

IDENTITES EN CONFRONTATION DANS LES MEDIAS : PRESENTATION GENERALE

Marcel BURGER

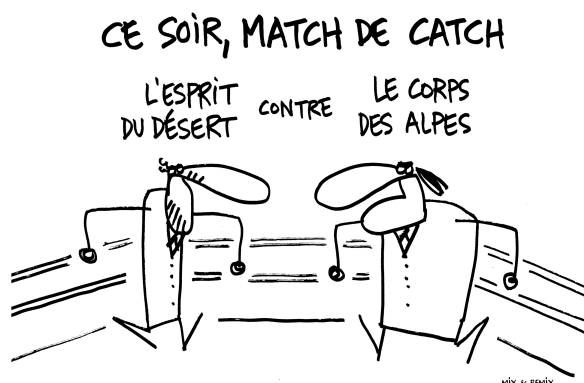
Université de Lausanne – CLSL¹

marcel.burger@unil.ch

Ce numéro des Cahiers de l'Institut de linguistique et des sciences du langage a pour thème la construction discursive des identités dans les médias. On y centre l'attention sur les identités en conflit ou en confrontation ; et plus précisément sur les stratégies mises en œuvre pour disqualifier l'autre ou celles qui consistent pour les médias à mettre en scène et gérer le conflit. Ainsi, des contextes médiatiques favorisant la confrontation sont privilégiés : des débats politique ou de société, des talk shows télévisés mais aussi des entretiens de personnalité. Les douze études de cas proposées constituent la version remaniée de travaux particulièrement aboutis d'étudiants des cursus du Master en sciences du langage et de la communication, du Master de français ainsi que du programme de spécialisation en Analyse des discours et de la communication publics.

1. La confrontation dans les médias

La couverture du numéro par le dessinateur de presse Mix et Remix est exemplaire pour illustrer la problématique de la confrontation des identités dans les médias. Considérons brièvement ce dessin :



1. Dessin de presse par Mix et Remix, émission télévisée *Infrarouge*, mars 2009².

¹ Centre de linguistique et des sciences du langage.

² Le débat « Faut-il interdire les minarets en Suisse ? » a été diffusé le 3 mars 2009 à 22h20 sur la chaîne de service public suisse TSR1.

A l'occasion d'une édition du débat télévisé *Infrarouge* (mars 2009), apparaissent au début de l'émission, en surimpression à l'écran, les caricatures des deux débattants présents sur le plateau. Ces sont des personnalités bien connues dans l'espace public helvétique : Oskar Freysinger et Tariq Ramadan. Le premier, politicien de la droite dure populiste (UDC), prend position pour l'initiative visant à empêcher la construction de minarets en Suisse. Le second, intellectuel mondialement reconnu comme spécialiste de l'islam, dénonce le rôle de l'Union démocratique du centre (UDC) dans la montée de l'islamophobie en Suisse pour en appeler au rejet de l'initiative.

Le dessin représente bien schématiquement les deux positions extrêmes qu'incarnent les débattants. Laissons de côté la dimension iconique du message pour considérer brièvement le message au plan verbal³. Trois aspects sont à souligner.

D'abord, en guise de titre, la phrase sans verbe « Ce soir, match de catch » caractérise l'émission télévisée en cours par l'expression déictique autant que le dessin lui-même figurant un ring occupé par deux protagonistes en posture agressive. Il s'agit là de la rhétorique propre aux annonces de spectacle par affiches (ou flyer etc.) : elle annonce un événement et en donne dans le même temps un aperçu graphique. Ainsi, le média organisateur du débat est-il montré jouant le rôle d'un metteur en scène qui assume d'offrir aux téléspectateurs un spectacle divertissant⁴. En effet, le catch, littéralement « attrape comme tu peux » (cf. Lexilogos), se caractérise par le caractère spectaculaire d'un combat délimité par la permissivité des coups (au contraire de la boxe, fortement régulée). Par ailleurs, le téléspectateur associe sans doute aussi deux traits corrélatifs à la pratique du catch : c'est un combat combinant les dimensions sportive et théâtrale et c'est par conséquent un combat dont la scénographie (et/ou la dramaturgie) est superordonnée avec une issue fortement prévisible. Autrement dit, le combat de catch est un spectacle parce que son enjeu en tant que combat est désamorcé (les coups ne portent pas réellement) et parce que les combattants témoignent d'un savoir faire dramaturgique (ils « se mettent en scène » l'un contre l'autre).

