Pouvoir et idéologie dans les médias

Petru Ioan MARIAN
Université "Ştefan cel Mare" de Suceava
marian_petru@yahoo.com

Abstract: *Ideology* is a key concept, pertaining to the Marxist and Neo-Marxist theoretical framework, by means of which an attempt is made at accounting for the way in which social control and power work. Our intention is to revisit the main paradigms which make up the theoretical background of the concept in its relation with language and the media, from traditional Marxism and Althusserian structuralism to Cultural Studies.
Key-words: Ideology, Marxism, media, structuralism, Cultural Studies.

1. Introduction

C'est un lieu commun de dire que l'idéologie est un concept difficile et évasif. Dans cette communication, nous nous proposons de vérifier dans quelle mesure le concept d'idéologie reste opérationnel pour l'étude de la communication et des médias.

Beaucoup d'auteurs approchent prudemment, avec scepticisme et même agacement, ce sujet à caution, mais qui attire néanmoins comme un Eldorado spectaculaire et trompeur.

En mesurant l'utilité du concept pour la psychologie sociale Thomas Ibanez affirme que «dans le foisonnement de désaccords que suscite la notion d'idéologie, une convergence semble poindre et restaurer l'unanimité: l'idéologie est une notion polémique et polysémique».[1]

Ernesto Laclau [2] énonce les termes d'un paradoxe théorique qui lui semble évident: dans aucune autre époque, réfléchir sur l'idéologie n'a tenu une place aussi importante que dans les théoriques marxistes; en

BDD-A17696 © 2014 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-19 21:24:54 UTC)

même temps, dans aucune autre période, les limites et l'identité référentielle de l'idéologie n'ont été si effacées et problématiques.

Raymond Boudon déclare que l'examen de la littérature consacrée à l'idéologie lui évoque «le sentiment qu'elle est dominée par une grande confusion» [3], en partageant l'opinion répandue parmi les spécialistes que la notion d'idéologie apporte aux sciences sociales plus de dégâts que des occasionsde clarification.

Mettant en opposition l'abondance des commentaires et l'œuvre originale menue qu'elle avait émanée, Serge Moscovici, est encore plus caustique lorsqu'il nomme l'idéologie «une notion critique et stérile: voilà qui explique pourquoi on a plus écrit sur elle que créé à partir d'elle quoi que ce soit d'original». [4]

Phil Thomson [5] souligne la tendance du discours académique contemporain de se débarrasser de la notion d'idéologie avec sa plurivocité déconcertante et notamment son héritage marxiste, en ajoutant que l'idéologie avait acquis tant de significations qu'elle est actuellement dépourvue de sens.

«Notion confuse, complexe, difficile, problématique, stérile peut-être, l'idéologie serait de plus une notion devenue totalement inutile de nos jours si l'on prête crédit à ceux qui présentent notre époque comme étant celle de *la fin des idéologies*». [6] C'est ainsi que Teun van Dijk [7] exprime son désaccord envers le syntagme «la fin des idéologies», notant que le monde contemporain est truffé d'idéologies, notamment de celles qui se reconnaissent mal comme telles.

Dans son introduction aux sciences de la communication, John Fiske [8] fait le bilan des trois types d'emploi que Raymond Williams, l'un des pères fondateurs des Études Culturelles, a trouvé au terme d'*idéologie*: «un système de croyances caractéristique à une certaine classe sociale ou à un groupe; un système de croyances illusoires – idées fausses ou une fausse conscience – qui contrastent avec la connaissance vraie et scientifique; un processus général de production de sens et d'idées». [9]

Dans son approche barthésienne, l'idéologie développe des sens de deuxième degré parmi lesquels les mythes et les valeurs connotées. Dans *Mythologies* [10], Barthes envisage la notion d'idéologie comme une naturalisation symbolique et une projection des résultats de la rhétorique discursive dans les caractéristiques de l'objet lui-même. Présupposer que ces valeurs – les dominantes – étaient si fondamentales, si largement répandues et naturelles, qu'il ne serait plus besoin d'y référer, représenterait ce que Barthes nommait «exnomination», c'est-à-dire de l'idéologie mise en pratique. [11]

BDD-A17696 © 2014 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-19 21:24:54 UTC)

Dans le préambule de son anthologie d'études marxistes [12], Slavoj Žižek identifie, sur les pas de Hegel dans la religion, les trois paliers de l'idéologie: *doctrine*, *rituel* et *foi*. Cette classification convient à la systématisation de significations associées à l'idéologie et ressemble globalement aux sens que, parmi d'autres, Raymond Williams avait attachés à la notion.

