

MURIEL BÉASSE

Récits de transitions, récits en transition

Muriel Béasse est enseignante chercheuse en Sciences de l'information et de la communication, maîtresse de conférences à l'Université de Haute-Alsace depuis septembre 2023. Elle est membre du CRÉSAT au sein de l'axe *Figures et médiations des transitions : innovations, médias, milieux*, associée au département Information Communication de la FSESJ.

LES « RÉCITS DE TRANSITIONS » DÉSIGNENT de façon générique des récits multiformes, en marge ou non de l'information traditionnelle qui visent à délivrer un point de vue sur les enjeux de l'urgence climatique et d'inciter à l'action. Comment ce projet d'une information « mobilisatrice », quelle qu'elle soit, se déploie-t-il dans l'espace médiatique ? Quelles mises en récit se trouvent privilégiées ? Sous l'angle des travaux de recherches en Sciences de l'information et de la communication qui portent notamment sur les récits médiatiques et sur les transformations de l'écriture de l'information et du journalisme, cette proposition appréhende ce phénomène en miroir d'évolutions profondes qui ont cours dans le milieu de l'information, depuis maintenant plusieurs décennies.

“TRANSITION NARRATIVES” ARE A GENERIC TERM used to describe a range of narratives, whether or not they are part of traditional news coverage, which aim to provide a perspective on climate emergency issues and encourage action. How does this project of mobilizing information, whatever it may be, unfold in the media? What narratives are favoured? This proposal examines this phenomenon from the perspective of information and communication sciences research. From the notions of media narratives and works on the transformations of information writing and journalism, the “Transitions narratives” are seen in mirror of the profound evolutions that have been taking place in the world of information for several decades now.

La thématique environnementale et l'information des enjeux liés à l'urgence climatique ont pris de l'ampleur ces dernières décennies dans l'ensemble des discours qui circulent actuellement dans l'espace public médiatique. En quelques années, les sujets liés à l'environnement ont notamment occupé plus de place dans les médias traditionnels d'information avec, par ailleurs, l'apparition de rubriques spécialisées et de nouvelles offres médiatiques dévolues au sujet. La thématique s'est développée également dans la communication politique et dans la communication des entreprises, des collectivités ou encore des associations citoyennes. Si un « grand récit culturel sur l'environnement »¹ semble désormais figurer dans l'espace public, celui-ci s'appréhende en une multiplicité de formes, de points de vue et d'intentions. La progression significative de la communication sur les enjeux environnementaux donne lieu en effet à une abondance fragmentée de messages sur ce qu'il faut comprendre, et faire, face aux transformations climatiques. Il peut s'agir d'enquête, de vulgarisation scientifique, de communication d'entreprise, de tribune et de toutes ces catégories à la fois. Ces productions investissent par ailleurs différents formats médiatiques : vidéos, *reels* sur les médias sociaux, roman graphique, cinéma, communication événementielle. L'énonciation est généralement incarnée par des acteurs sociaux experts derrière lesquelles la figure du journaliste collecteur, interprète et rédacteur des faits tend à s'effacer.

Ces productions protéiformes tendent à s'articuler autour des concepts de « récit » et de « transition ». Une première exploration d'articles de presse et de communications consacrées à ce sujet dans les médias français des cinq premiers mois de l'année 2024 nous a permis d'observer l'expression

1. Andréa Catellani, « Signes, sens et environnement : Notes sur les apports des sémiotiques à l'analyse de la présence de l'environnement en communication », *Questions de communication*, 41 (2022), p. 197-210 [En ligne : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.28863>].

répétée de ces deux termes dans une bonne partie de ces productions². Ils se retrouvent le plus souvent associés dans une forme d'injonction : il faut « mettre en récit la transition », « créer de nouveaux récits », « construire un récit alternatif »³.