Ensuite, corrélativement, pour que le média puisse garantir le spectacle, il faut que les acteurs soient à la hauteur des attentes propres au genre. D'où précisément le choix de personnalités médiagéniques (au sens de Bourdieu 1996), c'est-à-dire qui garantissent de se comporter en conformité au contrat de « catch ». A l'évidence, tant Freysinger que Ramadan sont connus pour leur savoir faire argumentatif, mais aussi pour leur franc parler et plus généralement une commune aptitude à disqualifier les détracteurs. Indépendamment de cette caractérisation comme des « lutteurs » qui fonde sans doute la représentation que se construisent les audiences de téléspectateurs, les deux protagonistes sont clairement définis par le message verbal du dessin comme étant des instances en confrontation.

³ Il est intéressant de noter que le trait graphique seul – minimaliste – ne permet pas de « reconnaître » les protagonistes comme c'est le cas avec une caricature. Certes, Ramadan est sans doute représenté à gauche par sa barbe naissante, mais, comme si le dessinateur voulait justement emmener le téléspectateur sur cette voie, c'est par la catégorisation linguistique qu'opère l'identification.

⁴ Concernant le rôle des médias comme vecteur de spectacularisation, voir par Burger, Jacquin & Micheli (2011), et Charaudeau (2005a et b), Charaudeau & Ghiglione (1997). Pour la pratique des débats voir Burger (à paraître, Burger (2008), et Jacquin (2011).

On observe en effet une opposition binaire point par point qu'il vaut la peine de détailler. Les deux protagonistes se définissent en opposition l'un par rapport à l'autre, comme en témoigne l'articulation par la préposition « contre » des deux groupes nominaux identifiants. Au plan syntaxique, les catcheurs sont placés à égalité : chacun est défini par un groupe nominal complexe articulant un nom introduit par un défini (ce qui singularise le protagoniste) et un groupe prépositionnel spatialisant (du désert ; des Alpes). C'est à l'évidence pour mieux marquer une opposition foncière autant qu'une complémentarité au plan du sens.

Au plan prépositionnel, on peut faire l'hypothèse que la représentation sémantique prototypique de « désert » implique des traits comme « aride », « chaud », « en plaine » et, éventuellement, « Afrique (du Nord) »⁵ lorsqu'on l'associe au débattant Ramadan. De manière converse, la représentation sémantique prototypique de « Alpes » implique les traits « montagne », « froid », « pittoresque » et, bien sûr, « Suisse » lorsqu'on l'associe au débattant Freysinger. Cette opposition irréductible entre « du désert » et « des Alpes », obtenue par la seule prise en compte du groupe prépositionnel, est complétée par les groupes nominaux.

« Le corps » et « l'esprit » vont de pair : l'un témoigne de l'ancrage physique du sujet dans le monde et l'autre de son ancrage intellectuel. Cependant, « esprit » se démarque traditionnellement de « corps » sur le mode d'une opposition bipolaire, assez connotée dans l'imaginaire socio-culturel occidental : s'agissant de la pratique du débat, l'« esprit » n'est-il pas plus noble, n'est-il pas plus valorisé que ne l'est le « corps » ? La portée d'une telle opposition semble cependant limitée. En effet, d'une part l'esprit-du-désert motive peut-être une inférence négative comme « prêcher dans le désert » ; d'autre part, « corps » dans « corps-des-alpes » amène à inférer « cor » pour envisager une expression (le cor des Alpes) renvoyant à une suisse folklorique, traditionnaliste, voire réactionnaire et donc connotée négativement. Ce dernier point est ainsi l'occasion de témoigner de l'humour du dessinateur, impliquant aussi une lecture potentiellement polémique induite par le genre « dessin de presse ». D'une manière générale, s'agissant d'un débat contradictoire, « l'esprit » caractérise sûrement la force intellectuelle de la raison et de l'argumentation qui s'oppose au « corps » synonyme de force physique émergeant des affects et émotions. Cet aspect de l'opposition achève alors de configurer l'identité de Ramadan (le protagoniste de gauche sur le dessin) et celle de Freysinger (le protagoniste de droite).

