



LES LIVRES

-

Presses Universitaires de France | « [Communication & langages](#) »

2018/1 N° 195 | pages 143 à 153

ISSN 0336-1500

ISBN 9782130803577

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages-2018-1-page-143.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour Presses Universitaires de France.

© Presses Universitaires de France. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

ERRATA

Nous vous prions de bien vouloir nous excuser, à la suite d'une erreur de manipulation d'un fichier informatique, la rubrique « Livres » de notre numéro 194 est venue cloner celle du numéro 193 ! Nous en sommes désolés. Vous trouverez donc ci-dessous la compilation de la rubrique « Livres » initialement prévue pour le numéro 194 et celle du présent numéro 195. Avec toutes nos excuses aux lecteurs ainsi qu'aux responsables de la rubrique.

NDLR

LES INDUSTRIES CULTURELLES ET CRÉATIVES FACE À L'ORDRE DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

MIÈGE Bernard, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, coll. « La communication en plus », 2017, 192 p.

Le présent ouvrage de Bernard Miège constitue une édition largement révisée et augmentée (et non une « seconde édition », comme le souligne l'auteur en introduction) de son ouvrage *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*, publié en 2000. Si les modifications sont substantielles d'un livre à l'autre, le propos général est toutefois identique : il s'agit d'apprécier les mutations que connaissent les industries produisant des biens culturels et informationnels sous l'effet de l'émergence puis de l'affirmation de ce que le chercheur nomme « l'ordre de l'information et de la communication ». Pour ce faire, l'auteur nous convie à un double parcours : le premier se déroule à travers l'histoire des acteurs économiques produisant industriellement ces biens, le second à travers celle des idées, conceptions et théories s'y rapportant. Le propos alterne ainsi constamment données factuelles et références théoriques, résultats provenant d'enquêtes de terrain et propositions conceptuelles, de la part du chercheur grenoblois mais également de nombreux autres auteurs convoqués en raison de leurs apports à la compréhension du fonctionnement des industries culturelles et créatives.

Découpé en trois chapitres suivant une progression chronologique, l'ouvrage éclaire les trois principaux stades ayant marqué l'histoire de

ces industries. Le premier est introduit par un retour sur les écrits des philosophes de l'École de Francfort, premiers textes d'importance portant sur le phénomène d'industrialisation de la culture. Bernard Miège y développe les raisons qui ont motivé le passage du singulier « industrie culturelle » – syntagme popularisé par le fameux texte de T. Adorno et M. Horkheimer – au pluriel « industries culturelles » – désignation qui se généralise à partir de la décennie 1970 dans les travaux « sur les stratégies du capitalisme financier à l'offensive dans le secteur de la communication alors en voie de formation » (p. 18). Ce passage, décisif d'un point de vue analytique puisqu'autorisant une appréhension de ces industries à la fois dans leur variété et dans leur unité, résulte de la conjugaison d'un « approfondissement théorique et d'une ouverture à des disciplines comme la sociologie et l'économie politique mais [...] aussi en relation étroite avec des tendances sociales nouvelles, que l'on doit relier aux changements structuraux qui marquent alors le mode de production capitaliste lui-même » (*ibid.*). À une pensée éminemment critique et qui pêche par son caractère monolithique, confondant les différents acteurs économiques en « un tout indifférencié », se substitue alors une approche par filière, permettant une analyse contrastive, à même d'identifier des caractéristiques communes et particularités relatives à chaque domaine. Trois principaux types de produits culturels sont ainsi distingués en fonction de critères techniques (plus ou moins grande reproductibilité), économiques (modes de valorisation) et socioculturels (plus ou moins grande implication de travail artistique dans le procès de production, modalités d'usages de ces produits par les consommateurs). En outre, cinq « traits constitutifs » des marchandises culturelles vont être mis en évidence à partir d'un ensemble d'études empiriques (dont une grande partie a été conduite par l'auteur lui-même). Ces propriétés singularisent foncièrement la production industrialisée de biens culturels, qui se distingue ainsi du reste de l'économie par des spécificités irréductibles, observables tant sur le plan de l'organisation des activités que sur celui des modes de valorisation des produits. La deuxième phase de développement des industries culturelles concerne leur confrontation aux « médias audiovisuels de masse ».

« Au cours de cette seconde période, correspondant approximativement aux années 1980 et au début des années 1990, les questions qui vont être posées à propos des industries culturelles, vont se trouver en adéquation avec l'évolution des consommations et des pratiques. » (p. 49) Au centre de ces pratiques se trouvent celles relatives à la consommation de programmes télévisuels. Ainsi « la télévision généraliste de masse » impose-t-elle à cette époque ses exigences et logiques propres aux autres industries culturelles. Celles-ci doivent composer avec un média en position hégémonique tant sur le plan des pratiques que sur celui du marché publicitaire. Bernard Miège expose au cours de ce deuxième chapitre un autre aspect de sa démarche : l'analyse par modélisation. À partir d'un ensemble de critères discriminants portant aussi bien sur les caractéristiques des produits, l'organisation de la production, les modes de rémunération des intervenants, les modes de financement, la nature des recettes, etc., l'auteur et ses collègues ont ainsi, dès les années 1980, construit deux principaux modèles gouvernant la production culturelle industrialisée : le modèle éditorial (qui se rapporte aux biens culturels généralement « physiques » et achetés par un consommateur) et le modèle de flot (qui se rapporte aux industries proposant une programmation en continu financée par les annonceurs). Cette approche méthodologique éclaire ce qui se joue à cette période : « la coexistence aisément régulée entre édition et presse écrite d'une part, le modèle de flot tel qu'il était mis en œuvre au sein de la radio-diffusion française d'autre part » est brutalement déstabilisée par l'irruption des chaînes commerciales de télévision et par leur écrasante popularité (p. 53). Le modèle de flot s'impose donc nettement durant près de trois décennies avant d'être lui-même « contesté » par le développement du secteur de la communication et « l'ancrage social » progressif des techniques de l'information et de la communication numériques. La troisième et dernière phase est marquée par l'émergence des « industries du contenu ». Cette notion de « contenu » se comprend précisément en regard du développement prodigieux de ces techniques de l'information et de la communication. Naguère (relativement) autonomes quant à leurs conditions de production, les produits culturels et informationnels sont désormais destinés à être la matière première d'un très puissant secteur de la communication composé d'industriels produisant notamment