La notion de « transition », souvent décriée, car jugée trop équivoque ou trop faible, renvoie à l'expression douce et consensuelle d'un passage d'un état à l'autre et entretient le flou sur ce « vers quoi il faut aller » tous ensemble. La transition s'impose en mot clef dans le journalisme et la communication des organisations tout en continuant de faire l'objet de critiques et de discussions, notamment pour son caractère dépolitisé⁴. Qu'elle soit énergétique, écologique, économique, sociale et politique, la transition au singulier ou au pluriel apparaît et réapparaît dans l'espace social et médiatique pour être préférée à « changement », « transformation » ou « métamorphose » comme le propose Edgar Morin⁵.

Le terme « récit » se comprend généralement comme un mode d'énonciation et son contenu⁶, mais c'est assurément la force performative de la narration qui est promue dans ces formules⁷. En empruntant les ressorts de la fiction et des émotions, le récit s'envisage comme un outil potentiellement puissant de conscientisation et de mobilisation des publics. Il prend parfois le nom de *storytelling*, sous l'influence du *marketing*, en étant considéré comme un levier majeur dans la communication du changement. La notion de « récit médiatique », comprise très largement comme « saisie humaine du monde construite par les médias »⁸, apparaît pertinente pour interroger ces « récits de transitions » conçus dans une variété de contextes. La notion englobe aussi bien les articles de presse que les commentaires d'informations à la télévision, à la radio, ou les communications d'organisations sur internet.

2. Ce travail de repérage fait partie des prémices d'une enquête liée à notre Projet d'intégration recherche validé par la Commission de la recherche de l'UHA.

3. Ces formules sont extraites de communications tirées de sites d'institutions publiques comme l'ADEME et d'articles du *Monde.fr*.

4. Jean-Baptiste Comby, « Dépolitisation du problème climatique : Réformisme et rapports de classe », *Idées économiques et sociales*, 190 (2017), p. 20-27.

5. Edgar Morin, « Éloge de la métamorphose », *Le Monde*, 10-11 janvier 2020.

6. Françoise Revaz, *Introduction à la narratologie. Action et Narration*, Louvain-la-Neuve, Deboeck, 2009, p. 100.

7. John Langshaw Austin, *How to Do Things with Words*, Oxford, Oxford University Press, 1962.

8. Marc Lits, *Du récit au récit médiatique*, Louvain-la-Neuve, De Boeck, 2008, p. 75.

COMMENT APPRÉHENDER LES « RÉCITS DE TRANSITION »

L'expression générique de « récits de transition » nous permet de désigner des productions médiatiques disparates qui ont toutefois un dénominateur commun : la construction d'un point de vue sur l'urgence climatique avec une « prétention » d'inciter à l'action⁹. Cette prétention mobilisatrice est facteur de créativité et de réinventions de l'écriture de l'information. Ces productions s'appuient le plus souvent sur des traditions narratives documentaires et journalistiques. Leurs conditions d'écriture et d'élaboration s'inscrivent dans le contexte de bouleversements techniques et socioéconomiques que traversent les médias et l'information depuis plusieurs décennies. Tout porte à penser que la complexité et le caractère inédit des enjeux liés aux changements climatiques exacerbent les transformations déjà en cours dans l'écriture de l'information et favorisent l'émergence de pratiques et de configurations inédites dans la communication. Autrement dit, le projet de dire « vers quoi nous allons » ou « vers quoi il faut aller » mérite d'être rapproché des nouvelles pratiques en émergence et des manières avec lesquelles se construisent ces récits.

Cette proposition s'inscrit à la croisée de travaux passés sur les renouvellements de l'écriture de l'information¹⁰ et d'une recherche en cours qui porte sur la couverture médiatique de l'information climatique¹¹. Dans le cadre de ce travail, nous cherchons à nous saisir d'un phénomène global en observant les porosités en place dans ces récits de transition. Notre premier réflexe est de tenter de relever dans leurs diversités les continuités, renouvellements et ruptures de ces récits médiatiques spécifiques. Il s'agit de considérer leurs modes d'énonciations comme un élément central de leur faillite ou de leur réussite. Les imaginaires qui structurent ces récits, du point de vue communicationnel, sont susceptibles de révéler des postures épistémologiques essentielles pour comprendre des phénomènes de communication complexes dans le traitement médiatique contemporain de l'urgence climatique.