Enfin, le spectacle médiatique du catch verbal suppose une issue : un match démarque un gagnant respectivement un perdant. Plus précisément, la bonne (ou mauvaise) performance oratoire (et gestuelle) est fonction de stratégies – des coups d'attaque et des coups de défense – mises en œuvre avec plus ou moins de succès. La performance témoigne dans ce sens du savoir faire acquis en matière de débat et permet à l'analyste de dresser l'inventaire des bons et mauvais coups stratégiques. Plus précisément, dans un débat, la performance de chacun des débattants consiste invariablement à chercher à disqualifier l'autre. L'identité est alors prise pour cible systématiquement, non pas *in corpore*, mais par le biais des constructions opérées

⁵ L'ordre n'a pas d'importance.

dans et par le discours⁶. Et les coups s'échangent ici – puisque il s'agit d'une émission de télévision – en direct dans le flux de l'interaction en face à face. Dans ce sens, la performance est littéralement donnée à voir au téléspectateur, et ceci à deux niveaux : celui d'un savoir faire polémique (l'aptitude à la confrontation) et celui d'un savoir de gestion de l'interaction (l'aptitude à choisir le « bon » moment pour attaquer). Dans tous les cas, le véritable enjeu du spectacle télévisé est représenté par les identités en confrontation⁷.

2. L'identité comme enjeu de la communication

De fait, la construction de l'identité représente un enjeu majeur de toutes les formes de communication, *a fortiori* celles axées sur la déconstruction de l'identité de l'autre, comme dans les débats contradictoires et les talk shows télévisés qui font l'objet des analyses présentées dans ce numéro. Si l'on ne peut pas ne pas communiquer, c'est que le sujet communicant constitue le socle indéfectible de toute communication⁸. Il ne saurait donc y avoir de communication sans sujets à la source et sans destinataire-s. Dans ce sens, l'identité constitue une ressource toujours disponible, et directement émergente de l'événement de communication. Encore faut-il s'entendre sur la réalité même de l'identité en question. De fait, l'analyse des interactions communicatives prend à son compte les réflexions menées en sociologie et en psychologie sociale où deux dimensions de l'identité sont particulièrement sensibles en tant qu'elles font l'objet de constructions et déconstructions dans et par la communication verbale : les « faces » et les « places » du sujet communicant⁹.

Par *face* on entend à la suite de Erving Goffman (1973), l'image de soi socialement construite que l'individu revendique et expose lorsqu'il communique. Pour le bon fonctionnement de la communication, mieux vaut garder la face (i.e. se faire reconnaître comme celui qu'on estime être) en préservant celle des autres. D'où il ressort que les faces se négocient constamment en communication, explicitement en devenant le thème principal du message et/ou implicitement dans la couche des sous-entendus (voir les recherches de Kerbrat-Orecchioni 1990). Mais les faces n'existent pas en tant que telles. Elles dépendent d'une actualisation plus spécifique, liée aux caractéristiques des activités de communication, notamment le genre, comme « débat contradictoire », « entretien de personnalité » etc.

⁶ Pour un exposé sur l'identité comme construction discursive témoignant d'un savoir faire on consultera avec bénéfice Amossy (2010), mais aussi, dans une perspective interactionniste, Kerbrat-Orecchioni (1998) et Zimmerman (1998).

