

ETHOS, ÉNONCIATION, MÉDIA

Sémiotique de l'ethos¹

Guillaume Soulez²

Une dizaine d'années après ses débuts, la sémiologie redécouvre la Rhétorique et l'intérêt de cette approche pour l'étude du langage et de la communication. Barthes imagine ainsi sa transposition sémiologique pour l'étude de la culture de masse³. Or, ce "retour" du rhétorique prend la forme, chez Barthes, mais aussi chez Genette, Todorov, ou chez le Groupe μ , etc., d'un intérêt porté principalement sur les *figures* (de rhétorique), alors que la Rhétorique ancienne privilégiait l'orateur et la parole publique au sein d'une "agora", agora que semble précisément reprendre la scène médiatique, et la scène télévisuelle en particulier qui met en avant un orateur (présentateur, animateur, journaliste, homme public, etc.). Le texte d'Aristote, en effet, offre avec la notion d'*ethos* –dans une première approximation

¹ Ce texte est la version écrite d'une conférence faite lors d'une journée d'études consacrée à l'ethos, organisée à l'Université Paris-II, le 23 novembre 2001, par le GRAM (Groupe de recherches en analyse du discours des médias, groupe d'étude de la Société française des Sciences de l'information et de la communication). C'est l'occasion de remercier les animateurs du GRAM, et Simone Bonnafous en particulier, de leur invitation.

² Université de Metz, Laboratoire Communication et politique (CNRS).

³ R. BARTHES, "L'ancienne Rhétorique. Aide-mémoire", *Communications*, n° 16, "Recherches rhétoriques", [1970], réédition Seuil Folio, 1994, pp. 254-333.

“l’image que l’orateur donne de lui-même à travers son discours” – un point d’ancrage très solide pour analyser ces orateurs, leur parole et leurs jeux de positionnement. C’est pour combler ce hiatus que nos premières recherches sur l’ethos ont visé à rendre compte d’une autre présence du rhétorique dans les médias autour du rôle et de l’image de l’orateur, mais aussi à interroger, depuis cette perspective, les outils et les méthodes de la sémiologie pour analyser les productions audiovisuelles¹.

Du point de vue des disciplines, on pourrait dire rapidement que la sémiologie était en fait tributaire d’une histoire qui expliquait la disparition de la rhétorique oratoire au profit d’une rhétorique figurale. Avant elle, ses sources, la linguistique et la Poétique s’étaient contentées de ce qu’il restait de la glorieuse Rhétorique au XIX^e, c’est-à-dire les figures pour l’essentiel, ou, au mieux une Rhétorique “restreinte” à l’Éloquence (au “bien dire”). Bien entendu, comme Perelman l’avait noté², la Rhétorique n’avait pas disparu entre temps des pratiques sociales, et s’était perpétuée partiellement au sein de l’éducation mais aussi au sein de l’espace judiciaire et politique (les États-Unis ayant d’ailleurs poursuivi au cours des XIX^e et XX^e s. la transmission de cet héritage dans des *Speech Departments* attachés à l’étude et à la pratique du discours public). Comme le note Perelman, et comme l’atteste l’évolution au XX^e s. des *Speech Departments* en “*Speech & Communication Departments*”, les discours publics maintiennent aujourd’hui une pratique rhétorique vivante dans les médias. D’où, en quelque sorte, la “fausse surprise” de la redécouverte de la Rhétorique par Barthes dans les années 1964-70.

Pour étudier cette pratique, nous souhaiterions proposer ici une *sémiotique de l’ethos* pour pouvoir l’articuler aux recherches de la sémiologie de l’image et déboucher ainsi sur une description plus complète des signes médiatiques. Nous nous inspirons d’une démarche sémiotique pragmatique, telle qu’elle est proposée par R. Odin³ ou F. Jost⁴, qui consiste, d’une part, à déterminer quel est le

¹ G. SOULEZ, *Pour une rhétorique de la télévision*, Diplôme d’Études Approfondies, sous la dir. de Roger Odin, Université de Paris 3, juin 1996.

² Ch. PERELMAN et L. OLBRECHTS-TYTECA, *Traité de l’argumentation*, [1958], Bruxelles, Éd. de l’Université de Bruxelles, 1988.

³ R. ODIN, “Pour une sémio-pragmatique du cinéma”, *Iris*, n° 1, Paris, Analeph, 1983, pp. 67-82.

⁴ Fr. JOST, *Un monde à notre image. Énonciation, cinéma, télévision*, Paris, Méridiens Klincksieck, 1992.

contexte dans lequel les signes peuvent prendre sens, et à étudier, d'autre part, les opérations sémiotiques elles-mêmes. Dans ce cadre, nous proposons d'étudier les pratiques d'orateur, le cadre et la perception sociale de ces pratiques de discours public, y compris dans leur dimension professionnelle, afin de définir *le contexte de l'ethos* à partir duquel une sémiotique est possible. Le second temps consiste alors à proposer une transformation de l'ethos en matrice sémiotique grâce à une sémiotique fondée sur l'énonciation, ceci afin de permettre l'étude de la *sémiotisation de l'ethos*. Une troisième étape, objet d'un prochain travail, consistera à déterminer quelles sont les matières signifiantes (par exemple l'oralité) sur lesquelles la sémiotisation de l'ethos se développe plus particulièrement.

Nous ne partons pas d'une définition plus avancée de l'ethos pour l'instant, mais nous visons à le cerner un peu plus à chaque étape. Nous défendrons en particulier l'idée que, pour prendre en compte l'ethos en son contexte médiatique, il est nécessaire de faire une part importante au caractère public de l'ethos et à la profession de l'orateur et que, sur le plan des opérations sémiotiques, si l'on veut proposer une sémiotique de l'ethos, il faut renoncer à un paradigme indiciel (comme celui qui préside aux analyses de la présentation, en particulier depuis Eliseo Veron) et proposer une approche du *signe ethotique* à partir d'une forme spécifique d'iconicité.

1. L'ethos en contexte : l'ethos comme *adéquation*

La construction d'une image de soi dans le discours se situe sur la frontière fragile entre la mise en jeu du "sujet" qui s'exprime et les normes sociales de la parole publique, en particulier lorsque l'on possède, comme les journalistes, une personnalité à la fois identifiée et pourtant toujours remise en jeu par les événements. C'est pourquoi, il nous semble nécessaire de préciser en premier lieu le rapport de l'ethos au "sujet", puis de réfléchir sur ce que l'ethos propose comme relation aux normes morales d'une société puisqu'à travers l'ethos est pointé le caractère moral de l'orateur. Enfin, nous aborderons la question de l'orateur médiatique en tant qu'il est un orateur professionnel.

1.1. Ethos et expression publique

Tout acte d'expression prend place dans un espace social qui détermine les conditions de cet acte, le statut de celui qui exprime, le rôle que joue cet acte dans la situation, etc. À l'intérieur de ces paramètres, il en est qui concernent l'image que l'orateur donne de lui-même à travers son discours. Ainsi, dans une conversation entre intimes cette image compte peu, les interlocuteurs se connaissant de près ; on peut même dire que ce qui s'apparenterait chez l'un des interlocuteurs à des manifestations trop claires du désir de construire une image positive de lui-même serait rapidement critiqué par l'autre qui lui rappellerait l'inutilité de cette image ("je te connais bien, je te connais trop"), voire sa nocivité pour une relation authentique ("tu n'as pas besoin de ce genre de procédé avec moi, pour qui me prends-tu ?" etc.). Au contraire, dans le discours public, l'ethos joue un rôle déterminant en l'absence d'accès à une connaissance profonde de l'orateur, puisqu'il participe de la confiance que l'auditeur peut accorder à celui-ci, confiance qui a parfois plus de poids que l'argument lui-même, en particulier lorsque l'auditeur hésite entre plusieurs options ou lorsque l'affaire est embrouillée. C'est pourquoi Aristote explique qu'on pourrait presque dire que le discours emprunte sa plus grande force de persuasion à l'ethos, que l'ethos est souvent le dernier recours en cas de doute.