Chez Slavoj Žižek, l'idéologie est un ensemble d'idées (théories, convictions, croyances, argumentations) perçu dans son externalisation, c'est-à-dire dans sa matérialité, les appareils idéologiques d'État et, enfin, dans son aspect le plus rude, l'idéologie «spontanée», présente au centre de la réalité sociale elle-même.

L'article de Slavoj Žižek passe en revue une série de contributions théoriques, applications et noms illustrant l'approche idéologique dans les sciences sociales et celles de la communication. On y rejoint la théorie de l'argumentation d'Oswald Ducrot qui réclame essentiellement l'impossibilité de délimiter les niveaux descriptifs et ceux argumentatifs de la langue – tout étant subjectif. Le sens neutre est une illusion, chaque désignation intégrant déjà la démonstration argumentative; les prédicats descriptifs sont, en conséquence, des gestes argumentatifs naturalisés.

L'analyse critique du discours (ACD) propose une approche interdisciplinaire qui comprend la langue en tant que pratique sociale et qui suit les voies par lesquelles le discours produit et reproduit les puissances sociales et politiques. Partant du constat de l'accès disproportionné aux ressources sociales et linguistiques, ressources contrôlées institutionnellement, Teun van Dijk, Norman Fairclough, Ruth Wodak, mais également Gunther Kress ou Theo van Leeuwen [13] revendiquent un rôle d'avocat auprès des communautés atteintes par les discriminations sociales, faisant dissidence envers ceux qui justifient l'abus de pouvoir par des moyens discursifs. L'ACD illustre une orientation critique du discours explicitant les relations de pouvoir camouflées dans la structure du discours.

Pour l'ACD, l'idéologie crée et maintient des relations inégales de pouvoir, tandis que le langage demeure le principal véhicule de l'idéologie. L'étude critique de l'idéologie vise les modalités par lesquelles les sens sont construits et transmis en tant que formes symboliques. Ce type d'étude interroge aussi le contexte social où ces formes symboliques sont employées.

Le but de l'ACD concerne l'émancipation de la conscience des dominés par la démystification des discours et le décryptage des idéologies.

Au cœur de la tradition marxiste, Ernesto Laclau [14] identifie deux approches majeures de l'idéologie. D'une part, l'idéologie représente un niveau de la totalité sociale, d'autre part elle est une mauvaise

BDD-A17696 © 2014 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-19 21:24:54 UTC)

conscience. Les deux approches sont fondées sur une conception essentialiste de la société de l'action sociale, où la société et l'agent social sont des réalités, des entités homogènes.

Laclau remet en question cette vision, postulant que tout système structurel est accompagné par une agglomération incontrôlable de significations qu'il est incapable de maîtriser et, en conséquence, «la société en tant qu'objet qui fonde ses processus est une impossibilité». [15]

Laclau identifie le social au jeu infini des différences, au discours, compris dans le sens large du terme. Le social présupposerait à la fois la tentative d'apprivoisement de l'infini dans la structure. Cependant, cet ordre ou cette structure ne constituent pas l'essence prioritaire du social, mais une tentative instable d'agir sur le social, de le séparer. Il en découle que la distinction base / superstructure échoue et amène la compréhension de l'idéologie comme niveau nécessaire pour toute formation sociale.

C'est dans le domaine de la subjectivité aussi que Laclau retrace le caractère précaire de toute structure. La notion de fausse conscience exige la fixation de l'identité de l'agent social. Si le sujet social est décentralisé et que son identité renvoie à l'articulation instable des positions dans un état de changement permanent, la base théorique qui nourrit le concept de fausse conscience perd tout soutien. Même si ces deux éléments qui fondent la notion d'idéologie ne sont plus valides, Laclau ne gomme pas ce concept toujours opérationnel, expliquant le phénomène de reconnaissance: «On peut maintenir le concept d'idéologie et de non-reconnaissance si l'on renverse leur contenu traditionnel. L'idéologique ne consistera pas dans la non-reconnaissance d'une essence positive, mais précisément dans son contraire: dans la non-reconnaissance du caractère précaire de toute réalité. L'idéologique consisterait dans ces formes discursives par lesquelles une société essaie de se construire soi-même sur une fermeture, une fixation des sens, de la non-reconnaissance du jeu infini des différences. L'idéologie serait la volonté de totalité de tout discours totalisant.» [16]

Parallèlement avec ce courant d'interprétation de l'idéologie, évolue un autre courant qui ne perçoit pas un lien inextricable entre l'idéologie et la distorsion, où le terme en perd la référence marxiste. Cette école interprète l'idéologie comme une grille de lecture, un dispositif utile à l'individu afin de donner du sens et de la cohérence à la réalité. C'est la position théorique de Geertz qui étudie l'idéologie en tant que «système culturel» [17] ou celle de Deconchy, où l'idéologie est un ensemble «...de représentations et d'explications du monde et notamment du monde des interactions sociales où le mobile premier n'est pas d'abord d'ordre vérificateur». [18]

BDD-A17696 © 2014 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-19 21:24:54 UTC)

Michel Foucault [19] quant à lui s'éloigne du marxisme et renonce à l'illusion du grand récit totalisateur. Selon l'auteur, la tentative de construire une méta-critique de l'idéologie capitaliste serait aussi une ruse, puisqu'il était impossible de concevoir une perspective objective qui échappe aux relations de pouvoir que présuppose l'idéologie.

