

CELSA
UNIVERSITÉ PARIS IV – SORBONNE
ÉCOLE DOCTORALE V – Concepts et langages

LES MEDIAS EN KITS POUR PROMOUVOIR « *LA DIVERSITE* »

Etude de programmes européens de formation aux médias destinés à « *lutter contre les discriminations* » et « *promouvoir la diversité* ».

T H È S E

pour obtenir le grade de

DOCTEUR DE L'UNIVERSITÉ PARIS IV

Discipline : Sciences de l'information et de la communication

présentée et soutenue publiquement par

Mlle Aude Seurrat de La Boulaye

le 9 décembre 2009

JURY

M. Emmanuel Souchier, professeur des universités, directeur de thèse

M. Yves Jeanneret, professeur des universités, directeur de thèse

M. Pierre Moeglin, professeur des universités, rapporteur

M. Yves Chevalier, professeur des universités, rapporteur

Mme Véronique Richard, professeur des universités, président du jury

Aude Seurrat de la Boulaye

Université Paris IV- Sorbonne (CELSA)

LES MEDIAS EN KITS POUR PROMOUVOIR « LA DIVERSITE »

Etude de programmes européens de formation aux médias destinés à « *lutter contre les discriminations* » et « *promouvoir la diversité* »

Position de thèse en sciences de l'information et de la communication

Sous la direction de Messieurs les professeurs Emmanuël Souchier

et Yves Jeanneret

Cette thèse met en lumière les représentations de la communication à l'œuvre dans des dispositifs qui visent à changer les médias. Aussi se penche-t-elle sur des dispositifs de promotion de « la diversité » en ce qu'ils proposent de transformer la société par l'intermédiaire des médias.

« La diversité » est une expression qui bénéficie d'une forte publicisation depuis une dizaine d'années. Elle est présentée à la fois comme un état de nos sociétés et comme une valeur à promouvoir dans différents espaces : politiques, culturels, éducatifs, médiatiques, etc.

Si l'expression est figée, elle est en revanche particulièrement polysémique, et se caractérise par une circulation très importante dans le social. Dans l'optique du travail d'Alice Krieg-Planque, « la diversité » est envisagée comme une *formule*. Ce travail de doctorat prend acte de ce figement lexical et de ses circulations, en préférant à une analyse ontologique, qui chercherait à la décrire comme un concept, une prise en compte de ses transformations, de ses mutations et de ses effets. Il

s'agit ainsi de se distancier de l'apparente évidence de l'expression pour envisager les lieux, les enjeux et les régimes de sa circulation sociale.

Parce qu'ils sont au cœur de ces circulations, et parce que « la diversité » est constituée en valeur, les médias sont souvent accusés de ne pas assez « refléter la diversité » des composantes de nos sociétés. « La diversité » apparaît comme une *réquisition*, selon le terme de Sarah Labelle. Les médias sont placés devant l'impératif de « lutter contre les discriminations » et de « promouvoir la diversité ». Le dire ne suffit plus, il doit s'articuler avec un faire.

La propension de cette *formule* à produire des effets sociaux et à engager des pratiques s'actualise dans les nombreux dispositifs mis en place afin de répondre à ces impératifs : création d'« observatoires de la diversité », élaboration d'études sur « la représentation de la diversité », nomination de « responsables de la diversité », création de prix, de labels de « la diversité ».

La problématique opère un retournement de perspective : il s'agit d'analyser comment les discours sur « la diversité » construisent des représentations des médias, et non d'étudier uniquement ce que les médias disent de « la diversité ». Le travail de recherche porte ainsi sur la manière dont le politique vise à agir sur le symbolique afin de transformer le social.

Afin d'observer certaines appropriations de l'injonction à promouvoir « la diversité » dans les médias, la recherche se focalise sur des programmes de formation aux médias. En effet, ils cristallisent la question de la médiation des savoirs et permettent d'appréhender l'élaboration, la matérialisation et la circulation de savoirs sur les médias et les identités sociales. Dans ce cadre, deux programmes européens ont été retenus : *Watching the Media* et le *Diversity Toolkit*.

Watching the Media est un programme d'éducation aux médias destiné à « lutter contre les discriminations ». Financé par la Commission européenne, il est coordonné par le réseau européen d'action sociale (ESAN) et s'adresse aux professionnels de l'animation jeunesse. *Le Diversity Toolkit* est un programme de formation des

journalistes destiné à « promouvoir la diversité ». Egalement financé par la Commission européenne, il est déployé au sein de l'Union européenne de Radio-Télévision (UER) et s'adresse aux professionnels des médias.