Le pouvoir persuasif de l'ethos s'appuie dès lors sur l'idée qu'en situation publique ce que *montre* l'orateur à travers son discours (et non pas le discours qu'il tient sur lui-même) révèle davantage sa personnalité, son caractère moral, voire ses intentions, que ce qu'il *dit*, pour reprendre une distinction bien connue. Outre les travaux interactionnistes qui ont souligné avec Goffman le rôle de cette "monstration", en se situant surtout du côté de l'orateur (par exemple avec la notion de "face-work"), c'est l'anthropologue et linguiste Edward Sapir qui a le mieux explicité, il nous semble, du côté de l'auditeur comment nous guettons en permanence chez un interlocuteur la part que nous attribuons à sa personnalité, comment "nous sondons sa personnalité" en permanence en nous appuyant sur la façon dont un individu fait usage des "modèles" sociaux disponibles, c'est-à-dire en guettant les "variations" liées à la voix, à l'intensité, au

groupement de mots, que nous attribuerons à sa personnalité¹. Comme il le signale, Sapir s'inspire ici de la psychanalyse ; cependant, il ne décrit pas le sujet analytique mais le rôle d'un acteur social pris dans une dialectique de la différence et de la conformité sociale. Ce "guet" et cet ensemble de traits (voix, etc.) sont la base anthropologique à partir de laquelle on peut concevoir l'ethos, mais celui-ci, non seulement synthétise ces éléments, mais envisage l'effet global produit par le discours –incluant par exemple les types d'arguments choisis– et leur donne un sens nécessairement public.

Une remarque de Goffman à propos de la situation d'auditoire par opposition à la conversation, renforce cette idée du guet en situation publique, dans la mesure où, les auditoires, "éloignés spatialement" de l'orateur, "ont le droit de scruter celui-ci directement, avec une franchise qui serait offensante dans une conversation". C'est pourquoi, le rôle de l'auditoire pour Goffman, est "d'apprécier ce qui est dit, et non d'y répliquer directement"². Détaché même du regard de l'orateur, ou de celui, imaginaire, du présentateur ou de l'homme public qui s'exprime, l'auditeur de radio ou le lecteur d'un journal ou d'un roman nous paraît avoir la même capacité de scruter une voix, une photographie ou un texte qui manifesterait telle ou telle personnalité, alors même que l'adresse publique de l'écrivain ou de l'orateur radiophonique ou télévisuel mime parfois le ton de la conversation du fait de l'éclatement de l'auditoire en auditeurs plus ou moins reliés.

Il nous paraît important d'insister sur le caractère public de l'ethos – l'idée même d'un "ethos privé" apparaît d'ailleurs comme une contradiction dans les termes, car ce que montre l'orateur à travers son discours –la façon dont il prend en compte la sensibilité de son auditoire, le choix de ses arguments, son ton de voix, etc.– n'est pas non plus ce que l'orateur "laisse voir" au sens de laisse échapper (*lapsus*). On peut, de ce point de vue, prendre quelque distance avec l'utilisation que Sapir fait de la psychanalyse. On s'en rend compte, entre autres, car le lapsus a sa place dans la conversation intime (il peut être repris, explicité ou thématisé), tandis qu'il a un statut bien plus délicat dans le discours public (on ne le relèvera pas, ou l'on ne l'explicitera pas, par exemple en souriant, ou l'on proposera une tournure métalinguistique qui préserve globalement la "face" de l'orateur, etc.). Laisser voir met en cause la *personne* elle-même (ou

¹ E. SAPIR, *Anthropologie*, trad. fr., Paris, Éd. de Minuit, 1967.

² E. GOFFMAN, *Façons de parler*, [1981], Paris, Éd. de Minuit, 1987.

le "sujet" de la psychanalyse), d'où la délicatesse de la situation, ce que ni le "dire" ni le "montrer" habituel ne mettent en jeu à ce point. S'il est particulièrement "révélateur" comme on dit, le lapsus risque d'ailleurs souvent de miner ou de ruiner l'image de soi que propose l'orateur en situation publique. Le jugement qu'un auditoire peut porter sur le "montrer" que manifeste l'ethos par opposition au jugement qu'il peut porter sur le "montrer" du lapsus, ce que l'orateur "laisse voir", reste donc assez strictement lié à la *personnalité* de l'orateur au sens strict, c'est-à-dire la part sociale de son identité, ou plus exactement à la façon dont tel ou tel orateur projette une identité dans la situation sociale considérée, qu'il s'agisse de se conformer à des règles sociales déterminées par la situation, ou de "construire" pour partie cette image pour tirer profit de la situation (se valoriser, profiter de cette image pour défendre un point de vue, etc.). Qu'il y ait un lien entre personne et personnalité, c'est une évidence voire une nécessité, mais, précisément, le champ social protège partiellement la "personne" en mettant en avant le contrôle qu'exerce le sujet parlant sur lui-même en situation publique, ce qu'atteste bien *a contrario* l'idée même de lapsus, c'est-à-dire de perte de contrôle. On peut même dire que, de ce fait, certains lapsus pourront ne pas être repérés, puisque le contrôle sera présupposé. Aussi, lorsqu'un auditoire se prononce sur l'ethos, il se prononce sur ce que *l'orateur ne dit pas mais montre, sans que cela signifie pour autant que l'orateur perde le contrôle de ce qu'il montre, c'est-à-dire de son image sociale*. L'ethos est à portée de l'auditoire, soit parce qu'il est impossible ou inenvisageable d'accéder à la personne de l'orateur, soit parce que, au contraire, ce n'est justement pas sa personne qui est en jeu mais sa conformité à une règle sociale (un officier qui lance ses troupes au combat doit non seulement dire mais montrer sa confiance dans l'opération), ou le poids que sa *personnalité* peut avoir dans un échange social (la confiance déterminant par exemple un choix politique). L'ethos, en tant qu'il est lié à une personne, est un substitut du "sujet", le sujet donne le change à travers l'ethos : celui-ci est alors comme un *tenant-lieu de sujet*, tant pour le sujet lui-même que pour celui auquel il s'adresse, d'où, à la fois, son caractère public et la force paradoxale de son expression.

1.2. Ethos et conventions morales

L'ethos est donc double : expression d'un *tenant-lieu de sujet* et image sociale de l'orateur. Ce double caractère engage la position de l'orateur par rapport à ce qu'il dit – il doit paraître fiable, honnête (ce qu'Aristote désigne du terme d'*arété* – vertu) et doté d'un certain bon sens, d'une certaine sagesse (*phronésis*) et, par rapport à ceux auxquels il s'adresse, il doit paraître bien disposé à l'égard de son auditoire (c'est l'*eunoia*). Ces "qualités" de l'orateur s'expriment dans les termes de la moralité, d'où la notion d'"ethos" ou sa traduction latine par "mœurs oratoires" – les mœurs telles que les manifeste le discours (et non pas les mœurs réelles de l'orateur). L'image de l'orateur est saisie du point de vue de sa moralité, et non pas du point de vue d'autres traits de personnalité. Plus exactement, pour que l'on puisse appréhender sa personnalité, celle-ci est vue à travers un *prisme moral*, probablement parce que ce prisme moral est en jeu dans la relation à l'auditoire (essentiellement autour d'une forme de "respect" de l'auditoire : ne pas le tromper, tenir compte de lui) et dans la relation en quelque sorte de l'orateur à lui-même (sa "sincérité"). On pourrait s'interroger sur l'origine de ce prisme moral pour appréhender le discours public, notons simplement ici que cette dimension morale de l'échange est une constante de la réflexion sur les conditions sociales de l'échange, qu'il s'agisse, entre autres, du caractère normatif des maximes conversationnelles de Grice, du rôle de l'étiquette et de la politesse chez Goffman, de l'engagement propre au discours sérieux chez Searle, ou des normes de l'échange communicationnel chez Habermas, etc.