9. Yves Jeanneret, *Critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, Paris, Éditions Non Standard, 2014.

10. Muriel Béasse, *Conditions d'énonciations et stratégies d'écriture des narrations journalistiques du web : les renouvellements d'un contrat de véridicité*, thèse de doctorat, Sciences de l'information et de la communication, Université de Strasbourg / Université Laval, Québec, 2020.

11. Projet d'intégration recherche 2024 de l'UHA.

CONTRATS D'ÉNONCIATION ET IMAGINAIRES

Les récits de transitions sont envisagés dans cet article comme des récits médiatiques ancrés dans les modèles traditionnels de l'écriture de l'information et, dans le même temps, ouverts à de multiples réinventions¹². Les normes d'écriture de l'information, en particulier depuis le développement fulgurant du journalisme à la fin du XIX^e siècle, se sont formalisées autour de codes d'écriture et d'indices de fiabilité du discours à l'intention des publics. Au tournant des années 2000, les modalités d'énonciation de l'information ont connu d'importantes évolutions au contact des nouvelles propositions de l'écriture numérique et en devant s'adapter aux reconfigurations d'un espace médiatique particulièrement concurrentiel.

À force d'usages des médias, les publics ont globalement appris à distinguer les différents genres médiatiques en circulation et les types de promesses que les médias proposent¹³. Des modèles d'écriture et de lecture se sont instaurés progressivement et ne cessent encore d'évoluer, que ce soit à travers certains formats d'interview, des manières de partager ses sources, d'effacer ou d'affirmer la subjectivité de l'énonciateur, de partager les coulisses de la fabrication de l'information.

Cet écosystème médiatique mouvant nous incite à concentrer notre analyse sur les imaginaires qui structurent les récits de transitions, autrement dit à être plus précisément attentif aux réseaux de significations où « le sens est dans la relation » selon la définition que donne Joël Thomas de la notion d'imaginaire¹⁴. Dans cette perspective, et en rappelant la visée mobilisatrice qui fonde les récits de transitions, la question du sens véhiculé par ces productions n'est pas éloignée de l'efficacité suggérée par ces formes de discours. Dans les sciences du langage, cette efficacité loge symboliquement dans les formes d'énonciation des récits¹⁵. Ce qui signifie qu'au-delà des formats innovants, du recours à des dispositifs numériques inventifs pour produire une information attractive, les récits de transitions se révèlent d'abord dans leur système d'énonciation. Comme le soutient Nathalie Casemajor Loustau, l'efficacité d'un message d'information réside moins, par exemple, « dans les potentialités techniques de l'outil

12. Roselyne Ringoot et Jean-Michel Utard (dir.), *Le journalisme en invention. Nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, Coll. « Res Publica », 2005, p. 21-47.

13. De façon très schématique, il peut s'agir du genre réel, fictif ou ludique comme l'a catégorisé François Jost. Voir François Jost, « La promesse des genres », *Réseaux*, 15/81 (1997), p. 11-31.

14. Joël Thomas, *Introduction aux méthodologies de l'imaginaire*, Paris, Ellipses, 1998, p. 15.

15. Ruth Amossy (dir.), *Images de soi dans le discours : la construction de l'ethos*, Lausanne, Delachaux et Niestlé, 1999, p. 127.

de communication que dans la définition d'un projet de médiation intégrant une conception élargie des publics et de leurs pratiques médiatiques»¹⁶.

