

La « variation » médiatique : D'un fondamental sémiotique à un enjeu d'innovation industrielle

*Mediatic variation:
innovation in communication's industries and semiotic mutations*

*Variación de sentido y mutaciones mediáticas
por las industrias de la comunicación*

Article inédit, mis en ligne le 27 février 2015.

Julia Bonaccorsi

*Professeure en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université Lyon 2 Lumière et membre d'ELICO (EA4147). Ses travaux portent sur la culture écrite et les transformations médiatiques du texte et de l'image, à partir d'analyses situées des formes signifiantes, à la croisée de la sémiologie et de l'ethnographie. Elle travaille actuellement sur la « visualisation » dans des contextes urbains. Elle est l'auteur de : *Le devoir de lecture, médiations d'une pratique culturelle*, publié chez Hermès Lavoisier en 2009.*

Emilie Flon

*Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, membre du laboratoire GRESEC à l'Université Grenoble-Alpes, et enseigne à l'IUT2 de l'Université Grenoble 2. Ses travaux portent sur la sémio-pragmatique des dispositifs de communication spatiale et numérique, les médiations du patrimoine, de la culture, et du tourisme. Elle est l'auteur de : *Les mises en scène du patrimoine*, publié chez Hermès Lavoisier en 2012.*

Plan de l'article

Introduction

Décrire la variation et comprendre les bifurcations du sens : positions théoriques

Figures et modèles de la variation médiatique : regards empiriques

Conclusion

Références bibliographiques

RESUME

L'article introduit le dossier thématique 2014 : un ensemble de recherches portant sur la problématique de la circulation des formes et des formats médiatiques, particulièrement activée et sollicitée par les innovations médiatiques contemporaines. L'article synthétise la notion de « variation médiatique » afin d'introduire les articles qui portent sur des analyses empiriques. Il montre ainsi la tension entre des stratégies industrialisées définissant la variation médiatique comme une révolution

des médias et des rapports avec leurs publics, et l'analyse des changements des valeurs symboliques et des statuts culturels et politiques des objets médiatiques.

ABSTRACT

The article introduces several studies about the mediatic mutations which are focused on the circulation of information and cultural forms in this mediatic context. First, the paper shows how theoretical literature defines the notion of « variation of sense ». Then, based on empirical studies, it shows the dynamic tension between uses of « variation » by the communication's industries, and the semiotic variation as the process of production of sense.

RESUMEN

El artículo presenta varios estudios sobre las mutaciones mediáticas que se centran en la circulación de informaciones en este contexto mediático. En primer lugar, el artículo muestra cómo literatura teórica define la noción de « variación de sentido ». Luego, basándose en estudios empíricos, se nota la tensión dinámica entre los usos de « variación » por las industrias de la comunicación, y la variación semiótica como el proceso de producción de sentido.

INTRODUCTION

A l'origine de ce dossier des Enjeux de l'Information et de la Communication, nous partageons le souhait de réunir des travaux empiriques permettant de nourrir la problématique de la circulation des formes et des formats médiatiques, particulièrement activée et sollicitée par les innovations médiatiques contemporaines.

La tension entre des stratégies industrialisées brandissant la variation médiatique comme une révolution des médias, mais aussi des rapports avec leurs publics, et l'analyse des changements des valeurs symboliques et des statuts culturels et politiques des objets médiatiques constituent en effet un lieu d'observation particulièrement stimulant. Si la "variation" est présentée dans les discours comme une particularité des médias numériques, elle apparaît être une qualité particulièrement transversale et partagée aujourd'hui dans les configurations éditoriales et médiatiques de diverses natures et quels que soient les énonciateurs et autorités qui les conditionnent. Les produits "dérivés" des films ou encore les souvenirs des boutiques des musées par exemple, relèvent non pas du contexte numérique mais des évolutions des modèles économiques des industries culturelles.

