

« Médiacultures » et *coming out* des *cultural studies* en France

Éric Maigret

Numéro 47, janvier 2009

Dialogues théoriques sur la culture

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1004930ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1004930ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Liber

ISSN

0831-1048 (imprimé)

1923-5771 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Maigret, É. (2009). « Médiacultures » et *coming out* des *cultural studies* en France. *Cahiers de recherche sociologique*, (47), 11–21.
<https://doi.org/10.7202/1004930ar>

Résumé de l'article

Dans le contexte où les individus adaptent leurs consommations culturelles aux nouvelles réalités technologiques et sociales du vingtième et du vingt et unième siècle sans adapter aussi rapidement leurs catégories de pensée héritées du dix-neuvième siècle, cet article prend acte de la faible productivité empirique et théorique de l'opposition entre cultures nobles et communication de masse. D'une part, il propose le concept de médiaculture pour marquer la fin d'une période d'oppositions systématiques et l'ouverture d'une période d'hybridité, qui laisse pourtant toujours sourdre des effets persistants de partage. Ce concept articule trois niveaux de réflexion : une vision anthropologique de la culture, une appréciation esthétique-historique des types de culture engagés dans la production et la réception des œuvres et, finalement, la culture pensée comme une intrication de pouvoir et de sens. D'autre part, ce texte présente le développement des *cultural studies* en France à travers ses multiples résistances ainsi que les divers courants s'y inscrivant.

Éric Maigret

« Médiacultures » et *coming out* des *cultural studies* en France

Les pratiques culturelles de la plupart des contemporains, y compris des plus cultivés, sont massivement liées aux médias — un Français de plus de quatre ans regarde la télévision et écoute la radio près de huit heures en moyenne par jour —, mais ne correspondent pas aux idéologies de la séparation culturelle qui enjoignent de rejeter et de dévaloriser les programmes télévisuels, les émissions de radio, la lecture de bande dessinée... Cette distorsion perce dans les débats entre clercs, qui voient s'opposer les contempteurs et les thuriféraires de la culture de masse *dans les médias*, c'est-à-dire dans le contexte d'une intégration médiaculturelle des mondes intellectuels, avec le pic bien connu des années 1980 (les diatribes d'Allan Bloom et d'Alain Finkielkraut). Elle filtre des enquêtes sur les préférences des Français à l'égard des chaînes de télévision, majoritairement en faveur des chaînes publiques (France 2, France 3 puis Arte, selon IPSOS) alors que la consommation d'une chaîne supposée non culturelle comme TF1 demeure la plus élevée. Elle ressort également des attentes ambiguës des étudiants à l'égard des études en communication, futurs journalistes et producteurs de télévision qui partagent pourtant une vision désabusée, voire cynique, de ces métiers. Cette forme de schizophrénie est liée au fait que les individus adaptent leurs consommations culturelles aux nouvelles réalités technologiques et sociales du vingtième et du vingt et unième siècle sans adapter aussi rapidement leurs catégories de pensée héritées du dix-neuvième siècle.

Le positionnement théorique des « médiacultures »

Le concept de « médiacultures » est une invitation à dépasser la rupture schizophrénique contemporaine entre communication de masse (avec

minuscule) et Culture (avec majuscule)¹. Il ne s'agit pas, à travers ce concept, de produire une défense populiste des cultures dites populaires, mais de prendre acte de la faible productivité théorique et empirique de l'opposition entre cultures nobles et cultures médiatiques populaires, ou communications de masse, codée scientifiquement par exemple dans la dénonciation de la culture de masse de l'école de Francfort ou dans la sociologie bourdieusienne de la légitimité culturelle. Cette pensée dichotomique n'existe que depuis un siècle. Certes des clivages, des façons d'organiser et de hiérarchiser les pratiques culturelles, existaient auparavant, mais ils n'avaient pas cette intensité dans la segmentation du « haut » et du « bas ». Si on relit les travaux en histoire des pratiques culturelles — par exemple ceux de Roger Chartier sur la « Bibliothèque bleue » ou ceux de Lawrence Levine sur la circulation du théâtre shakespearien —, il apparaît que le nomadisme social des œuvres supposées légitimes ou non existe depuis longtemps. Levine montre qu'au dix-neuvième siècle des mécanismes de régulation à l'entrée des théâtres se mettent petit à petit en place : porter un costume, se taire durant la représentation... Une raréfaction des publics opère pour aboutir à une nette séparation (supposée) des cultures. Des lieux spéciaux sont alors consacrés à ce que l'on qualifiera de « culture noble » et un imaginaire d'une culture de masse homogène et homogénéisante apparaît. Ce schisme idéologique est accompagné par les politiques éducatives (mise en place de l'éducation de masse), par la muséification de la Culture, mais aussi par la pétrification des rapports à son égard, au détriment de certaines formes de culture plus participatives.

