

COntEXTES

Revue de sociologie de la littérature

n° 11 | 2012 :

Le littéraire en régime journalistique

Presse ou médias, littérature ou culture médiatique ? Question de concepts

PASCAL DURAND

Entrées d'index

Mots-clés : Littérature industrielle, Foule, Médias, Culture de masse, Culture médiatique

Texte intégral

- 1 Pierre Bourdieu aimait à rappeler, après Marx, que les textes ne voyagent pas avec leur contexte¹. Façon de souligner qu'il convient, en toute rigueur, de les lire sous le rapport d'ajustement relatif qu'ils entretiennent avec leur champ d'élaboration, qui est également à bien des égards leur aire d'intelligibilité et de pertinence. Invitation aussi à tenir compte des effets le plus souvent réducteurs, mais quelquefois féconds, exercés sur eux par leur exportation en d'autres champs ou d'autres états historiques d'un champ donné. Dans ce même esprit, je voudrais faire valoir, pour ce qui concerne l'étude des rapports entre presse et littérature, que les concepts, qu'ils soient outils ou objets, ne traversent pas le temps, dans un sens ou dans l'autre, ni l'espace géographique, linguistique ou culturel, sans voir s'infléchir leur portée, leur valeur et donc aussi leur validité, ni surtout sans produire des effets inégalement éclairants sur les contextes au sein desquels ils se trouvent introduits avec plus ou moins de prudence.
- 2 C'est ainsi par exemple que penser en termes de *littérature* ou d'*auteur* s'agissant de pratiques et de rapports à la pratique antérieurs à la formation de la configuration symbolique dans laquelle *auteur* et *littérature* se sont constitués en couple indissociable – lui-même indissociablement lié à la position occupée par le champ littéraire au sein du champ social – ne va pas sans un double effet assez indésirable. Rabattre de la sorte sur les *Belles-Lettres* et *l'homme de lettres* de l'âge classique les valeurs propres à la *littérature* et à *l'auteur* telles qu'elles se sont définies en gros à

partir du romantisme, c'est non seulement rabattre d'un côté un système de représentations sur un autre, lequel s'en trouve dès lors occulté, jusque dans l'étrangeté si significative qu'il présente à nos modernes catégories de perception ; c'est aussi, d'un autre côté, rendre du même coup moins sensible et moins significatif l'ample changement de front qui s'est produit au cours de la première moitié du XIX^e siècle dans l'ordre des structures et des pratiques littéraires. La perte est par conséquent double : en amont, par superposition anachronique d'un système sur un autre ; en aval, par effet de banalisation, voire de naturalisation, d'un système qui ne va pas plus de soi que n'importe quel autre, et qui s'est de surcroît formé, pour une part, *contre* le précédent. Ici comme ailleurs, la chronologie est une morale, et la généalogie des concepts une précaution de bonne méthode.

- 3 Parler de *médias* et de *culture médiatique* pour aborder presse et littérature au XIX^e siècle – même sous l'angle de l'environnement technique et culturel dans lequel celles-ci se trouvent enveloppées l'une et l'autre – demande également un minimum de prudence. Je dirai, au moment de conclure, le profit de connaissance qu'on peut en retirer à bon droit, et qu'on en a effectivement retiré ces dernières années, mais non sans d'abord souligner que ce profit s'accroîtrait, il me semble, à se rendre conscient des translations de concepts dont il procède et à veiller que ces concepts fassent office d'instruments de pensée mis à l'œuvre sur des objets et des contextes plutôt que de termes désignatifs de ces objets ou contextes.

Presse ou médias

- 4 Le vocable de *médias*, pour désigner les supports de l'information, ne remonte pas en amont des années 1920. Rappeler ainsi l'apparition récente de ce mot qui nous est devenu si familier ne revient pas simplement à tenir compte du fait qu'il n'était pas en usage au XIX^e siècle, ni seulement à saisir l'occasion de rappeler du même coup qu'il constitue à l'origine la forme abrégée d'une forgerie anglo-américaine, *mass media*, datant elle aussi en gros des années 1920². C'est bien plutôt prendre acte d'un fait de sociologie du langage doublé d'un fait de sociologie professionnelle, voulant que ce mot de *médias* émerge, tant aux États-Unis qu'en France, sous l'impulsion des gens de publicité, dans une phase active de professionnalisation et de rationalisation des méthodes de la promotion commerciale, et plus spécifiquement encore dans une période ayant vu, en France, autour de la première Guerre mondiale, l'organisation de premiers cours de publicité dans les écoles de commerce, en attendant la création en 1927, à l'initiative de la Corporation des Techniciens de la Publicité, d'une première institution d'enseignement vouée à la formation des professionnels du métier, l'École Technique de Publicité³. C'est d'ailleurs en cette même année 1927 qu'Octave-Jacques Gérin, président fondateur de ladite corporation, publie la seconde édition de son manuel technique, *La publicité suggestive*, où se trouve proposée une première définition du terme de *medium* au singulier (et de *media* au pluriel), sans accent aigu, pour le distinguer du *médium* avec accent, appartenant depuis Swedenborg au vocabulaire du spiritisme :

La publicité consiste à transmettre la pensée commerciale à l'aide d'agents divers. Toute chose matérielle servant passivement de support à cette pensée, est un *medium*. Le mur qui supporte l'affiche est un *médium*. Le journal [...] qui contient l'annonce, un autre *medium*. [...] L'être humain, la chose matérielle de l'homme-sandwich est un *medium*. Nous avons dû adopter le mot latin (pluriel *media*) qui, seul, pouvait

définir ce qu'aucun autre n'eût pu préciser⁴.

- 5 Et de prendre soin, plus loin, de distinguer encore le *medium*, ainsi défini, du *moyen*, conçu, celui-ci, comme la « partie de la réclame qui comporte la pensée commerciale, [...] l'annonce, l'affiche⁵. » C'est dire que le mot *media*, tel qu'il est d'abord entré dans l'usage, répond à une conception explicitement publicitaire qui non seulement raisonne en termes de supports matériels et de véhicules d'annonces, mais se représente aussi bien tout type de support, qu'il s'agisse d'un journal d'information, d'un toute-boîte, d'un prospectus, d'un mur ou d'un homme-sandwich, comme un intermédiaire entre producteur et acheteur⁶. Et cela au prix, s'agissant du seul journal, d'un renversement du rapport de forces et de coopération entre monde des annonceurs et monde de la presse tel qu'il s'était établi un siècle plus tôt, voulant que l'annonce publicitaire constituât, en quelque sorte, le support économique du journal à bon marché ; sous l'œil du publicitaire pensant en termes de *media*, et donc aussi en termes de marché de ce qu'on n'appelait pas encore la consommation, c'est désormais le journal qui tiendra lieu de support : le support tout matériel de l'annonce ; et un support parmi d'autres : car si le terme de *media* allait ensuite connaître la fortune que l'on sait, au point de faire oublier ses origines, c'est que le journal, principal, sinon seul moyen de communication de masse dans la seconde moitié du XIX^e siècle, est entré durant l'entre-deux-guerres dans une galaxie d'autres moyens de communication de masse, tels que le cinéma, la radio et bientôt la télévision. Passons sur la période intermédiaire des années 1940-1950 – dont on dira cependant quelques mots dans la seconde section du présent article – pour noter qu'il reviendra au succès planétaire obtenu par Marshall McLuhan en 1964, avec *Understanding Media*, en cheville d'ailleurs avec les milieux de la publicité new-yorkaise, d'imposer un emploi généralisé du terme *média(s)*, élargi à l'ensemble des « extensions [des sens] de l'homme » et à tout artefact humain, bien que la traduction française de l'ouvrage, procurée quatre ans plus tard par Jean Paré, montrera que la forme du mot, telle que nous la connaissons, n'est pas encore stabilisée à la fin des années 1960. Dans *Pour comprendre les médias*, en 1968, *média* portera bien désormais l'accent aigu, mais non encore la marque du pluriel en -s⁷.
- 6 L'adoption du substantif *médias* et de l'adjectif *médiatique* pour caractériser la presse du XIX^e siècle et les processus culturels dont elle participe, ne s'en est pas moins imposée, qu'on le veuille ou non, dans l'usage des dix-neuviémistes et spécialement dans le secteur des études littéraires prenant pour objet les rapports entre presse et littérature et, plus spécialement, l'intersection à la fois sociale et esthétique entre pratiques littéraires et pratiques journalistiques⁸. Exportation lexicale pourtant grosse d'un effet comparable, toute proportion gardée, à celui qu'entraîne, ainsi qu'on la rappelé au début, la superposition anachronique d'un système de représentations littéraires sur un autre. Car cette exportation tend, si l'on y songe, à diminuer la charge symbolique détenue, tout au long du siècle et singulièrement à partir de la Monarchie de Juillet, par deux termes apparemment aussi banals à distance que ceux de *presse* et de *journal*. L'usage voulait jusque-là que le premier de ces termes soit réservé à la technologie de l'imprimerie et le second – du moins jusqu'au lancement en 1777 du *Journal de Paris*, premier en date des quotidiens d'actualité en France – à des publications périodiques relatives notamment au monde des savants et des lettrés, soit ce que nous appelons aujourd'hui en gros des *revues*. Rappelons aussi que ce n'est qu'au cours du XVIII^e siècle que l'appellation de *journaliste* en est venue à remplacer celle de *nouvelliste* pour nommer qui s'emploie à recueillir, rédiger et publier des faits d'actualité. Et rappelons encore que c'est bien, très significativement, *La Presse* que Girardin donne pour titre en 1836 au quotidien qu'il entend vouer, dit-il, à la « publicité des faits » plutôt qu'à la « polémique des idées », trois semaines avant qu'à l'occasion