Ces dispositifs pointent des dysfonctionnements dans la communication médiatique et entendent y remédier en élaborant et en promouvant des savoirs prudents, des compétences opérationnelles. Leur objectif est d'agir sur le social par l'intermédiaire de la formation aux médias.

A cette fin, ils proposent des formations fondées sur des « kits » qui se composent de classeurs accompagnés de DVD. Ces agencements documentaires offrent des séries d'études de cas médiatiques envisagés comme représentatifs des pratiques médiatiques.

Afin de rendre compte de la pluralité des formes communicationnelles qui entrent en jeu, ces dispositifs sont envisagés comme des *composites* d'objets, de discours et de situations. C'est pourquoi ce travail articule l'analyse des objets de formations, des observations participantes et des entretiens avec les acteurs. La théorie des *composites* de Joëlle Le Marec met en exergue trois exigences dans l'approche empirique : l'appréhension de la complexité, l'articulation des regards et la réflexivité du chercheur.

Les dispositifs étudiés tiennent, bien sûr, des discours sur ce que sont les médias et sur ce qu'ils devraient être. En tant que dispositifs de médiation des savoirs, ils proposent également certaines conceptions de l'apprentissage et de la circulation sociale des savoirs. Les représentations de la communication ne sont néanmoins pas uniquement présentes au niveau discursif, elles sont aussi tangibles dans la forme même de ces objets de formation et réinvesties au moment de leurs usages.

Cette recherche porte une attention particulière à la configuration formelle de ces objets de formation. En effet, un des points de vue défendus dans cette thèse est que les pratiques documentaires engagent, matérialisent des conceptions de la communication. La saisie intellectuelle des médias dans les kits passe par une manipulation formelle de fragments médiatiques.

L'objectif des dispositifs étudiés est ainsi de faire circuler des savoirs prudents sur les identités sociales dans les médias afin de changer les mentalités : l'apprentissage de gestes, de pratiques est censé permettre l'institution de valeurs.

La volonté d'élaborer des solutions concrètes d'application des principes dans la pratique, de proposer de résoudre des cas présentés comme exemplaires, peut être appréhendée comme une forme contemporaine de casuistique. La casuistique est l'art d'appliquer les lois générales d'une discipline à un fait. A la fin du XVI^e siècle, en Occident, elle était la méthode presque exclusive de la théologie morale catholique. Des cours de « cas de conscience » étaient inscrits aux programmes des séminaires et s'appuyaient sur des manuels d'études de cas. Ces manuels de casuistique avaient vocation à servir de guides d'action.

La casuistique morale et religieuse, telle que l'ont approchée notamment les écrits de Jean-Claude Passeron, de Jacques Revel et de Pierre Hurtubise, a été mobilisée comme appui heuristique pour penser la circulation du normatif à l'empirique, l'apprentissage, par l'étude de cas, de gestes du quotidien destinés à concrétiser des valeurs.

L'institution d'un « devoir-être » à partir de « devoir-faire » interroge le rapport entre l'institution de normes et l'apprentissage de pratiques. Les kits proposent une série de fragments médiatiques élaborés en « cas » et résolus par le balisage interprétatif. Un des axes principaux de ce travail est alors de se pencher sur les pratiques documentaires d'élaboration des « cas », de saisie et de réécriture des médias.

Le développement se structure autour de trois logiques. Celles-ci ne correspondent pas à des étapes de la mise en œuvre des dispositifs, il s'agit de logiques transversales et imbriquées, isolées dans le travail par souci de lisibilité.

La première logique est *pragmatique*. A la célébration de valeurs partagées se greffe une injonction à l'agir. Les dispositifs de formation proposent précisément d'instituer des modalités de l'agir. L'objet « kit » est au cœur de cette logique puisqu'il se veut un condensé des savoirs. L'emploi du terme « kit » introduit d'emblée l'objet comme

un équipement nécessaire et opératoire. La saisie du kit doit permettre la saisie des médias.