Il y a alors deux dimensions de cette moralité de l'ethos qui sont très imbriquées : l'une est le respect des *règles* de l'échange, l'autre est le respect, plus généralement, des *conventions* morales du groupe devant lequel – ou de la société au sein de laquelle – l'orateur s'exprime. À strictement parler, on peut dire que l'ethos ne concerne que la première dimension, qui est proprement produite par le discours en tant que discours, tandis que la seconde dimension relève davantage de la manifestation de contenus thématiques conformes, la partie discursive de cette seconde dimension se bornant à une forme de censure (ne pas faire référence à des contenus choquants, par exemple) ou à la mise en œuvre d'un *habitus* social et moral. C'est

pourquoi la première dimension peut traverser les siècles bien davantage que la seconde, même si elle est, bien entendu, affectée par les conventions sociales d'une époque ou d'un groupe. Inversement, la seconde dimension peut servir d'habitable à la première (à travers une extension du sens d'ethos, on accolera alors un adjectif à ethos, comme "ethos galant" ou "ethos janséniste" par exemple). *Arété*, *phronésis* et *eunoia* ont vraisemblablement un contenu moral différent aujourd'hui, et portent des noms un peu différents, mais le souci dont elles témoignent demeure, à savoir un échange régulé et respectueux.

L'ethos est donc la *rencontre entre la personnalité de l'orateur et ce souci moral*. La situation de l'échange est alors vue en tant que *situation axiologique* par l'auditoire, à partir de laquelle, étant donnés les circonstances, les conventions sociales et le discours de l'orateur, l'auditoire se prononce sur la "moralité" de l'orateur. Lorsqu'il y a une "catastrophe" (circonstance), un homme public, un journaliste, s'il apparaît publiquement, même s'il n'a pas de rapport avec l'événement, même si son apparition n'est pas liée à cet événement, est tenu (convention) dans notre société de manifester une certaine "compassion" pour les victimes. Si ce trait moral (relevant ici de l'*eunoia*) n'apparaît pas dans son discours, il "manque" : l'orateur apparaîtra alors "froid", et le reste de son discours en sera affecté.

Cette dimension morale est centrale dans l'adaptation de l'orateur à son auditoire, qui est l'une des règles intangibles de la Rhétorique. Le philosophe américain Allan Gibbard, dans une perspective assez proche de la Rhétorique ancienne, propose des instruments pour analyser précisément le sentiment moral en tant qu'il est le fruit d'une adaptation au contexte social et aux circonstances d'énonciation. Pour comprendre comment réagit un auditoire au discours d'un orateur et du même coup à l'attitude de cet orateur, on peut considérer avec Gibbard que nos "jugements moraux" consistent en des jugements sur "comment sentir"¹. C'est-à-dire que nos sentiments seront "justes" selon qu'ils seront ou non adaptés, selon qu'il sera adéquat ou non de les manifester dans telle ou telle situation. L'absence de compassion peut ainsi être jugée non pas d'un point de vue psychologique renvoyant à une "intériorité", mais bien du point de vue d'une norme sociale : il est juste de ressentir de la compassion dans telle circonstance. De fait, explique Gibbard, nos sentiments ne

¹ A. GIBBARD, *Sagesse des choix, justesse des sentiments. Théorie du jugement normatif*, Paris, PUF, 1996, VII – préface.

sont pas complètement construits, mobilisés en nous, c'est la situation qui les fait paraître d'une façon que nous jugeons adéquate aux circonstances. L'auditoire se prononce donc sur cette adéquation et non pas sur le sentiment lui-même, comme le montre chez Camus l'exemple de Meursault qui apparaît insensible à la mort de sa mère lors de son procès. Pour ses juges, il aurait dû manifester son émotion au moment du procès. Le caractère moral de l'orateur ne consiste d'ailleurs pas proprement en des sentiments moraux mais en une disposition générale par rapport à l'expression de certains sentiments. *Arété*, *phronésis* et *eunoia* sont trois manières de dire l'adéquation de l'orateur à une série possible de sentiments qui peuvent être manifestés : l'*eunoia*, par exemple, n'est pas la compassion (sentiment moral), mais est une disposition favorable à la manifestation de la compassion dans les circonstances appropriées. Un orateur "froid" est alors un orateur qui a manqué de manifester sa compassion au moment où il fallait, quels que soient ses sentiments personnels ou "intérieurs" par rapport à l'événement. À l'inverse, l'orateur adéquat suscite chez l'auditoire l'hypothèse qu'il montre le sentiment qu'il faut. Aussi, un téléspectateur interviewé dans une émission sur les anciens présentateurs de télévision évoque à propos de Roger Gicquel : "S'il annonçait une catastrophe, tout ça, oui, effectivement, *il prenait part*, il faisait pas simplement de le dire".

1.3. La profession d'orateur

Cette attente d'adéquation est d'autant plus forte chez l'orateur professionnel, journaliste ou homme politique : on excuserait davantage un chanteur venu parler de son disque sur un plateau de télévision s'il n'évoque pas sa compassion à l'occasion de la même catastrophe. Prenons le cas des journalistes : la récurrence sur la scène publique des termes d'"objectivité", de "compétence"... montre que l'interprétation de l'expression journalistique est déterminée par la perception publique du caractère professionnel de l'orateur par un auditoire non professionnel, ce qui suppose l'existence de lieux et d'un système de conventions. L'un de ces lieux est en particulier la presse elle-même, qui rappelle régulièrement quelles sont les qualités tout à la fois morales et professionnelles du bon journaliste (on l'a vu par exemple à l'occasion de la mort de journalistes en Afghanistan). Si on prend le cas des journalistes de télévision, on constate que le

courrier des lecteurs des suppléments télévision des journaux ou des hebdomadaires de programmes comporte de nombreux commentaires publics sur les personnalités morales des journalistes, et plus particulièrement des présentateurs, qui sont les journalistes les plus exposés aux auditoires. Le journaliste est construit par les lecteurs comme un personnage qui dispose de ressources expressives importantes (sérieux, humour, recul...) pour faire paraître son point de vue moral. On a pu le mesurer à l'occasion de l'éviction de Bruno Masure en 1997. En quelques semaines de révolte contre cette décision, les lecteurs dressent le portrait de B. Masure en accumulant les éléments de personnalité et en les liant au fait de parler de l'actualité : les lettres évoquent ses boutades et sa connivence, sa distance, son sérieux dans les circonstances nécessaires, un véritable "portrait moral" du journaliste en tant que journaliste. Ainsi dans *Télérama*, le 15 octobre 1997 : "De quel droit me prive-t-on de lui ? Je n'ai rien à me reprocher à son égard ! Un lien affectif, fût-il unilatéral, cela se respecte. (...) Le vrai sérieux, c'est "être là", s'impliquer vraiment. Bruno Masure impliquait sa personne de la seule façon crédible qui soit : en prenant ses distances. Etc." Le lecteur de presse, consommateur de bribes de vie des stars du petit écran, de couvertures et d'interviews de professionnel, est donc bien un téléspectateur qui s'intéresse aux intonations, mimiques, jeux de mots ("il était là avec nous, avec moi, totalement présent, y compris par la force du dicton bidon", *même lettre*), parce que ces tournures proposent un rapport personnalisé à l'actualité sous l'angle moral et donnent, du point de vue du téléspectateur, une épaisseur à la parole du présentateur, malgré, ou plutôt *contre*, le prompteur.