réseaux et/ou matériels (mais pas uniquement, voir *infra*). Pour cette raison, le livre, la presse, la musique enregistrée, les jeux vidéo et la recherche d'information peuvent, depuis près de deux décennies, être amalgamés sous l'appellation de « contenus » puisque, bien que ne constituant pas « un tout indifférencié », ces produits sont tous « tenus pour décisifs dans le développement des techniques de l'information et de la communication, aussi bien les réseaux que les outils » (p. 5). C'est dans cette troisième phase que se manifeste « l'ordre de l'information et de la communication » et ce troisième chapitre développe par conséquent la thèse centrale de l'ouvrage : s'affirme depuis plusieurs décennies « un paradigme de l'information-communication » qui impose « un ordre au changement social » (p. 7). Ce paradigme, dont les expressions « société de l'information » ou « ère du numérique » constituent des avatars triviaux et insatisfaisants conceptuellement, « est de plus en plus prégnant au sein de toutes les activités humaines, de la production à la consommation de marchandises, dans toutes les instances de médiation et de reproduction sociales ainsi que dans la sphère privative » (*ibid.*). Il est au fondement d'un « nouvel agencement ou ordonnancement de l'information articulée à la communication, agencement encore en cours [...] » et dont le principe est tout à la fois « économique, sociotechnique et socioculturel » (p. 7-8). Analytiquement, on distingue donc un « paradigme de l'information-communication » (dont on regrettera sans doute une définition trop succincte) et un « ordre de l'information et de la communication », comme processus « apporté (et même imposé ou impulsé) aux actions des hommes presque dans toutes les sociétés par-delà leur diversité » (p. 85) et consacrant l'omniprésence d'informations et l'intensification de leur circulation dans tous les champs sociaux et toutes les sphères d'activité. Cette dynamique sociétale constitue donc le facteur mutagène prépondérant dans l'évolution contemporaine des industries culturelles et créatives. Elle est principalement (mais non exclusivement) conduite par les industriels des réseaux et des matériels mais depuis peu, également par « les intermédiaires », acteurs économiques nouvellement positionnés en amont des filières d'industries culturelles, « au niveau de la diffusion-distribution », et les « intermédiaires », catégorie se rapportant aux géants de l'informatique et du Web (les « Big Five » : Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft) qui,

en raison de la position monopolistique « dans la distribution en ligne et les réseaux sociaux » et « la puissance socio-économique qu'ils ont récemment acquise en viennent à prendre part y compris à la production culturelle » (p. 128).

Cette analyse qui considère d'emblée le temps long ainsi que la périodisation proposée présente un avantage certain : elle met en évidence le fait que « les continuités coexistent avec les mutations les plus flagrantes » (p. 11). En effet, la démarche se présente comme un contre-pied de la « *tabula rasa* » que suggèrent des expressions triviales comme « révolution numérique » ou « nouvelle ère de l'information » et qui postule la génération spontanée des phénomènes. À l'opposé de cette vision, l'auteur nous invite à penser « l'industrialisation des biens symboliques (de toutes natures) » (p. 176) suivant à la fois une perspective phylogénétique, les traits structurants des industries culturelles et créatives se conservant d'une période à l'autre malgré d'indéniables mutations, et une approche qui réfute la thèse de la surdétermination technique dans l'évolution de ces industries comme dans celle de « l'ordre de l'information et de la communication ». En effet, l'étude met en évidence le caractère décisif sur la longue durée de deux « procès » se conjuguant : la marchandisation des formes d'expression et leur médiatisation (que l'on ne peut en aucun cas réduire à sa dimension technique). En outre, si les stratégies des acteurs économiques sont au cœur de l'analyse, les pratiques communicationnelles des individus n'en sont absolument pas évacuées. Au contraire, c'est précisément la conjonction des dimensions « économique, sociotechnique et socioculturelle » qui confère sa densité à l'analyse.

La conclusion présente les principaux « enjeux et orientations » décisifs pour l'avenir des industries culturelles et créatives. Le propos se veut prudent et le chercheur manifeste clairement son refus des perspectives totalisantes (visibles au travers des expressions annonçant une « société » ou une « ère » nouvelle) d'une part, sa défiance des « pronostics » et tentations futurologiques de l'autre. Les conclusions sont donc mesurées, nuancées et insistent sur le caractère incomplet, incertain ou conditionnel des mutations en cours. Il en ressort toutefois une évidence : le capitalisme info-communicationnel se développe suivant un processus agonistique que l'on ne saurait toutefois ramener à l'exercice de simples rapports de force, à un jeu univoque entre acteurs dominants et acteurs subordonnés. Il s'agit, bien au contraire, de prendre en compte toute la complexité et la multi-dimensionnalité du phénomène. C'est précisément ce à quoi nous invite cet ouvrage.

VINCENT BULLICH

ANALYSE DU DISCOURS ET DISPOSITIFS D'ÉNONCIATION. AUTOUR DES TRAVAUX DE DOMINIQUE MAINGUENEAU

ANGERMULLER Johannes, PHILIPPE Gilles, Limoges, Lambert Lucas, 2015, 309 p.

Dirigé par Johannes Angermuller et Gilles Philippe, cet ouvrage rassemble vingt-neuf contributions d'auteurs reconnus dans le domaine de l'analyse du discours. Cette réflexion collective autour des travaux de Dominique Maingueneau vient souligner le rôle de cette discipline dans les sciences sociales, discipline qui a permis « de ne plus rejeter l'ancrage social des énoncés et les conditions de leur rendement communicationnel » (p. 7).

L'ouvrage s'organise en trois parties : « L'analyse du discours : histoire, objets, limites » (p. 19-106), « Scène d'énonciation et dispositifs scénographiques » (p. 107-206) et « Genres discursifs et protocoles énonciatifs » (p. 207-305). La première partie s'attaque aux problématiques du texte et du style, essentielles à l'analyse du discours, ainsi qu'à la relation entre discours et philosophie et aux travaux de D. Maingueneau sur les phrases sans texte et les discours constituants. La deuxième partie est centrée sur la notion de *scénographie*, éclairée suivant deux angles différents : d'une part, à travers des considérations épistémologiques sur les scènes d'énonciation et les postures énonciatives, d'autre part, à travers l'analyse de terrains hétérogènes (contes, communication institutionnelle, littérature).

Le travail sur les postures énonciatives présenté par Alain Rabatel aborde les « marquages de territoire et des rapports de force momentanés, des positions haute ou basse ou de proximité, par rapport à l'interlocuteur ou aux autorités de toute nature » (p. 128). Cet auteur en identifie trois sous-catégories : la co-énonciation, qui marque la « coproduction d'un point de vue commun et partagé » (p. 127) ; la sous-énonciation, qui signale « une certaine distance envers une vérité que le locuteur rapporte sans la remettre complètement en question » (p. 131) ; enfin, la sur-énonciation, qui « équivaut à se donner le dernier mot et à peser sur l'interprétation ou sur le cours des échanges » (p. 131).