La deuxième logique est *interprétative*. Elle vise à saisir comment ces dispositifs orientent la lecture des médias. A cette fin, elle se penche sur l'élaboration et la résolution de cas médiatiques. Le kit est alors envisagé comme une *technologie herméneutique* qui balise l'interprétation des médias. L'étude des cas présentés comme représentatifs doit permettre de faire évoluer les pratiques des publics et celles des professionnels des médias : l'apprentissage de gestes contribue à instituer des valeurs.

Enfin, la troisième logique est *normative*. Il s'agit surtout de définir ce qui est *bon* et ce qui ne l'est pas, ce qui *moral* et ce qui ne l'est pas. L'empirique est jugé à l'aune du normatif pour ensuite être érigé en modèle de l'agir. L'exemplarité construite est celle des héros de « la diversité », des productions médiatiques considérées comme valorisantes mais aussi et surtout celle des pratiques des publics et des journalistes. *Watching the Media* construit un modèle de lecteur/citoyen. Quant au *Diversity Toolkit*, il formalise celui du journaliste idéal. Plus encore, il balise un parcours vers l'exemplarité médiatique.

Chaque logique permet de mettre au jour des conceptions de la communication. La volonté d'élaborer des solutions concrètes témoigne d'une certaine instrumentalisation des savoirs : les savoirs doivent devenir des compétences. Elle fait également ressortir une conception *logistique* de la communication : le kit est ainsi présenté comme un *adjuvant* opératoire, garant d'un apprentissage réussi.

Dans ces dispositifs, la déconstruction des stéréotypes est envisagée comme une condition nécessaire à la « lutte contre les discriminations ». L'analyse du balisage interprétatif effectué par ces dispositifs éclaire une certaine vision des stéréotypes, envisagés comme des représentations néfastes dont il faut se prémunir. Le parti pris de cette analyse n'est alors pas de fixer une définition stricte de la notion mais d'en analyser les usages. Comment ces dispositifs proposent-ils de disqualifier les stéréotypes présents dans les médias ? En ressort une conception de la signification

comme un donné qui se *décode* ou se *décrypte* et une conception de l'interprétation comme *élucidation*.

Pour finir, la construction d'exemplarité médiatique met en avant le fait que ces dispositifs se donnent pour objectif d'interroger plus largement l'ensemble du fonctionnement médiatique. Le rôle social des médias, leur *opérativité symbolique*, apparaît comme une question centrale. Cependant, en restant trop ancrés dans une théorie du *reflet*, les discours sur « la diversité » envisagent les médias principalement comme traces des rapports sociaux.

En naturalisant « la diversité » et en n'envisageant les médias que comme des *reflets* du monde social, l'on occulte les processus de symbolisation et par là-même, l'on perd de vue la question fondamentale du travail politique effectué par les médias.

En tant que dispositifs de formation, ces programmes sont empreints de conceptions de l'intervention sociale et de la circulation sociale des savoirs. Or, plutôt que de l'appréhender comme une *dissémination* à *optimiser*, la notion de *trivialité* proposée par Yves Jeanneret, rejetant la logique linéaire de la culture pensée comme diffusion d'un amont vers un aval, permet de penser la pluralité des formes communicationnelles qui participent à l'appropriation sociale des savoirs.

Dispositifs de formation aux médias pour changer la société, ces programmes cristallisent la question du *pouvoir* social des médias, mais ils délaissent un certain nombre de médiations sémiotiques, techniques et sociales qui font justement les spécificités de la communication médiatique. S'il est clair que des logiques sociales structurent les médias, cela ne doit pas pour autant réduire les médias à de simples dispositifs d'objectivation de rapports sociaux.

Cette quête d'objectivation du symbolique semble faire fi du texte dans sa dimension polyphonique et de l'interprétation comme reconfiguration. Le texte est à la fois mis en évidence et occulté dans sa dimension matérielle. La prise en compte de la place d'une *sémiotique ouverte* dans l'analyse communicationnelle apparaît alors essentielle. Celle-ci permet d'insister sur la portée politique des actes documentaires.

Ces actes sont alors appréhendés comme des actes d'appropriations, de réécritures, de transformations qui font justement que la culture n'est pas une configuration figée.

Ainsi, cette recherche met en évidence deux questions qui semblent essentielles en sciences de l'information et de la communication : celle de la circulation des savoirs et celle des rapports entre médias et sociétés. Elle montre aussi que ces questions sont investies d'imaginaires et que ceux-ci structurent de nombreux dispositifs d'intervention sociale.