d'un duel, en adepte conquérant de ce qu'il appelle la « nouvelle presse », il expédie dans l'autre monde, en la personne d'Armand Carrel, directeur du *National*, un représentant de ce qui apparaîtra de plus en plus, au fil du siècle, comme la vieille presse. C'est très clairement en tout cas au début de la Monarchie de Juillet que s'imposent dans l'usage les mots de *presse*, *journal* et *journaliste* pour recouvrir l'ensemble du secteur des périodiques et des professionnels s'occupant à livrer le récit de l'actualité dans les registres les plus divers et singulièrement dans celui de l'actualité politique, selon une poussée lexicale qui, à elle seule – car les mots et leur évolution sont des stockages d'énergie sociale et de représentations –, suffirait à indiquer l'étendue de la mutation culturelle alors en cours : l'entrée en effet de la France dans *la civilisation du journal*⁹, sous une poussée culturelle et lexicale dont témoignait déjà, à sa manière, un Chateaubriand réagissant aux ordonnances de Juillet :

La presse est un élément jadis ignoré, une force autrefois inconnue, introduite maintenant dans le monde ; c'est la parole à l'état de foudre ; c'est l'électricité sociale. Pouvez-vous faire qu'elle n'existe pas ? Plus vous prétendrez la comprimer, plus l'explosion sera violente. Il faut donc vous résoudre à vivre avec elle, comme vous vivez avec la machine à vapeur. Il faut apprendre à vous en servir, en la dépouillant de son danger, soit qu'elle s'affaiblisse peu à peu par un usage commun et domestique, soit que vous assimiliez graduellement vos mœurs et vos lois aux principes qui régiront désormais l'humanité¹⁰.

- 7 Préfiguration frappante, sous la plume de l'enchanteur vieillissant, des accents et des métaphores dont un Lamartine usera à son tour, vingt ans plus tard, au moment de dresser le tableau de cette *civilisation* en marche, dans une vibrante biographie de *Gutenberg* livrée à la « Bibliothèque des chemins de fer » des éditions Hachette :

L'instruction élémentaire des masses donne des consommateurs sans bornes à la parole imprimée, les chemins de fer lui ouvrent des routes, la vapeur lui prête des ailes, le télégraphe visuel lui donne des signes ; enfin l'invention récente du télégraphe électrique lui communique l'instantanéité de la foudre. Plus réellement que dans le vers célèbre de Franklin : Eripuit cœlo fulmen ! dans quelques années, un mot prononcé et reproduit sur un point quelconque du globe pourra illuminer ou foudroyer l'univers¹¹.

- 8 User du terme médias rend assez bien compte, il est vrai, de cette force conquérante du journalisme au XIX^e siècle, comme de sa corrélation avec les premières agences de publicité, de même qu'avec la mutation que connaît, à peu près au même moment, le secteur de l'édition à l'heure des premières collections, des premiers livres à bon marché et des premières couvertures illustrées. Le terme donne aussi la mesure de la corrélation croissante de la presse écrite, dans la seconde moitié du siècle, avec la technologie du télégraphe électrique, dont l'incidence, avec d'autres facteurs, sera forte sur les techniques du reportage, la rhétorique de certains journaux tels que *Le Matin*, « journal d'informations télégraphiques, universelles et vraies », et l'esthétique générale de la mosaïque journalistique. Il n'empêche : transporté rétrospectivement d'un siècle à l'autre, ce mot occulte autant qu'il révèle, et en particulier cet autre indicateur formel de la puissance d'émergence propre au journalisme du XIX^e siècle voulant qu'il tende à s'accaparer à son seul profit, avec le terme de presse, le glissement métonymique allant de la technologie de l'imprimerie aux produits de cette technologie – un glissement qui jusque-là, dans des expressions figurées telles que liberté de la presse, délit de presse ou

faire gémir la presse, bien attestées au siècle précédent, n'établissait pas encore de partage entre le domaine du livre et celui des périodiques. Rapt lexical et privilège exorbitant qu'un observateur aussi clairvoyant que Mallarmé prendra soin d'enregistrer à la fin du siècle, tout en faisant voir, dans l'architecture de la une journalistique, l'effet de contamination à la fois fictionnelle et commerciale s'opérant depuis le rez-de-chaussée du feuilleton vers les colonnes réservées à l'actualité :

Un commerce, résumé d'intérêts énormes et élémentaires, ceux du nombre, emploie l'imprimerie, pour la propagande d'opinions, le narré du fait divers et cela devient plausible, dans la Presse, limitée à la publicité, il semble, omettant un art. Je ne désapprouve que le retour de quelque trivialité au livre primitif qui partagea, en faveur du journal, le monopole de l'outillage intellectuel, peut-être pour s'y décharger. Plutôt la Presse, chez nous seuls, a voulu une place aux écrits – son traditionnel feuilleton en rez-de-chaussée longtemps soutint la masse du format entier : ainsi qu'aux avenues, sur le fragile magasin éblouissant, glaces à scintillation de bijoux ou par la nuance de tissus baignées, sûrement pose un immeuble lourd d'étages nombreux. Mieux, la fiction proprement dite ou le récit, imaginaire, s'ébat au travers de "quotidiens" achalandés, triomphant à des lieux principaux, jusqu'au sommet ; en déloge l'article de fonds, ou d'actualité, apparu secondaire¹².

9 Un autre fait d'occultation est encore en jeu dans l'exportation du terme de *médias*, touchant à la nécessaire périodisation de l'évolution des pratiques journalistiques et du champ de la presse des années 1830 aux années 1930, moment où ce terme devient du coup particulièrement adéquat et pertinent pour signaler l'entrée de la presse écrite dans un nouveau régime : la fin de son « âge d'or », selon l'expression reçue, c'est-à-dire sa mise en concurrence croissante par l'essor d'autres moyens de communication de masse ou, pour reprendre la belle formule de Mallarmé, de nouveaux « engins de captation du monde moderne¹³ ». Transporter le mot de *médias* en amont du xx^e siècle revient ainsi, d'un côté, à se priver d'un élément de caractérisation pertinent pour le siècle dont nous venons de sortir et, de l'autre, à écraser tout un siècle d'histoire de la presse qui aura peut-être bien été, si l'on y songe, le seul siècle de la presse écrite¹⁴. Un siècle qui lui-même n'aura pas fait bloc, c'est le moins que l'on puisse dire, et qui pourrait être balisé par trois dates clés et trois titres emblématiques : 1836, lancement de *La Presse* de Girardin, sur le modèle économique et rédactionnel que l'on sait ; 1863, lancement du *Petit Journal* et d'une presse populaire à très bon marché, vendue au numéro, avec un mélange de chroniques de bon sens, de feuilletons spectaculaires et de faits divers dramatisés ; 1884, premier lancement du *Matin* par Alfred Edwards, fondé « à l'américaine » sur l'information, l'écho et le reportage, et où seront expérimentées de nouvelles formes d'orchestration de la page journalistique.