La notion d'idéologie semble inopérable pour le philosophe français. La question du pouvoir remplace chez Foucault le thème marxiste de l'exploitation de classe. Le pouvoir ne se réduit pas à l'idéologie et il n'est pas toujours imposé par quelqu'un se situant au sommet de la pyramide sociale. Foucault démontre que le pouvoir vient d'en bas et que ce qui semble comme idéologique chez Althusser sera pour Foucault la consolidation des effets du pouvoir, et cette consolidation sera elle-même *un acte de pouvoir*. [20]

Plus tard, l'idéologie est proche, sans se superposer, des concepts apparentés comme «vision du monde», «système d'idées» ou «préjugés», dans le sens employé par Gadamer [21] lorsqu'il décrit ainsi l'ensemble des présupposés à défaut desquels il n'y aurait plus d'interprétation.

2. Trois paradigmes théoriques marxistes dans l'étude de la communication de masse

Parmi les écoles de pensée marxistes des médias, Michel Gourevitch [22] souligne trois principaux paradigmes: *l'économie politique*, *le structuralisme* et *le culturalisme*. Ces écoles de pensée emploient la notion d'idéologie avec au moins un des sens que nous avons passés en revue plus haut et postulent que les médias ont le pouvoir idéologique de ne pas se mettre d'accord sur sa nature et ses limites.

A. Connectée directement à la tradition marxiste orthodoxe, *l'économie politique* perçoit l'idéologie subordonnée à sa base économique. La propriété et le contrôle économique des médias sont les facteurs clefs qui déterminent le contrôle des messages de presse.

a) Dans *le marxisme traditionnel*, l'idéologie est *la fausse conscience* qui résulte de l'imposition de l'idéologie dominante aux subordonnés. Conformément à l'économie politique marxiste, le rôle des médias est celui de masquer la base économique de la confrontation de classe.

Karl Marx est responsable de la conceptualisation des positions conflictuelles de l'idéologie. Le noyau théorique de la pensée marxiste s'appuie sur une philosophie matérialiste de l'action, en opposition avec l'idéalisme d'Hegel, *L'idéologie allemande* [23] étant une étude qu'on peut lire comme un véritable manifeste matérialiste.

Si la philosophie hégélienne s'appuyait sur la conception d'un «esprit universel» qui met l'histoire en route, Marx renverse ce raisonne-

BDD-A17696 © 2014 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-19 21:24:54 UTC)

ment, étant convaincu que les conditions matérielles de la société déterminent la conscience et le développement historique. Un point intéressant dans la pensée de Marx est la question de la *représentation* [24] entre idéal et matériel. La représentation serait le produit de l'esprit humain. Le problème surgit au moment où la représentation devient indépendante lorsque les hommes l'assimilent faussement à la réalité.

L'utilisation que Marx donne au terme d'idéologie lie le matérialisme au problème de la fausse autonomie de la représentation: «L'idéologie consiste dans l'impossibilité de reconnaître la fonction médiatrice de la représentation, en la considérant comme une sphère autonome. L'Idéologie présuppose un aveuglement devant le fait qu'un concept est entremis par sa relation avec un autre concept. Cette autonomie de la représentation est nécessaire au projet de la présentation fausse des intérêts particuliers d'une classe comme les intérêts généraux de l'humanité.» [25]

Pour Marx, l'idéologie représentait l'acte par lequel la vision de la classe dirigeante était finalement transplantée, comme *une fausse conscience*, à la classe dominée, étant acceptée par la société comme naturelle. Le concept de fausse conscience est important parce qu'il explique d'une manière convaincante les raisons pour lesquelles les individus se conforment à un système social défavorable.