L'expression d'un journaliste met donc en jeu à la fois sa *légitimité* d'orateur –le statut social, l'institution ou l'organisation médiatique qui l'autorisent à délivrer une information– et sa *capacité* d'orateur –les manifestations par lesquels il apparaît digne d'être un journaliste. L'ethos porte donc plus spécifiquement sur la capacité de l'orateur : *il montre ce dont il est capable du point de vue de l'adéquation morale de son discours avec les circonstances*. Dans cette perspective –qui a peu à voir avec les critères internes explicites de la profession, avec la déontologie– un journaliste qui ne manifesterait pas d'émotion à l'occasion de la mort d'une princesse très aimée (comme Diana) serait considéré comme faisant peu de cas de son public. C'est un reproche qui a été fait à Bernard Langlois, présentateur du *20 H* d'Antenne 2, au point de conduire à son licenciement

lorsqu'il a comparé en 1982 l'importance de la mort de Grace de Monaco à celle, simultanée, de Béchir Gémayel, au détriment de la première parce qu'elle avait moins de conséquences politiques. Cette capacité est évaluée avec des critères très variables selon les cultures puisqu'on sait qu'un présentateur allemand –dont la légitimité est celle d'un *speaker* et non d'un journaliste– doit au contraire s'en tenir à une réserve de bon aloi. Le présentateur anglais, lui, est un journaliste, mais il doit manifester davantage de recul que le présentateur français dont la “bonne” position est de marquer une certaine implication, en particulier depuis l'instauration du présentateur unique, c'est-à-dire depuis Joseph Pasteur (dont le modèle revendiqué à l'époque était Walter Cronkite, le “nice guy”, traduit en français par “chic type” par Pierre Desgraupes) jusqu'à Poivre d'Arvor. Citons un article de *Télé 7 Jours* en faveur de la solution du “présentateur unique” à l'américaine en août 1971 : “Du lundi au vendredi, vingt millions de spectateurs vont l'écouter, et le regarder tous les soirs. Les autorités ne semblent plus craindre qu'un journaliste de la TV accède à la célébrité nationale. Au demeurant, Pasteur n'est-il pas, comme Walter Cronkite, un «nice guy»” ? Mettant en vis-à-vis sur une double page, une photographie de Joseph Pasteur et une couverture de *Life* représentant Cronkite avec le même sourire discret, le journal évoque l'art de Cronkite qui bénéficie déjà d'un “*teleprompter*” mais est “capable d'improviser brillamment lorsque les circonstances l'y obligent”, et de donner cette “petite touche personnelle inimitable”. De la même façon, note *Télé 7 Jours*, Desgraupes souhaite ainsi “pasteuriser” le journal.

Cette capacité mêle donc deux aspects interdépendants qui définissent là encore, en tant qu'il est cette *interdépendance même*, l'ethos : la performance de l'expression et le positionnement moral. Un débit calme et “assuré” produit l'image d'un orateur serein, un mot “juste” est à la fois une expression bien tournée et une position morale, etc. D'où les nombreux manuels d'écriture pour journalistes qui recourent à la tradition rhétorique plus ou moins explicitement, ou, dans l'audiovisuel, la formation proposée par le Centre de Formation des Journalistes (CFJ) à la parole en public, devant une caméra, formation que reçoivent tous les apprentis journalistes désirant travailler dans l'audiovisuel, et qui assure *a minima* la qualité de la performance pour éviter les conséquences fâcheuses d'une performance mal maîtrisée, mais évoque aussi l'image que doit donner le journaliste de lui-même lorsqu'il est présent à l'image et la façon dont

il peut ou doit s'adresser au public. Légitimité professionnelle et conventions sociales ou culturelles, contexte politique (la notoriété du présentateur unique ne menace plus les "autorités") à quoi l'on pourrait ajouter précisément dans certains cas l'identité sociale propre de tel ou tel orateur bénéficiant d'une certaine notoriété, constituent donc le fond sur lequel se déploie la capacité de l'orateur telle qu'elle est perçue au travers de son expression publique par un auditoire, selon une interprétation morale de son activité professionnelle. Pasteur est un "nice guy" parce que c'est un journaliste flegmatique et honnête (cela renvoie au contexte professionnel, culturel, personnel), c'est aussi, quelques années après 68, un "nice guy" par rapport aux autorités (c'est le contexte politique)... On peut facilement délinéer ce que serait un ethos spécifiquement professionnel à partir de ces cadres tels qu'ils apparaissent dans la presse ou dans les émissions de radio ou de télévision consacrées aux médias, pour des professions comme celles de journalistes ou d'animateurs. À la *crédibilité* des journalistes (fondée essentiellement sur la "confiance" que produit leur *arété*), on pourrait opposer l'*amabilité* au sens littéral des animateurs, l'*eunoia* apparaissant comme la capacité première de l'animateur (Michel Drucker en serait le parangon français), ce "dévouement" en faveur du public pouvant amener l'animateur à perdre la mesure (*phronésis*) comme le montre le cas de Patrick Sébastien par exemple. La speakerine a longtemps joué ce rôle dévolu aujourd'hui aux animateurs (certaines speakerines sont d'ailleurs devenues des animatrices). Citons cette lettre tirée d'un *Télé 7 Jours* de septembre 1971 à propos d'une nouvelle speakerine, Jacqueline Alexandre : "son sourire si naturel, à peine pointé, tout le long de ses exposés, prononcés clairement, à haute et intelligible voix, voix prenante, qui sollicite si gentiment et si discrètement un «pardon» lors d'une rare erreur (...) Si sa personnalité se rapporte à ses apparences, elle est le phénix des téléspeakerines".

Aussi, loin de dispenser les orateurs de faire la démonstration de leur capacité, la légitimité de ces orateurs fait au contraire d'eux des orateurs professionnels qui sont observés plus attentivement et jugés parfois plus sévèrement (licenciement de Langlois, jugement doux-amer sur les autres speakerines qui manquent de naturel dans la lettre citée à l'instant, etc.) que leurs invités qui ne sont que des orateurs "amateurs" dont la capacité ne fait pas l'objet d'un tel intérêt et d'un tel traitement social. D'un orateur professionnel nouvellement arrivé sur la scène publique, on attend aussi qu'il confirme sa légitimité par

la démonstration de sa capacité, comme on vient de le voir. À la différence de l'univers aristotélicien, la prise en compte du contexte socioprofessionnel apparaît donc comme un élément indispensable si l'on veut étudier aujourd'hui l'ethos, en tout cas dans les médias, dans la mesure où le statut de l'orateur (journaliste, homme politique, expert...) et le rôle reconnu socialement à sa parole, sa gestualité, etc. déterminent fortement l'exercice de son expression publique, c'est-à-dire le cadre au sein duquel l'ethos prend sens dans telle ou telle situation.