10 Encore cette périodisation est-elle trop carrée et devrait-elle faire droit au fait, bien cerné par Marie-Ève Thérenty et Alain Vaillant dans leur minutieuse étude de *La Presse* de Girardin, que la modernité de ce journal fondateur reste entachée de divers archaïsmes, que cette modernité a été au fond déclarative avant de s'établir graduellement dans les faits, qu'il s'agisse de la publicité, qui ne s'y développe que progressivement, du feuilleton, qui n'y figure pas d'abord au rez-de-chaussée, du rubriquage, qui reste flottant et poreux, de même que l'unité de chaque livraison ; qu'il s'agisse aussi du style ou de la hiérarchisation informationnelle de chaque article, qui demeurent pour l'un assez opaque et conforme à la rhétorique bourgeoise et pour l'autre faiblement organisée ; qu'il s'agisse encore du rapport à la temporalité, qui ne

s'ajuste guère à celle des événements ; ou qu'il s'agisse enfin du primat déclaré donné aux « faits » sur la « polémique des idées », puisque ce journal reste l'organe politique, sinon d'un parti, du moins d'un homme, son directeur : « il semble donc, résumément-ils, que la révolution de Girardin soit d'avoir adapté à une plus grande échelle [...] des formes déjà existantes¹⁵ » ; et de noter, d'autre part, que « rien, du moins à s'en tenir aux formes concrètes et matérielles, n'annonce encore le journalisme "grand public", qui explosera et connaîtra son âge d'or sous la Troisième République¹⁶. » C'est dire combien tout le processus historique et morphologique qui va suivre sera ample et significatif, par franchissement de seuils successifs, dans une marche confondue, à travers le siècle, avec la progressive formation d'un *champ* journalistique à visée d'autonomie (car cette autonomie restera très relative), voulant que la prolifération des titres, l'envol des tirages, l'augmentation considérable de la population des gens travaillant dans la presse, leur recrutement croissant parmi la petite bourgeoisie, les provinciaux montés à Paris, voire les classes populaires¹⁷, seront autant les marqueurs de la puissance de son essor que de son clivage très déterminant entre presse bourgeoise et presse populaire à partir de la seconde moitié du Second Empire, puis de l'opposition construite au début de la Troisième République – davantage, il est vrai, dans les tendances et les esprits que dans la réalité des pratiques – entre presse d'opinion et presse d'information, avec sécrétion collective de mythes d'appui, tel celui de l'objectivité factuelle, et de genres significatifs, du côté du reportage ou de l'interview¹⁸.

Littérature ou culture médiatique

- 11 L'expression aujourd'hui reçue de *culture médiatique* et, dans une moindre mesure, celle de *culture de masse*, demandent elles aussi à être retrempées à leur contexte historique de formation. J'ai indiqué ailleurs sous quelles réserves et avec quel profit on peut user de la première pour rendre compte successivement et cumulativement des objets culturels qui apparaissent comme des produits de presse (tel le roman-feuilleton), de la culture propre au système de la presse et du bain culturel dans lequel ce système de plus en plus articulé à d'autres technologies de la communication a plongé sujets sociaux et institutions à partir des années 1870-1880¹⁹. Il n'est pas inutile pour autant de rappeler que le mot de *culture* ne revêt aucunement dans la langue du XIX^e siècle le sens anthropo-sociologique que nous lui prêtons désormais, sa signification s'y réduisant, classiquement, à la connaissance des arts, des lettres et des sciences, et, scolairement, à l'instruction procurant et valorisant cette connaissance²⁰. Nous devons en revanche à cette même période de la Monarchie de Juillet une expression autrement significative, celle de *littérature industrielle*, que Sainte-Beuve forge en 1839, dans *La Revue des deux mondes*, pour caractériser sans doute l'inflation du roman-feuilleton déclenchée par la grande presse et le développement monstrueux d'une littérature vénale, placée depuis peu sous l'égide d'une Société des gens de lettres en proie à ce qu'il appelle le « démon de la propriété littéraire »²¹, mais aussi pour prendre acte – de façon quasi performative – de la sécession de l'espace littéraire en deux sous-champs répondant à des logiques antagonistes en termes de productivité et d'enjeux autant qu'à deux conceptions diamétralement opposées de la pratique littéraire : d'un côté, un régime *professionnel* (propre à ceux qui arborent en bannière la maxime « *Vivre en écrivant* »²²) et, de l'autre, un régime *vocationnel* (ceux-ci *vivant pour écrire*)²³. Acte consigné aussi d'un système de la « chose littéraire²⁴ », selon sa propre expression, où chacun est porté à pratiquer « l'émulation effrénée des amours-

propres²⁵ » et à « s'exagérer son importance²⁶ », et où chacun, prophétise-t-il, pourra prétendre être touché quelque jour par le rayon d'une gloire littéraire réduite à une brève renommée : « Avec nos mœurs électorales, industrielles, tout le monde, une fois au moins dans sa vie, aura eu sa page, son discours, son prospectus, son toast, sera auteur. De là à faire un feuilleton, il n'y a qu'un pas. Pourquoi pas moi aussi ? se dit chacun²⁷ ». Acte encore d'une circulation contagieuse, dans l'espace mal clos du journal, entre le registre commercial de la « réclame » et le registre, insuffisamment protégé par un mince « filet », de l'article « consciencieux et libre » : ainsi, dit-il, « l'attraction des majuscules croissantes de l'annonce l'emporta : ce fut une montagne d'aimant qui fit mentir la boussole²⁸ ». Tout semble ainsi, à la lumière de ce texte, s'être passé comme si, autour de 1840, la littérature de production restreinte avait amorcé son processus d'autonomisation, qui restera évidemment incomplet, en se dotant d'une impénétrabilité propre à repousser la littérature pour le marché liée à la grande presse, de la même manière que celle-ci, autour de 1880, cherchera tout aussi incomplètement à s'affranchir des modèles littéraires (mais aussi politiques) en se dotant de formes et de valeurs professionnelles spécifiques. Texte à plus d'un titre emblématique : d'un état des lieux de la chose imprimée ; d'un moment morphologique de l'espace littéraire, cerné, investi, travaillé et comme traversé par la logique industrielle de la grande presse ; d'une position occupée dans cet espace, au principe d'un point de vue où lucidité et aveuglement se conjuguent. Et première formulation cohérente, depuis ce point de vue qui est celui d'un lettré en état de siège, d'une vision de l'industrialisation de la « littérature » anticipant, de façon saisissante, jusque dans les effets qu'elle enregistre en fait d'intrusion et de fantasmagorie propres à la marchandise, la théorie critique que formuleront, en 1944, Theodor Adorno et Max Horkheimer dans leur texte sur « La production industrielle de biens culturels », sous-titré « Raison et mystification des masses²⁹ ». « L'art pur a eu son culte, sa mysticité ; mais voici que le masque change ; l'industrie pénètre dans le rêve et le fait à son image, tout en se faisant fantasmagorique comme lui³⁰ ». Ce ne sont pas les membres de l'École de Francfort en exil qui s'expriment de la sorte. C'est Sainte-Beuve, en 1839, fournissant à la fois une analyse et, à son insu, les conditions d'intelligibilité historique de cette analyse.