L'idée de médiacultures est utile à la fois pour desserrer la contrainte idéologique de la grande séparation, relayée par les savoirs universitaires qui évoquent le désenchantement produit par la répétitivité de la production industrielle de masse et la perte de l'aura, au sens de Benjamin, et pour rapprocher deux termes artificiellement séparés. Le terme vient marquer la fin d'une époque d'oppositions systématiques et l'émergence d'une période d'hybridité, qui laisse pourtant toujours entendre des effets persistants de partage. Ce qui vient après le grand partage est ambivalent, un peu comme le postcolonialisme n'est pas la fin assurée du colonialisme. Dans ce dernier cas, l'exemple des pratiques liées à la *world music* en atteste : si l'hybridité y prédomine, dans le refus d'une domination des définitions blanches de la culture et dans une ouverture aux façons de jouer venues d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine, il semble que des effets de réassignation identitaire occidentale opèrent, à la façon dont le reggae a pu devenir blanc par la médiation du groupe The Police. De la même manière, si la bande dessinée s'est ennoblée et hybridée, s'est ouverte à des genres qui lui semblaient hostiles comme l'autobiographie, elle demeure en partie et pour longtemps frappée du sceau de l'enfance et de la clandestinité, donc objet d'effets de réassignation identitaire en termes d'infantilisation et de marginalité, à

1. É. Maigret et É. Macé (dir.), *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Paris, Armand Colin-INA, 2005.

travers par exemple l'affirmation du manga. Reprise et hybridée dans le Pop Art contemporain, qui est désormais un hommage rendu à ses formes graphiques bien plus qu'une dénonciation de sa trivialité, la bande dessinée demeure cependant comme en dessous, moins valorisée que les tableaux qu'elle inspire.

Le concept de médiacultures articule trois niveaux de réflexion. Il s'ancre dans une vision anthropologique de la culture qui renvoie aux acteurs la responsabilité des hiérarchies culturelles. Ces hiérarchies, le sociologue ne renonce pas à les décrire, mais il ne les ratifie pas par principe et déploie par ailleurs toute leur volatilité. Comme le précise Hervé Glévarec, les goûts se distribuent de plus en plus de façon horizontale, par le biais des hiérarchies intra-genres plus que dans des hiérarchies entre genres². C'est toute la querelle des goûts omnivores et univores, lancée par Peterson³, qui est ici interprétée à partir de l'idée d'une « justice culturelle ». Les séries télévisées américaines, vilipendées il y a vingt ans, sont ainsi devenues un bon indicateur de la transformation de la moindre pyramidalité des jugements culturels, en raison de la reconnaissance culturelle et populaire qu'elles reçoivent tout à la fois⁴. Le concept suppose par ailleurs une appréciation esthétique-historique des types de culture engagés dans la production et la réception des œuvres⁵, pour ne pas réserver ce privilège aux seules formes supposées légitimes. De ce point de vue, les séries télévisées contemporaines peuvent renvoyer à des formes aussi variées que le documentaire, le grotesque, la comédie, le réalisme émotionnel, qui souvent coexistent plus qu'elles ne s'excluent. Enfin, un modèle de description du pouvoir est mobilisé, largement emprunté aux *cultural studies*, du moins à celles qui, à la suite de Stuart Hall, se donnent pour programme de recherche l'étude des rapports entre pouvoir et culture : la culture pensée comme une intrication de pouvoir et de sens⁶. « Pouvoir » renvoie bien sûr ici à une représentation en termes de micropolitiques et non à une représentation excessivement pyramidale : passer d'une vision d'un haut homogène qui s'imposerait à un bas tout aussi homogène à la vision d'une relation dialogique entre un centre pluralisé et des marges qui le sont encore plus. Les médiacultures sont saturées de rapports de pouvoir tout en étant dotées de sens pour les individus, leur permettant donc aussi de s'émanciper de leur condition vécue, ce que les Anglo-Saxons appellent l'*empowerment*, par le biais d'une capacité d'agir (*agency*).