Isabelle Laborde-Milaa met à l'épreuve la notion de *scénographie* à travers une exploration de la manière « dont s'énonce une institution, [de] l'identité dont elle se dote, [des] traces par lesquelles elle se manifeste, [de] la mise en scène qui organise son discours » (p. 165). Cette étude sur la communication institutionnelle mobilise en particulier la notion d'*hyperénonciateur*, défini comme « celui qui prend la parole au nom du groupe pour produire une individua-

tion qui gomme la pluralité et les individualités » (p. 166). L'auteure pointe néanmoins les défauts d'un dispositif largement utilisé, celui du portrait en série, en affirmant que « plus les différentes instances cherchent à se distinguer [...] à travers les mises en scènes figuratives et narratives [...], plus l'effet est celui d'une équivalence et d'une neutralisation de ce qu'elles sont, valent et proposent » (p. 172).

Sonia Branca-Rosoff, quant à elle, consacre ses analyses au « succès récent de l'expression *entre guillemets* en français ordinaire » (p. 196). Ce travail rend compte de « l'attitude de ceux qui n'en finissent pas de mesurer l'éloignement entre une parole idéale et un langage plein de défauts » (p. 203). Elle en identifie quatre modalités :

1. Des mots montrés comme assignés à un autre registre, à savoir une « opération de décrochement [qui] marque le refus du locuteur d'être réduit au groupe des utilisateurs typiques des mots incriminés » (p. 200).
2. Des nominations approximatives, lorsque « le locuteur ne parvient pas à « nommer les choses par leur nom » [...] [et qui] signale[nt] le caractère approximatif de la solution à laquelle il a abouti » (p. 200).
3. Des heurts des points de vue, survenus lorsque « le locuteur reprend des clichés qu'il rapporte et dont il se démarque » (p. 201).
4. Des attitudes de méfiance envers une expression figée, notamment quand celle-ci se présente spontanément mais que « le locuteur s'arrête aussitôt en réalisant qu'elle n'est pas prise au sens propre » (p. 202).

La troisième et dernière partie de l'ouvrage est davantage portée sur des genres relatifs au discours journalistique et polémique, ainsi qu'à la communication numérique. L'article d'Alice Krieg-Planque s'attelle à l'analyse des manuels de journalisme dans le but de montrer « comment la sur-assertion et l'aphorisation apparaissent comme des règles explicites d'écriture » (p. 229). Elle rappelle l'existence de deux types d'aphorisation : dans la première, « l'énoncé considéré est par lui-même indépendant d'un texte particulier (proverbes, slogans, devises...) » (p. 230), alors que dans la deuxième, « l'énoncé résulte de l'extraction d'un fragment à partir d'un ensemble textuel plus ample » (p. 230). Quant à la surassertion, elle est décrite comme une « opération énonciative par laquelle le locuteur donne à voir un énoncé comme pouvant être détaché d'un texte » (p. 230). À la fin de l'article, l'auteure

s'intéresse aux répercussions de ces notions sur les pratiques effectives de la communication médiatique, du fait que les professionnels sont invités à rédiger leurs productions « de façon que certains passages soient repris par les journalistes » (p. 237).

Les contributions de Marc Bonhomme et de Ruth Amossy se consacrent à la question de la polémique en discours. Alors que R. Amossy propose de mettre à l'épreuve la notion de polémique à travers l'analyse de la formule « délégitimation d'Israël » (p. 249), M. Bonhomme développe « une explicitation des critères contribuant à la discursivité du fait polémique » (p. 240). Ce phénomène concerne « deux polarités pouvant alterner : le discours-agent d'une part, qui cite les écrits de l'adversaire en les interprétant, le discours-patient d'autre part, qui fonctionne comme source du discours-agent » (p. 240). Pour regrouper toute manifestation de nature polémique, M. Bonhomme avance la notion de *sphère polémique*, comportant trois dimensions : le registre, les genres et le discours polémique. Le registre polémique « s'articule autour de deux macroactes illocutoires complémentaires, de nature actantielle (attaquer) et axiologique (disqualifier) » (p. 243). Les genres polémiques, illustrés à l'aide du pamphlet et du manifeste, constituent des « catégories métadiscursives historiquement situées qui conditionnent les discours particuliers et qui fournissent des horizons d'attente à leurs destinataires » (p. 244). Le discours polémique est envisagé comme la manifestation langagière attestée de la polémique et défini comme « un ensemble d'énoncés agoniques en contexte » (p. 244).

Les articles d'Ugo Ruiz et de Laurence Rosier clôturent l'ouvrage avec l'analyse de pratiques émergentes issues du web. L. Rosier s'intéresse en particulier à l'*ethos* et à la mise en scène de soi par divers moyens sémiotiques sur Facebook. Elle souligne « les composantes techniques et discursives dans cette construction [qu'elle] nomme *autofictionnelle* : on se construit une identité numérique "avatar" par l'interaction » (p. 293). L'auteure souligne l'existence de trois facettes métadiscursives propres à cette pratique : la première a trait à une réflexivité ayant « des répercussions sur la construction intersubjective de soi sur FB » (p. 295). La deuxième est métasubjective et fait référence « au fait que l'utilisateur du réseau est devant son écran face à son espace personnel FB cristallisé par une photo de lui ou qui le représente » (p. 296). Enfin, la dernière relève d'une dimension personnelle « d'autodérision, d'autoanalyse, de commentaires *méta* sur leurs (nos) propres pratiques » (p. 296).

Finalement nourri de travaux sur des objets empiriques très hétérogènes, cet ouvrage fait

un tour d'horizon exhaustif et exigeant des questions épistémologiques et méthodologiques de l'analyse du discours. Comme les éditeurs le rappellent en début d'ouvrage, l'importance des travaux de D. Maingueneau est à trouver dans le fait qu'ils « ont permis à l'ensemble des sciences humaines de s'intéresser à la question du discours » (p. 7).

NATALY BOTERO

SÉMIOLOGIE DE LA MUSIQUE

BRANDT PER AAGE, ROBERTO DO CARMO JR., JOSÉ (dir) *Signata – Annales des sémiotiques*, n° 6, Presses universitaires de Liège, 2015, 500 p.

Cette somme s'ouvre par une auto-évaluation de la part de la direction de la revue. Elle l'inscrit dans le projet global de *Signata*, qui souhaite rendre visibles les débats les plus contemporains au sein de la discipline sémiotique et incarner son apport à un certain nombre de thématiques, réengager son ouverture interdisciplinaire (notamment avec les sciences « dures ») et « renforcer sa charpente épistémologique » (p. 7). Ces efforts sont explicitement inscrits dans le contexte d'une crise de l'influence de la sémiotique. De ce point de vue, la musique constitue un défi, dans la mesure où elle a longtemps représenté un objet difficile pour la sémiotique : « la généralisation abusive des structures du langage verbal [...] [a] empêché de reconnaître les caractères distinctifs d'un langage comme la musique » (p. 9). Ces dernières années, ce sont plutôt les *sound studies* qui sont apparues comme une interface disciplinaire d'importance, non seulement entre histoire, géographie, études médiatiques et musicologie, mais aussi entre sciences humaines et savoirs professionnels de l'urbanisme et de l'acoustique. Les *sound studies* font néanmoins peu de place à l'analyse des formes sonores – comme si l'archéologie du savoir sur le son était à ce prix. Il est donc appréciable de voir la sémiotique se réapproprié une perspective élargie sur les relations entre formes musicales et compréhension culturelle de l'écoute et du son.