12 Quant à *masse*, si le mot est bien attesté au XIX^e siècle, ainsi qu'on l'a vu chez Lamartine, et comme on pourrait sans doute aussi le voir après 1848 chez nombre de publicistes socialistes et marxistes, son usage est incomparablement moins fréquent, dans le discours social général, que celui de *foule*, qui est très certainement, en tant que désignation du grand nombre et des phénomènes collectifs, l'un des concepts les plus représentatifs de la pensée sociale et politique de la seconde moitié du siècle. C'est à ce mot qu'a d'ailleurs recours Zola en 1865 lorsqu'il s'emploie à caractériser, dans l'un de ses articles au *Petit Journal*, le lecteur type de ce quotidien à un sou : « Je m'impose une rude tâche aujourd'hui. Il me faut photographier toute une foule, une foule d'un million de têtes ». Occasion d'évoquer la « Vision » apparue en rêve au rédacteur préoccupé, vivante allégorie d'un peuple enfant réclamant « des lectures aimables et douces », « [souhaitant] être instruit un peu et intéressé beaucoup » ; car, lui dit-elle avant de s'envoler, « Je suis géant, et je grandis chaque jour ». Et Zola poursuit : « Je l'ai vue sortir de Paris ; je l'ai vue sortir de la France et occuper le monde. Puis, tout à coup, une transformation s'est opérée. De toute cette Vision, il n'est resté qu'une chose : un exemplaire du *Petit Journal*³¹. » Grossière complaisance d'un rédacteur soucieux de flatter l'opinion de ses lecteurs et de son employeur ? Mallarmé lui-même, si hostile aux mots « qui [peuvent] vicieusement se stéréotyper en nous³² », n'est pas en reste, ni en panne de clichés, qui convoque cette même notion, avec l'aura d'hystérie toute féminine dont elle est nimbée dans l'imaginaire social du temps, pour caractériser la parade dominicale des natures vestimentaires : « Parure – si la foule est femme. tenez. les mille

comme des paroles testimoniales : « La foule est femme, bête, les mille têtes. Une conscience partielle de l'éblouissement se propage, au hasard de la tenue de ville usitée dans les auditions d'après-midi³³ ».

- 13 *Foule* est bien le principal cliché à la fois social et para-sociologique de ce siècle, et il est assez instructif d'en suivre, fût-ce à pas rapides, le cheminement jusqu'à nous. Sa conceptualisation est une affaire collective à l'échelle européenne, mais c'est le médecin Gustave Le Bon, à la suite du criminologue italien Scipio Sighele, qui en formulera une théorie cohérente du côté d'une psychopathologie sociale, avec sa *Psychologie des foules* proposant en 1895 la « loi [...] de leur unité mentale », fondée sur la « contagion », la perte de la rationalité et de la conscience individuelles, la « circulation des affects » dans la proximité des corps rassemblés ; détaillant leurs caractéristiques, mobilité, irritabilité, crédulité, simplisme, immoralité, intolérance, etc. ; mettant en lumière le pouvoir de suggestion et de contrôle exercé sur elles par des meneurs charismatiques ; et cela non sans relier incidemment le déclin de la presse d'opinion (et de ses fonctions critiques) au pouvoir exorbitant des foules à l'âge démocratique et dans une société de marché :

Quant à la presse, autrefois directrice de l'opinion, elle a dû, comme les gouvernements, s'effacer devant le pouvoir des foules. Sa puissance certes est considérable, mais seulement parce qu'elle représente exclusivement le reflet des opinions populaires et de leurs incessantes variations. Devenue simple agence d'information, elle renonce à imposer aucune idée, aucune doctrine. Elle suit tous les changements de la pensée publique, et les nécessités de la concurrence l'y obligent sous peine de perdre ses lecteurs. Les vieux organes solennels et influents d'autrefois, dont la précédente génération écoutait pieusement les oracles, ont disparu ou sont devenus feuilles d'informations encadrées de chroniques amusantes, de cancons mondains et de réclames financières. Quel serait aujourd'hui le journal assez riche pour permettre à ses rédacteurs des opinions personnelles, et quelle autorité ces opinions obtiendraient-elles près de lecteurs demandant seulement à être renseignés ou amusés, et qui, derrière chaque recommandation, entrevoient toujours le spéculateur ? La critique n'a même plus le pouvoir de lancer un livre ou une pièce de théâtre. Elle peut nuire, mais non servir. Les journaux ont tellement conscience de l'inutilité de toute opinion personnelle, qu'ils ont généralement supprimé les critiques littéraires, se bornant à donner le titre du livre avec deux ou trois lignes de réclame, et dans vingt ans, il en sera de même pour la critique théâtrale³⁴.

- 14 Trois ans plus tard, Gabriel Tarde renversera ce point de vue pour constater, contre Le Bon, que l'époque contemporaine n'est pas tant l'âge des *foules*, des esprits échauffés par la proximité physique des corps, que celui des *publics*, c'est-à-dire de la coprésence spirituelle, à distance physique réciproque propice à l'exercice de la raison, des lecteurs de la grande presse d'information, un âge dans lequel, écrit-il, « la transfiguration de tous les groupes sociaux en public » fait en sorte que « le monde va s'intellectualisant³⁵ ». Et, le premier, Tarde propose une définition très juste de *l'actualité*, qui ne réduit pas celle-ci à la relation d'événements venant de se produire, mais y voit bien plutôt la « sensation » de communauté virtuelle et d'intérêt général dans quoi se trouvent plongés les lecteurs prenant connaissance des mêmes faits, fussent-ils anciens, au même moment : « Ce qui est réputé "d'actualité", est-ce seulement ce qui vient d'avoir lieu ? Non, c'est tout ce qui inspire actuellement un intérêt général, alors même que ce serait un fait ancien³⁶. » De Le Bon à Tarde, le

renversement est ainsi complet : là où le premier voyait dans la grande presse d'information le reflet vulgaire et redoutable de l'instabilité des foules, le second la tient pour un facteur de régulation et de cohésion sociale ; et là où le premier, hanté par le spectre des « classes dangereuses », réduisait la foule à un vecteur d'irrationalité et de barbarie, le second entrevoit, dans le pouvoir croissant de cette grande presse, le risque d'un conditionnement général, qui ferait de la multitude humaine non plus l'acteur d'une violence dirigée contre l'ordre social, mais à l'inverse la victime passive d'une domination idéologique : « L'influence que le publiciste exerce sur son public, écrit-il, est, par sa continuité, bien plus puissante que l'impulsion brève et passagère imprimée à la foule par son conducteur³⁷ », avant d'en tirer cette leçon et cette mise en garde : « L'homme d'un seul livre est à craindre, a-t-on dit ; mais qu'est-ce auprès de l'homme d'un seul journal ! Et cet homme, c'est chacun de nous au fond, ou peu s'en faut. Voilà le danger des temps nouveaux³⁸. »

15 De Gustave Le Bon à Gabriel Tarde se dessine surtout, pour notre propos, l'horizon d'une double descendance. La pensée de Tarde – contre laquelle a tant bataillé Durkheim au moment de circonscrire le territoire spécifique d'une sociologie pensée comme science portant sur des faits irréductibles à l'agrégation de phénomènes individuels et à la magie des « lois de l'imitation » – a bien sûr jeté les bases de la psychologie sociale française. Elle a été aussi diffusée abondamment aux États-Unis, notamment par James Baldwin et Robert Park³⁹, et ses modèles – avec ce qu'ils renaient, ne serait-ce qu'en creux, de la pensée d'un Le Bon – ont contribué à y installer les cadres de réflexion des sociologues des communications, d'abord à l'université de Yale, dans les années 1920-1930, autour du politologue Harold D. Lasswell, spécialiste de la propagande politique et des médias de masse, auquel on devra la théorie créditant les médias de puissants effets de conditionnement sur des masses faites d'individus passifs et, d'autre part, en 1948, un schéma de la communication et de la recherche en communication qui sera fortement contesté, ou complexifié par d'autres chercheurs du même domaine, mais qui n'en fera pas moins durablement office de modèle dominant dans les écoles de journalisme américaines : « Qui dit Quoi par quel Canal à Qui avec Quel effet ?⁴⁰ ». L'incidence de la pensée de Tarde ne sera pas moindre sur les travaux conduits à l'Université de Columbia, dans les deux décennies suivantes, par Paul Lazarsfeld et son équipe⁴¹, sous commande d'État ou de sociétés privées, travaux s'employant en particulier à mesurer empiriquement l'efficacité des campagnes électorales ou publicitaires et dont les résultats aboutiront à une théorie des *effets minimaux* (les mass-médias ne modifient qu'à la marge les opinions préexistantes), puis à une théorie des *effets indirects*, associée à une représentation de la communication de masse décrite comme un processus en deux temps ou à deux étages, allant verticalement des médias à des *leaders* d'opinion et horizontalement de ces *leaders* à l'ensemble de ceux qui relèvent de leur sphère d'influence⁴².