2. H. Glévarec, « La fin du modèle classique de la légitimité culturelle », dans *ibid.*

3. Voir R. Peterson, « Understanding audience segmentation. From elite and mass to omnivore and univore », *Poetics*, vol. 21, 1992.

4. É. Maigret et G. Soulez (dir.), « Les raisons d'aimer... les séries télé », *MédiaMorphoses*, hors série, 2007.

5. É. Maigret et É. Macé (dir.), *op. cit.*

6. Voir notamment S. Hall, *Identités et cultures. Politiques des cultural studies*, trad. M. Cervulle, Paris, Amsterdam, 2007, et *Le populisme autoritaire*, Paris, Amsterdam, 2008.

Cette proposition théorique s'inscrit ouvertement dans le cadre d'une diffusion des *cultural studies* en France, même si elle ne se réduit pas à ce geste. L'histoire culturelle est également présente, on l'a dit, de même que la sociologie culturelle, notamment à travers le débat omnivores-univores. Par son caractère disruptif — la remise en cause d'une sociologie de la légitimité culturelle par une approche *cultural studies* —, elle est pourtant perçue à travers le filtre que certains qualifieront de postmoderniste — ce qu'elle n'est pas. Il ne s'agit pas en effet de défendre un point de vue élégant sur la fluidité ultime des identités et la volatilité absolue des hiérarchies, mais plutôt de dépasser une sociologie classique des identités, celle des normes (Parsons) ou de l'*habitus* (Bourdieu), bien trop fixiste, en tenant compte effectivement de la leçon de désubstantialisation des auteurs de la déconstruction, sans céder pour autant au vertige infini du relativisme.

Les savoirs en sciences sociales, du moins ceux conçus au dix-neuvième siècle dans le sillage de Marx, Weber et Durkheim, sont trop assurés, trop positivistes, pour vraiment décrire l'incertitude et la complexité des pratiques contemporaines. Ils ont tendance à croire que tout peut entrer dans des catégories absolument établies, avec une irréductibilité atomique, dans le cadre d'un matérialisme généralisé. L'intérêt des théories de la déconstruction est de fouetter ces certitudes positivistes, au travers notamment du concept de «différance» de Derrida, repris par Stuart Hall dans ses travaux des années 1990-2000. C'est toucher là à une dimension centrale des *cultural studies*: une sorte de désobéissance, au moins momentanée, est requise, autrement dit une indiscipline, le refus de mettre dans des cases préétablies, pour un certain temps, des savoirs et des objets encore peu pratiqués, peu analysés ou mal analysés, voire carrément exclus de la représentation. L'indiscipline a été illustrée par une attention aux objets les plus surprenants, a priori indignes d'entrer dans l'espace de recherche, comme les soaps, les musiques jeunes, les fanzines, la pornographie... Elle a aussi pris la forme, au cours des années 1980, du fameux «tournant ethnographique», avec les travaux de David Morley sur les publics de *nationwide*, les analyses des groupies de Henry Jenkins et des auteurs tels John Fiske, Ien Ang et Janice Radway. Ce «tournant ethnographique», souvent décrié, était en réalité bien peu ethnographique au sens classique du terme, mais il amenait à rencontrer des lecteurs et des téléspectateurs, à les regarder, à leur parler, avec des méthodes éclatées, élastiques, qui ont été solidifiées depuis. La technique des *focus groups*, que l'on appelle aussi groupes témoins ou entretiens collectifs, inventée par les fonctionnalistes et récupérée par le marketing mais tombée en désuétude dans les sciences sociales, puis employée de nouveau par David Morley, a finalement fait florès dans les sciences humaines⁷, de même que l'analyse de courriers des lecteurs⁸.