Les coordinateurs du numéro, Per Aage Brandt et Jose Roberto Carmo Jr., ont choisi une posture ouverte sur les savoirs de la musique. Ils cherchent à tenir ensemble le principe d'une combinatoire fondamentale (*générativité*) accordée aux neurosciences et l'attention à la variété des conceptions du sonore et du musical. À cette double polarité s'ajoute l'effort pour articuler une pensée de la musique comme langage structuré, tonal et ancré dans la partition, avec une autre, plus ouverte aux dimensions

rhétoriques, énonciatives, pragmatiques et sonores. Ce second axe est ici annoncé par les références introductives au « musicking » de Christopher Small, à la socio-rhétorique musicale du musicologue et pionnier des *popular music* Philip Tagg, et à la sémiologie de Nattiez et Molino (même si c'est surtout cette dernière référence que l'on retrouve au fil de l'ouvrage). L'importance donnée à la tonalité voisine ainsi avec des articles qui ne décrivent pas seulement les langages *de* la musique (ou la musique comme langage) mais aussi la façon dont ce qui se dit *sur* ou *autour* d'elle la constitue comme domaine de savoir et comme forme d'expérience. L'ouvrage réunit ainsi trois gestes principaux : intégrer dans la sémiotique du langage musical des catégories parfois marginalisées ; mettre à profit la précision du métalangage sémiotique pour mieux qualifier les phénomènes ; construire la sémiotique comme plateforme d'une organisation des savoirs sur la musique en tant que phénomène culturel, capable de servir d'interface entre les disciplines.

Plusieurs articles touchent au défi posé à la sémiotique par le phénomène du timbre. José Roberto Do Carmo Jr. propose une réconciliation entre deux grandes perspectives sur l'expression musicale, en attribuant aux paramètres « classiques » de la tonalité – hauteur, durée et intensité – les fonctions d'une structure langagière, et au timbre, qui peut « varier librement sans changer l'identité de la mélodie » (p. 36), les fonctions de l'énonciation. Il reconstruit ainsi incidemment une double articulation de la musique. Compris de cette manière, le timbre est à la base des aspects rhétoriques de la musique : « L'absence d'énonciation encodée est un avantage, puisqu'elle permet aux formes musicales d'exprimer *impersonnellement* [*impersonally*, sic] et pourtant distinctement des significations situées, telles qu'un caractère solennel, festif, le chagrin... » (p. 18). Lucas Takeo Shimoda renverse cette perspective. À partir de l'analyse des manuels d'orchestration, il montre que le timbre « impose des contraintes sur le résultat d'ensemble de toutes les combinaisons possibles de hauteur, de durée et d'intensité », ce qui contredit l'idée selon laquelle il « pourrait être permuté sans affecter les autres paramètres musicaux » (p. 61). Enfin, Andrea Valle propose une morpho-typologie particulièrement fine du timbre, qui prolonge la théorie des objets sonores de Pierre Schaeffer.

La sémiotique apparaît aussi bien placée pour décrire les points communs et les différences entre langage verbal et musique, que la façon dont ils sont mis à profit dans l'expression musicale. Pour Carmo Jr., la différence entre les éléments fondamentaux (« primitifs ») du

langage musical et ceux de la phonologie tient à leur *gradualité*, leur *tensivité* et leur sensibilité au contexte. Tatit & Lopes insistent plutôt sur les points communs entre les deux systèmes et sur l'efficacité esthétique des morphèmes dans la chanson populaire. Ces deux résultats apparaissent relativement cohérents avec la perspective généalogique qu'avait proposée ailleurs Tim Ingold sur la séparation progressive entre parole et musique dans l'écriture musicale occidentale.

Enfin, le rôle de la sémiotique comme espace de traduction interdisciplinaire apparaît notamment dans l'article d'Andrea Valle. Comme François Bonnet ailleurs, celui-ci fait du concept d'*audible* un repère pour articuler les différentes relations culturelles, scientifiques, phénoménologiques et sémiotiques à la musique. L'« audible » désigne alors « la grande variété des pratiques musicales » tout en visant un métalangage capable d'intégrer plusieurs niveaux de pertinence. Valle le définit plus précisément comme un « champ de présence » (p. 74), conditionné par des critères d'« actorialité » (*actoriality*), de spatialité et de temporalité. Il est compatible avec la phénoménologie du corps issue de Merleau-Ponty, et permet d'accueillir les différents « ordres sensoriels » que Jacques Fontanille a modélisés sur le fond de l'hypothèse d'une « synesthésie fondamentale ». La sémiotique du corps et de la formalisation des phénomènes sensibles s'avère ici étonnamment compatible avec la critique de la différenciation des sens et de la rationalisation moderne de l'écoute ; perspective portée par un auteur comme Jonathan Sterne, qui a déconstruit la réduction de l'écoute par la psycho-acoustique de l'audition issue de Helmholtz (un modèle qui privilégie d'ailleurs le « sentiment tonal »)¹.

Le lecteur trouvera par ailleurs au fil de l'ouvrage une série de propositions heuristiques plus circonstanciées et stimulantes. Lucia Santaella décrit la spécificité du musical par opposition au textuel/verbal et au visuel, à partir du concept de *qualisigns rhématiques iconiques* emprunté à Peirce. Celui-ci lui permet de rendre compte de l'icônicité de la musique, et de phénomènes aussi différents que les « images musicales » (chants d'oiseaux...) et les paraphrases et citations. Martine Groccia intègre l'écoute distraite et l'écoute itérative dans la sémiose de la chanson populaire pour construire une théorie du format musical conçu comme « champ temporel » (p. 135). Le concept

de « carrure » décrit alors la perception et le plaisir musical, l'harmonie étant soumise aux catégories plus rythmiques de la régulation, de la cadence et de l'accentuation. Martine Groccia présente également sa propre conception du jeu entre langage verbal et musical : « L'organisation strophique est censée coïncider avec l'organisation des périodes ; l'accentuation prosodique est censée épouser plus ou moins "naturellement" l'accentuation générée par la métrique musicale » (p. 137). Elle propose aussi sa propre formulation du rôle énonciatif du timbre : « Le son [...] manifeste des indices sonores de la présence de l'(des) énonciateur(s)-interprète(s) » (p. 139). En somme, malgré son éclectisme théorique et méthodologique, cette *Sémiotique de la musique* permet donc de consolider certaines hypothèses clés sur la signification musicale.

