. L'étude de terrain auprès des jeunes publics est complétée par une analyse des émotions par la méthode d'enquête du portrait chinois auxquels près de 1500 festivaliers personnifient par des objets, des lieux, des personnages ou des symboles du quotidien, leur rapport à l'objet culturel. L'enjeu est de faire ressortir des traits pertinents communs au sein d'une diversité de signifiés. Au travers de réponses diverses, certains points communs peuvent ressortir. Cela permet d'avoir une vision des différentes manières de penser un objet et d'en comprendre sa réception.

5. *Les publics jeunes - une éducation par le sensible*

Les Trans défendent l'idée que l'action culturelle et les Parcours Trans permettent aux publics de s'intéresser à un événement culturel en y portant un œil critique, tout en emmagasinant des émotions qui peuvent développer de la curiosité ainsi qu'une connaissance de la musique et une connaissance de soi. Les Trans souhaitent que les conditions qu'elles mettent en place puissent permettre aux publics de choisir leur vie culturelle. Le projet artistique et culturel des Trans souhaite provoquer un attrait pour l'inconnu et l'inattendu, par la recherche de propositions enrichissantes et singulières, en proposant un accompagnement aux publics dans la construction de leur parcours de festivaliers et un accompagnement aux jeunes et publics souhaitant découvrir les rouages de la fiction festivalière.

L'événement serait donc un lieu de construction de soi et de ses goûts musicaux. Nous nous inscrivons dans la lignée des recherches sociologiques qui décrivent les pratiques culturelles comme des éléments constitutifs de l'identité des personnes. Les entretiens que nous pouvons faire avec des jeunes publics abondent en ce sens. De manière assez triviale, plusieurs jeunes découvrent des choses matérielles, des lieux, des

métiers, des personnes, par des “actions” comme des visites, des interviews ou des ateliers de pratiques. Ce qui semble éloigné des propositions artistiques représente en réalité autant d’entrées possibles dans le festival et constitue autant de choses qui favorisent le contexte de l’entrée dans ce dernier. C’est une découverte complète puisque les participants des Parcours Trans ont aussi accès aux coulisses du festival. Ce dispositif donne donc la possibilité aux différents participants d’éprouver des émotions face à une nouvelle expérience. Dans le cadre de l’évaluation de l’EAC, nous menons des entretiens avec les publics du dispositif, mais aussi avec les accompagnateurs. Un des entretiens a été réalisé avec un groupe constitué de jeunes venant d’un IME¹⁴ et d’autres de SEGPA¹⁵. Dans le cadre de ces évaluations, nous posons la question « Quel moment a été le plus fort ? ». L’un d’eux répond : “quand je suis arrivé, et que j’ai vu qu’il y avait un espace pour nous, et qu’on avait un badge qui nous était remis personnellement, je me suis senti valorisé et ça fait du bien”. Le fonctionnement par badge a été mis en place, car il permettait de reconnaître les personnes via la signification de la couleur du badge (la couleur noire pour les artistes par exemple). Comprendre la valeur symbolique de ce badge directement distribué à l’entrée du festival pour les jeunes a permis aux Trans, de revoir l’arrivée même sur le lieu. Elle est envisagée différemment aujourd’hui et accompagnée d’un accueil et d’une visite des espaces.

Depuis les années 2000, la part du sensible dans l’éducation est de plus en plus importante, c’est ce qu’Alain Kerlan appelle l’entrée du paradigme esthétique en éducation¹⁶. Dans cette logique, l’EAC s’est positionnée autour des questions sur le ressenti, le sensible et l’émotion. Nous observons que la « forme festival » est propice à la construction des émotions et que ce terrain du sensible est travaillé aux Trans, par les dispositifs existants autour de l’EAC.

6. *Du bilan à l’étude du sensible : perspectives et enjeux*

Depuis Pierre Bourdieu dans *Un jeu chinois*¹⁷, plusieurs sociologues

¹⁴ Institut médico-éducatif.

¹⁵ Section d’enseignement général et professionnel adapté.