7. S. Duchesne et F. Haegel, *L'entretien collectif*, Paris, Armand Colin, 2008.

8. I. Ang, *Watching Dallas*, Londres, Routledge, 1989.

Les résistances au développement des *cultural studies* en France

Cette liberté momentanée, cette « indisciplinisme théorique et méthodologique » critiquée en France par Armand Mattelart et Érik Neveu⁹, semble indispensable et fondatrice si l'on veut étudier les phénomènes culturels contemporains, qui posent de nouveaux problèmes aux sciences sociales, sans transposer trop directement les méthodes de l'ethnographie classique, conçues dans un autre contexte, celui du présent des sociétés exotiques. Elle se heurte au positivisme des courants de recherche dont elle peut être proche, sociologie de la culture et sciences de l'information-communication, qui se positionnent à l'inverse en disciplines, établie pour la première, en voie de formation pour la seconde. La sociologie française de la culture, ancrée dans la théorie de la légitimité culturelle, a adopté un parti pris bien connu de distance à l'égard des *cultural studies*¹⁰, sur lequel je ne reviendrai pas ici, sauf pour dire que la traduction biaisée du grand livre de Richard Hoggart (*The Uses of Literacy*) effectuée par ce courant de recherche dans les années 1970 illustre bien le misérabilisme et le légitimisme d'une position qui se dira comme telle par la suite¹¹.

Si l'on se tourne vers les sciences de l'information-communication, nées au même moment, dans les années 1970, leur distance à l'égard des *cultural studies* peut sembler surprenante tant les objets des deux disciplines sont proches, au point de se demander pourquoi la rencontre n'a pas eu lieu. Leur essor ne s'est pas fait sans qu'une certaine indisciplinisme règne, annonciatrice des bouleversements intellectuels observés dans les milieux universitaires anglo-saxons. Pourtant, force est de constater que si Robert Escarpit, personnalité assez emblématique des sciences de l'information et de la communication nouvellement créées, possède une fibre littéraire, c'est la « fibre cybernétique » qu'il fera jouer pour fonder avec d'autres le nouveau champ de recherche. En France, la cybernétique fournit alors le langage commun aux recherches sur la communication, vue selon un schéma linéaire qui exclut — malheureusement — une vision culturelle. Alors qu'il y avait là tout ce qu'il fallait pour suivre la trajectoire entamée en Grande-Bretagne, à savoir la sociologie des industries culturelles d'Edgar Morin, la sémiologie de Roland Barthes, l'analyse complexe des pratiques de Michel de Certeau, la cristallisation des *cultural studies* (elle aurait pu adopter un autre nom) n'a pas eu lieu dans les années 1970-1980. La trajectoire victorieuse des sciences de l'information-communication en France a

9. A. Mattelart et É. Neveu, *Introduction aux cultural studies*, Paris, La Découverte, 2003.

10. H. Glévaec, É. Macé et É. Maigret, « Les *cultural studies*: source et ressource productives », dans H. Glévaec, É. Macé et É. Maigret (dir.), *Cultural studies: anthologie*, Paris, Armand Colin-INA, « Médiacultures », 2008.

11. C. Grignon et J.-C. Passeron, *Le savant et le populaire. Misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature*, Paris, Gallimard et Seuil, 1989.