Cet ouvrage vérifie la façon dont la musique, comme objet culturel ou comme thématique académique, constitue une perpétuelle provocation épistémologique. L'apport et l'intérêt de la sémiotique pour la réflexion sur la musique se mesurent alors à sa capacité à accueillir cette provocation. Cette capacité est directement reliée à la façon dont les tensions entre sciences humaines et sciences cognitives affectent le projet sémiotique. Certains articles dans ce volume indiquent en effet comment les outils dont la sémiotique a hérité lui permettent de dégager des universaux, à travers le rapprochement avec les théories de la grammaire générative de Noam Chomsky ou un évolutionnisme culturel inspiré de Richard Dawkins. À l'inverse, l'inspiration de l'aventure sémiologique peut conduire à écarter le point de vue sur le profil d'une sensation, d'une cognition ou d'une émotion musicale comme naturaliste et positiviste, pour se montrer plus sensible à la construction de systèmes de signification relativement ouverts. Cet ouvrage a le courage de choisir de ne pas choisir entre ces deux options et d'envisager la possibilité d'un dialogue. La reconnaissance du statut de la sémiotique comme méta-langage, l'écart entre ontologie et vie sociale des signes et la prise en compte des conditions de possibilité historiques et culturelles des objets musicaux restent alors des enjeux décisifs.

GUILAUME HEUGUET

LES FABRIQUES DE SOI ?
IDENTITÉ ET INDUSTRIE SUR LE WEB

GOMEZ-MEJIA Gustavo, Paris, MkF Éditions, coll. « Les essais numériques », 2016, 152 p.

Le travail de Gustavo Gomez-Mejia témoigne d'une interrogation constante sur l'articu-

1. Cf. à ce sujet Jonathan Sterne, « Du charivari au big data. Les musiques populaires au prisme des sound studies. Entretien avec Guillaume Heuguet et Jedediah Skowler », *Volume*, 14, 2017/2, p. 175-192.

lation, dans les textes de réseau, entre les dimensions concrètes des usages quotidiens et leur structuration – pour ne pas dire leur orchestration – par l’industrie et l’économie planétaire qui s’en dégage. Le court ouvrage publié chez MKF Éditions reprend et remet en perspective les apports de ces recherches. On a affaire avec ce livre à la fois à la synthèse d’une pensée originale, marquée par de nombreux travaux et déjà fortement constituée, et à un effort tout particulier de pédagogie et de lisibilité, soutenu par les initiatives éditoriales et la créativité d’une jeune maison d’édition scientifique. À la rencontre de ces différentes dimensions – recherche, pédagogie, édition –, le lecteur contemporain, s’il existe – chercheur voyageant en TGV, citoyen curieux des médias, professionnel du Web, étudiant refusant de se soumettre aux assignations de la « génération Z » –, trouvera dans cet ouvrage, et dans ses « suites numériques » accessibles par code 2D, de multiples points d’entrée dans cette pensée vivace, et en permanente réécriture, sur le « Web contemporain ».

Prenons l’un de ces points d’entrée, le glossaire final, qui inscrit l’ouvrage dans un paysage intellectuel et conceptuel liant entre autres Benjamin, Jeanneret, Ollivier, Martin-Barbero, Ricœur ou McLuhan : c’est dans un réseau dense et remarquable de concepts et de références que l’auteur inscrit ses pratiques d’écriture et ses lectures soigneuses de la recherche actuelle en information-communication. Le livre entier apparaît ainsi comme une série de propositions originales et situées, soucieuses de leur inscription dans la dynamique du champ disciplinaire des SIC, et en particulier – mais pas seulement – dans les domaines de l’étude des industries culturelles et de la sémiologie des écrits d’écran.

Ainsi, on pourrait certes considérer les « Treize thèses à propos de la relation identité-industrie sur le Web » figurant en « épilogue » du livre comme un résumé de la pensée de l’auteur, à la manière conventionnelle des conclusions habituellement placées en fin de travail. Mais son point de vue y est ironiquement mis en perspective, il vise plus à souligner la vivacité des débats et la circulation des représentations sociales du Web qu’à trancher, d’un point de vue scientifique, entre vérité et fausseté. Le champ socio-médiatique considéré par l’auteur est, en effet, marqué par ses circulations, ses discursivités, ses contradictions, et le travail scientifique y émerge, dans sa dimension institutionnelle et éditoriale, comme un pôle, une forme de pensée, une modalité spécifique mais fragile de reformulation des problèmes. Un exemple, en thèse V : « Accoutumances médiatiques : quoi qu’on en dise, presse/radio/TV vous avez façonné le socle de valeurs auquel

je soumetts mon identité sur le Web. » La forme des propositions, chez G. Gomez-Mejia, tient toujours d’une manière de provocation, elle considère le débat au moins autant qu’elle y répond, et l’instance d’énonciation, le « je » du chercheur, n’est jamais tout à fait distincte de celui du sujet social – comme chez Barthes, dont l’œuvre la plus autobiographique – *Roland Barthes par Roland Barthes* – est volontiers citée. Ici comme souvent dans le livre, l’auteur met en perspective la situation de la recherche dans le monde, et le fait que ce livre soit issu d’une recherche doctorale est à cet égard très significatif : on y perçoit en effet le passage d’un monde à un autre, et une interrogation récurrente sur ce que peut la recherche.

Ces points d’entrée sont ainsi comme les marqueurs, éditorialisés, de portes dérobées et de revers dans la recherche, et l’on sera sensible aux gestes par lesquels Gustavo Gomez-Mejia met en perspective ses apports conceptuels et ses propositions. Dans des pages imprimées en blanc sur noir, le travail se commente et se discute lui-même : on y lit une analyse réflexive du choix de parler de « Web contemporain » plutôt que de plateformes ou de réseaux sociaux ; une discussion mesurée de la notion – centrale, fascinante, apparemment métaphorique mais en fait dénotative – de « conscription » ; des exemples comme le fameux « Person of the Year » du magazine *Time* en 2006 ou cette anecdote d’une vielle dame colombienne qui, en s’écriant « Je n’ai rien à voir avec rien... mais Facebook voudrait que j’aie quelque chose à voir avec tout ! », éveilla soudain la curiosité et la prise de notes du chercheur.