¹⁶ ALAIN KERLAN, « L’art pour éduquer. La dimension esthétique dans le projet de formation postmoderne », *Éducation et sociétés*, vol. 19, no. 1, 2007, pp. 83-97.

¹⁷ PIERRE BOURDIEU, « Un jeu chinois ». In : *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 2, n° 4, août 1976, *Morale et institutions*, pp. 91-101.

ont utilisé la méthode du portrait chinois en entretien ou enquête sociologiques. Dans ses recherches, Raphaël Roth a utilisé la méthode du portrait chinois. Il explique :

« en tant qu'objets expérimentés, les objets, les lieux, les personnages de fiction et les symboles du quotidien portent eux-mêmes des significations qui remontent pour certaines aux origines médiévales de nos sociétés occidentales, pour d'autres aux formes élémentaires du rapport aux objets ou aux croyances ».

La méthode du portrait chinois nous a semblé pertinente pour étudier le rapport intime à une pratique culturelle, et les émotions qui peuvent être suscitées. L'idée est de faire des liens avec les réponses obtenues pour la recherche de traits pertinents. Pour citer certains résultats, les deux artistes les plus nommés¹⁸ par les festivaliers sont Nirvana (6,5% des répondants) et Daft Punk (3,7%). Ces deux groupes sont passés aux Trans Musicales et sont cités à de nombreuses reprises dans les discours médiatiques, dans ceux des publics et dans ceux des organisateurs lorsqu'ils partent du festival. Nirvana est passé en 1991 aux Trans Musicales et Daft Punk en 1995. Une majorité des festivaliers n'ont pas vu ces concerts (50% des festivaliers ont moins de 30 ans). Cela signifie que l'histoire du festival devient représentative du festival lui-même. Nous retrouvons l'emblème de Nirvana représenté dans les chansons les plus citées¹⁹ où *Smells like teen spirit* est en première place. Ainsi, au groupe Nirvana s'ajoutent l'énergie et le sujet de leur chanson phare. Ces deux artistes les plus cités témoignent du mythe que représente le festival pour certains publics, tant par son histoire musicale que par la place qu'il occupe dans le paysage rennais ou dans la vie culturelle de certains publics. Nous parlons ici de mythe à la manière dont il est envisagé par Roland Barthes dans son ouvrage *Mythologies*²⁰ c'est-à-dire comme un objet métalangagier qui porte en lui-même un ensemble de discours. Les Trans Musicales ont été créés en 1979 et sont dirigés par des directeurs qui en sont aussi les fondateurs. La découverte de plusieurs artistes devenus aujourd'hui célèbres et l'évolution du festival dans le paysage culturel rennais comme dans les musiques actuelles participent à la création de tout un univers de discours érigeant un objet au statut de mythe.

¹⁸ A la question, « si les Trans étaient un artiste, elles seraient... ».

¹⁹ A la question « Si les Trans étaient une chanson... ».

²⁰ ROLAND BARTHES, *Mythologies*, Seuil, Paris, 1957.

Plus de mille festivaliers ont répondu au portrait chinois et même si la diversité des réponses est grande, il est possible de tirer des traits pertinents. La multitude des réponses fait qu'une même occurrence ne dépasse jamais les 8%. A la question « Si les Trans étaient un métier » par exemple, les trois premières occurrences, qui représentent près de 30% des réponses, sont « musicien », « programmateur » et « artiste ». La présence du métier de programmateur est liée au nombre important de festivaliers connaissant les directeurs, notamment le co-directeur, co-fondateur et programmateur : Jean-Louis Brossard qui bénéficie à chaque édition du festival, d'une couverture médiatique importante, il est d'ailleurs souvent nommément remercié par les festivaliers à la fin de l'événement. Le festival est ainsi, pour certains publics, personnifié par Jean-Louis Brossard.