⁷ La confrontation des identités en construction et déconstruction dans des variétés de genres médiatiques a fait l'objet de nombreuses recherches, tant dans le domaine anglo-saxon (par exemple, Hutchby (2001), Tolson (2009) pour les débats et talk shows télévisés ; Clayman (2008) pour les entretiens de personnalité ; Vincent, Turbide & Laforest (2008) pour la trash radio) que dans le domaine francophone (Amossy & Burger 2011 ; Burger 2008, Jacquin 2011, pour les débats publics et les talk shows ; Micheli (2010) pour les débats parlementaires ; Burger, Jacquin & Micheli (2011) pour la gestion des conflits dans les médias).

⁸ Voir les axiomes de l'Ecole de Palo Alto (Watzlawick et al. 1978).

⁹ A partir de la réflexion philosophique fondamentale présentée dans Ricoeur (1993), on consultera la synthèse sur la construction des identités proposée dans Shotter & Gergen (1989).

Dans ce sens, la construction identitaire relève d'une dramaturgie complexe qu'on peut penser à la suite des travaux inspirés de François Flahault (1978) comme une « disposition » à communiquer depuis une certaine *place* :

L'essentiel est qu'étant donnée la place d'où je parle, j'assigne une place complémentaire à l'autre et lui demande, en s'y tenant, de reconnaître que je suis bien celui qui parle de ma place (et, bien entendu, il en va de même pour lui) » (François Flahault 1978 : 70).

Ainsi, le sujet communicant investit simultanément une pluralité de « places » et chacune convoque *ipso facto* l'autre à une place corrélative, ce qui explique la dynamique négociative de reconnaissance et de contestation des identités (voir Vion 1992 ; 1995). En effet, une place d'« expert », par exemple, construite selon des modalités discursives particulières, implique une place corrélative de « non-expert », du moins de « contre expert », laquelle est potentiellement polémique. D'une manière générale, les contenus relationnels — qui touchent à l'identité — sont subjectifs, c'est-à-dire sans signification définitive, et ainsi toujours renégociables.

3. Les études de cas au programme

A une exception près, les corpus analysés dans ce numéro témoignent invariablement de la construction de contextes sinon conflictuels ou polémiques, du moins clairement agonaux. Toutes les études proposées ont pour objet la construction des identités en confrontation en communication et s'attachent plus précisément à dégager le rôle du discours et des unités linguistique dans ce processus.

L'étude de Delphine Abrecht et Géraldine Allaz focalise sur un cas de figure plutôt rare en communication publique et médiatique : un événement (ici un entretien télévisé) qui tourne court, littéralement, car l'une des instances engagées, s'estimant offensée, rompt le contrat de communication et quitte physiquement la scène. Le clash visible sur les sites de vidéos en ligne (Dailymotion) oppose l'écrivain Pierre Péan au journaliste Daniel Schneidermann dans le cadre de l'émission « Arrêt sur images ». L'intérêt de l'étude est au moins double. Elle pointe, pour mieux les démonter, les rouages d'une mise en scène médiatique favorisant avec obstination le conflit. Elle témoigne aussi de l'un au moins des travers de la culture médiatique télévisuelle contemporaine : l'instance médiatique se montre autorisée *a priori*, mais la légitimité de la construction des identités qu'elle opère reste toujours dépendante d'une reconnaissance par l'instance « invitée ».

Sébastien Formica et Pierre Hegetsweiler analysent également le refus de polémiquer dans un contexte ostensiblement conflictuel. Très finement, leur étude de cas montre comment un invité accepte dans un premier temps la confrontation pour mieux s'en départir. A la télévision, dans l'émission de talk show *On ne peut pas plaire à tout le monde*, le comédien Fabrice Lucchini accepte un bras de fer avec l'animateur Marc-Olivier Fogiel, bien connu pour son arrogance, et s'emploie à mettre en œuvre une stratégie d'évitement du conflit particulièrement efficace. Il s'agit pour lui de « sublimer la polémique » pour reprendre le propos des auteurs.