Pourtant les écritures et les formats de communication destinés aux supports de communication numérique sont bien conditionnés par un ensemble de variables particulières, non hiérarchisées et différemment matérialisées : leur qualité numérique, d'abord, qui les rend manipulables par le truchement de bases de données et à partir d'une structure éditoriale (les sites agrégatifs, par exemple (Flon, 2010) ; les formats de leur lieu d'affichage et d'interprétation, c'est-à-dire les différents écrans et supports (Lancien, 2012) ; les industries de la communication qui naissent dans le contexte numérique et agissent discursivement, économiquement et sémiotiquement en déterminant de nouvelles normes et comme de nouveaux usages (Farchy, 2013 ; Paquienséguy, 2011).

Si ce dossier consacré aux inter-relations entre les supports médiatiques avait vocation à aborder n'importe quel type de supports, et non seulement les médias numériques, les articles présentés analysent tous des situations dans lesquelles les médias numériques sont impliqués.

DECRIRE LA VARIATION ET COMPRENDRE LES BIFURCATIONS DU SENS : POSITIONS THEORIQUES

Le postulat premier est que la “variation”, revendiquée par les discours sur l'innovation médiatique, est bien, d'abord, un fondamental sémiotique (Klinkenberg, 1996) qui rend possible le sens. « Faire varier » à l'envie un objet culturel engage des opérations de transformation sémiotique, formelle voire plastique, mais pour cela également le “détache” d'un support initial pour le recontextualiser. Extraction, détachement, fragmentation, redocumentarisation : ainsi la “citation” analysée par Antoine Compagnon comme un acte, une forme et une fonction consiste bien, au sens premier, à une variation (Compagnon, 1979). Il s'avère que dans la littérature, la problématique de la variation a pu induire une conception négative du processus, proche pour partie des analyses de la reproductibilité technique contre une unicité de l'œuvre (Benjamin, 2000) : dans cette perspective, la variation est une altération entendue comme une dénaturation. Aujourd'hui nous voyons à cette problématique plusieurs intérêts théoriques et heuristiques, qui s'éloignent largement de cette idée de l'altération d'un objet initial (Colas-Blaise, 2012) : « *Est-il possible de prendre comme base d'une observation et d'une théorisation du sens, aussi cet intervalle entre deux mots, entre deux syntagmes, qui est ce moment de l'hésitation, de la bifurcation ? Autrement dit, pourquoi ne pas chercher le sens dans ces lieux et ces moments où il se cherche.* » (Peytard, 1993)

Premièrement, plutôt que de *suivre* l'objet variant, se situer du point de vue du dispositif médiatisant permet de décaler la focale vers le *média* non seulement en tant que support, mais également en tant qu'institution et industrie. Dit autrement, ce sont les agencements qui instituent des relations aux objets médiatiques et culturels qui déterminent des expériences interprétatives et les chargent symboliquement. En cela, la variation n'est pas une altération négative, mais une « médiation politique » (Lamizet, 2000), ce que Walter Benjamin désignait comme une fantasmagorie, celle de la modernité, fonctionnant en dialectique entre l'ancien et le nouveau : « *Cette illusion du nouveau se reflète, comme un miroir dans un autre, dans l'illusion du toujours pareil.* » (Benjamin, 2000, p. 61) Ainsi, la « médiation politique » s'exerce en raison même de la reproduction : « *Dès lors que le critère d'authenticité n'est plus applicable à la production artistique, toute la fonction de l'art se trouve bouleversée. au lieu de reposer sur le rituel, elle se fonde désormais sur une autre pratique : la politique* » (Benjamin, 2000, p. 282). Dans ce fameux chapitre, Benjamin explique d'ailleurs plus loin à propos des photographies d'Eugène Atget qu'« *elles en appellent déjà à un regard déterminé. Elles ne se prêtent plus à une contemplation détachée. Elles inquiètent celui qui les regarde ; pour les saisir, le spectateur devine qu'il lui faut chercher un chemin d'accès. Dans le même temps, les magazines commencent à orienter son regard.* » (Benjamin, 2000, p. 286)

Considérer les activités d'information et de communication médiatisées impliquant des processus de conception, de circulation, de réécriture et de diffusion répond ainsi au projet de décrire et comprendre certaines figures de variation non seulement formelles, mais aussi sociales et instituant. Des objets d'étude peuvent plus particulièrement se prêter à un questionnement attentif aux stratégies, d'autres aux formats, d'autres encore aux modèles de réception. Ainsi ce dossier s'inscrit dans la filiation des nombreuses recherches en Sciences de l'Information et de la Communication qui ont permis une conceptualisation consolidée de la médiatisation, entendue

comme mise en média (par exemple, à partir de médias différents : Soulages, 1999 ; Davallon, 1999 ; Marion, 1993).