Les médias sont, en termes marxistes traditionnels, un moyen de production parmi d'autres qui dans la société capitaliste appartient à la classe dirigeante. Les médias disséminent les idées à la classe dirigeante et nient ou désamorcent les idées alternatives, en produisant «la fausse conscience» au sein de la classe subordonnée. Les produits médias sont vus comme une émanation de valeurs de la classe dirigeante, en ignorant la diversité des valeurs et la possibilité d'une lecture oppositionnelle des messages véhiculés.

b) Héritière directe de la tradition marxiste, l'*École de Francfort* inaugure les études critiques de la communication dans les années '30, en joignant l'économie politique des médias, l'analyse culturelle du texte et les études d'audience, en se concentrant notamment sur les effets sociaux et idéologiques de la culture de masse et de ma communication. Les plus notables théoriciens qui lient leur nom à l'École de Francfort sont Theodor Adorno, Herbert Marcuse, Erick Fromm, Walter Benjamin, Max Horkheimer – tous de formation marxiste – qui sont associés à l'Institut de Recherche sociale fondé en 1923 à Francfort. Un continuateur plus récent de la tradition de l'École de Francfort est Jürgen Habermas [26]. Le groupe offre une analyse des contradictions structurelles de la société de classes et des crises qui fracturent le capitalisme.

BDD-A17696 © 2014 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-19 21:24:54 UTC)

Dans la théorie des médias, cette orientation, qui est une variante du marxisme occidental nommé «théorie critique» [27], est importante puisqu'elle offre la première tentative marxiste explicite pour théoriser et analyser les médias.

L'École de Francfort comprend les produits culturels mis en circulation par les médias comme une *industrie culturelle* dont la fonction principale est de légitimer idéologiquement la société capitaliste et d'intégrer l'individu dans un cadre préétabli par cette société. Theodor Adorno et Max Horkheimer sont les auteurs du syntagme *industrie culturelle* [28], dans le livre *La Dialectique de la Raison.* Le livre est à l'origine de la théorie de gauche de la culture de masse, se référant aux moyens de communication de masse dont le produit final est l'effet narcotique des médias sur la conscience critique. L'analyse de l'industrie culturelle suggère le fait que la productibilité culturelle est une extension de la logique de production de bien commerciaux.

Cette idée est développée dans le livre de Marcuse, *L'Homme unidimensionnel* [29] qui explore le pouvoir de l'idéologie de mentir les individus sous son influence à l'intérieur de la société de consommation.

Herbert Marcuse décrit les médias comme une force irrésistible qui modèle la société: «Les moyens de transport, la production de plus en plus envahissante de l'industrie des loisirs et de l'information impliquent des attitudes et des habitudes imposées et certaines réactions intellectuelles et émotionnelles qui lient les consommateurs aux producteurs. Les produits endoctrinent et conditionnent; il façonnent une fausse conscience insensible à ce qu'elle a de faux. Ainsi prennent forme la pensée et les comportements unidimensionnels.» [30]

La thèse de l'industrie culturelle suggère qu'il y a de *faux besoins* qui sont propagés par les médias empêchant les individus de reconnaître leurs propres besoins. Les faux besoins sont imposés et plus tard autoimposées. L'industrie culturelle bombarde les individus avec ce que Baudrillard [31] nommera plus tard des *simulacres*.

Selon Marcuse, les faux besoins sont générés par la circulation de biens culturels dans un seul sens, des producteurs vers les consommateurs, état de chose qui caractériserait toutes les relations d'échange capitaliste.

L'École de Francfort est convaincue que les médias uniformisent et font le public passif. De là découle aussi sa principale faiblesse théorique, puisqu'elle sous-estime le rôle critique de l'audience, en concevant en échange un modèle abstrait de communication dans un seul sens, capable de produire de effets forts, certains et indifférenciés.

B. *L'analyse structuraliste* se concentre sur les articulations internes du système de signification des médias [32]. Le structuralisme rem-

BDD-A17696 © 2014 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-19 21:24:54 UTC)

place le matérialisme historique par la structure, privilégiant la forme au détriment du contenu. La signification de l'action humaine est construite par son inscription dans un schéma d'articulation préexistante. Ainsi le structuralisme conçoit-il l'être humain comme étant *parlé* par la structure [33].

Louis Althusser [34] est le philosophe politique français d'orientation marxiste qui a perçu l'idéologie en tant que pratique. Althusser met-tent les bases d'une théorie de la *superstructure*. Fredric Jameson [35] caractérise le projet structuraliste comme l'étude de la superstructure ou, dans un sens plus limité, comme l'étude de l'idéologie.

Althusser rejettera la notion marxiste de fausse conscience, soulignant que l'idéologie est le moyen par lequel nous expérimentons le monde. Le marxisme althussérien met en évidence l'irréductibilité et la matérialité de l'idéologie. L'idéologie est alors une force générale et impossible à éviter. Le fonctionnement de l'idéologie dans la société contribue à la production de sujets et à la reproduction du système.