Quant à Carole Henguely et Garance Zenklusen, elles étudient un autre cas de figure *a priori* étonnant. En effet, les auteures analysent dans le détail la manière dont se construit collaborativement un « non débat » télévisé. En effet, dans le contexte des élections présidentielles françaises de 2012, le face à face entre deux candidats « minoritaires », Marine Le Pen et Jean-Luc Mélenchon tourne immédiatement court. La candidate d'extrême droite exploite la parole – et l'audience – médiatiques pour dénoncer le caractère illégitime, selon elle, de la candidature Mélenchon. Or, à l'évidence, la déconstruction d'une telle identité *a priori* garantie par les institutions entraîne le débat sur la pente stérile de la méta communication polémique.

L'étude de Marion Gerber et Thomas Besençon s'ancre elle aussi dans le genre du talk shows télévisé toujours très en vogue. Leur étude d'un extrait de l'émission « On n'est pas couché » montre dans le détail le rôle des médias dans la provocation ou l'évitement de la confrontation. Ainsi conçoit-on comment une instance médiatique gère en même temps ou progressivement des rôles communicationnels différents pour s'engager de manière autoritaire dans un conflit ouvert, ici contre l'actrice Matilda May, qui en fait les frais.

Alain Perrusset s'intéresse également au fonctionnement polémique du talk show télévisé. Il montre avec pertinence comment les attentes et le savoir pré-existant motivent le savoir faire interactionnel et communicationnel, en l'espèce les modes de gestion du conflit. L'étude détaille les stratégies des invités (l'actrice Isabelle Mergault en particulier) pour contrer et/ou prendre le dessus sur les instances médiatiques à charge de polémiquer (Eric Zemmour et Eric Naulleau).

Quant à Elodie Glerum et Lilijan Teofanovic, elles signifient dans le détail comment – et avec quels enjeux confrontationnels – la sphère du politique s'ancre dans le genre médiatique *a priori* respectable du Journal télévisé. Les auteures analysent trois courts extraits mettant aux prises deux instances bien connues du grand public : Tariq Ramadan et Jean-François Copé. Les auteures démontent les rouages de la spectacularisation d'une mise en scène par les instances politiques et médiatiques.

Il en va de même de l'étude de Christine Savoy et Mathias Reynard. Les auteurs s'intéressent au genre du débat de société télévisé *a priori* déterminé par des préoccupations civiques. Alors que l'émission est supposée problématiser l'espace public à fins d'instruction et de réflexion (ici dans le contexte sensible d'une votation fédérale dont l'enjeu est l'interdiction de construire des minarets en Suisse), Savoy et Reynard montrent dans le détail comme il est aisé pour les instances médiatiques de se détourner d'une mission citoyenne pour imposer subrepticement un spectacle confrontationnel.

Marine Kneubühler poursuit la réflexion sur la complexité des stratégies mises en œuvre par les instances politiques. L'auteure montre de manière très convaincante comment plusieurs fronts sont engagés simultanément. Dans les contextes polémiques, les instances politiques sont en effet confrontées non seulement *in corpore* à un adversaire auquel faire face (ici Tariq Ramadan contre Eric Zemmour), mais ils sont aussi confrontés à deux autres réalités constitutives de la communication conflictuelle : d'une part les clichés et stéréotypes

qui structurent les espaces publics contemporains et influencent l'audience, et, d'autre part, les mises en scène médiatiques qui souvent valorisent et même attisent la confrontation, parce que garante d'un spectacle attractif.

Angélique Bossey et Jenny Mesot exploitent le même corpus de travail : la confrontation entre Tariq Ramadan et Eric Zemmour. Cependant, l'angle de leur analyse présente l'intérêt de bien mettre en évidence, par une analyse micro analytique pointilleuse, un aspect essentiel de la construction des identités en communication publique. Les auteures se penchent en effet sur la manière qu'a l'instance invitée sur la scène médiatique de se doter, par et dans le discours et la communication, d'une identité d'expert. Celle-ci va de pair, dans le contexte d'une émission potentiellement polémique, avec la construction d'une identité corrélative inverse, assignée *ipso facto* à l'adversaire : celle de non expert ou de contre expert, éminemment problématique pour celui qui s'en voit affublé.