Deuxièmement, la problématique de la variation médiatique offre l'occasion de réfléchir à la *dynamique* des « objets médiatiques », de leurs usages et des formes différentes de leur temporalité. Des recherches antérieures mobilisent différentes notions pour qualifier les médiations en jeu dans la variation. Ainsi, la notion d'intermédiaticité a nourri des travaux passionnants en esthétique ou en histoire culturelle : elle souhaite permettre « *la prise en compte simultanée de l'ensemble des « objets médiatiques » et de leurs relations mutuelles. (...).* » (Schmitt, 2010, p. 316). On perçoit ici que l'intermédiaticité a des implications non seulement conceptuelles (elle permet de bousculer les catégories de l'image, du texte, etc.) mais également méthodologiques, puisque le chercheur place en contiguïté des « objets médiatiques » dont la médiaticité est variée, et ce en fonction d'un questionnement anthropologique, comme c'est le cas de la recherche sur l'histoire du « rythme » (Schmitt, 2010).

Dans cette optique, la notion d'*intermédiaticité* met en jeu une troisième dimension qui relève de la circulation non pas seulement des motifs et des figures, mais des « objets médiatiques » eux-mêmes et, plus précisément encore, de leur médiaticité (Gaudreault, Marion, 1998, Müller, 2006, Méchoulan 2010, Rajewsky, 2005). En quelque sorte, l'intermédiaticité définit un cadre de travail sur la circulation des formes culturelles, entendues comme des objets concrets porteurs de leur propre médiaticité (une photographie, un article dans une revue de presse papier).

Or, s'il est séduisant, ce cadre apparaît difficile à maintenir dans le cas des médias informatisés et plus largement du « numérique », où la dispersion et l'indiscernabilité des médiaticités est remarquable. S'il s'agit, toujours, de travailler sur des hétérogènes et des objets composites de manière intersémiotique, les SIC donnent à la dimension médiatique une place fondamentale dans la construction des objets de recherche. La notion d'intermédiaticité permet d'intégrer une seconde détente au premier cadre en appréhendant la circulation d'une culture médiatique, entendue comme les valeurs culturelles, symboliques et sociales associées à un média (Bonaccorsi, 2012, 2013). De plus, à la suite d'Eliseo Véron, nous soulignons la part instituante et instituée des dispositifs médiatiques (Véron, 1983), socle commun des différentes recherches données à lire dans ce dossier, qui questionnent toutes le « média » dans sa dimension sociale.

2- FIGURES ET MODELES DE LA VARIATION MEDIATIQUE : REGARDS EMPIRIQUES

En effet, la problématique transversale posée par le dossier est de saisir, à travers des études empiriques, les usages de la variation médiatique dans des contextes sociaux situés : en quelque sorte, ce qui, socialement, *fait* variation (Jeanneret, 2014).

Ce dossier s'organise en deux perspectives sur la variation sémiotique et intermédiatique : les trois premiers articles portent sur la variation comme activité de publication et éditorialisation ainsi que, directement ou indirectement, sur la question des normes, habitudes ou formes innovantes médiatiques face à la « variation ». Les deux derniers articles analysent quant à eux la présence de la variation médiatique dans les discours d'acteurs.

La variation comme activité de publication éditoriale est d'abord analysée par Eleni Mouratidou : les énonciations de la presse féminine dans plusieurs médias comme agencement de multiples dispositifs d'information et de communication sont le résultat de stratégies établies (comme le

transmédia) au sein des entreprises de presse ou des groupes de communication. Le phénomène de la norme médiatique apparaît alors comme un résultat de recherche face à la variation médiatique revendiquée et constatée : cette variation renforce la norme des énonciations et des valeurs déjà forte dans ce secteur, et élaborée à partir du média papier. La norme médiatique demeure dès lors l'un des enjeux structurants face au rôle croissant des industries de la communication dans la circulation des informations.