Dans *Idéologie et appareils idéologiques d'État* [36], Althusser introduit l'idée d'*interpellation*: «L'une des pratiques idéologiques les plus présentes et les plus insidieuses est celle qu'Althusser nomme 'interpellation' ou 'appellation'. Tout acte de communication nous interpelle ou nous «appelle» d'une certaine façon. Toute communication s'adresse à un quelqu'un et le fait de s'adresser met ces récepteurs dans une relation sociale. Quand nous nous reconnaissons nous-mêmes comme les destinataires d'un acte de communication et nous y répondons, nous participons à notre propre construction sociale et donc idéologiques.» [37] Les individus sont interpellés principalement par l'ordre discursif – on comprend par discours plus que la manière d'organisation du texte – face à laquelle il n'y a pas d'issue, ou par des actions concrètes des plus banales.

L'agent interpellatif de cette vision de l'idéologie est un ensemble qu'il nomme *appareil idéologique d'État*. [38] Ces appareils idéologiques comprennent la religion, l'éducation, la famille, le système de lois, le cadre politique, les médias, la sphère de la culture en général et qui se trouve sous la tutelle de l'État. Ensemble, ces institutions tissent un réseau interpellatif dont personne ne peut éviter l'action. Les individus sont toujours considérés comme sujets suite à leurs pratiques, suite à leur dépendance au langage en tant qu'instrument essentiel de l'orientation dans la réalité et ne peuvent jamais franchir l'idéologie.

Les théoriciens marxistes distinguent entre *sujet*, représenté par les agents humains et *objets*, en signifiant la matérialité de l'existence. L'idéologie a le rôle de construire l'individu comme sujet, l'arrachant à la nature et lui attachant une identité culturelle.

BDD-A17696 © 2014 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-19 21:24:54 UTC)

Louis Althusser s'éloigne de la compréhension de l'idéologie consolidée dans le marxisme «orthodoxe». L'idéologie cesse d'être la *fausse conscience*, étant définie comme une série de *pratiques* [39] vécues et non pas imposées de l'extérieur. Conformément à cette conception qui accorde à *l'idéologie* le pouvoir maximal, les effets de l'idéologie sont inévitables puisqu'elle agit de l'intérieur, étant profondément enracinée dans la pensée et la manière de vivre des sujets.

Par l'introduction des concepts d'*interpellation* et d'a*ppareils idéologiques d'État*, le marxisme structuraliste althussérien rend possible l'explication plus élégante de la fonction politique des textes des médias.

Cependant, la vision althussérienne de l'idéologie a ses faiblesses. Althusser est proche d'un fonctionnaliste lorsqu'il imagine la construction sociale et aussi l'individu comme un tout structuré autour d'un principe de cohérence. Une telle approche exclut la possibilité des conflits ou des contradictions internes.

La théorie althussérienne met entre parenthèses le rôle actif de l'individu dans la construction du sens, en le transformant dans un simple relais qui perpétue des contenus par ses pratiques. La position d'Althusser est contredite par les théories actuelles des médias qui soutiennent que le sujet projet lui-même des sens dans le texte, la signification se construisant à la rencontre du texte avec les valeurs et l'expérience d'interpellation du consommateur culturel. Stuart Hall ajoute que «dans la théorie althussérienne il est difficile de discerner comme tout en dehors de l'idéologie dominante peut se reproduire dans le discours.» [40]

Le marxisme althussérien n'offre pas de crédit à la capacité de l'individu de résister au processus d'interpellation des médias, résistance qui pourrait générer des lectures contradictoires ou même adverses. En échange, il imagine un sujet unitaire, tandis que les théories marxistes plus récentes acceptent «un sujet contradictoire, effet à l'exposition à la série des discours où elle participe». [41]

La théorie althussérienne est encore responsable de la lecture *close*, formaliste [42] du système de signification des formes des médias, renonçant à tout intérêt pour les manières de production et réception.

C. *L'approche culturaliste* des médias reflète le travail de recherche du Centre d'études des cultures contemporaines de l'Université de Birmingham. Les recherches de Stuart Hall représentent le marxisme dans sa variante culturaliste [43]. Il envisage les médias comme une force qui façonne en profondeur la conscience publique. Le culturalisme suit la voie du structuralisme althussérien dans le rejet de l'économisme vulgaire, mais, par contre, il capitalise les contributions du marxiste italien Antonio Gramsci et met l'accent sur l'expérience concrète des sous-groupes dans

BDD-A17696 © 2014 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-19 21:24:54 UTC)

la société. Les études culturelles renoncent à la notion d'idéologie, en préférant celle, moins problématique, d'*hégémonie*.

La découverte du marxiste italien Antonio Gramsci est un moment essentiel de l'histoire des études culturelles. Ces dernières adopteront une vision qui dessine la société, la culture et la politique comme le terrain de la dispute entre divers groupes et classes.