Quant à Claire-Lise Detrey et Harmony Farinelli, elles centrent l'attention sur la gestion de la confrontation dans une courte séquence visible sur le site de vidéos en ligne Youtube. Il s'agit d'un « clash » retentissant entre deux personnalités publiques et médiatiques (Francis Lalanne et Eric Naulleau). Analysant finement la polémique émergeant du plateau de l'émission télévisée controversée « On n'est pas couché », animée par Laurent Ruquier, l'étude a pour intérêt de montrer le processus même de la construction, étape par étape, d'un désaccord polémique.

Avec l'étude de Vannès Klinger et Aurore Fellay, l'accent est mis sur une dimension très importante de la construction des identités dans l'espace public : le style individuel des politiques. Les auteures focalisent ainsi sur les interventions d'une même instance : le député Daniel Cohn Bendit dans un même contexte : les séances de débats au Parlement européen, en considérant une période temporelle de quatre ans. Ainsi, l'analyse met en évidence des traits récurrents qui témoignent de la mise en œuvre d'un véritable savoir faire polémique.

Les analyses proposées par Amélie Bannwart et Carole Schaub sont les seules à ne pas avoir pour objet la construction des identités proprement en confrontation. Les auteures centrent l'attention le concept télévisé inédit de l'émission « Rendez-vous en terre inconnue ». Elles se penchent plus particulièrement sur la problématisation de l'identité de la chanteuse Zazie chez les indigènes de la tribu Korovai sur les Hauts plateaux de Papouasie. Si le clivage culturel et social des identités est patent, l'intérêt de l'étude est de focaliser – pour les mettre en évidence – sur les contraintes de la mise en scène médiatique qui joue sur la mixité et l'hybridité des genres télévisés.

4. Conclusion

En communication médiatique, l'enjeu identitaire est particulièrement conséquent. Cela est dû à la médiation des messages communiqués et aux valeurs des cultures médiatiques contemporaines, basées sur la spectacularisation par le conflit (voir Maigret & Macé 2005 ; Riutort 2009 ; Neveu 2009).

Dans les médias, la relation intersubjective concrétisée sur des scènes particulières comme celle d'un débat contradictoire télévisé ou d'un talk show radiophonique, par exemple, émerge de manière instable et se négocie dans et par les « places ». Ainsi, par le truchement de ces dernières, les « faces » des sujets s'exposent publiquement à une audience particulière : leur identité est littéralement donnée à voir, sans contrôle possible, à un public de masse, absent de la scène médiatique et non directement répondant. Cette spécificité de la communication médiatique contraint les stratégies de construction identitaire des débattants, lesquels gardent nécessairement à l'esprit d'être exposés au jugement de cette instance tierce.