Tout ce travail éditorial, qui met le texte scientifique, comme pratique et point de vue, au regard du social vivace des usages et des industries, est comme un embayeur de discursivité critique. Car il semble que ce qui en ressort, ce n’est pas d’abord l’un des premiers travaux d’envergure sur lesdits « réseaux sociaux » (Facebook, YouTube, MySpace), cette recherche doctorale soutenue dès 2011. C’est plutôt la récurrence d’un questionnement qui ne finit pas de « hanter » (p. 11) ceux qui, dans la recherche en information-communication, se penchent sur le devenir des constructions symboliques (ici, l’identité, mais aussi le texte, et avec eux les innombrables circuits qui mènent des médiations aux médias) : ce questionnement – qui surgit par exemple au sujet des « amis » sur Facebook (ca p. 51) – est celui de la formulation doxique des problèmes, ou de la construction sociale des objets. C’est le régime social d’existence des objets de la communication, ses mises en discours, ses modalités de circulation qui sont interrogés dans ce livre, et avec eux le travail de la recherche lui-même : analysant ainsi la thématisation

récurrente de « Big Brother » (p. 96 *sq.*) et plus généralement le débat sur les données personnelles, l'auteur avance que, si l'on abandonne l'idée des « réseaux sociaux » comme « lieux où des gens font des choses » pour les considérer comme des « assemblages d'écritures préformatées », alors « l'intrigue des réseaux [...] n'est pas interpersonnelle, mais bel et bien intertextuelle » (p. 105). Dans ces moments de la démonstration, le concept semble importer moins que le geste par lequel l'auteur le propose et l'offre à notre considération. Ce souci de la dimension politique et interdiscursive de la recherche est sans doute l'une des grandes qualités de l'ouvrage, celle en tout cas où l'on perçoit le plus nettement l'apport d'une intense activité réflexive. En somme, plongeant au cœur même des processus des industries de la trivialité, le travail de Gustavo Gomez-Mejia ouvre des voies pour l'insubordination et pose les bases pour la constitution d'une nouvelle sémiologie critique, dont le point de vue jouerait à la fois de la distance ironique et de la fréquentation soignée des objets.

Quant au plan de l'ouvrage, qui est conventionnellement le grand attendu d'une note de lecture, il propose d'aborder avant tout les formes, systématiques, tabulaires et métaphoriques, par lesquelles les identités sont « montées » dans le Web contemporain ; il propose ensuite d'articuler les valeurs médiatiques d'actualité, de grégarité et de popularité, et les conscriptions industrielles – ces formes par lesquelles les industries « écrivent ensemble » des noms et des effigies d'internautes. Enfin, se penchant sur « l'ambiguïté du grand intertexte des réseaux », l'auteur aborde la trivialité du discours sur la vie privée, les « amphibologies » du langage partagé des internautes et des industriels, avant de formuler le problème, matériellement attesté par la recherche, de « l'aliénation formelle » des internautes.

ÉTIENNE CANDEL

LES MÉDIAS ET LE POUVOIR. SIX INTELLECTUELS EN QUÊTE DE DÉFINITIONS

SCHULIAQUER Ivan, L'Harmattan, 2017, 143 p.

Publié d'abord en espagnol (*El poder de los medios*, 2014), cet ouvrage a été traduit en français et une première édition a paru en 2016 sous le titre *Le pouvoir des médias*. Celle-ci a été retirée de la circulation pour cause de doublon et a donné lieu à une deuxième édition publiée en 2017, avec pour titre *Les médias et le pouvoir*.

Dans ce texte, Ivan Schuliaquer propose de penser le « pouvoir des médias » à travers

six entretiens réalisés avec des intellectuels sud-américains et européens : Gianni Vattimo, Pablo Boczkowski, Ernesto Laclau, Gabriel Vommara, Toni Negri et Nestor Garcia Canclini. Organisés sous forme de chapitres, ces entretiens sont précédés d'une note bio-bibliographique permettant de contextualiser le parcours académique et politique de l'interviewé. Les questions posées rendent compte d'une grande connaissance de l'œuvre et de la trajectoire de ces intellectuels, et les échanges se finissent systématiquement par la question : « Quel est le pouvoir des médias ? »

Intitulée « En quête de définitions » (p. 11-18), l'introduction souligne l'importance des liens entre démocratie et médias. Ces derniers fournissent « la matière première de la plupart des questions dont parle la société » et construisent ainsi les problèmes « qui méritent, ou non, attention et existence publique » (p. 13). Ce texte liminaire présente également les principales questions auxquelles l'auteur souhaite apporter des réponses : « Comment mesurer le pouvoir et la portée des médias ? Comment définir leurs fonctions dans la société ? De quelle façon se montre, se construit et se raconte "la réalité" ? » (p. 14-15).

Le premier chapitre, « Les médias face à la fin des grands récits. Entretien avec Gianni Vattimo » (p. 19-36), s'intéresse à la question du sens dans un monde où « il n'y a pas de principe ultime – tel que Dieu, la raison ou la vérité » (p. 19). Selon G. Vattimo, l'impossibilité de désigner une vérité absolue signe le passage d'une pensée forte vers une pensée faible. L'expression « pensée faible » « signifie que l'on accepte la dissolution d'une ligne unitaire. C'est-à-dire la pensée forte, qui parle de l'histoire humaine au sens dogmatique et métaphysique » (p. 23). En tenant compte de l'historicité des faits humains, la pensée faible constitue une « pensée critique contre les prétentions de l'idéologie officielle » (p. 24). Elle est également une pensée « des faibles » qui se reconnaît comme « une interprétation d'un groupe contre un autre » (p. 26). Le chapitre se termine sur la question portant sur le pouvoir des médias, à laquelle G. Vattimo répond qu'« aujourd'hui, [il] est presque comme celui de Dieu » (p. 36). Face à cette réponse surprenante, un développement plus vaste de l'association faite entre médias et pouvoir divin aurait été éclairant.

Le chapitre II présente l'entretien avec Pablo Boczkowski et s'intitule « Plus d'émetteurs, moins d'informations. Les paradoxes du monde en ligne » (p. 37-59). Les échanges se focalisent sur la manière dont les technologies de l'information et de la communication ont affecté la production et la consommation d'information. L'hypothèse de P. Boczkowski consiste à dire que les sites d'information se montrent « plus

conservateurs dans leurs contenus et se distinguent de moins en moins de leurs rivaux, par crainte de perdre de leur compétitivité » (p. 39). Cet auteur a constaté une homogénéisation des contenus due au rythme de production d'informations car, en moyenne, « 85 % des articles sont rédigés en moins d'une demi-heure » (p. 51). En outre, l'ensemble des sites d'information « ont les mêmes sources pour raconter les mêmes informations » (p. 43), générant ainsi un « appauvrissement de la diversité dans les médias parce qu'en plus, ils s'observent constamment les uns les autres » (p. 43). D'autres raisons pouvant expliquer ce phénomène d'homogénéisation se trouvent dans le contexte de précarisation du travail des journalistes qui, « dans le doute, écrivent ce qui fonctionne » (p. 47). En somme, « la surveillance de ce que font les rivaux et [...] les systèmes d'évaluation du rendement des journalistes [...] conduisent] à une augmentation de l'imitation » (p. 55). Le chapitre III, consacré aux liens entre « Médias, hégémonie et populisme » (p. 61-77), présente l'entretien avec Ernesto Laclau. I. Schuliaquer souligne l'influence des travaux de cet intellectuel argentin dans les mouvements politiques de gauche en Europe, tels que Podemos et Syriza. Pour E. Laclau, le populisme est « une forme de construction politique qui repose sur l'interpellation du pouvoir par les gens d'en bas, en passant au-dessus des canaux traditionnels véhiculant les demandes collectives » (p. 65). Les connotations péjoratives du terme disparaissent ainsi au profit d'une conception fondée sur les « interpellations populaires en rupture avec le cadre institutionnel existant » (p. 65). E. Laclau poursuit sa réflexion en évoquant le rôle des médias dans des mobilisations sociales récentes en Argentine. Dans ce contexte géopolitique particulier, « les médias ont constitué le moteur fondamental de toute cette action d'opposition : ils étaient la seule institution sociale ayant une capacité autonome à générer une opinion » (p. 74). Plus largement, cet intellectuel souligne le rôle de substitution des médias en Amérique latine, qui en viennent parfois « à occuper la place qui devrait revenir aux partis d'opposition » (p. 75).