Antonio Gramsci [44] introduit dans le domaine de la théorie de l'idéologie le terme d'*hégémonie*. Dès lors, l'idéologie se met à opérer sur le sol animé des conflits. Gramsci pense que l'échec de la révolution du prolétariat – que Marx voyait invincible – est dû au contrôle idéologique que le capitalisme exerce sur la société, non pas comme une force coercitive, mais comme une autorité, par l'entremise des institutions idéologique.

On peut considérer Gramsci plus réductif que Marx ou Althusser, puisqu'il véhicule l'idée de la lutte idéologie, mettant l'accent sur la résistance et la confrontation. Gramsci emploie terme d'*hégémonie* afin d'expliquer la domination d'une classe sociale sur une autre. L'hégémonie serait l'effort permanent de conserver le consensus de la majorité face au système dominant: «L'hégémonie est nécessaire parce que l'expérience sociale des groupes dominés contredit constamment l'idéologie dominante. L'idéologie dominante croise constamment des résistances qu'elle doit vaincre. Ces résistances, on peut les dépasser, mais jamais les éliminer. (…) Tout contresens qui triomphe est absolument instable». [45]

Stuart Hall définit l'idéologie comme «la maîtrise temporaire d'un théâtre particulier de lutte». [46] Les positions subalternes n'accepteront point les idées des classes dirigeantes, elles négocieront selon de leur expérience, construite sur le sens commun.

La stratégie principale de l'hégémonie est la construction du *sens commun*. Celui-ci représente «la catégorie de connaissance dont les 'vérités' sont présupposées naturellement inévitables, éternelles, incontestables et «que nous connaissons depuis toujours». [47] En opérant sur le champ de la conscience qu'elle nourrit avec des représentations du monde, l'hégémonie atteint son but lorsque «la totalité des expériences sociales, culturelles et individuelles arrive à réfléchir dans les termes définis, consacrés et mis en circulation par le pouvoir». [48]

Mihai Coman distingue deux positions fondamentales afin d'approcher la consommation culturelle dans les Études Culturelles: «Les significations des produits culturels ne sont pas assimilées mécaniquement, mais négociées: le modèle de codification/décodification tel que décrit par Stuart Hall. Les significations sont refaites par les récepteurs: le modèle de *la liberté sémiotique* de John Fiske.» [49]

BDD-A17696 © 2014 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-19 21:24:54 UTC)

Les deux approches font confiance à un public actif à l'intérieur de la relation de communication publique. Selon la première approche, le public peut négocier la réception des messages. Par la deuxième, Fiske transforme la culture de consommation dans un terrain de lutte où les différentes catégories de public s'opposent à la domination, se donnant du mal afin du produire leurs propres sens pour échapper au contrôle social.

On peut fixer la contribution de Fiske à l'étude de la consommation culturelle en invoquant des concepts qu'il emploie dans l'analyse idéologique. D'abord la *dislocation* qui représente le phénomène par lequel un sujet ou une anxiété sont réprimés soit d'un point de vue psychologique, soit idéologique, prenant la forme des anxiétés acceptées socialement [50]. Ensuite, l'*incorporation*, qui se réfère au «processus par l'intermédiaire duquel les classes dirigeantes incorporent les résistances dans l'idéologie dominante, privant les classes dominées de l'expression de leur opposition». [51]

L'une des thèses des études culturelle est que les médias naturalisent l'idéologie. En s'appuyant sur le modèle hégémonique de la communication, les études culturelles jettent un coup d'œil sur ces institutions – parmi lesquelles les médias aussi – qui disséminent les sens de classe en tant que vérités généralement valables, ayant comme principal objectif la déconstruction du sens commun, dans d'autres mots, la mise en relief du caractère politisé des actes de communication.

Pour les études culturelles, le rôle des médias est d'amplifier les préupposés existants dans la culture dominante, non pas de leur engendrer. Les chercheurs affiliés a cette école remarquent la tendance des médias d'éviter le non-conventionnel, l'impopulaire et de «fournir des valeurs et des hypothèses qui sont de plus en plus largement légitimées». [52]

Chez John Hartley [53], la fonction sociale de la nouvelle est celle déclarée – fournir des informations –, les médias participant avec d'autres institutions à la création et la consolidation du climat dominant d'opinion dans les limites duquel se structurent la connaissance sociale et les valeurs sociales.