16 Pourquoi évoquer ici, à mots même très rapides, ce courant de recherche, qui semble nous éloigner de notre problématique, indépendamment du rapport qu'un tel courant entretient avec les cadres de pensée définis à la fin du XIX^e siècle dans la controverse ayant opposé Tarde à Le Bon ? C'est que le prestige de ces recherches, conjugué au magistère exercé par Paul Lazarsfeld sur la sociologie internationale dans les années 1950-1960, semble bien avoir contribué non seulement à mettre à l'ordre du jour en France, après 1960, les questions relatives au pouvoir des mass-médias, mais aussi à sortir les mots de *médias* et de *mass-médias* de la sphère du seul jargon publicitaire : à les imposer en quelque sorte en tant que désignation moderne, et toute auréolée de scientificité, des principaux vecteurs de la communication sociale, qu'il s'agisse du cinéma, de la radio, de la télévision ou de la vieille presse écrite⁴³. Toujours est-il que

CINÉMA, DE LA RADIO, DE LA TÉLÉVISION OU DE LA VIEILLE PRESSE CENEF". Toujours est-il que c'est en 1960 qu'est fondé, à la VI^e section de l'École pratique des hautes études, sous la direction de Georges Friedmann, bientôt rejoint par Edgar Morin et Roland Barthes, le C.E.C.MAS, Centre d'Études des Communications de Masse, dont le premier bulletin de travail portera sur « la télévision aux États-Unis et en Grande-Bretagne », avec pour enjeu général, écrira Barthes, de prendre en considération sociologique « ces phénomènes massifs de notre société contemporaine que sont la Presse, la Radio, la Télévision, le Cinéma, la Publicité, toutes ces voies (*media*) par lesquelles l'information et le rêve, indissolublement liés, sont quotidiennement communiqués à des millions de consommateurs⁴⁴ ». La dimension de critique idéologique n'est pas absente du projet, reflet pour une part d'une tradition française autant que d'une *doxa* marxiste plus ou moins assumée, mais héritage aussi de la réflexion sur la « *Kulturindustrie* », vue comme produit d'une rationalité technique vouée à la « mystification » des « masses », qu'avaient menée Adorno et Horkheimer lors de leur exil américain dans les années 1940.

- 17 On sait avec quelle implacable cruauté Pierre Bourdieu et Jean-Claude Passeron s'emploieront à démonter dès 1963, dans *Les Temps modernes*, le mixte de pensée magique, de prophétisme crépusculaire et d'aristocratie intellectuelle à l'œuvre, selon eux, dans la démarche de ceux qu'ils appelleront, les premiers, par ironie, des *massmédiologues* :

La massmédiologie parle des mass media comme du Paraclet et cette entité générique ramasse en elle, les multipliant l'une par l'autre, les efficacités particulières des êtres qu'elle subsume. On emprunte à la rhétorique sacrée la figure la plus forte de sa logomachie, la dénomination vague et effrayante : mass media, “moyens de communication de masse”⁴⁵.

- 18 Ou encore :

Mass media, ce n'est ni une chose ni une idée, ni une institution, ni une intention, ni un agent, ni un agi, c'est un ustensile sans utilisateur qui définit lui-même les règles de son utilisation, une manipulation sans manipulateurs, bref, un *automaton spirituale*, un *Deus machina*. Dès lors, le tour est joué, tout sujet historique étant évacué de l'histoire, on peut glisser dans le discours massmédiatique une philosophie de la manipulation sans qu'il soit besoin de nommer les manipulateurs, ce qui ferait surgir l'image refusée des masses manipulées parce que manipulables⁴⁶.

- 19 Il est bien utile de se retremper à ce texte qui vaudra à Bourdieu la durable inimitié – le mot est faible – d'Edgar Morin, l'auteur de *L'Esprit du temps*, paru un an plus tôt, ayant été le plus directement visé dans cette diatribe contre « les prophètes massmédiatiques », adeptes d'une pensée circulaire, peu soucieuse de vérifier empiriquement si les « masses », ces « publics éphémères et fluctuants, [coïncident], en tout ou en partie, avec des groupes sociaux réels⁴⁷ », et tiraillés – c'est la phrase de conclusion de ce pamphlet retournant les armes de la démystification contre ceux qui en font usage – « entre l'amour proclamé des masses menacées de catastrophe et l'amour secret de la catastrophe⁴⁸. »

- 20 La filiation plus ou moins souterraine allant d'un Sainte-Beuve à Adorno et Horkheimer et de la psychologie sociale balbutiante à la sociologie des mass-médias américaine puis française devrait nous rendre attentifs à deux choses au moins. D'abord au fait que nous restons pour une part qui est loin d'être négligeable et dans ce

au fait que nous restons, pour une part qui est loin d'être négligeable, et dans ce domaine comme en d'autres, comptables de l'imaginaire du XIX^e siècle. Ensuite qu'à reverser sur la presse et la littérature de ce XIX^e siècle certaines des catégories de pensée que nous en avons hérité, on court un double risque contradictoire : celui, déjà mentionné, d'appliquer à des formes et à des réalités qui se sont éloignées de nous des concepts et des représentations anachroniques, en nous privant de certains moyens propres à rendre compte de leurs transformations et métamorphoses successives ; le risque inverse étant, en leur appliquant sans toujours en être conscient des formes de pensée qui en ont émané jusqu'à nous, de produire un effet qui consisterait à reconnaître plutôt qu'à connaître et, partant, à dissoudre l'objet d'étude dans un halo de familiarité. L'illusion du commencement absolu n'est pas moins à neutraliser en effet que l'illusion rétrospective qui porte à déchiffrer dans le passé les signes annonciateurs du présent. C'est là deux écueils entre lesquels l'histoire culturelle navigue en permanence : d'un côté, l'impression d'un *toujours déjà* ou d'un *déjà vu*, d'un perpétuel recommencement des mêmes formes et des mêmes dispositions ; de l'autre, l'impression d'un *désormais* ou d'un *jamais vu*, d'un commencement radical, à telle date, d'une situation sans précédent – comme on le voit par exemple, en matière d'édition, lorsqu'on est tenté tantôt de fixer l'apparition du livre au format de poche en 1953, tantôt d'en reculer de plus en plus la naissance à la lumière trompeuse des innombrables préfigurations ponctuelles que cette forme a connues à travers l'histoire.

Perspectives

- 21 Raisonner en termes médiatiques ou, si l'on préfère, au sens organisationnel du mot, en termes d'*économie* de la communication – que celle-ci soit journalistique, littéraire ou un mixage des deux – n'en présente pas moins un certain nombre de vertus heuristiques. Je n'en soulignerai ici que trois parmi celles qui me paraissent les plus saillantes, et dont chacune, en réalité, englobe la ou les précédente(s).
- 22 1^o Cette démarche de pensée et d'analyse, reposant sur une forme nouvelle d'appréhension des textes dans leur environnement social autant que matériel – nouvelle, du moins, pour les études littéraires, mais ajustée au mode de perception de ces textes propre à leurs contemporains – revient d'abord à prendre en considération, en tentant de rendre compte des contraintes qu'ils exercent et des effets qu'ils entraînent, les supports techniques de l'expression et de la production ou, pour le dire autrement, les surfaces d'inscription des textes au sein de cette textualité généralisée dont le XIX^e siècle aura été la première grande époque dans l'histoire occidentale. Car la *civilisation du journal* participe plus largement d'une civilisation de l'écrit, et donc aussi de la lecture. Du point de vue formel le plus extérieur apparemment, le texte journalistique comme le texte littéraire sont difficilement séparables, sous ce rapport, de la grisaille typographique qui s'est emparée de la chose imprimée dans la première moitié du siècle, par réduction des corps, resserrement des lignes, compacité de plus en plus massive des pages et des colonnes, de la même façon que le romantisme est associé au caractère didot ou le Parnasse à la typographie archaïsante des éditions Lemerre. La grisaille typographique est elle-même liée, dans le journal, à une mosaïque particulière mettant en conjonction, en juxtaposition et parfois en dialogue, sinon en conflit, des textes sur des sujets disparates et singulièrement le texte à caractère journalistique avec le texte à caractère littéraire, dont les limites génériques demeurent d'ailleurs assez floues et poreuses dans cet espace. Cette circulation d'un univers textuel à l'autre, leur fécondation ou leur contagion réciproques au sein d'un même espace d'inscription constituent, on l'a vu, l'une des hantises et l'un des objets de fascination d'un Sainte-