Si on résume ce que cette étude du contexte nous apprend, on pourrait dire qu'à l'opposé de l'image produite par un orateur malgré lui, l'ethos peut donc se définir plus précisément comme l'image de soi de l'orateur en tant qu'elle est la rencontre entre un *tenant-lieu de sujet* et d'une image sociale, rencontre considérée aux yeux de son auditoire comme une *adéquation* de l'orateur à la moralité requise par une situation donnée. Cette adéquation est mesurée par la capacité de l'orateur, c'est-à-dire sa faculté à produire en situation une performance expressive qui témoigne d'un positionnement moral ("prendre part"). Cette capacité est d'autant plus attendue que l'orateur est un professionnel de l'expression publique, ce que souligne l'importance dans le champ social, y compris dans sa manifestation médiatique, du rôle et du poids des jugements sur la personnalité des orateurs.

Nous allons maintenant voir comment ce substrat social et culturel donne lieu à des opérations sémiotiques telles qu'un lecteur-télespectateur puisse écrire –lui qui n'a accès précisément qu'à une "apparence" à travers une voix claire ou "prenante"– que cette apparence met en jeu la personnalité du ou de la professionnel(le).

2. Sémiotisation de l'ethos

C'est à partir de ce contexte fait de conventions sociales (au sens large, incluant les conventions culturelles et politiques) et de règles de l'échange qui déterminent les gages que les orateurs doivent donner publiquement (être un "nice guy", par exemple, c'est donner des gages de neutralité aux autorités, de sérieux aux télespectateurs, etc.), qu'il est possible de proposer une perspective sémiotique sur l'ethos

pour voir comment ces gages sont appréhendés sous forme de signes¹. C'est-à-dire que nous passons d'une perspective centrée sur le point de vue de l'orateur (donner des gages pour garantir son ethos) à une étude de l'ethos depuis l'auditoire (interpréter des signes comme relevant de l'ethos d'un orateur). Si l'on part de l'idée que le point de convergence des signes, l'horizon de la sémiotique est ce *tenant-lieu de sujet* qui est en jeu, c'est bien vers une sémiotique de l'énonciation qu'il faut nous tourner. Ensuite, nous défendrons l'idée que les manifestations de l'ethos ne consistant pas en autant d'indices renvoyant à une personnalité, cette sémiotique de l'énonciation n'est pas indicielle, comme certains travaux tendent à le proposer, mais relève d'un autre processus interprétatif davantage lié aux stéréotypes sociaux. Nous proposerons alors une explication possible du rapprochement erroné entre ethos et indice en approfondissant l'analyse du calcul inférentiel auquel donne lieu l'ethos.

2.1. Ethos et énonciation : ce que le locuteur L montre du locuteur λ

En une formule heureuse, François Jost parle d'un "usage énonciatif des signes", c'est-à-dire que nous utilisons les signes pour construire l'énonciation qui nous est adressée, c'est-à-dire la figure de l'énonciateur. Même s'il cherche avant tout à illustrer sa théorie polyphonique de l'énonciation, et même s'il ne réduit pas l'énonciation à la quête d'un énonciateur, ce que Ducrot dit de l'ethos est intéressant à analyser de ce point de vue.

On sait que Ducrot distingue le locuteur de l'énonciateur, le premier étant l'auteur du discours, et le second l'agent de l'acte illocutionnaire comme dans l'exemple d'une lettre-type "je soussigné..." par laquelle c'est la signature qui fait du locuteur —être de discours— un énonciateur responsable de ses actes. Puis à l'intérieur du locuteur, il distingue à nouveau le locuteur L du locuteur λ , le premier est le locuteur en tant que tel, c'est-à-dire en tant que pur être de discours (source de l'énonciation), tandis que le locuteur λ est le locuteur en tant qu'"être du monde" (ou objet de l'énonciation), c'est-à-dire une

¹ G. SOULEZ, "La Rhétorique comme lien entre les théories. L'exemple de la «crédibilité» des journalistes à la radio et à la télévision", in *Émergence et continuité des recherches en information et communication*, Actes du XIIe Congrès de la SFSIC, 2001, pp. 173-180.

sorte de figure discursive d'un être du monde¹. L'autocritique ("Qu'est-ce que je suis distrait !"), par laquelle L (qui s'exclame) se moque de λ (le "je" distrait) est un exemple de cette distinction. Pour Ducrot, qui prend en particulier comme argument la différence entre "mœurs réelles" et "mœurs oratoires", l'ethos est du côté de L puisqu'il est un produit du discours et ne renvoie pas à la personne réelle. Or, on peut raisonner autrement sur l'ethos. Si un journaliste montre de la compassion à l'occasion de la mort d'une princesse (par un regard embué, une voix tremblée, quelques mots choisis : "nous venons d'apprendre une nouvelle bouleversante, etc."), c'est que le locuteur L montre justement que l'être du monde qu'il est aussi (λ) est affecté. C'est un sentiment qui ne peut pas correspondre à un sentiment "réel" puisque, même si λ est une figure d'être du monde, il demeure bien un être de discours, c'est pourquoi on ne peut accéder à ses mœurs réelles. La seule différence, en revanche, entre l'autocritique et l'ethos, c'est que L *dit* ce qu'est λ dans l'autocritique ("je" est distrait), tandis qu'il le *montre* dans l'ethos ("je" est affecté). Considérons donc l'ethos comme ce que L *montre* de λ².

Un auditeur, le téléspectateur qui fait un usage énonciatif des signes pourra donc prendre les signes d'affliction –regard embué etc.– comme étant la manifestation par un locuteur L de la peine qu'il éprouve en tant qu'être du monde. L'auditeur fait donc le lien entre deux figures discursives (L et λ) pour attribuer à l'une les manifestations de l'autre. Si l'auditeur considère que dans la phrase "nous venons d'apprendre une nouvelle bouleversante" que le "nous" renvoie au groupe de professionnels, il produira un lien plus large entre la manifestation d'affliction et les locuteurs concernés. Ainsi, si dans la séquence suivante, la scène télévisuelle passe d'un plateau à un duplex qui nous met en relation avec un correspondant à Londres, nous nous attendrons à ce que ce correspondant ait également les larmes aux yeux –ce qui était le cas dans une séquence de France 2 observée à la mort de Diana (31 août 1997), Etienne Leehnart étant alors le correspondant de la chaîne à Londres. En revanche, nous serons évidemment moins surpris de l'absence de manifestation d'affliction du reporter dans un reportage du même journal sur un

¹ O. DUCROT, *Le dire et le dit*, Paris, Éd. de Minuit, 1984.

² Et non pas comme ce que L "dit" de λ, comme je l'avais écrit trop rapidement dans une première étape de cette réflexion à partir de Ducrot (G. SOULEZ, "La Rhétorique comme lien entre les théories", *op. cit.*).

mouvement social sans rapport avec la *situation axiologique* que constitue la mort de Diana, c'est-à-dire ne supposant pas la même adéquation aux circonstances. Ainsi, même s'il est clair que le reporter fait partie de la même communauté de professionnels, l'inférence ethotique n'a plus la même pertinence. La situation axiologique est donc en réalité l'articulation d'un contexte (c'est la forme sociale instituée que constitue par exemple un journal télévisé, avec ses acteurs légitimes, son organisation, sa temporalité, son rôle dans la vie publique, etc.) avec une circonstance nécessitant une prise de position morale adéquate (un événement, même si cet événement est partiellement construit par le média) en raison de conventions sociales et professionnelles. En même temps qu'elle porte une exigence –du côté des acteurs– elle mobilise une sémiotisation du côté des lecteurs, des auditeurs... tout en délimitant la pertinence de ces actions et de cette sémiotisation.