L'écrivain précité met au-dessus du déséquilibre du capital la distribution inégale du «capital culturel». «Les compétences linguistiques et culturelles reconnues et accréditées comme «supérieure» à toutes les autres, tendent de correspondre aux postions favorisées par la classe». [54] Afin d'expliquer le mécanisme du consentement hégémonique, Hartley introduit la notion de *translare*, synonyme à la naturalisation par laquelle il comprend le phénomène qui «se produit lorsqu'on confère aux conditions spécifiques le statut de vérités absolues». [55]

BDD-A17696 © 2014 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-19 21:24:54 UTC)

Analysant les relations entre les médias et les institutions du capital, Hartley aboutit à la conclusion d'une relative autonomie des institutions des médias. Cette autonomie ne conduit pas à des nouvelles et des articles inertes de point de vue idéologique, mais, par contre, «selon Hall et al. (1976), l'autonomie relative des institutions d'information de masse et l'engagement d'impartialité représentent les conditions nécessaires pour la production des significations idéologiques dominantes.» [56] Des analyses du sens de deuxième degré conduisent vers le concept d'idéologie. Importantes pour les études culturelles ne sont pas uniquement les textes culturels, mais ce que la culture dit explicitement, comme des sous-textes et valeurs codifiées dans les signes culturels.

En paraphrasant Ernesto Laclau [57], j'affirmerais que la notion d'idéologie, notamment dans son sens de pratique active, est indispensable aux sciences de la communication, la critique des sens naturalisés étant impossible à se formuler, à défaut, en dehors de ses limites.

Notes

[1] Ibanez, Thomas, *«Idéologie et relations intergroupes»*, in Richard Y. Bourhis, Jacques-Philippe Leyens (coord.), *Stéréotypes, discrimination et relations intergroupes*, Éditions Mardaga, Hayen, 1999, p. 321.
[2] Laclau, Ernesto, *"The impossibility of society"*, in *Ideology and power in the age of Lenin in ruins*, Canadian Journal of Political and Social Theory, volume 15, numbers 1, 2 & 3, Canada, 1991, pp. 24-27.
[3] Ibanez, Tomas, *op. cit*., p. 321.
[4] *Ibidem.*
[5] Thomson, Phil, *Althusser and Foucault: On the Limits of 'Ideology'*.
[6] Ibanez, Thomas, *op. cit*., p. 322.
[7] Teun A. van Dijk, *Ideology and Discourse Analysis*, Ideology Symposium Oxford, 2004.
[8] Fiske, John, *Introducere în ştiinţele comunicării*, Polirom, Iaşi, 2003.
[9] *Idem*, p. 210.
[10] Barthes, Roland, *Mythologies*, Seuil, Paris, 1970.
[11] Fiske, John, *op. cit*., p. 215.
[12] Žižek, Slavoj, *The Spectre of Ideology*, in *Mapping Ideology*, Slavoj Žižek, Verso, London and New York, pp.1-34.
[13] Ruth Wodak, *What CDA is about – a summary of its history, important concepts and its developments*, in "Methods of Critical Discourse Analysis", édité par Ruth Wodak et Michael Mayer, Sage, London, 2001, p. 4.
[14] Laclau, Ernesto, *op. cit*., pp. 24-27.
[15] *Ibidem.*
[16] *Ibidem.*
[17] Ibanez, Thomas, *op. cit*., p. 329.
[18] *Ibidem.*
[19] Edgar, Andrew; Sedgwick, Peter, *Cultural Theory – The Key Thinkers*, Routledge, London and New York, 2002, p.71.
[20] Thomson, Phil, *op. cit.*

BDD-A17696 © 2014 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-19 21:24:54 UTC)

[21] Ibanez, Thomas, *op. cit.*, p. 329.
[22] Chandler, Daniel, *Marxist media theory*, http://www.aber.ac.uk/media/Documents/marxism/marxism11.html.
[23] Hawkes, David, *Ideology*, Routledge, London and New York, 1996.
[24] *Idem*, p. 95.
[25] *Idem,* p. 97.
[26] Tim O'Sullivan, John Hartley, Danny Saunders, Martin Montgomery, John Fiske, *Concepte fundamentale din ştiinţele comunicării şi studiile culturale*, Polirom, Iaşi, 2001, p. 335.
[27] *Ibidem.*
[28] *Ibidem.*
[29] Agger, Ben, *op. cit*.
[30] Chandler, Daniel, *op. cit.*
[31] Baudrillard, Jean, *Societatea de consum. Mituri şi structuri*, Comunicare.ro, Bucureşti, 2005.
[32] Chandler, Daniel, *op. cit.*
[33] Peck, Janice, *Itinerary of a thought – Stuart Hall, Cultural Studies, and the unresolved problem of the relation of culture to "not culture"*, in *Cultural Critique*, 48, Spring 2001, Regents of the University of Minnesota, p. 209.
[34] Edgar, Andrew; Sedgwick, Peter, *Cultural Theory – The Key Thinkers*, Routledge, London and New York, 2002.
[35] Peck, Janice, *op. cit.*, p. 208.
[36] Edgar, Andrew; Sedgwick, Peter, *op. cit*., p. 4.
[37] Fiske, John, *Introducere în ştiinţele comunicării*, Polirom, Iaşi, 2003, p. 221.
[38] Chandler, Daniel, *op. cit.*
[39] Peck, Janice, *op. cit.*, p. 216.
[40] Chandler, Daniel, *op. cit.*
[41] *Ibidem.*
[42] *Ibidem.*
[43] *Ibidem.*
[44] Fiske, John, *op. cit.,* p. 222.
[45] *Ibidem.*
[46] Peck, Janice*, op. cit.*, p. 221.
[47] Tim O'Sullivan, John Hartley, Danny Saunders, Martin Montgomery, John Fiske, *op. cit.,* p. 304.
[48] *Idem*, p.161.
[49] Coman, Mihai, *Introducere în studiile culturale*, Polirom, Iaşi, 2001, p.14.
[50] Fiske, John, *op. cit*., p. 228.
[51] *Ibidem.*
[52] Chandler, Daniel, *op. cit*.
[53] Hartley, John, *Discursul ştirilor*, Polirom, Iaşi, 1999.
[54] *Idem*, p. 69.
[55] *Idem,* p. 68.
[56] *Idem*, p. 64.
[57] Laclau, Ernesto, *op. cit.*, pp. 24-27.