Le dernier chapitre de l'ouvrage présente, quant à lui, l'entretien avec Nestor Garcia Canclini. Ce texte intitulé « Reconfigurations médiatiques dans la société mondialisée » (p. 119-138) s'intéresse au rôle des médias dans la construction de l'imaginaire. Ce dernier est compris comme « ce que nous ne pouvons pas connaître et gérer empiriquement ; ce que nous devons construire au moyen de représentations symboliques pour nous situer et faire sens dans le monde » (p. 130). Selon N. Garcia Canclini, « dans l'histoire moderne,

la gestion des imaginaires s'est surtout jouée au travers des communications massives, des médias » (p. 130). Néanmoins, l'auteur reconnaît que certaines « formes de distribution des ressources économiques et symboliques » (p. 131) ne sont pas réductibles à l'imaginaire, ce qui vient relativiser leur capacité d'organisation sociale. Enfin, interrogé sur l'efficacité des mobilisations numériques, il affirme que « les réseaux ne sont efficaces que lorsqu'ils prennent place dans des trames d'interaction sociale, urbaine, publique, physique, qui sont plus anciennes » (p. 135).

Dans la conclusion (p. 139), I. Schuliaquer souligne la valeur de la méthode de l'entretien, qui permet de « mettre en question ce que ces auteurs ont voulu dire, mais également de chercher ce qu'ils pourraient nous dire [...] face à certains des nouveaux défis posés par les médias dans la société contemporaine » (p. 139). Finalement, cet ouvrage propose un regard diversifié et décentré sur la question du lien entre pouvoir et médias : diversifié par la multiplicité d'approches disciplinaires (anthropologie, philosophie) et décentré par l'intérêt pour des aires géopolitiques différentes (Europe, Amérique latine).

NATALY BOTERO

« MA RADIO ».

ATTACHEMENT ET ENGAGEMENT

GLEVAREC Hervé, INA Éditions, coll. « études et controverses », 2017, 119 p.

Cet ouvrage sur la radio, ou le « média sonore », comme on le nomme parfois dans un contexte de convergence médiatique, ravira passionnés et (encore rares) chercheurs s'intéressant à ce média.

Dans *Ma radio*, Hervé Glevarec articule son propos – ou plus exactement met en scène (et parfois en images) les propos des auditeurs interrogés – autour de deux notions caractérisant pour lui notre rapport à ce média : l'attachement et l'engagement. L'auteur a eu la très bonne idée par ailleurs de faire lien entre ces deux notions, et de les éclairer, avec un chapitre intermédiaire autour de la radio comme identité. L'ouvrage aurait même failli s'appeler « La radio identitaire ». Ce second chapitre, néanmoins, dans son contenu, n'est peut-être pas le plus intéressant, proposant avant tout une interprétation des pratiques des auditeurs sous le prisme de l'âge, de l'identité culturelle et sociale, aspects déjà présents même en filigrane dans les deux chapitres encadrants. Les dimensions affective et critique traversent les propos tenus par les auditeurs sur leurs pratiques et leurs évolutions. L'ouvrage, y compris

dans un dernier chapitre autour des valeurs d'usage de la radio, ne cède jamais à un travail de conceptualisation trop approfondi qui nuirait à la capacité de cet ouvrage de parler à tous². La longue introduction présentant réflexions, définitions, cadres épistémologique, méthodologique et le corpus sur lequel s'appuie l'auteur nous rappelle dans un premier temps qu'il s'agit bien d'un ouvrage visant à mieux cerner les modes et contextes de réception et d'usages de la radio, à travers leurs permanences et leurs évolutions (et pas uniquement intergénérationnelles). Ce qui traverse l'ouvrage d'Hervé Glevarec et qui l'animait déjà quand il écrivait *La culture de la chambre*³, c'est l'articulation des usages et de l'identité (juvénile, préadolescente en 2009) dessinant une certaine diversité d'usages sociaux, rendus possibles aussi par la diversité des opérateurs, des contenus et des genres. C'est cette diversité, symbolisée historiquement par le « communiqué 34 », et toujours valorisée et récompensée par le CSA, qui caractérise d'abord le média radiophonique selon l'auteur. Si « le rapport entre auditeurs et radios engage la question de l'identité » (p. 6), celle-ci suppose d'abord « un rapport engagé avec les contenus [...] » (p. 7). C'est avec l'appui de Médiamétrie que la liste des enquêtes a été établie, à partir de la diversité des radios écoutées, de l'âge, du sexe et du lieu de vie, mais également de la diversité des situations socioprofessionnelles. La dimension territoriale (auditeurs de Paris, sa région et Haute-Savoie) est également à prendre en compte, jouant parfois un rôle (attachement, sentiment d'appartenance) dans l'écoute de radios qu'on qualifiera de spécifiquement locales, par rapport à l'actualité qu'elles diffusent (*Voltage*, *Radio Mont-blanc*, *Radio Tholon*). Cette relative représentativité, sans jouer un rôle de caution scientifique dans le cadre d'une approche qualitative, présente l'intérêt avant tout pour cet ouvrage d'une mise en exergue d'une diversité des pratiques en fonction des générations, des identités sociales, ou encore des formes d'engagement vis-à-vis des radios écoutées. L'approche qu'on peut qualifier d'ethnographique⁴ (entretiens situés chez

les interviewés, captures photos), si elle a plutôt été utilisée dans le cadre de l'observation d'activités professionnelles au sein des radios (donc du côté de la production)⁵, présente ici l'intérêt d'une certaine immersion dans l'univers (médiatique, technologique...) de l'espace domestique.