mené à une sédimentation en courants de recherche et écoles concurrentes, comme de coutume réunies pendant un certain temps par une visée disciplinaire qui se voulait « dure »¹². Pour certains fondateurs des sciences de l'information-communication — ce n'est pas sans rappeler les débuts de la sociologie —, le besoin d'une discipline répond à des critères épistémologiques mais surtout institutionnels : il faut délimiter des frontières nettes pour exister, des frontières incluant des objets si possible respectables, fonctionnels, comme la communication des organisations et la documentation, et des regards légitimes — ainsi la sémiologie la plus textualiste... Cette trajectoire des sciences de l'information-communication françaises, centrées sur une vision forcenée de la discipline, ne va pas avec l'« indiscipline » des *cultural studies*, qui étudient les objets supports de la schizophrénie culturelle mentionnée plus haut. Il faut avant tout désobéir à l'injonction de conformisme en traitant notamment d'objets différents (romans Harlequin, rituels identitaires adolescents...), hors normes, si l'on veut saisir les mouvements hégémoniques et contre-hégémoniques contemporains, le jeu des marges et du centre. L'histoire des sciences se fait toujours sur un mode sinusoïdal : on institutionnalise, mais il faut régulièrement désinstitutionnaliser pour mettre en place de nouveaux regards.

La visée disciplinaire n'explique pas à elle seule la large relégation des questions culturelles hors du champ des sciences de l'information-communication. Il faut constater que les *cultural studies* ont réussi leur émergence dans des sociétés qui se pensaient idéologiquement et politiquement multiculturelles. C'est le cas de la Grande-Bretagne, des États-Unis et du Canada. Ce n'est pas celui de la France, où le rapport à l'identité nationale est beaucoup plus centré sur un universalisme républicain qui, lorsqu'il se radicalise jusqu'à la caricature, peut tourner au républicanisme. On ne peut montrer la diversité sous prétexte qu'il y aurait universalité et donc absence essentielle de différences. L'imaginaire dénonciateur de la culture de masse — la théorie critique est beaucoup plus prégnante dans les pays latins, notamment en France et en Italie, que dans les pays du nord de l'Europe — fournit la dernière clé du rejet des *cultural studies*. Il fonctionne à l'origine à l'intérieur des sciences de l'information-communication, notamment à travers les travaux de Bernard Miège, l'un des fondateurs de l'économie politique de la communication, qui développe un courant d'analyse centré sur les médias de masse, sur la question des industries culturelles, mais dans le cadre d'une mise à distance des problématiques de Hall.

12. On peut consulter sur ce point trois ouvrages dirigés par la Société française des sciences de l'information et de la communication : *Émergences et continuité dans les recherches en information et communication*, actes du XII^e congrès (Paris, 2001), Rennes, SFSIC, 2001 ; *Les recherches en information et communication et leurs perspectives : histoire, objet, pouvoir, méthode*, actes du XIII^e congrès (Marseille, 2002), Paris, SFSIC, 2002 ; *Questionner l'internationalisation. Cultures, acteurs, organisations, machines*, actes du XIV^e congrès (Béziers, 2004), Paris, SFSIC, 2004. Voir également Y. Jeanneret et B. Ollivier (dir.), « Les sciences de l'information et de la communication. Savoirs et pouvoirs », *Hermès*, n° 38, 2004.

Au total, le mot « culture », si fort dans le champ des *cultural studies*, a été ignoré, évacué du champ des recherches en information et communication en France. Cette dimension, jusque-là possession exclusive et jalouse des équipes de recherche en histoire de l'art ou en littérature, a tout de même été exportée avec succès vers le champ des recherches cinématographiques et celui de la médiation culturelle qui se crée dans les années 1980. Il est intéressant de noter qu'une université comme la mienne, Paris 3 (Sorbonne nouvelle), dispose dans le même couloir d'une unité de formation et de recherche en communication, d'un département de médiation culturelle, d'une unité de formation et de recherche en cinéma et, enfin, à l'autre bout, d'une unité de formation et de recherche en théâtre. Leur disposition dans le couloir illustre une stratification historique et politique des études dans un ordre qui irait du plus technique, ou purement communicationnel, au plus culturel et artistique — le cinéma étant ici divisé entre esthétique et industrie culturelle et la médiation culturelle utilisant les objets médias sans se les donner en propre, préparant à des professions dans le domaine de la communication culturelle, jouant pour le coup un rôle de médiateur entre ce qui est technique et ce qui commence à être artistique. Cette stratification est de la pensée sauvage, au sens de Lévi-Strauss: les catégories institutionnelles et intellectuelles produites fonctionnent bien, sont très rigoureuses, infléchissent les parcours des enseignants et des étudiants, mais ne reposent en rien sur des frontières qui seraient naturelles et, surtout, scientifiques.