Bibliographie

AGGER, Ben, *Cultural studies as critical theory*, The Falmer Press, London, Washington, 1992.

BDD-A17696 © 2014 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-19 21:24:54 UTC)

ANDREW, Edgar, SEDGWICK, Peter, *Cultural Theory – The Key Thinkers*, Routledge, London and New York, 2002.
BOTTOMORE, Tom, *The Frankfurt School And Its Critics*, Routledge, London and New York, 2002.
CHANDLER, Daniel, *Marxist media theory*, http:// www.aber.ac.uk/media/Documents.
FAIRCLOUGH, Norman, *Analysing discourse – textual analysis for social research*, Routlege, London, 2003.
FISKE, John, *Introducere în ştiinţele comunicării*, traduction en roumain par Monica Mitarcă, Polirom, Iaşi, 2003.
FOUCAULT, Michel, *A supraveghea şi a pedepsi. Naşterea închisorii*, traduction en roumain par Bogdan Ghiu, Humanitas, Bucureşti, 1997.
GEE, James Paul, A*n Introduction to Discourse Analysis – Theory and Method***,** Routledge, London and New York, 1999.
GIDDENS, Anthony, *"Four theses on ideology"*, in „Ideology and power in the age of Lenin in ruins", Canadian journal of political and social theory, volume 15, numéros 1, 2 & 3, Canada, 1991, pp. 21-24.
HARTLEY, John, *Discursul ştirilor*, Polirom, Iaşi, 1999.
HAWKES, David, *Ideology*, Routledge, London and New York, 1996.
IBANEZ, Thomas, *"Idéologie et relations intergroupes"*, in Richard Y. Bourhis, Jacques-Philippe Leyens (coord.), *Stéréotypes, discrimination et relations intergroupes*, Éditions Mardaga, Hayen, 1999.
LACLAU, Ernesto, *"The impossibility of society"*, in „Ideology and power in the age of Lenin in ruins", Canadian journal of political and social theory, volume 15, numéros 1, 2 & 3, Canada, 1991, pp. 24-27.
O'SULLIVAN, Tim; HARTLEY, John; SAUNDERS, Danny; MONTGOMERY, Martin; FISKE, John, *Concepte fundamentale din ştiinţele comunicării şi studiile culturale*, trad. Monica Mitarcă, introduction par Mihai Coman, Polirom, Iaşi, 2001.
PECK, Janice, *Itinerary of a thought - Stuart Hall, Cultural Studies, and the unresolved problem of the relation of culture to "not culture"*, in *Cultural Critique*, 48, Spring 2001, Regents of the University of Minnesota, pp. 200-249.
VAN DIJK, Teun A., *Ideology and Discourse Analysis*, Ideology Symposium, Oxford, 2004.
WODAK, Ruth, *"What CDA is about – a summary of its history, important concepts and its developments"*, in *Methods of Critical Discourse Analysis*, édité par Ruth Wodak et Michael Mayer, Sage, London, 2001.
ŽIŽEK, Slavoj, *"The Spectre of Ideology"*, in *Mapping Ideology*, Slavoj Žižek, London and New York, 2002.

Note:
Cet article a été financé par le projet «*SOCERT. Société de la connaissance, dynamisme par la recherche*», n° du contrat POSDRU/159/1.5/S/132406, cofinancé par le Fonds Social Européen, par le Programme Opérationnel Sectoriel pour le Développement des Ressources Humaines – 2007-2013. Investir dans les Gens!

BDD-A17696 © 2014 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-19 21:24:54 UTC)