Dans l'objectif d'analyser des systèmes d'énonciation et de médiation aussi disparates que peuvent l'être les récits de transitions, la notion de contrat de communication s'avère particulièrement commode. Ce cadre théorique tente de mettre en lumière les rôles sociaux et prétentions communicationnelles, les attentes et les imaginaires, des participants d'une situation de communication. Il porte un coup de projecteur sur le pacte tacite qui rassemble l'instance énonciatrice d'un récit et ses destinataires à partir du moment où ces deux pôles s'engagent à minima sur une scène d'énonciation. Comme l'ont très bien explicité Yves Jeanneret et Valérie Patrin-Leclère, la notion de contrat doit être considérée comme une métaphore qui n'a aucune prétention juridique¹⁷. Elle est un outil facilitant la modélisation du processus de communication afin de comprendre ce qui influence les participants d'une situation de communication en précisant les attentes et les imaginaires figurés. Il s'agit alors d'interroger concrètement les relations mises en scène entre les trois pôles d'énonciation fondamentaux de toute situation de communication. Quelle représentation adopte le pôle énonciatif : «qui parle», «qui produit du discours»? Quelle relation à la réalité relatée est proposée au sein de l'énonciation? Quels liens peuvent éventuellement se nouer avec le destinataire figuré du message? Le contrat de communication résulte ainsi de l'interprétation d'indices divers par le lecteur d'information et c'est la nature des interactions entre un locuteur, ce qu'il raconte et ses récepteurs qui nous orientent vers différents types de contrats. La valorisation de chacune de ces entités et les relations qu'elles sont capables de nouer dans le récit, contribuent à établir une garantie de fiabilité ou, plus généralement, un éthos auprès des publics. Cette fiabilité se manifestera par exemple dans l'engagement de l'énonciateur avec le réel comme dans son rapport avec ceux à qui il destine son récit, sachant comme l'a précisé Michel De Certeau que le caractère fiable d'un énoncé est «une modalité de l'affirmation et non pas son contenu»¹⁸.

16. Nathalie Casemajor Loustau, «Diversifier les figures du public : l'appropriation du patrimoine culturel sur le Web», *Communication*, 29/2 (2012) [En ligne : <http://journals.openedition.org/communication/2709>].

17. Yves Jeanneret et Valérie Patrin-Leclère, «La métaphore du contrat», *Hermès, La Revue*, 38 (2004), p. 133-140.

18. Michel De Certeau, *L'invention du quotidien*. I. *Arts de faire*, Paris, Gallimard, 1990, p. 260.

RÉCITS EN TRANSITION

Afin d'illustrer ces différents éléments que met en relief le contrat de communication des récits de transitions, nous souhaitons nous appuyer sur deux productions qui présentent des genres informationnels très différents : l'un, le média 2050Now¹⁹, puise dans l'imaginaire social du journalisme tout en cherchant à s'en détacher et le second, le roman graphique *Le monde sans fin*²⁰, s'ancre plutôt dans l'héritage du genre documentaire et de la vulgarisation scientifique. Si ces deux types de production semblent, a priori, avoir très peu en commun, ils correspondent néanmoins tous deux à la définition des récits de transitions, du fait de leur expérimentation narrative contemporaine de l'information climatique.

Le média en ligne 2050Now lancé en avril 2024 par le groupe de presse *Les Échos-Le Parisien* se situe à la croisée du journalisme et de la communication d'entreprise. Cette plateforme d'information est présente sur Internet et se décline dans les médias sociaux. Elle est décrite par ses responsables éditoriaux « comme un média engagé, mais pas militant, qui a la conviction que le développement économique et la croissance peuvent être compatibles avec les limites planétaires ». Le média 2050Now propose « un journalisme de solutions en montrant des résolutions positives et des initiatives »²¹.

Le « journalisme de solutions », apparu aux États-Unis, dans les années 1990, s'est construit autour de la figure d'un lecteur citoyen en quête d'une « alternative au traitement traditionnel de l'information, souvent axé principalement sur les problèmes »²². Pour Pauline Amiel, qui a enquêté sur cette pratique dans la presse quotidienne régionale française, cette proposition éditoriale marque surtout une incursion de la communication commerciale et de l'information service dans la pratique journalistique : « le journalisme de solutions semble être utilisé, entre autres, pour imposer des vocabulaires et des normes professionnelles plus proches des mondes du *marketing* et de la communication que des mythes professionnels éthiques traditionnels du journalisme »²³. Tout en se revendiquant du journalisme,