Toujours à propos des métiers, un thème général revient souvent : celui des métiers liés à la recherche : que ce soit la recherche académique « scientifique » ou la recherche de terres inconnues (« navigateur ») ou la recherche d'eau (« sourcier »). Nous pouvons citer dans le même thème, « aventurier », « guide », « archéologue », « astronaute », « cosmonaute », « détective », « journaliste ». Les Trans, dans leur projet artistique et culturel, défendent l'idée d'un éclectisme musical et d'un voyage dans une programmation qui se renouvelle à chaque édition. On peut ainsi noter une synchronisation entre ce qui est perçu par les publics et ce que défendent les organisateurs dans le projet artistique et culturel des Trans. Nous faisons l'hypothèse d'un discours co-construit par les différentes parties prenantes du festival.

7. Retours d'expériences et d'émotions

Comme nous l'avons expliqué, dans le cadre de l'EAC aux Trans, un bilan de chaque rencontre entre les Trans et les groupes de personnes est réalisé. Ce bilan comprend une partie commune à l'oral au niveau du groupe et une partie individuelle et personnelle, le plus souvent à l'écrit. À l'oral, le groupe est en premier lieu invité à faire des retours libres sur l'expérience vécue. Ensuite, nous posons la question de ce qui a constitué dans l'expérience, le “meilleur” moment, le moins bon, les souvenirs gardés (souvent les bilans se font quelques semaines après le festival) et enfin les pistes d'amélioration proposées (qu'elles soient relatives au festival ou au projet d'accompagnement et d'EAC). À l'écrit, cinq questions ouvertes sont proposées, qui ressemblent à celles posées à l'oral. L'idée est de pouvoir avoir accès aux paroles individuelles et aux témoignages

qui n'ont pas pu être dits à l'oral devant un groupe. Ces deux types d'échanges, écrits et oraux, permettent au service d'action culturelle des Trans de construire les projets d'EAC plus adaptés aux personnes qui les vivent. Cela répond à l'objectif d'EAC de pouvoir exprimer ces sentiments. Par ailleurs, ces personnes sont aussi des festivaliers des Trans. Le recueil des retours de ces personnes participe ainsi au dialogue avec la partie prenante constituée par les publics et permet d'avoir un retour quasiment individualisé de l'expérience, qui vient en complément des retours plus généraux collectés dans le cadre de l'enquête des publics. Enfin, pour les recherches en sciences humaines et sociales les recueils de témoignages sont une nouvelle manière de documenter et de mesurer l'expérience vécue.

Le caractère surprenant et marquant de l'expérience festivalière ressort à de nombreuses reprises dans les retours d'expérience que nous menons avec des publics jeunes. La grandeur des lieux du festival, la décoration, la foule sont décrites par ces publics pour parler du caractère extraordinaire de l'expérience dans leurs vies. Les publics accompagnés passent une journée entière sur le festival (en moyenne de 12h à 22h). Plusieurs actions leur sont proposées : interviews, répétitions, rencontres ou visites qui s'ajoutent à la participation aux concerts. La fatigue, le fait de courir partout, les « tremblements du corps » pendant les concerts sont décrits à plusieurs reprises dans ces retours d'expérience. Ainsi, notre terrain nous indique aussi que beaucoup d'émotions passent par le corps.

8. Venir pour la nuit et venir pour l'histoire : l'évolution de la pratique festivalière et des émotions

Antoine Hennion, dont nous avons parlé précédemment, dans *La passion musicale*, réalise un état des lieux de la différence entre rock et opéra dans l'investissement corporel des spectateurs. Si pour l'opéra, le public est statique dans son fauteuil, obéissant au silence et à l'immobilisme, il en va autrement pour le rock et les comportements corporels observés lors de ces types de concerts. Le public est debout, tape la mesure avec le pied, danse, chante avec l'artiste, crie de joie, saute. Les mouvements corporels permettent d'exprimer l'appréciation d'un concert et plus généralement, des émotions difficiles à exprimer par les mots. Aux concerts de rock, l'émotion passe beaucoup par le corps. Ces dispositions apportent différentes attentions mentales et corporelles.

« Pulsation généralisée, saccades de la sono qui font vibrer le sol, mouvement polyphonique de la mesure marquée par les mains, la tête, les pieds, bruit qui transmet le sentiment physique de la collectivité, le rock fait monter le spectateur sur scène, faisant de chaque individu un double de la vedette commune exposée sur la scène du sacrifice »²¹.