Beuve et d'un Mallarmé, et l'on aurait pu aussi bien rappeler tels vers où Gautier signale que son rez-de-chaussée soutient, du journal, tout l'appareil des colonnes et le pesant fronton. De cette circulation plus ou moins diffuse, on peut examiner les effets, parfois dus au hasard de l'actualité ou aux contingences de la composition, dans un système journalistique où rubriques et unité du numéro tarderont à se mettre en place et à se figer dans une routine prévisible et donc potentiellement maîtrisable. Effets faisant surtout l'objet, du côté de la haute littérature, de différentes manœuvres de blocage, allant de l'ironisation baudelairienne à l'opacité d'un Mallarmé, qui dans ses interventions de presse se montre à la fois soucieux de respecter les protocoles thématiques et pragmatiques des journalistes et porté à pratiquer, de façon délibérée, une stratégie verbale de l'inintelligibilité. La résistance des agents les plus lettrés passant aussi par l'adoption affichée du blanc dans l'édition littéraire haut de gamme – ce blanc qui chez Mallarmé fait l'objet d'une véritable obsession –, en tant que marqueur de pureté, de gratuité et de dépense ostentatoire, par opposition aux maculatures mercantiles des journaux et du roman courant, mais aussi, tout à l'inverse, en tant que façon de faire ressortir autrement la matérialité du support, la texture du papier et l'esthétique de la typographie, que la compacité du journal ou du livre standard masque d'ordinaire. C'est dire que cette circulation formelle emporte également des effets de relance esthétique, ainsi qu'on le voit par excellence dans l'utopie du livre-journal conçue par Mallarmé, telle qu'il la mettra en jeu dans l'orchestration typographique des grandes doubles pages de son *Coup de dés*.

23 2° Raisonner en termes médiatiques, c'est aussi prendre en considération le fait que le journal est lui-même encastré dans un ensemble de pratiques discursives et sociales qui l'informent mais aussi le travaillent. Émergeant en conjonction avec les agences de presse et les agences de publicité, à l'intersection des deux mondes de la politique et de l'économie, le journal d'information moderne apparaît comme un mur, une surface d'affichage, à même la page, de la société et de ses grandes configurations. Yves de la Haye, spécialiste de l'analyse matérialiste des médias, faisait déjà remarquer, dans les années 1970, que le système des rubriques s'est mis en place et développé au cours du XIX^e siècle en s'ajustant et en faisant escorte à la modernisation de grandes institutions sociales telles que la Justice, pour la chronique judiciaire, ou la Police, pour le fait divers, en cheville de surcroît avec la naissance de sous-genres littéraires comme le roman policier⁴⁹. Parmi ces mondes dont la grande presse assure la translation et la juxtaposition en réduction figure aussi celui de la littérature, le journal apparaissant à bien des égards, surtout après 1880, comme le prolongement papier, non plus seulement de la tribune politique, mais encore du champ littéraire comme champ de bataille et grande mêlée avec ses manifestes, ses polémiques et ses controverses ; comme prolongement aussi du banquet littéraire, du salon et du cénacle, instance très privée et cloîtrée celle-ci, mais dont un Mallarmé, pour son propre compte, fait au moins sentir confusément l'ambiance et le rythme de parole à travers la nuageuse rhétorique conversationnelle qu'il déploie dans ses articles au *National Observer* ou au *Figaro* et dans ses déclarations et réponses à diverses enquêtes.

24 3° L'approche du fait littéraire et journalistique en termes médiatiques peut contribuer, enfin, à briser le *vase clos* dans lequel la littérature s'est enfermée pour sa variante la plus lettrée, ou dans lequel elle s'est vue enfermer en général par l'usage lettré et l'usage scolaire. En posant à l'objet des questions que l'approche classique des textes, qu'elle relève du formalisme esthétique, de l'histoire littéraire de la littérature ou de l'histoire journalistique du journalisme, ne se pose guère : qu'est-ce qui change, dans un texte, quand change son site d'inscription et de manifestation ? Le feuilleton au rez-de-chaussée est-ce à mots identiques le même texte que le feuilleton en volume ? Le

poème, le conte, la nouvelle, l'article de critique, la déclaration, l'interview restent-ils intacts, engoncés dans leur lettre, lorsqu'ils passent du journal au livre, au recueil, à l'anthologie ou dans le saint des saints des « Œuvres complètes » ? Quelles dimensions s'y trouvent-elles activées, réduites ou bien obliées dans leur transport d'un média à un autre ? Au total, en rendant les textes à leurs premières manifestations matérielles, c'est aussi à leur modalité d'existence publique, c'est-à-dire sociale, que cette approche contribuera à les rendre : à ce qu'ils ont eu de plus vivant pour leurs auteurs comme pour leurs premiers lecteurs et à ce qui, dans le refus ou l'adhésion, ou par un mélange rusé de ces deux dispositions, aura sous plus d'un aspect décidé de leur forme et de leur intelligibilité.

Bibliographie

- Barnhart (Robert K.) (ed.), *The Barnhart Dictionary of Etymology*, New York, Wilson, 1988.
- Barthes (Roland), « Le Centre d'Études des Communications de Masse : le C.E.C.MAS », *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*, n° 5, 1961, pp. 991-992.
- Bougnoux (Daniel) (éd.), *Sciences de l'information et de la communication*, Paris, Larousse, « Textes essentiels », 1993.
- Bourdieu (Pierre) & Passeron (Jean-Claude), « Sociologie des mythologies et mythologies des sociologues », *Les Temps modernes*, décembre 1963, n° 211, pp. 998-1021.
- Charle (Christophe) *Le siècle de la presse (1830-1939)*, Paris, Seuil, « L'Univers historique », 2004.
- Chateaubriand (François-René de), *Mémoires d'Outre-Tombe*, XXXII, 8, éd. Maurice Levaillant et Georges Moulinier, tome 2, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1950.
- Chessel (Marie-Emmanuelle), « L'enseignement de la publicité en France au XXe siècle », *Le Temps des médias*, n° 2, printemps 2004, pp. 137-149.
- De La Haye (Yves), *Dissonances. Critique de la communication*, Grenoble, La Pensée sauvage, 1984.
- Debray (Régis), *Cours de médiologie générale*, Paris, Gallimard, 1991.
- Delporte (Christian), *Les journalistes en France (1880-1950). Naissance et construction d'une profession*, Paris, Seuil, 1999.
- Dubois (Jacques), Durand (Pascal) & Winkin (Yves) (sous la dir. de), *Le Symbolique et le Social. La réception internationale de la pensée de Pierre Bourdieu*, Liège, Éditions de l'Université de Liège, « Sociopolis », 2005.
- Dumasy (Lise) (éd.), *La querelle du roman-feuilleton. Littérature, presse et politique. Un débat précurseur (1836-1848)*, Grenoble, ELLUG, 1999.
- Durand (Pascal), « Crise de presse. Le journalisme au péril du "reportage" (France, 1870-1890) », *Quaderni*, n° 24, automne 1994, pp. 123-152.
- Durand (Pascal), « Temps et Don. Le Présent des médias », *Recherches en communication*, n° 3, mai 1995, p. 21-48.
- Durand (Pascal), « Médiomorphoses. Sur quelques conversions macluhaniennes », dans *Quaderni*, n° 37, hiver 1998/99, pp. 143-169.
- Durand (Pascal), « La "culture médiatique" au XIXe siècle. Essai de définition-périodisation », *Quaderni*, n° 39, automne 1999, pp. 29-40.
- Gérin (Octave-Jacques) & Espinadel (Camille), *La publicité suggestive*, 2e éd., Paris, 1927.
- Lamartine (Alphonse de), *Gutenberg (1853)*, Bédée, éditions Folle Avoine, 1997.
- Heinich (Nathalie), *L'Élite artiste. Excellence et singularité en régime démocratique*, Paris, Gallimard, « Bibliothèque des sciences humaines », 2005.
- Horkheimer (Max) & Adorno (Theodor W.), *La Dialectique de la raison. Fragments philosophiques (1944)*, trad. Eliane Kaufholz, Paris, Gallimard, « Tel », 1974.
- Kalifa (Dominique), Régnier (Philippe), Thérénty (Marie-Ève) & Vaillant (Alain) (sous la dir. de), *La Civilisation du journal. Une histoire culturelle et littéraire de la presse au XIXe siècle*, Paris, Nouveau Monde éditions, 2010.