Coming out et émergence des différents courants *cultural studies*

Le rapprochement avec les *cultural studies* opéré depuis quelques années par de nombreux chercheurs et enseignants-chercheurs est souvent interprété sur le mode du *coming out* tant la rupture avec les définitions cristallisées de la culture et de la communication apparaît dérangeante, remet en cause un certain nombre de tabous. Ce sont au départ des trajectoires individuelles qui se manifestent. Marie-Hélène Bourcier, alors sans poste universitaire, lance en grande partie la recherche *queer* avec ses *Queer zones*¹³. J'avais rédigé quelques années auparavant, en franc-tireur au sein de l'École des hautes études en sciences sociales, la première thèse française en sociologie de la réception dont la perspective était celle des *cultural studies*. Geneviève Sellier, en études cinématographiques, développe ses travaux sur le genre. Le séminaire *cultural studies* que Eric Macé et moi mettons en place en 2001 permet de structurer un réseau actif, composé de personnalités qui se réclament ouvertement des *cultural studies* (Laurence Allard, Marie-Hélène Bourcier, Hervé Glévarac, Philippe Le Guern...) ou qui témoignent de leur proximité avec ce courant (Patrick Mignon, Dominique Pasquier,

13. M.-H. Bourcier, *Queer zones. Politiques des identités sexuelles, des représentations et des savoirs*, Paris, Balland, 2001.

Serge Proulx...). Opère en toile de fond une remise en cause de la puissance des théories critiques, avec la valorisation des pouvoirs du récepteur au sein d'institutions comme le Centre national de recherche scientifique et l'Institut national de l'audiovisuel, puis au sein des universités. Le point de vue d'un récepteur compétent est largement partagé aujourd'hui, après le numéro fondamental de la revue *Hermès* dirigé par Daniel Dayan¹⁴. Toutefois, dans la pratique, il y a encore bien peu d'études en réception ou sur les publics en France, et encore moins sur le mode des *cultural studies*...

La traduction systématique de textes issus des *cultural studies*, par Maxime Cervulle et Laurence Allard, les éditions Amsterdam et Kargo et aussi dans le cadre de la collection « Médiacultures » (Armand Colin-INA), lance une entreprise de capitalisation scientifique qui permet de ne plus se référer à des publications jugées jusque-là exotiques, rarement lues, et donc de commencer à penser le choc des *cultural studies* et à imaginer au-delà de ce dernier¹⁵. Mais la rupture véritable survient en 2005, dans un contexte où une volonté délibérée de faire barrage à ces recherches est toujours exprimée ici et là (un colloque du Centre d'études et de recherches internationales de sciences po Paris sur les théories postcoloniales s'ouvre avec cette visée explicite : repousser les études postcoloniales hors de France¹⁶), sans que le débordement puisse être évité. La parole des chercheurs en faveur des *cultural studies*, exprimée par exemple dans *Penser les médiacultures*, est en effet contemporaine de ce tremblement de terre politique que sont les émeutes des banlieues du mois de novembre. La rupture scientifique s'accompagne d'une rupture de l'imaginaire national, voyant le républicanisme être mis à mal dans le discours même de l'autorité suprême, le président de la République Jacques Chirac, qui appelle alors à la diversité des représentations dans le système économique et... à la télévision¹⁷. Cette représentation des minorités dites ethniques, de races, etc., se fait à travers un discours qui rejette l'idée de discrimination positive, mais la politique des identités qui se met en place conduira tout de même à ce résultat.