Soulignons que 80% des festivaliers déclarent avoir un attachement particulier aux Trans. Cet attachement est principalement revendiqué dans deux cas : quand les festivaliers sont rennais et quand ils sont jeunes. Plusieurs chiffres couplés avec des entretiens que nous avons pu faire montrent qu'effectivement le lien et les expressions de sentiments dans les récits racontés par les festivaliers sont plus forts pour les personnes rennaises et les personnes jeunes. Les premiers voient leur ville en mouvement, les seconds sont pris au jeu de la découverte.

9. Conclusion

Prendre en compte les émotions permet de comprendre comment une expérience culturelle peut exister chez chaque individu. Les émotions sont une manière supplémentaire d'étudier la relation aux publics. Pour les organisateurs, prendre en compte les émotions des publics participe à la meilleure compréhension de la relation aux publics. La diversité des émotions et des relations à l'art, documentées par les retours d'expériences, donnent accès à la multiplicité des relations à l'art et à la culture. Dans une démarche d'EAC, prendre en compte les émotions est indispensable. Elles sont autant un élément d'études qu'une manière d'envisager l'expérience comme complète. Il y a un enjeu politique à prendre en compte les émotions, les considérant autant comme des expressions d'un commun partagé que comme l'expression intime et individuelle d'un certain rapport à l'art et à la culture. De plus, et pour citer Jacques Rancière, les émotions permettent d'envisager conjointement l'expérience commune et l'expérience individuelle, « le commun et les parts individuelles et exclusives »²². Enfin, nous terminerons sur l'idée que les émotions et leur prise en compte dans des recherches en sciences humaines et sociales participent à un renouvellement dans la manière d'envisager les recherches et les résultats. Dépendantes des individualités et de l'ex-

²¹ ANTOINE HENNION, *La passion musicale, Une sociologie de la médiation*, Suites sciences humaines et sociales, Métailié 2007.

²² RANCIERE, *La Fabrique du sensible*, cit. 2000.

périence collective, les émotions doivent être envisagées et étudiées comme permettant de documenter l'expérience artistique et culturelle dans ce qu'elle a d'intime, dans tout ce qu'elle provoque en dehors de la pratique elle-même, dans ce qu'elle crée aussi collectivement. Il s'agit alors de voir l'étude des émotions comme le moyen de mesurer l'immesurable.

En 2012, un réseau franco-italien - regroupant des chercheur-es en sciences du langage et en sciences de l'information et de la communication - poursuit ses réflexions pluridisciplinaires sur les médias. La 4^e édition itinérante s'est déroulée à Bordeaux (2019) avec pour thématique les émotions dans l'analyse des médias. Ce recueil rassemble les actes de ces deux journées internationales. La question des émotions est depuis plusieurs années traitée de manière approfondie en sciences du langage et en sciences de l'information et de la communication. La spécificité de cet ouvrage est de se concentrer sur des réflexions d'ordre méthodologique et théorique. L'ouvrage est divisé en trois parties. La première regroupe des articles qui abordent frontalement les problématiques théoriques et méthodologiques liées à l'analyse des discours émotionnés. La deuxième partie s'intéresse à la question du rapport entre analyse des émotions et analyse du support matériel et technique de leur expression en se concentrant sur la place et le rôle des émotions dans les réseaux socio-numériques. La troisième et dernière partie rassemble des travaux qui abordent les émotions dans une perspective plus constructiviste et s'intéressent au rôle des émotions dans une pratique sociale particulière : la médiation culturelle.

Pascale Vergely est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université de Bordeaux, Laboratoire SPH (EA4574). Ses travaux s'inscrivent dans les thématiques *langage et travail* et plus récemment dans le champ de la *didactique* et de l'*ingénierie pédagogique*.

Guillaume Carbou est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université de Bordeaux, Laboratoire SPH (EA4574). Ses travaux portent sur la circulation des discours dans l'espace public dans le cadre des débats de société.