FAIS, NOUVEAU MONDE ÉDITIONS, 2012.

Lasswell (Harold D.) « Structure et fonction de la communication dans la société » (1948), trad. Catherine Paradeise, dans *Sciences de l'information et de la communication*, édité par

Daniel Bougnoux, Paris, Larousse, « Textes essentiels », 1993, pp. 699-703.

Lazarsfeld (Paul F.), avec Berelson (Bernard R.) & Gaudet (Hazel), *The People's Choice : How the voter makes up his mind in a presidential campaign*, New York, Duell, Sloan & Pearce, 1948.

Lazarsfeld (Paul F.), avec Katz (Elihu), *Personal Influence. The part played by people in the flow of mass communications. A report of the Bureau of Applied Social Research*, Columbia University, Glencoe, The Free Press, 1955.

Le Bon (Gustave), *Psychologie des foules (1895)*, Paris, Presses Universitaires de France, « Quadrige », 1995.

Mallarmé (Stéphane), *Œuvres complètes*, tomes 1 et 2, éd. Bertrand Marchal, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1998 et 2003.

McArthur (Tom) (ed.), *The Oxford Companion to the English Language*, Oxford University Press, 1992.

McLuhan (Marshall), *Understanding Media. The Extensions of Man*, New York, McGraw-Hill, 1964.

McLuhan (Marshall), *Pour comprendre les médias. Les prolongements technologiques de l'homme*, trad. Jean Paré, Tours/Paris, Éditions Mame/ Éditions du Seuil, 1968.

Park (Robert) & Burgess (Ernest), *Introduction to the Science of Sociology*, University of Chicago Press, 1921.

Poulet (Bernard), *La fin des journaux et l'avenir de l'information*, Paris, Gallimard/Le Débat, 2009.

Rey (Alain) (sous la dir. de), *Dictionnaire culturel en langue française*, Paris, Le Robert, 2005.

Tarde (Gabriel), *L'Opinion et la Foule (1901)*, Paris, Presses Universitaires de France, 1989.

Thérenty (Marie-Ève) & Vaillant (Alain), *L'An 1 de l'âge médiatique. Analyse littéraire et historique de La Presse de Girardin*, Paris, Nouveau Monde éditions, 2001.

Zola (Émile), « Le Lecteur du Petit Journal » (Le Petit Journal, 1865), dans *Contes et nouvelles*, éd. Roger Ripoll, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1976, pp. 267-269.

Notes

1 Bourdieu (Pierre), « Secouez un peu vos structures ! », dans *Le Symbolique et le Social. La réception internationale de la pensée de Pierre Bourdieu*, sous la direction de Jacques Dubois, Pascal Durand & Yves Winkin, Liège, Éditions de l'Université de Liège, coll. « Sociopolis », 2005, pp. 325-326.

2 *Media* : « 1920s : short for *mass media*. [...] A collective term for newspapers, broadcasting, and other vehicles of mass communication » (Article « Media », *The Oxford Companion to the English Language*, 1992, p. 647). Au pluriel, *media* désigne « the form of communication, such as the presse, television, or radio, used to carry advertising, news and other information to large people ; mass media » et, au singulier, à l'origine, par abréviation probable de *mass media*, « a technical use in advertising (1923) » (*The Barnhart Dictionary of Etymology* (Robert K. Barnhart éd.), 1988, p. 646). *Medium* : « The meaning of substance through which something is conveyed, is first recorded in 1595, the extended sense of a person who conveys messages from the spirits of dead people is found in 1853, and was first used by the Swedish philosopher and mystic Emmanuel Swedenborg » (*ibid.*, p. 647).

3 Voir Chessel (Marie-Emmanuelle), « L'enseignement de la publicité en France au XX^e siècle », *Le Temps des médias*, n° 2, printemps 2004, pp. 137-149.

4 Gérin (Octave-Jacques) & Espinadel (Camille), *La publicité suggestive*, 2^e éd., Paris, 1927, cité à l'article « Médium » du *Dictionnaire culturel en langue française*, Paris, Le Robert, p. 501.

5 *Ibid.*, p. 501.

6 « Ce n'est [...] pas un hasard, observe en ce sens Bernard Poulet, si le vocable "média" a été popularisé par l'industrie de la publicité, qui raisonne en termes de "supports" susceptibles de

veniculer ses annonces. Que le "media" soit fait d'information, de distraction, de services ou de toute autre activité susceptible d'attirer du public ne fait guère de différence pour le publicitaire. Le prospectus jeté dans une boîte aux lettres, le site Internet de rencontres, la plate-forme de jeux vidéo ou le quotidien sérieux acheté en kiosque, tout cela c'est du "média", l'intermédiaire entre le producteur et les consommateurs » (Poulet (Bernard), *La fin des journaux et l'avenir de l'information*, Paris, Gallimard/Le Débat, 2009, pp. 63-64).

7 McLuhan (Marshall), *Understanding Media. The Extensions of Man*, New York, McGraw-Hill, 1964 ; *Pour comprendre les médias. Les prolongements technologiques de l'homme*, trad. Jean Paré, Tours/Paris, Éditions Mame/Éditions du Seuil, 1968. Sur la genèse du point de vue et des thèses de McLuhan, voir Durand (Pascal), « Médiomorphoses. Sur quelques conversions macluhaniennes », *Quaderni. La revue de la communication*, n° 37, hiver 1998/99, pp. 143-169.

8 Rien là sans doute qui prête à âpre discussion, pour autant que l'on évite de transporter dans le champ des études littéraires – dont les méthodes sont éprouvées, qu'elles empruntent à la linguistique, à la stylistique, à la rhétorique, à l'histoire ou à la sociologie de la littérature – l'appareil de concepts articulés sous l'appellation de « médiologie », tentative d'imposer en France, dans les années 1990, pour le secteur universitaire des sciences de l'information et de la communication, un prêt-à-penser largement recyclé des années 1960-1970, mais dont l'héritage macluhanien, entaché de prophétisme *new age*, se voyait comme compensé par un suffixe jouant de l'effet –logie, bien propre à procurer à peu de frais l'illusion de la scientificité, et par un ouvrage fondateur démarquant dans son intitulé celui du *Cours de linguistique générale* de Saussure (Debray (Régis), *Cours de médiologie générale*, Paris, Gallimard, 1991 ; voir aussi la copieuse anthologie des *Sciences de l'information et de la communication* composée dans le même esprit par Bougnoux (Daniel), Paris, Larousse, « Textes essentiels », 1993). Si cette OPA théorique a assez largement échoué dans le secteur visé au départ, l'on pourrait craindre en effet, si l'on n'y prend garde, que le tournant culturel pris par les études littéraires, en réaction légitime à la vieille histoire positiviste de la littérature autant qu'à plusieurs décennies de raidissement formaliste, ne les conduise à endosser sans autre examen un répertoire conceptuel élaboré à l'enseigne d'une pseudoscience ambitionnant de fédérer, en les dépassant en bloc, les apports et méthodes de la sémiologie, de la philosophie, de l'histoire des techniques et de la sociologie des communications de masse.

9 Pour reprendre l'intitulé très significatif du vaste ouvrage collectif coordonné par Kalifa (Dominique), Régnier (Philippe), Thérenty (Marie-Ève) et Vaillant (Alain), Paris, Nouveau Monde éditions, 2012.