À l'heure des pratiques en mobilité, ce qui frappe d'ailleurs à travers les témoignages et photos de l'ouvrage, c'est la place prépondérante du poste radio, et notamment du transistor, qui ceci dit avait inauguré depuis longtemps l'ère du nomadisme⁶, faisant de la radio un précurseur en la matière, bien avant l'arrivée d'Internet⁷. Chiffres à l'appui (p. 14), l'auteur montre d'ailleurs la large prépondérance de ce mode d'écoute encore aujourd'hui. Pour les auditeurs les plus assidus, à l'image de Françoise (p. 31), l'espace-temps de l'écoute s'organise autour de l'omniprésence de ces récepteurs dans les différentes pièces de la maison.

Le rapport au temps, au-delà des rendez-vous avec le média dans la journée (routines), apparaît structurant au niveau des pratiques radiophoniques dont témoignent les auditeurs interrogés. On choisit ou reste fidèle à une radio par rapport à des expériences ou des souvenirs d'écoute marquants, renvoyant à un univers familier – parfois celui de l'enfance – dont ce média fait partie intégrante. La dimension affective est très forte et parfois touchante dans l'évocation de ces souvenirs d'écoute. Le goût de la radio se transmettrait au même titre que le goût de la lecture ou de la musique. La musique à la radio apparaît d'ailleurs comme un vecteur particulièrement structurant de l'écoute, également « [...] décisive dans la représentation des radios » (p. 49). Selon Hervé Glevarec « il semble que la musique et son vecteur radiophonique forment des cadres culturels de la mémoire individuelle » (p. 42). Ce chapitre très dense s'articule autour de trois

Antoine (dir.), *Analyser la radio : méthodes et mises en pratique*, Paris, De Boeck Supérieur, 2016, p. 84-87.

5. Cécile Méadel, « Ethnographie de l'antenne, le travail des gens de radio », *Réseaux*, vol. 2, 9, 1984, p. 77-98.

6. Elvina Fesneau, *Le poste à transistors à la conquête de la France. La radio nomade (1954-1970)*, Paris, éditions INA, 2011.

7. Laurent Fauré, « Analyser les pratiques discursives radiophoniques : nouveaux enjeux et perspectives », *Cahiers de praxématique*, 61/2013, mis en ligne le 01 janvier 2014, <http://praxématique.revues.org/2429> (consulté le 22 octobre 2017).

2. En témoigne une certaine médiatisation du livre : lire notamment « Il est rare de rencontrer des auditeurs éclectiques », *Libération*, 21 avril 2017 (propos recueillis par Jérôme Lefilliâtre).

3. Hervé Glevarec, *La culture de la chambre. Préadolescence et culture contemporaine dans l'espace familial*, La Documentation française, coll. « questions de culture », 2009.

4. Voir à ce propos Hervé Glevarec, « Ethnographie du travail radiophonique », in Frédéric

temps de la radio : le temps retrouvé (incarné par une radio comme *Nostalgie*) ; le temps présent (une écoute située ici et maintenant, et connectée au monde qui m'entoure) ; le temps représenté (pratiques articulées à l'âge et au rapport de chacun à son âge).

« Parler de la radio, c'est parler de son âge, de la signification sociale de son âge. C'est parler de son âge eu égard à l'âge connu du public des radios [...] » (p. 51). Si ce second chapitre, à partir des résultats d'entretiens, part de l'affirmation que les radios mettent en jeu trois dimensions centrales – l'identité culturelle, l'identité sociale et celle de genre (de l'émission) –, c'est avant tout par le prisme de l'âge, de l'appartenance à une époque, à une génération, que l'auteur analyse les propos d'auditeurs. Le processus d'identification (« je me retrouve pas dans cette radio » dit Mélissa) qui fait qu'on se reconnaît ou pas à travers une radio, s'il est profondément affecté par la génération d'appartenance, devient plus personnel, plus impliquant, quand il met en jeu l'identité sociale et le positionnement idéologique de l'auditeur (p. 59).

Le troisième chapitre sur les formes de l'engagement vis-à-vis de la radio présente un réel intérêt pour un plus grand nombre de chercheurs en SHS. Parmi les points stimulants intellectuellement, l'un renvoie au mythe – ou une réalité souvent embellie – de la libre antenne, d'un média qui donne le temps au débat d'idées et ouvert à la diversité des points de vue. La radio est en effet perçue « comme un média plus diversifié que les autres tout en demeurant un espace public, comme si elle se situait, par sa différenciation sociale du côté de la presse, par sa dimension d'espace de confrontation *ici et maintenant* du côté de la télévision » (p. 72). Média qui crée du lien social, avec le lieu où on vit ou se trouve, particulièrement impliquant, il est aussi simple média d'accompagnement procurant des affects positifs ou négatifs selon notre humeur (p. 78). Cette

fonction est d'autant facilitée aujourd'hui que la diversité des supports d'écoute garantit un dispositif de réception sans rupture, ou presque, même loin de chez soi, permettant ainsi de ne pas rompre ses habitudes. Les temps sociaux de la radio, parfois profondément ancrés chez l'auditeur, correspondent à l'écoute de genres ou contenus différents selon les moments de la journée. En fait, « l'usage de la radio est à la fois autonome et hétéronome, tantôt c'est le contenu de la radio qui est déterminant de son usage, tantôt c'est l'usage qui est fait de la radio pour reconfigurer des situations qui prédomine » (p. 87).

Et au-delà du poste ? Est-ce encore de la radio ? Abordant les valeurs d'usage de la radio, interrogeant finalement les nouveaux modes de consommation du média à l'heure du numérique qui se caractérisent notamment par un « auditeur augmenté » du point de vue de sa capacité à mener en même temps plusieurs tâches⁸, l'auteur met en exergue les métamorphoses du média : les pratiques témoignent « moins du meurtre de la radio que d'une reconfiguration de sa place » (p. 93). C'est une radio réinventée par ses auditeurs à travers l'intégration de nouveaux supports que ce chapitre donne d'abord à voir – à travers des photos – et à comprendre. Des fonctions de la radio semblent néanmoins disparaître (fonction de source documentaire par exemple face à l'encyclopédisme d'Internet) alors qu'il devient simple de « se faire sa radio » (p. 97), une radio délinéarisée, à la carte, dont les contenus périphériques (rubriques pratiques, bons plans sur le site web...) peuvent occuper une place de plus en plus grande (p. 104).

Encore plus dans ce dernier chapitre, le format et le mode de présentation des résultats choisis par Hervé Glevarec, assez éloignés des standards académiques, présentent justement l'avantage d'une accessibilité à un assez large public. C'est un de ses principaux mérites. Les auditeurs « parlent » aux auditeurs... que nous sommes.

PASCAL RICAUD

8. Voir à ce propos : David Christoffel, « Utopies délinéaires. Illusions économiques et potentiels poétiques de la radio en interface », *RadioMorphoses*, 2/ 2017, mis en ligne le 22 octobre 2017, <http://www.radiomorphoses.fr/index.php/2016/12/27/utopies-delineaires/>.