5. Bibliographie

- AMOSSY, Ruth & Marcel BURGER (2011), « La polémique médiatisée », in AMOSSY Ruth et Marcel BURGER: *Polémiques médiatiques et journalistiques. Le discours polémique en question(s)*, *Semen* n° 31. pp. 7-25.
- AMOSSY, Ruth (2010), *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*, Paris, PUF.
- BOURDIEU, Pierre (1996), *Sur la télévision. Suivi de L'emprise du journalisme*. Paris, Editions Raisons d'agir.
- BURGER, Marcel, Jérôme JACQUIN & Raphaël MICHELI (2011), « L'analyse de la confrontation dans les discours policito-médiatiques contemporains » in BURGER, Marcel, JACQUIN, Jérôme & Raphaël MICHELI (éds) (2011), *La parole politique en confrontation dans les médias*, Bruxelles, De Boeck, pp.7-24.
- BURGER, Marcel (à paraître), « Toutes ces propositions sont antisociales » : émergence de l'indignation citoyenne dans un discours de débat télévisé », *Bulletin VALS-ASLA* n° 34.
- BURGER, Marcel (2008), « Analyzing the Linguistic Dimension of Globalization in Media Communication: the Case of Insults and Violence in Debates » in PERRIN Daniel & Eva Lia WYSS (eds), *Media Linguistics from a European Perspective : Language Diversity and Medial Globalization in Europe*", *VALS / ASLA* (1), Special Issue.
- CHARAUDEAU, Patrick (2005a), *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*, Paris-Bruxelles, DeBoeck, pp. 21-102.
- CHARAUDEAU, Patrick (2005b), *Le Discours Politique. Les Masques du Pouvoir*, Paris, Vuibert.
- CHARAUDEAU, Patrick & GHIGLIONE Rodolphe (1997), *La parole confisquée*, Paris, Dunod, pp. 27-130.
- CLAYMAN, Stephen E. (2008), « Talk in Interaction As a Locus For Media Studies », in BURGER Marcel (éd.), *L'Analyse linguistique du discours des médias. Entre sciences du langage et sciences de la communication*, Québec, Nota Bene, pp. 83-105.
- FLAHAULT, François (1978), *La parole intermédiaire*, Paris, Seuil, chap. 4 et 5, pp. 101-152.
- GOFFMAN, Erving (1973), *La mise en scène de la vie quotidienne: la présentation de soi*, Paris, Minuit, pp. 225-240.
- HUTCHBY, Ian (2001), « Confrontation as a Spectacle : the Argumentative Frame of the Ricki Lake Show » in TOLSON Andrew, *Television Talk Shows*, London, Lawrence Erlbaum Associates, pp. 173-192.
- JACQUIN, Jérôme (2011), « Orientation interactionnelle et multimodale vers l'activité de débattre ». Analyse d'un extrait de débat public », *Mots*, n° 96.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine (1998 [1990]), *Les interactions verbales. Approche interactionnelle et structure des conversations*, tome 1, Paris, A. Colin, chap. 1 & 4.

- MAIGRET, Eric and Eric MACE (2005), *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Paris, A. Colin.
- MICHEL, Raphaël (2010), *L'émotion argumentée. L'abolition de la peine de mort dans le débat parlementaire français*, Paris, Ed. du Cerf.
- NEVEU, Erik (2009), *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte, pp. 22-80.
- RICOEUR, Paul (1990), *Soi-même comme un autre*, Paris, Seuil.
- RIUTORT, Philippe (2009), *Sociologie de la communication politique*, Paris, La Découverte, chap. 2 à 4, pp. 28-101.
- SEARLE, John R. (2010), *Making the Social World. The Structure of Human Civilization*, New York, Oxford University Press.
- SHOTTER, John & Kenneth GERGEN (1989), *Texts of identity*, London Sage.
- TOLSON, Andrew (2001), « Introduction : the Talk Show Phenomenon » and « Talking about talk : the academic debates » in TOLSON Andrew, *Television Talk Shows*, London, Lawrence Erlbaum Associates, pp. 1-6 et 7-30.
- VION, Robert (1992), *La communication verbale*, Paris, Hachette, Chapitres 3 à 5.
- VION, Robert (1995), « La gestion pluridimensionnelle du dialogue », *Cahiers de linguistique française* 17, pp. 179-204.
- VINCENT, Diane, Olivier TURBIDE & Marty LAFOREST (2008), *La radio X, les médias et les citoyens. Dénigrement et confrontation sociale*. Québec, Nota Bene.
- WATZLAWICK, Paul, Janet HELMICK BEAVIN & Don JACKSON (1978), *Une logique de la communication*, Paris, Seuil.
- ZIMMERMAN, Don H. (1998), « Identity, Context and Interaction », dans Charles ANTAKI & Sue WIDDICOMBE (eds), *Discourse Identities and Social Identities*, London, Sage, pp. 87-106.