10 Chateaubriand (François-René de), *Mémoires d'outre-tombe*, XXXII, 8, éd. Maurice Levailant et Georges Moulinier, tome 2, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1950, p. 393.

11 Lamartine (Alphonse de), *Gutenberg* (1853), Bédée, Éditions Folle Avoine, 1997, p. 91. J'ai examiné ce texte, sous son rapport avec la question de la temporalité journalistique au XIX^e siècle, dans « Temps et Don. Le Présent des médias », *Recherches en communication*, n° 3, mai 1995, pp. 21-48.

12 Mallarmé (Stéphane), « Étalages » (*The National Observer*, 11 juin 1892), dans *Divagations* (1897), *Œuvres complètes*, tome 2, éd. Bertrand Marchal, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 2003, p. 221.

13 « Villiers de l'Isle-Adam » (1890), dans *Œuvres complètes*, tome 2, éd. citée, p. 34.

14 Cf. le titre de l'ouvrage de Charle (Christophe), *Le Siècle de la presse (1830-1939)*, Paris, Seuil, « L'Univers historique », 2004.

15 Thérenty (Marie-Ève) et Vaillant (Alain), *L'An 1 de l'âge médiatique. Analyse littéraire et historique de La Presse de Girardin*, Paris, Nouveau Monde éditions, 2001, p. 92.

16 *Ibid.*, p. 19.

17 La diversification sociale du recrutement des journalistes français à la fin du XIX^e siècle, en tant que vecteur de professionnalisation du métier, a été bien mise en lumière par Delporte (Christian), *Les Journalistes en France (1880-1950). Naissance et construction d'une profession*, Paris, Seuil, 1999, chapitre 3.

18 Sur ces mythes d'appui, ayant pour toile de fond après 1875 la conversion du « petit reportage » en « grand reportage », voir Durand (Pascal), « Crise de presse. Le journalisme au péril du "reportage" (France, 1870-1890) », *Quaderni*, n° 24, automne 1994, pp. 123-152.

19 Durand (Pascal), « La "culture médiatique" au XIX^e siècle. Essai de définition-périodisation », *Quaderni*, n° 39, automne 1999, pp. 29-40.

20 Le tournant anthropo-sociologique pris par le mot de culture dans l'usage courant est due

20 La tournure anthropo-sociologique prise par le mot de *culture* dans l'usage savant est due, pour une part, au sens que revêt *Kultur* dans la langue allemande, tel qu'il s'est répandu dans les années 1960-1970 sous l'impulsion des philosophes de l'École de Francfort, assez tardivement traduits en français.

21 Sainte-Beuve (Charles Augustin), « De la littérature industrielle » (*Revue des Deux Mondes*, 1839), dans *La querelle du roman-feuilleton. Littérature, presse et politique. Un débat précurseur (1836-1848)*, textes réunis par Lise Dumasy, Grenoble, ELLUG, 1999, p. 28 [c'est lui qui souligne].

22 *Ibid.*, p. 29 [souligné par Sainte-Beuve].

23 Les expressions « régime professionnel » et « vocationnel » proviennent de Heinrich (Nathalie), *L'Élite artiste. Excellence et singularité en régime démocratique*, Paris, Gallimard, « Bibliothèque des sciences humaines », 2005.

24 Sainte-Beuve, « De la littérature industrielle », éd. citée, p. 26.

25 *Ibid.*, p. 27.

26 *Ibid.*, p. 28.

27 *Ibid.*, p. 31.

28 *Ibid.*, p. 32.

29 Horkheimer (Max) et Adorno (Theodor W.), « La production industrielle de biens culturels. Raison et mystification des masses », dans *La Dialectique de la raison. Fragments philosophiques* (1944), trad. Eliane Kaufholz, Paris, Gallimard, « Tel », 1974, pp. 129-176.

30 *Ibid.*, p. 28.

31 Zola (Émile), « Le Lecteur du *Petit Journal* » (*Le Petit Journal*, 1865), dans *Contes et nouvelles*, éd. Roger Ripoll, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1976, pp. 267-269.

32 Mallarmé (Stéphane), « Notes sur le langage » (1869), dans *Œuvres complètes*, tome 1, éd. Bertrand Marchal, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1998, p. 510.

33 Mallarmé (Stéphane), « Plaisir sacré » (1893) dans *Œuvres complètes*, tome 2, éd. citée, p. 237.

34 Le Bon (Gustave), *Psychologie des foules* (1895), Paris, Presses Universitaires de France, « Quadrige », 1995, p. 88.

35 Tarde (Gabriel), « Le public et la foule » (1898), dans *L'Opinion et la Foule* (1901), Paris, Presses Universitaires de France, 1989, p. 55.

36 *Ibid.*, p. 33.

37 *Ibid.*, p. 40.

38 *Ibid.*, p. 42.

39 James Mark Baldwin (1861-1934), fondateur de l'*American Journal of Psychology* ; Robert Park et Ernest Burgess, auteurs d'un ouvrage ayant fait autorité parmi les sociologues américains des années 1920-1940, *Introduction to the Science of Sociology*, University of Chicago Press, 1921.

40 Lasswell (Harold D.), « Structure et fonction de la communication dans la société » (1948), trad. Catherine Paradeise, dans *Sciences de l'information et de la communication*, édité par Daniel Bougnoux, éd. citée, pp. 699-703.

41 Équipe à laquelle Theodor W. Adorno a été un temps, à son arrivée aux États-Unis, associé pour des enquêtes sur l'audience des programmes de radio, avec Frank Stanton.

42 Voir Lazarsfeld (Paul), avec Berelson (Bernard R.) & Gaudet (Hazel), *The People's Choice : How the voter makes up his mind in a presidential campaign*, New York, Duell, Sloan & Pearce, 1948 et, du même, avec Katz (Elihu), *Personal Influence. The part played by people in the flow of mass communications. A report of the Bureau of Applied Social Research*, Columbia University, Glencoe, The Free Press, 1955.

43 Le succès planétaire d'un McLuhan, à la fin des années 1960, y contribuera à son tour fortement, on l'a vu.

44 Barthes (Roland), « Le Centre d'Études des Communications de Masse : le C.E.C.MAS », *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*, n° 5, 1961, p. 991.

45 Bourdieu (Pierre) & Passeron (Jean-Claude), « Sociologie des mythologies et mythologies des sociologues », *Les Temps modernes*, décembre 1963, n° 211, p. 1002.

46 *Ibid.*, pp. 1020-1021.

47 *Ibid.*, p. 1007.

48 *Ibid.*, p. 1021.

49 De ce chercheur prématurément disparu et dont les articles ont été réunis par ses collègues dans deux ouvrages posthumes, voir notamment *Dissonances. Critique de la communication*, Grenoble, La Pensée sauvage, 1984 et, en particulier, « Genèse de l'appareil d'information en France » (1977), aux pp. 11-19.

Pour citer cet article

Référence électronique

Pascal Durand, « Presse ou médias, littérature ou culture médiatique ? Question de concepts », *COntEXTES* [En ligne], n° 11 | 2012, mis en ligne le 20 mai 2012, consulté le 20 mai 2012. URL : <http://contextes.revues.org/5392> ; DOI : 10.4000/contextes.5392

Auteur

Pascal Durand

Université de Liège

Articles du même auteur

Vers une *illusio* sans illusion ? [Texte intégral]

Réflexivité formelle et réflexivité critique chez Mallarmé

Paru dans *COntEXTES*, n°9 | 2011

La « Bibliothèque de la Pléiade » : un bon objet [Texte intégral]

Compte rendu de Gleize (Joëlle) & Roussin (Philippe), *La Bibliothèque de la Pléiade. Travail éditorial et valeur littéraire*, Paris, Éditions des archives contemporaines, 2009, 197 p.

Paru dans *COntEXTES*, Notes de lecture

Illusion biographique et biographie construite [Texte intégral]

Paru dans *COntEXTES*, n°3 | 2008

L'occulte au fond de tous. Idéologie et sens littéraire commun [Texte intégral]

Paru dans *COntEXTES*, n°2 | 2007

Droits d'auteur

© Tous droits réservés