19. Cette plateforme d'information est disponible en ligne : <https://www.2050now.com/> et sur les réseaux sociaux.

20. Christophe Blain, Jean-Marc Jancovici, *Le monde sans fin*, Paris et al., Éditions Dargaud, 2021.

21. Citations extraites de l'article de Claudia Cohen pour la section Eco du *Figaro* du 11 avril 2024, « Le groupe Les Échos-Le Parisien lance 2050NOW, son média dédié à l'environnement » [En ligne : <https://www.lefigaro.fr/medias/le-groupe-les-echos-le-parisien-lance-2050now-son-media-dedie-a-l-environnement-20240411>].

22. Françoise Laugée, « Le journalisme de solutions », *La Revue européenne des médias et du numérique*, 32 (2014), p. 58-60.

23. Pauline Amiel, « Le journalisme de solutions, une solution à la crise de la presse locale ? », *Communication*, 34/2 (2017) [En ligne : <https://doi.org/10.4000/communication.7226>].

mais d'un journalisme amélioré puisqu'il se veut prolonger de solutions, la démarche du média *2050Now* consiste ainsi à tisser de nouveaux types d'alliances et proposer d'autres formes de liens comme le révèle son mode d'énonciation. Le tutoiement et les interpellations individualisés (« On te raconte le monde en 2050 », « le média qui t'accompagne dans ta transition écologique ») fixent les termes d'un contrat de proximité qui contraint le récit d'information. Les responsables éditoriaux de *2050Now* ne se présentent pas sur le site du média en tant que journalistes (malgré leurs parcours et renommé dans la profession), mais comme « auteurs ». L'énonciation directe est confiée à différents experts offrant des témoignages de transitions positives sous forme de vidéos courtes pensées pour les réseaux sociaux.

Le roman graphique *Le monde sans fin* livre une autre illustration des phénomènes d'hybridation et des renouvellements de construction de sens propres aux récits de transitions. L'ouvrage à succès est une initiative de l'illustrateur Christophe Blain et consiste en un long entretien dessiné avec l'essayiste Jean-Marc Jancovici afin d'aborder la question du réchauffement climatique sous l'angle des énergies²⁴. Dans la tradition de la bande dessinée documentaire et journalistique²⁵, ce récit utilise les ressorts de la fiction tout en s'inscrivant dans l'héritage des récits du réel. Il s'appréhende comme un travail de vulgarisation scientifique et dans le même temps comme un point de vue créatif et singulier sur une réalité. Les qualités pédagogiques de ce récit ont très certainement contribué au succès de l'ouvrage, tout comme la polémique qu'il a suscitée pour ses prises de position en faveur du nucléaire. Il peut être pertinent alors d'étendre l'analyse de ce récit aux productions annexes qu'il a générées. Un récit miroir est présenté, par exemple, comme le « corrigé » du *Monde sans fin* à l'initiative de l'économiste Ghislain Dubois associé à l'illustrateur Nicolas Caruso²⁶. Les deux récits ont en commun l'utilisation de la médiation visuelle et textuelle du roman graphique. Toutefois, chacun des deux met en scène des contrats de communication très différents qui marquent leur argumentaire respectif ainsi que la relation énonciative proposée aux lecteurs de ces récits.

Le monde sans fin adopte l'humour et des référents fictionnels populaires (comme les super héros) dans une lecture visuelle dynamique qui

24. Le livre de 193 pages essentiellement dessinées a été publié en octobre 2021. Selon l'éditeur Dargaud l'ouvrage a dépassé le cap du million d'exemplaires vendus au mois de mai 2024.

25. Olivier Koch, Fabrice Preyat, Pablo Turnes, « La vérité en cases : Le reportage graphique entre art et journalisme », *Sur le journalisme / About journalism / Sobre jornalismo*, 12 (2023), p. 6-13.