Le deuxième article de ce dossier analyse le positionnement des acteurs dans l'activité de publication des « livres numériques ». Nolwenn Tréhondart montre les hésitations des éditeurs et auteurs à propos des attentes des lecteurs et des formats des dispositifs, face à ce nouvel objet d'édition. Si les filiations avec le livre imprimé revendiquées par les acteurs ne sont pas surprenantes, elles créent une tension, déjà identifiée auprès d'autres supports médiatiques, avec la volonté d'innovation dans les formats de la textualité numérique et les expériences proposées : quel équilibre construire, quelle stratégie éditoriale et auctoriale adopter entre les habitudes des publics qui jouent le rôle d'un balisage de référence, et les possibilités offertes par le média ?

Dans le troisième article, Angélica Rigaudière pose la question de l'évolution des formats de circulation des savoirs sur la musique à partir de la variation médiatique au sein d'une revue académique américaine en musicologie : l'insertion de clips sonores ou vidéos et la diminution de la notation musicale apparaissent comme les symptômes de l'évolution des traditions disciplinaires. En interrogeant les formes de représentation de la musique, son article construit une réflexion autour de la transformation et la circulation des savoirs grâce à leur inscription médiatique, et se place ainsi dans la lignée des recherches qui s'intéressent aux rôles des dispositifs médiatiques dans l'épistémologie des savoirs (Rajewsky, 2005 ; Flon et Jeanneret, 2010).

Le second groupe d'articles porte sur les représentations de la variation médiatique au sein des discours d'escorte et parmi les publics.

Ainsi, David Peyron, en faisant l'histoire de l'apparition de la « culture geek », associe une position de réception de la variation médiatique (une réception par les « mondes » fictifs) avec la construction d'une identité collective. L'article montre que la variation médiatique n'est pas considérée en elle-même par les « geeks », mais qu'elle devient le prétexte d'un jeu de construction fictionnel : ces publics s'intéressent en quelque sorte davantage aux ponts et aux « creux » narratifs d'un média à l'autre qu'aux médias eux-mêmes. Il reste alors à analyser les rapports entre ces discours communautaires et les discours des industries culturelles impliquées : cette position de réception est-elle la source ou une conséquence de ces discours ?

Le texte de Lise Renaud qui analyse les « discours d'escorte » du « *transmédia* » montre en effet que les points de convergence sont forts entre les discours des industries culturelles et la position de réception définie dans le texte de David Peyron. L'article de Lise Renaud décrit la mobilisation de la notion de « *transmédia* » dans les discours accompagnant les productions médiatiques comme l'association d'une écriture fragmentée et de pratiques médiatiques multi-tâches ; ces variations médiatiques offriraient une expérience unique, innovante et riche en émotions, dans laquelle la « participation » médiatique se manifesterait largement, autant de points communs avec les revendications identitaires analysées dans l'article précédent, ou les analyses d'autres situations médiatiques (Boutaud, 2007 ; Puhl et Mencarelli 2010 ; Flon, 2010).

In fine, que reste-t-il de l'innovation autour de la variation médiatique ? Pas grand chose. Du moins les articles présentés ici tendent plutôt à montrer les résurgences et récurrences avec d'autres phénomènes médiatiques. Les articles de Nolwenn Tréhondart et Angélica Rigaudière montrent ainsi que les phénomènes de filiation et de transformation observés autour des dispositifs de la

variation médiatique ont déjà été analysés auparavant sur d'autres objets, relativisant ainsi les discours sur « l'innovation » des dispositifs numériques « multi-supports ». Les trois autres articles tendent à poser la question du renforcement de l'activité stratégique et normatives des industries de la communication, qui se révèlent être des « industries médiatisantes » (Jeanneret, 2014).