Les émeutes peuvent bien sûr faire l'objet de lectures opposées du point de vue d'une conceptualisation *cultural studies*. Un regard pessimiste critiquerait le mécanisme de fermeture symbolique tapi derrière la prétendue ouverture aux minorités : la France est-elle réellement sur la voie d'une politique plus généreuse à l'égard de ses « indigènes » ou masque-

14. D. Dayan (dir.), « À la recherche du public. Réception, télévision, médias », *Hermès*, nos 11-12, 1993.

15. S. Hall, *Identités et cultures*, op. cit., et *Le populisme autoritaire*, op. cit. ; D. Haraway, *Manifeste cyborg et autres essais : sciences, fictions, féminismes*, trad. L. Allard, Paris, Exils, 2007 ; E. Kosofsky Sedgwick, *Épistémologie du placard*, Paris, Amsterdam, 2008 ; P. Gilroy, *L'Atlantique noir. Modernité et double conscience*, Paris, Kargo, 2003 ; H. Glévaec, E. Macé et É. Maigret (dir.), op. cit.

16. M.-C. Smouts (dir.), *La situation postcoloniale. Les postcolonial studies dans le débat français*, Paris, Presses de Sciences Po, 2007.

17. I. Rigoni (dir.), *Qui a peur de la télévision en couleurs ? La diversité culturelle dans les médias*, La Courneuve, Aux lieux d'être, 2007.

t-elle son inaction fondamentale par une belle parole et quelques mesurées de principe ? Au-delà de cette analyse empirique à mener, il n'est pas interdit de penser que quelque chose a profondément craqué dans l'imaginaire républicaniste français et, par ricochet, dans la pensée universitaire. Dans ce contexte, les discours des *postcolonial studies* et des *queer studies*, plus largement des *cultural studies*, vont commencer à être reçus de manière de plus en plus positive, notamment par les étudiants. Car ils renvoient pour partie à une attente, à une demande sociale qui augmente depuis des années. En bons « halliens », nous pouvons considérer que les systèmes changent, à partir du centre certes, mais aussi des marges : cette demande sociale estudiantine est un des éléments qui modifient la donne dans le système. Rappelons que les *cultural studies* sont nées en Grande-Bretagne dans un système institutionnel qui ne défendait pas nécessairement cette discipline, les *polytechnics* (l'équivalent, en plus populaire, des instituts universitaires de technologie), et qu'elles se sont implantées à la fois parce qu'il y avait là des espaces à occuper, qu'ils étaient libres intellectuellement, mais aussi parce que Stuart Hall a toujours voulu se tourner vers les institutions qui n'étaient pas des institutions du centre (les plus nobles, les plus distinguées...).

Il est trop tôt pour dire si cette émergence va passer en France davantage par la sociologie ou par les sciences de l'information-communication, de quelle manière les nouveaux questionnements vont se cristalliser et sous quelles formes. Mais il est certain que, au centre des sciences de l'information-communication, va se poser la question de la redéfinition de la communication. Les sciences de l'information-communication sont dans la pratique le lieu d'un foisonnement de modèles concurrents ; la discipline s'est finalement révélée très hétérogène, mais elle a conservé une apparence d'unité (générationnelle) qu'elle perd aujourd'hui par l'introduction d'objets « indisciplinés » que de jeunes chercheurs valorisent peu à peu. L'évolution est à vrai dire engagée depuis que la télévision est devenue un opérateur de la recherche en sciences de l'information-communication encore bien contrôlé et paradoxalement légitimant¹⁸. Au grand chapeau « information-communication », qui écrase tout, se substitue de plus en plus la variété des usages scientifiques. La situation est encore très éloignée de celle des États-Unis où les *cultural studies* ont à ce point produit une « indiscipline » qu'elles se déclinent sous forme d'études et d'objets presque infiniment variés, avec parfois des modèles théoriques centraux qui circulent.