26. *Le corrigé* de Ghislain Dubois et Nicolas Caruso n'a pas de publication imprimée. Le document se trouve en libre accès sur internet : <https://www.lemondesansfin-lecorrige.fr/>.

facilite la transmission d'informations. Le genre ludique associé aux propos savants contribue très nettement à créer une relation de proximité, voire de confiance, avec les destinataires visés par cet ouvrage. De façon traditionnelle, la fiabilité du récit s'appuie d'abord sur la valorisation de l'énonciateur expert et sur une mise en récit efficace et pédagogique de l'information. En revanche, il n'est pas présenté de références sur les données mentionnées par le récit, comme le propose, de plus en plus, la bande dessinée documentaire.

Le corrigé fait également valoir le parcours savant de l'énonciateur principal dès l'introduction du propos. Mais, pour soutenir son point de vue, le récit mise moins sur la force visuelle des illustrations que sur le texte chargé d'apporter les corrections promises par le titre. Il met en place un partage des sources citées et des références complémentaires qui viennent enrichir son argumentaire. Les lecteurs se retrouvent, par ailleurs, invités à poursuivre le débat en ligne dans un espace guidé par des règles de discussion explicites (exigence de factualité, partage des sources). Le dispositif donne ainsi une tonalité très claire au contrat de communication suggéré en faisant signe de s'adresser à des destinataires perçus comme actifs et critiques.

Dans ces différents récits de transitions, on notera les enjeux qui reposent sur la construction d'une relation de proximité avec les destinataires figurés par l'énonciation. Cette stratégie de proximité s'instaure, d'une part, dans des marques de familiarité et, d'autre part, dans la mise en lien avec la réalité rapportée par l'échange de références culturelles ou documentaires. C'est dans cette logique que les récits posent les fondements d'un contrat de transparence et de confiance ancré, ou non, dans une culture de partage. Finalement, ces configurations sont propres à nourrir des imaginaires communs au sein de récits sur les transitions, mais pointent aussi toute la fragilité et les limites d'un tel projet. Les processus interprétatif et imaginatif de ces récits demeurent, en effet, à l'initiative des publics qui s'y engagent.

POUR CONCLURE ET CONTINUER...

L'information climatique et la situation d'urgence et de crise qui accompagnent actuellement la communication environnementale nous confrontent en définitive à une des questions essentielles qui traverse les recherches en Sciences de l'information et de la communication : qu'est-ce qui fait qu'un message porte, touche les publics, suscite ou non de l'engagement ? Ce qui fait écho plus généralement à l'interrogation que formule

également Geraldine Muhlmann à la toute fin de son ouvrage *Du journalisme en démocratie* : « Comment faire, comment écrire, pour que ce monde dans lequel nous vivons nous parle »²⁷ ? Le journalisme a une part de la réponse à cette question au regard de son mandat social et politique qui consiste idéalement à tisser du commun et du conflit. Cette interrogation constitue également un axe majeur autour duquel nous souhaitons poursuivre notre travail de recherche.

Les éléments d'analyse que nous avons présentés dans cette contribution ont vocation à être développés au sein de corpus ciblés qui nous permettront d'arrimer ces pistes de recherche à des contextes de production et de diffusion spécifique. Ce travail à poursuivre trouve parfaitement sa place dans les recherches menées par le CRÉSAT. Il se situe en effet en complémentarité avec les travaux qui portent sur les transitions contemporaines, les innovations et changements en émergence dans les milieux médiatiques comme dans les domaines socio-économiques, géopolitiques et juridiques. Le récit, objet éminemment interdisciplinaire, offre la perspective de collaborations très riches. Il est un espace d'interprétation collectif pour mieux comprendre, notamment, les réalités territoriales, culturelles et historiques en lien avec les phénomènes de transitions. Il demeure un point d'ancrage symbolique des imaginaires et des interactions qui construisent progressivement la question écologique.

27. Géraldine Muhlmann, *Du journalisme en démocratie. Essai*, Paris, Éditions Payot, 2006, p. 427.