CONCLUSION

Ainsi, nous avons souhaité croiser des analyses portant sur les productions et les réalisations dans le domaine de la variation médiatique : d'une part à partir des dimensions sociales, discursives et organisationnelles des pratiques et des projets professionnels ; d'autre part, à partir de la circulation des objets sémiotiques (textes, images, documents audiovisuels...) d'un média à l'autre. Nous avons imaginé que cette circulation pouvait être la source de nouvelles valeurs sociales en mobilisant de nouveaux acteurs, en mettant en œuvre d'autres formes sémiotiques, d'autres références symboliques ou d'autres statuts épistémologiques (documentaire, fiction, discours de médiation). Le résultat est plus nuancé.

Ainsi, il apparaît que les figures de la variation éclairent de manière critique la circulation de l'information et des savoirs en discutant plus particulièrement deux hypothèses : la première, portée par les promoteurs d'une évolution médiatique participative, concerne les dimensions politiques et stratégiques de cette économie des signes fondée sur une ré-éditorialisation des contenus et une dispersion médiatique : la revue étudiante *Echo* constitue bien, en ce sens, un lieu où sont déplacées les institutions, celles d'une discipline universitaire et ses normes. Mais à l'inverse, les magazines de mode constituent un contre-exemple radical, renforçant les normes dans les innovations médiatiques qu'ils mettent en œuvre, et construisant des artefacts de réflexivité collective.

La seconde hypothèse porte justement sur l'interprétation de ces dispositifs : cette question renvoie à la problématique de l'intelligence des publics, pensée par Guillaume Soulez comme une « délibération » (2013). La variation médiatique peut être, comme c'est le cas pour *Echo*, le lieu du renouvellement d'une littératie, parfois encore naissante ainsi que le montre Nolwenn Tréhondart. Mais les instrumentations de la variation dans les stratégies de légitimation d'acteurs au sein du marché des industries médiatiques décrites par Lise Renaud conduisent à nuancer cette appréciation. A la croisée de ces différents travaux, on peut sans trancher saisir la dialectique forte nichée au sein des objets médiatiques qui font, à des degrés divers, l'exercice de la variation. Dans le jeu de reflets entre « l'illusion du nouveau et celle du toujours pareil » (Benjamin, 2000), les publics ont ainsi à trouver les conditions de possibilité de « relations moins prévisibles » entre les contenus (Merzeau, 2013), dans les agencements eux-mêmes.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Badir, Semir (2008), « La sémiotique aux prises avec les médias », *Visible*, n°3, p. 173-189
- Benjamin, Walter (2000), « Paris, capitale du XIXème siècle » et « L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique (dernière version) », in *Œuvres III*, Paris : Gallimard, p. 44-66 et p. 269-316

Bonaccorsi, Julia (2012), *Illusions d'attente et variations médiatiques : approche ethno-sémiotique des modèles contemporains de la culture écrite*, HDR en Sciences de l'information et de la communication, Celsa Paris-Sorbonne, Gripic

Bonaccorsi, Julia (2013), « Disparitions, empreintes et ubiquités : analyse intermédiatique d'un faire œuvre en bande dessinée », in Deseilligny Oriane, Ducas, Sylvie (coord.), *L'auteur en réseau, les réseaux de l'auteur*, Nanterre : Presses universitaires de Nanterre, p. 87-99.

Boutaud, Jean-Jacques (2007), « Le sensoriel et l'expérientiel : Sémiotique, marketing et communication en terrain sensible », in Jean-Jacques Boutaud et Eliséo Véron (sous la dir. de), *Sémiotique ouverte : itinéraires sémiotiques en communication*. Paris, Hermès/Lavoisier, p.142-163

Colas-Blaise, Marion (2010), « De la citation visuelle à la translation intermédiatique : éléments pour une approche sémiotique », *Communications du IVe Ci-dit, De la citation visuelle à la translation intermédiatique : éléments pour une approche sémiotique*, [enligne] <http://revel.unice.fr/symposia/cidit/index.html?id=434>.