C'est souvent à l'ethos que nous devons ces atmosphères émotionnelles sur des plateaux de télévision, tant sans doute parce que les orateurs se règlent les uns sur les autres, que par la multiplication des inférences que nous faisons en tant qu'auditeurs traquant les moindres signes renvoyant aux ethos des journalistes, à la fois pour nous coordonner à leur affliction mais aussi pour glaner des informations sur la gravité de la situation à travers l'ethos. Dès lors que le "nous" englobe aussi les auditeurs, l'ethos est plus encore le point d'ancrage d'une manifestation par laquelle le journaliste réagit "pour nous" (c'est "l'homme-ancre" pour reprendre l'expression américaine d'*anchorman*), comme on le voit également dans certaines cérémonies télévisées. Or, ces signes que nous renvoyons aux ethos des journalistes, de quelle nature sont-ils ?

2.2. L'ethos comme icône moral

Sont-ils les indices d'une personnalité ? Il faudrait alors considérer que l'interprétation de signes ethotiques relève d'une sémiotique indicielle au sens peircien. C'est-à-dire que le signe serait la marque d'une contiguïté, d'un "contact", d'une empreinte énonciative laissée par l'orateur sur le tissu signifiant, comme le signe laissé par la patte d'un animal sur la neige. Même s'il n'évoque pas l'ethos, et évoque peu la parole comme lieu possible de sémiotisation, c'est la thèse d'Eliseo Veron, comme on sait, quant au rôle du corps du présentateur

et particulièrement du regard-caméra qui produirait un contact entre spectateur et journaliste¹. C'est même ce corps, ce regard, parce que nous serions en contact avec eux, et "en direct", qui produiraient la "confiance" renvoyant à une expérience primordiale liée au corps et au contact corporel. Je vais essayer de montrer au contraire que l'ethos ne relève pas à mon sens de l'indicialité mais d'une forme d'iconicité c'est-à-dire d'une inférence qui renvoie à l'objet en vertu de caractères propres (similarité), et non en vertu d'une causalité physique (indice), ou en vertu d'une loi (symbole)². Cependant, comme le rappelle Eco, ce que nous appelons "signe" est souvent le résultat de plusieurs processus sémiotiques. Et, en ce sens, l'ethos comporte un autre aspect, relève partiellement d'un autre processus sémiotique, qui, lui, peut faire penser au processus que l'on mobilise habituellement pour décoder un indice, comme nous le verrons.

Même si l'on parle de "conventions morales" sur le fond desquelles l'ethos est produit, on peut considérer que le processus d'interprétation lié à l'ethos n'est pas de l'ordre d'une construction qui pour apparaître fait référence à une convention, à l'utilisation d'une règle symbolique au sens peircien. En effet, l'ethos n'exemplifie pas une loi, mais renvoie à un "schème préexistant", comme le dit clairement Ruth Amossy : "c'est au récepteur qu'il incombe de se former une impression de l'orateur en le rattachant [*on pourrait dire en le comparant*] à une catégorie connue"³. Il faut donc comprendre "convention" davantage comme un répertoire de schèmes, de "stéréotypes" comme le dit R. Amossy. Traitant l'attitude propre de l'orateur, le récepteur compare cette attitude avec d'autres attitudes semblables dans la même situation. C'est précisément le sens du jugement normatif ordinaire : il suppose une règle d'ajustement, mais son fonctionnement est analogique : je me conforme non pas à la règle, comme lorsque je respecte un feu rouge, mais aux sentiments identiques dans une situation comparable. J'imité un sentiment, je ne me conforme pas à une règle. Il faut donc distinguer le principe social (la règle d'ajustement, la "convention" à proprement parler qui est

¹ E. VERON, "Il est là, je le vois, il me parle" [1983], in *Sociologie de la communication*, Reader Réseaux, Paris, CNET, 1997, pp. 521-539.

² Ch. PEIRCE, *Collected Papers*, cité par U. ECO, *Sémiotique et philosophie du langage*, Paris, PUF, 1988 [1984], p. 201.

³ R. AMOSSY, "L'ethos au carrefour des disciplines : rhétorique, pragmatique, sociologie des champs", in R. AMOSSY (dir.), *Images de soi dans le discours*, Lausanne-Paris, Delachaux et Niestlé, 1999, p. 136.

présente dans la culture) de sa réalisation (l'ethos) puisque c'est la réalisation qui fait l'objet du processus sémiotique (en ce sens, aussi, c'est-à-dire du point de vue de ce processus sémiotique, la norme n'est pas la loi)¹. Dans le "stéréo-type", le rapport au type est précisément de l'ordre du rapport de l'image au moule. Ce rapport de l'ethos aux schèmes moraux, aux stéréotypes, explique pourquoi, en effet, on peut y lire l'idéologie d'une époque ou d'une société, comme le remarquait Barthes à propos de la Rhétorique en général. Dans un autre passage de ce texte, il évoque l'*eunoia* comme le fait de paraître "sympa" : c'est-à-dire qu'il produit lui-même une comparaison entre formes relevant du même type, en remplissant l'*eunoia* d'un schème contemporain. Si l'on parle d' "image" de l'orateur, cela renvoie au moins autant probablement à ce processus lié à l'iconicité qu'à quelque chose qui pré-existerait, puisque l'on considère l'ethos comme la projection d'une "image" au moment de son apparition et non en tant qu'il constitue un capital iconique. On peut donc définir en termes peirciens l'ethos comme un *icône moral*.

¹ On trouve de rares exemples d'ethos transformé en symboles, à l'occasion de scandales ou de grands événements. Lorsque Roger Gicquel s'exclama à l'ouverture de son journal télévisé en 1976 à propos de l'assassinat d'un enfant : "La France a peur" en marquant le coup par une attitude extrêmement grave, un balancement du corps très manifeste, une voix profonde et concernée, etc. et que la suite du journal mêla cris de haine de la foule ("À mort !") et déclaration du Ministre de l'Intérieur en faveur de la peine de mort, on voit comment un ethos devient le symbole de la peine de mort lorsqu'il est utilisé comme exemple de l'état d'esprit de la société à l'occasion de la libération de Patrick Henry, ou des vingt ans de l'abolition de la peine de mort (dans des journaux télévisés de 2001), etc. C'est-à-dire qu'en vertu d'une règle implicite selon laquelle l'état d'esprit d'une société se reflète au journal télévisé, l'ethos de Gicquel *vaut pour* l'état d'esprit de cette société. Mais cet ethos peut aussi être utilisé pour symboliser un certain rapport de la télévision à la société, comme dans la série d'émissions d'archives présentée par Gilles Lapouge, qui utilisa cette séquence, en l'occurrence le programme intitulé *30 ans de faits divers à la télévision* (Antenne 2, 1987). Un autre symbole serait les fameuses larmes de Dan Rather lorsqu'il apprend en plateau la mort de Kennedy en direct, symbole de l'émotion qui étreint tout Américain à ce moment-là. La transformation d'un ethos en signe mémoriel, en "lieu de mémoire", est à cet égard la preuve d'un processus de symbolisation. C'est la transformation de la circonstance en archive qui permet ce passage de l'objet visé comme icône (ethos) à l'objet visé comme symbole (c'est un emblème, ici).