Esquisse de programme

Les modèles de la communication dominants jusque dans les années 1980-1990 dans les sciences de l'information-communication — la cybernétique, l'économie politique de la communication et la sémiologie critique —

18. G. Lochard, « La télévision, un opérateur de légitimation pour les SIC », dans Y. Jeanneret et B. Ollivier (dir.), *op. cit.*

gagnent à être confrontés à des modèles plus larges, qui segmentent moins, influencés par les *cultural studies*. L'apport de ces dernières, à partir de Stuart Hall, peut se résumer ainsi : la production, les représentations et la réception sont trois moments autonomisés, mais articulés dans un jeu permanent de codage-décodage qui décloisonne ces moments. L'autonomie des récepteurs fonde les supposés pouvoirs de la réception, l'autonomie de la production permet d'appréhender la conflictualité au sein des mondes de la création et de l'information, et l'autonomie des représentations nécessite une recherche spécifique en histoire, sociologie, sémiotique... Mais le fait communicationnel même est l'articulation des trois moments ; il n'y a pas de réception absolue, pas de production absolue et pas de texte en soi. Ce qui est intéressant est ce qui circule : pas seulement des messages, on dit plutôt aujourd'hui des représentations, mais plus largement des définitions du monde, sans cesse médiées, en situation de médiation. Au jeu de la médiation médiatique se combine celui des autres médiations, par exemple juridique ou politique. John Fiske nomme «textualité» cette interrelation de moments autonomisés, à la fois les publics, le texte et la production, mais surtout leur mise en rapport¹⁹. Il n'y a pas de texte au sens de la sémiologie des années 1960, même si on peut avoir un regard autonomisé sur les textes. Il existe bien une textualité, qui est la mise en relation de productions, représentations et réceptions. Cette conception, cette démarche n'est pas encore beaucoup employée en sciences de l'information-communication, même si certains sont sur la voie d'un programme d'analyse généralisée des médiations (au sens d'Antoine Hennion) qu'est la communication comme forme de culture.

Appliquer ce programme nécessite de s'écarter de certaines postures propres aux *cultural studies* qui, un moment indispensables, sont aujourd'hui dépassées. La valorisation des compétences des publics est par exemple toujours requise car les publics autonomisés disposent bien des capacités de réponse, de décryptage, de décodage complexe, qui font plus que nuancer les thèses critiques. L'autonomisation de la réception ne peut cependant plus laisser la place à une conception de l'indépendance (héroïque) de la réception, comme parfois chez Fiske et Jenkins. Il ne s'agit plus par exemple de faire simplement une sociologie des publics, notamment des *fans*, prenant d'assaut les citadelles de la production qui leur sont fermées : même si les publics sont absents des secteurs de production audiovisuelle, il existe des médiations du public qui ne le rendent pas complètement absent. Ces médiations sont complexes, elles peuvent se nommer «audimat», «représentations sociales du monde», etc. Une sociologie de l'amateur, si éclairante à une époque d'autoproduction généralisée dans le domaine du numérique, contribue aussi au décloisonnement des mondes supposés séparés de la production et de la réception. Dès lors, l'attention portée à la réception, qui a éclipsé la recherche sur les industries culturelles dans les

19. J. Fiske, «Moments de télévision : ni le texte ni le public», dans H. Glévarec, É. Macé et É. Maigret (dir.), *op. cit.*

cultural studies, incorpore de nouveau les questionnements liés à la production²⁰.

En toute logique, les sciences de l'information-communication françaises, prolongées et altérées par ce programme possible, devraient se nommer sciences de l'information, de la communication et de la culture. Ainsi s'éloigneraient-elles de la trajectoire qui naturalise l'opposition entre des espaces dits de culture (théâtre, cinéma, puis les médiations culturelles) et des espaces dits communicationnels (journalisme, communication organisationnelle et médiatique). Le rapport pouvoir-culture est présent partout, y compris et surtout dans les médias de masse, qui représentent la médiation culturelle la plus importante dans nos sociétés. Se couper du mot culture revient de plus à s'en tenir à des actes de discours qui risquent de rester fermés sur eux-mêmes, de manquer l'articulation entre les niveaux en médiation, dont on n'a pas encore suffisamment décrit la pluralité. Rappelons enfin que, au-delà du tryptique production-représentations-réception, se pose la question de l'articulation des langages et des corps, sociaux et individuels, qui, pour reprendre Butler, ne performant socialement que dans certains contextes, à certaines conditions²¹.

20. D. Hesmondhalgh, *The Cultural Industries*, Londres, Sage, 2002.

21. J. Butler, *Le pouvoir des mots. Politique du performatif*, Paris, Amsterdam, 2004.