Compagnon, Antoine (1979), *La Seconde main ou le travail de la citation*, Paris : Seuil

Davallon, Jean (1999), *L'exposition à l'œuvre*, Paris : L'Harmattan

Farchy Joëlle, Gansemer Mathilde, Ranaivoson Heritiana (2013) « Chaînes publiques de télévision en France et innovation numérique », in Lafon Benoit (coord.), *Les services publics de radio-télévision à l'orée du XXIe siècle*, revue *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n° 14/2, 2013, p. 161-184, [en ligne] URL : <http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2013-dossier/Farchy-Gansemer-Ranaivoson/index.html>.

Flon, Emilie (2010), « La logique de médiation de pratiques de mémoire dans les sites agrégatifs du tourisme », *MEI : Médiation et Information*, n°32, p.137-146.

Flon, Emilie, Jeanneret, Yves (2010), « La notion de schème organisateur, outil d'analyse sémiopragmatique des écrits d'écran », *RIHM : revue des interactions humaines médiatisées*, vol.11 n°1, [en ligne] <http://europia.org/RIHM/V11N1.htm>

Fournier, Michel (2000), « Fonction rhétorique de la référence intermédiatique : sida, témoignage et intermédialité », *Protée*, n° 3, [en ligne] <http://id.erudit.org/iderudit/030606ar>

Gaudreault, André, Marion, Philippe (1998), « Transécriture et médiatique narrative. L'enjeu de l'intermédialité », in Gaudreault André, Groensteen Thierry (dir.), *La Transécriture. Pour une théorie de l'adaptation*, Québec/Angoulême, Nota Bene/Centre national de la bande dessinée et de l'image, p. 31 à 52.

Jeanneret, Yves (2014) *Critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeux de pouvoir*, Paris : Editions Non Standard

Klinkenberg Jean-Michel (1996), *Précis de sémiotique générale*, Louvain-la-Neuve : De Boeck

Lamizet, Bernard (2000), *La médiation politique*, Paris : L'Harmattan

Lancien, Thierry (2012), « Préambule », *MEI*, Dossier « Ecrans et médias », n°34, p. 7-11.

littéraires, vol.26, n°2, p.77-89

Mechoulan, Eric (2010), « Intermédialités, une histoire de famille », *Intermédialités : histoire et théorie des arts, des lettres et des techniques*, n° 16, 2010, p. 233-259

Müller, Jürgen Ernst (2006), "Vers l'intermédialité : histoires, positions et option d'un axe de pertinence", *Médiamorphoses*, vol. 16, p. 99-110.

- Merzeau, Louise, (2013), « Éditorialisation collaborative d'un événement », *Communication & Organisation*, n° 43, [en ligne] www.cairn.info/revue-communication-et-organisation-2013-1-page-105.htm.
- Paquienseguy, Françoise (2011), Introduction au dossier : Le(s) multi média(s), *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n° 12/2, [en ligne] http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/
- Peytard, Jean (1993), « D'une sémiotique de l'altération », *Semen*, n°8, [en ligne], <http://semen.revues.org/4182>
- Puhl M., Mencarelli R. (2010), « Muséo-parcs et réenchantement de l'expérience muséale, le cas de la Cité des Arts et des Sciences de Valencia », *Décisions Marketing* n°60, p.21-31.
- Schmitt, Jean-Claude (2010) « Rythmes et médialité », in Goetschel Pascale, Jost François, Tsikounas Myriam (dir.), *Lire, voir, entendre. La réception des objets médiatiques*, Paris : Presses universitaires de la Sorbonne, p. 316-332.
- Soulez, Guillaume (2013), « La délibération des images », *Communication & Langages*, n°176, p. 3-32.
- Soulages, Jean-Claude (1999), *Les mises en scène visuelles de l'information*, Paris : Nathan, INA
- Rajewsky, Irina O. (2005), « Intermediality, Intertextuality, and Remediation: A Literary Perspective on Intermediality ». *Intermédialités : histoire et théorie des arts, des lettres et des techniques = Intermediality: History and Theory of the Arts, Literature and Technologies* [en ligne, <http://id.erudit.org/iderudit/1005505ar>
- Véron, Eliseo (1983), « Il est là, je le vois, il me parle », *Communications*, n°38, p. 88-120