2.3. L'ethos comme construction abductive

On voit donc que le processus qui permet de repérer un ethos n'a rien de la remontée à la cause à partir d'une trace qui caractérise l'indice. C'est pourquoi le "montrer" de l'ethos se distingue comme nous l'avons vu du "laisser voir" du *lapsus*. Comme l'a souligné Ginzburg¹, le lapsus a, en effet, un caractère indiciel, c'est une trace, un *symptôme*, que la sémiotique psychanalytique prend en charge pour remonter à la cause traumatique. Parler d'indice à propos du regard-caméra, comme si les regards se rencontraient véritablement, et à travers eux les corps, c'est finalement prendre l'illusion de l'échange des regards pour cet échange lui-même. L'ethos, au contraire, est un rapprochement, ce qui est le mouvement inverse de la lecture en termes d'indice : pour interpréter tel geste, telle parole, je les rapproche d'un modèle de geste, d'un modèle de parole présents dans la culture, d'où la nécessité de maintenir que l'ethos n'échappe pas à l'énonciateur, car on basculerait alors du côté de la trace d'une intériorité. L'interprétation ethotique travaille en surface, au contraire, y compris en comparant des ethos présents dans une même séquence. Ainsi, à l'occasion de la couverture en direct de la télévision roumaine de la pseudo-révolution de 1989, Jacques Merlino craint qu'une coupure d'antenne ne signifie que l'immeuble de la télévision autour duquel se déroulent des combats ne soit pris par les forces fidèles à Ceaucescu. Ce à quoi, Daniel Bilalian, en présentateur central responsable, répond, tout en regardant la caméra, qu'il faut se garder de trancher ainsi, la situation étant suffisamment confuse et dramatique "sans que nous en rajoutions de notre part". Par comparaison entre les deux médiateurs, D. Bilalian adopte le modèle de l'homme de "sang-froid" (calme, pondéré, prudent - *phronésis*), par opposition à J. Merlino (tendu, imprudent...).

Cependant, le processus inférentiel paraît comporter un caractère précaire dans l'ethos : il y a, s'agissant tout particulièrement de l'ethos des professionnels des médias, une forme de tension très grande entre le substrat schématique (ou "pré-discursif") et l'incertitude de la projection circonstancielle. De ce point de vue, comme souvent dans l'interprétation en termes d'indice, le processus inféren-

¹ C. GINZBURG, "Signes, traces, pistes. Racines d'un paradigme de l'indice", *Le Débat*, n° 6, nov. 1980, Paris, Gallimard, pp. 3-44.

tiel est abductif. Peirce, comme on sait, distingue trois processus inférentiels : déduction, induction et abduction, c'est-à-dire trois façons de lier un résultat, un cas et une règle. L'hypothèse qui, à partir du résultat constaté, présuppose l'existence d'une règle qui explique le cas est un exemple d'abduction. Ce qui est visé dans l'abduction, c'est le cas, non la règle, à l'opposé de l'induction qui vise la règle et de la déduction qui s'en sert pour étudier le résultat comme le cas d'une règle. Mais, sans entrer dans le détail, Eco¹ considère qu'il y a en fait quatre types d'abduction, et oppose en particulier l'abduction hypercodée (ou hypothèse) qui consiste à utiliser une règle déjà connue donnée automatiquement avec l'occurrence et l'abduction hypocodée dans laquelle la règle retenue est la plus plausible mais demeure sujette à vérification ultérieure². L'ethos relève d'une *abduction hypocodée* : je traite le résultat (le tremblement d'une voix) comme le cas d'une règle plausible : l'orateur adopte vraisemblablement dans cette circonstance le tremblement de voix comme l'attitude habituelle (règle) – par exemple comme font habituellement les journalistes – dans une situation comparable (cas). J'écarte donc l'idée que ce tremblement est quelque chose qui lui échappe (la règle probable écarte le lapsus) ou l'idée que ce résultat n'est pas réductible à un cas. Nous traitons la plupart des indices à travers ce type d'abduction hypocodée (seules les empreintes *stricto sensu* sont hypercodées dans la mesure où la règle apparaît quasi en même temps que la trace), mais toute abduction hypocodée ne fait pas d'un signe un indice, comme les phénomènes que l'on observe en astronomie par exemple pour reprendre un exemple d'Eco (lorsqu'on hésite entre plusieurs lois en astronomie pour expliquer un phénomène, on ne peut pas dire qu'un mouvement de planète est l'indice d'une loi). De même, l'ethos n'est pas non plus inductif dans la mesure où il ne s'agit pas de vérifier que la manifestation de l'orateur *respecte* une règle (de même qu'il n'y a pas d'"ethos privé", il n'y a pas d'"ethos-infraction"), mais d'observer la *ressemblance du cas* avec d'autres cas, en fonction d'une règle qui n'est pas elle-même mise en jeu mais supposée. Précisément, l'ethos étant en réalité le produit d'une multitude de

¹ U. ECO, *Les limites de l'interprétation*, Paris, Le livre de poche, "Biblio Essais", 1994 [1990], pp. 248 et s.

² Les deux autres abductions sont l'abduction créative (qui consiste à inventer une loi, comme dans les découvertes scientifiques) et la méta-abduction qui consiste à décider si l'univers possible déterminé par nos abductions de premier niveau est identique à l'univers de notre expérience, comme dans le cas de l'enquête policière.

processus sémiotiques, à partir de multiples résultats, voire de multiples cas, rassemblés autour d'une figure discursive à laquelle ils sont rapportés, et dans la mesure où c'est un *tenant-lieu de sujet* qui est visé, c'est la multiplication des inférences ethotiques qui construisent progressivement, en puisant dans différents schèmes, le portrait de l'orateur¹. On retrouve ici un principe très profond dans le fonctionnement rhétorique, qui est de raisonner selon une logique du vraisemblable (*eikos*) au fondement pour Aristote de la spécificité de la Rhétorique par opposition à la Dialectique.

Le signe ethotique est donc l'articulation d'au moins deux processus sémiotiques pris dans une dynamique sémiotique énonciative : une simple projection qui traite l'objet comme similaire à d'autres, comme ressemblant à des schémas moraux présents dans la culture (icône moral), et un raisonnement (ou un calcul) qui procède par abduction hypocodée, et qui s'appuie en particulier sur le fait que les médias eux-mêmes véhiculent ce genre de schémas d'interprétation à propos des professionnels des médias (mais aussi, de plus en plus, à travers la presse *people*, à propos de toute personne publique), d'où un haut degré de probabilité de retrouver ces schémas incarnés par les professionnels *en acte* (dans les articles, à l'antenne ou à l'écran). L'en-acte de l'énonciation correspond, pour l'auditeur qui l'observe, à la mise en œuvre, dans le lien qu'il établit entre L et λ, de ce double processus sémiotique : c'est cette relation qui sert de support en quelque sorte à la projection iconique et au calcul abductif. Du point de vue du téléspectateur, Bilalian en tant que source de l'énonciation *montre* que Bilalian en tant qu'objet de l'énonciation – "être du monde" – semble être un "journaliste pondéré" parce que le téléspectateur identifie les *résultats* (ton calme, argument de prudence, etc.) au *cas* de l'icône moral de l'homme pondéré, catégorie constituée qu'il peut trouver disponible dans la culture. Cette comparaison fait alors l'objet d'un *calcul* qui vise à tester la vraisemblance de cette explication. Le téléspectateur peut, d'une part, immédiate-

¹ Même s'il part du travail de Zadig chez Voltaire à partir d'indices (poussière, marques des fers sur un chemin) qui cherche à déterminer à quoi ressemble le cheval qu'on l'accuse d'avoir volé, Eco remarque que le processus de l'abduction hypocodée aboutit à construire progressivement l'image du cheval : au fur et à mesure du raisonnement de Zadig, "une image générale cohérente se dessine", et cette image se réalise à partir de l'idée que cette histoire est "normale". Ce n'est pas un plaisantin qui s'est amusé à froter des sabots, etc. Où l'on retrouve deux traits sémiotiques de l'ethos : la *normalité* (qui permet la similarité) et la production progressive d'une "image".

ment comparer cet icône avec l'attitude adoptée en sens contraire par l'autre locuteur (l'icône identifié est même une réponse à cette attitude). En second lieu, la projection iconique est d'autant plus facile que L a englobé λ dans un "nous" qui établit un lien entre les deux locuteurs (au moins). Mais ce "nous" renvoie aussi à la profession de journaliste¹ ; aussi, l'explication peut-elle s'affiner puisque cet icône est plus précisément celui du "journaliste pondéré", tel que la culture le véhicule à travers les médias eux-mêmes, comme le montre, entre autres, le cas de Joseph Pasteur.

On pourrait dire pour conclure cette partie, que l'ethos est donc fondé sur une certaine tension énonciative puisque c'est d'un écart entre L et λ que peut naître un espace projectif. L'ethos produit donc une sorte de *pli énonciatif* dans le déroulement discursif, mais ce pli est comme immédiatement effacé dès lors que l'ethos est rattaché à telle ou telle catégorie déjà connue. Fondé sur un *tenant-lieu de sujet* dans un théâtre d'ombres discursives, l'ethos joue comme un faux dévoilement de sujet. Mais ce pli permet la mise en œuvre d'un double processus sémiotique, le signe ethotique étant de nature iconique, mais son calcul relevant d'une forme particulière et souvent précaire d'abduction. Dans le cadre d'une scène médiatique assez souvent éphémère, en particulier si on la compare au lent travail d'ethos d'un écrivain à travers un livre, c'est souvent la répétition intensive de ce calcul, et non pas l'accumulation d'indices, qui garantit la stabilité de l'ethos.

Ethos, culture médiatique et stratégies : mélanges et clarifications

À l'issue de cette étude, il semble que l'on peut tirer quelques leçons pour l'étude de l'ethos dans les médias. Tout d'abord, l'essentiel de l'ethos pourrait-on dire n'est pas "dans" le texte médiatique étudié, mais est en revanche *véhiculé* par les médias en

¹ La tournure impersonnelle "sans que nous en rajoutions de notre part" renvoie à un locuteur-source qui dit cela, mais l'énonciateur est plus ambigu (s'agit-il d'une prise de position qui engage Bilalian ou de l'énoncé d'une règle déontologique reprise par Bilalian comme simple locuteur ?), même si les allocutaires (Merlino mais aussi les téléspectateurs du fait du regard-caméra, et généralement du fait de la situation d'audition télévisuelle) et les énonciataires sont relativement clairs (les journalistes et les téléspectateurs devant lesquels ils s'engagent).

tant qu'univers : c'est-à-dire que tout ce qui fait le fond de l'ethos est disponible dans le contexte social et culturel et non pas dans le texte médiatique que l'on étudie. À la différence d'un projet littéraire, artistique, ou philosophique qui utilise l'ethos pour construire une singularité à travers un ou plusieurs textes, définissant en miroir l'œuvre et l'écrivain à travers l'ethos¹, l'ethos médiatique ne donne pas lieu à un processus de création mais vise la conformité aux normes communes. En revanche, les médias en tant que secteur de la vie sociale et culturelle sont un des véhicules principaux, sinon le véhicule principal, de ces normes ethotiques (avec journaux ou émissions dédiés aux questions morales ou aux personnalités médiatiques, tels les magazines de télévision, la presse *people* et les *talk-shows*).

Deuxièmement, l'ethos de l'orateur médiatique est encadré par les stratégies éditoriales des organisations médiatiques, comme on l'a vu avec Joseph Pasteur, à moins qu'il ne soit précisément le vecteur de cette stratégie comme le montreraient de façon différente le rôle de Poivre d'Arvor pendant la Guerre du Golfe au profit de TF1, ou celui de Béatrice Schönberg ou Patrice Bourret à la mort de la Cinq².

Enfin, nous l'évoquions au début, il reste à étudier les matières et les dispositifs médiatiques en tant qu'ils sont les supports à partir desquels la sémiotisation a lieu. Pour en donner une idée, on peut dire que l'imitation graphique d'une expressivité corporelle à l'écrit (points d'exclamation, de suspension, jeux sur les tailles des caractères, etc.) pour imiter la respiration, les soupirs, etc., et tout ce qui va au rebours de l'arbitraire du signe –ce que Genette appelle *mimologie*– est un lieu particulièrement propice aux projections. De même, l'*oralité* en radio ou télévision est un support très important, en particulier en direct, puisque, par exemple, la voix est à la fois un marqueur personnel et une fonctionnalité, ce qui détermine un ensemble projectif entre les deux que l'improvisation du direct met

¹ D. MAINGUENEAU, "Ethos et argumentation philosophique. Le cas du *Discours de la méthode*", in F. COSSUTTA (dir.), *Descartes et l'argumentation philosophique*, Paris, PUF, 1996, pp. 85-110.

² Rappelons que Poivre d'Arvor, qui quitte rarement le studio du journal télévisé, apparut comme un reporter intrépide en cherchant à obtenir une interview exclusive de Saddam Hussein, à la manière de l'information-diplomatie de CNN, tout en ramenant en France le bébé d'un diplomate français. Béatrice Schönberg et Patrice Bourret furent deux journalistes particulièrement engagés en faveur de la survie de leur chaîne, n'hésitant pas à appeler au sein du journal les téléspectateurs à soutenir l'association de défense de la chaîne menacée d'un écran noir.

particulièrement au jour. D'où par exemple les joies du "direct-différé" dans les *talk-shows*, qui préserve l'improvisation là où le document est en fait enregistré. Bien entendu, les dispositifs médiatiques favorisent la sémiotisation par de nombreux autres moyens, comme la frontalité du présentateur qui s'offre aux regards, ou l'organisation spatiale des micros et caméras.

On peut donc étudier les dispositifs médiatiques à la fois en tant qu'ils proposent des inférences qui renvoient à l'organisation de mondes, comme dans le traitement des textes, des images et des sons par la sémiologie de l'image, et en tant qu'ils proposent des inférences quant à l'expression des orateurs qui peuplent ou décrivent ces mondes depuis une scène publique qu'on peut analyser grâce à l'ethos. La présentation radiophonique ou télévisuelle apparaît ainsi clairement comme une forme scénographique construite *autour de l'orateur* afin que son ethos se mêle aux représentations proposées par le média, pour orienter la lecture des scènes filmées¹. Qu'il s'agisse d'un journal, d'une émission de débat ou d'un magazine, la façon dont la voix-over accompagne l'auditoire pendant la diffusion d'un reportage avant de s'incarner en chair et en os au sein de ce reportage, ou sur un plateau, illustre un enchevêtrement des inférences qu'il faut viser à démêler. Mais cette *clarification de l'ethos* est parfois le fait des productions médiatiques elles-mêmes. Ainsi, la post-face des reportages dans *Envoyé Spécial* fait apparaître l'orateur dont nous n'avions jusque-là que la voix-over. Or, il ne s'agit pas simplement de "mettre un visage" sur une voix car cette post-face est traversée d'enjeux professionnels (à travers les choix que le journaliste a effectués, les questions relèvent à la fois de la déontologie et de la "psychologie" de l'orateur). Il s'agit de se faire une idée de l'orateur en comparant ce qu'il a dit et montré (en un double sens) pendant le reportage avec l'image ethotique qu'il offre sur le plateau. Contrairement à ce qu'on pourrait croire, et aux confusions que pourrait entraîner la métaphore de l'"image" de soi de l'orateur, l'enjeu n'est donc pas principalement de donner une image visuelle à la voix jusque-là entendue, mais bien plutôt de *se servir d'un corps qui parle* pour arrimer une série d'images morales.

¹ G. SOULEZ, *La médiation rhétorique à la télévision. Propositions pour une analyse du présentateur comme orateur médiatique*, Thèse de doctorat sous la direction de Noël Nel, Université de Metz, déc. 1998.