

Un point de vue interactionnel sur la communication médiatique¹

Guylaine Martel

Université Laval - Québec

Les mises en scène télévisuelles

Avec la publication de l'ouvrage collectif *Argumentation et communication dans les médias* (Burger et Martel, 2005)², la réflexion s'était déjà amorcée concernant l'intérêt et la manière, surtout, de récupérer l'expertise linguistique pour décrire et expliquer des phénomènes propres à la communication médiatique. Pour cet ouvrage, nous avons alors choisi d'appliquer à des corpus divers — discours politique, presse écrite, publicité — des notions rattachées plus spécifiquement à la rhétorique et aux théories de l'argumentation.

L'analyse d'un nouvel ensemble de données, les journaux télévisés, m'amène aujourd'hui à recourir à un autre type d'expertise linguistique : l'approche interactionniste (Goffman, 1973; 1974; 1987) et plus spécifiquement l'analyse conversationnelle (Garfinkel, 1967; Sacks, 1992; Vincent 2001) pour décrire et comprendre les nouveaux formats télévisuels. Depuis plusieurs années, en effet, la télévision francophone québécoise multiplie les situations de mise en scène interactionnelle pendant les émissions d'information. Certains téléjournaux ont même doublé leur temps d'antenne pour ajouter aux entrevues réalisées en duplex avec les reporters sur le terrain, des échanges en face à face avec des co-animateurs, des

¹ Le texte qui suit consiste en la version écrite de la conférence présentée dans le cadre du colloque *Les mises en scène du discours médiatique*. L'article correspondant à cette présentation est publié dans BURGER, Marcel (2008) : *L'analyse linguistique des discours des médias : théories, méthodes et enjeux*, Québec, Nota bene, xxx-xxx.

² BURGER, Marcel et Guylaine MARTEL (dir.) : *Argumentation et communication dans les médias*, Québec, Éditions Nota bene, Coll. Langues et pratiques discursives. Avec la participation de J.-M. ADAM, R. AMOSSY, P. BRETON, M. BURGER, P. CHARAUDEAU, G. GAUTHIER, G. MARTEL et O. TURBIDE, V. NGUYEN-DUY et S. COTTE.

chroniqueurs réguliers, des personnalités publiques, des spécialistes ou de simples témoins des événements. S'incarnant à l'intérieur de telles mises en scène, la nouvelle se conçoit non plus comme un produit achevé avant sa diffusion, mais comme une construction discursive qui s'obtient en cours de communication. L'information n'est plus considérée comme un objet en soi, mais comme le résultat d'un acte de communication, comme une production culturelle, la manifestation d'une interaction sociale.

Comme c'est le cas pour une majorité de travaux en linguistique issus de la pragmatique, de l'analyse du discours et de la conversation, ce principe de co-construction du sens constitue le point de départ de ma réflexion. Dans les émissions d'information qui composent mon corpus, je m'intéresse à la co-construction discursive de l'information et, plus particulièrement, aux stratégies de communication qui sont élaborées pour la diffusion médiatique de l'information. À l'instar des travaux de Haarman (2001), Hutchby (2005), Scollon (1998), Thompson (1995) et Tolson (2001), ma perspective est résolument interactionniste.

De façon générale, personne ne met en doute la pertinence des moyens fournis par l'approche interactionniste pour décrire ponctuellement certains phénomènes de communication médiatique. En revanche, certains pourraient discuter la légitimité de l'approche interactionniste comme cadre conceptuel de la communication médiatique. En effet, peut-on poser d'emblée que l'appareillage théorique et méthodologique conçu pour et à partir de situations de communication typiquement interpersonnelles soit adéquat pour expliquer des phénomènes de communication médiatique ?

How can the tools and techniques of Language and Social Interaction research (and especially, for present purposes, CA [conversational analysis]) be used to discover the kinds of talk people encounter when watching and listening to radio and television? Second, what can its analysis tell us about the communicative properties of those media? (...) We will come to see that the two questions cannot in fact be pulled apart in this way. The study of broadcast talk as talk-in-interaction raises fundamental issues for parties in both research communities, offering a strong basis for understanding the media as a significant arena of contemporary discourse practices, as well as emphasizing the central importance of discourse practices to any meaningful study of the media. (Hutchby, 2005 : 438-439)

Comme on le sait, l'approche interactionniste s'est développée à peu près exclusivement autour et en fonction de la communication interpersonnelle, principalement autour de son objet de prédilection, la conversation orale spontanée. Malgré une évidente proximité théorique entre les travaux de Goffman et ceux de l'École de Palo Alto, classiques pour la communication

publique, ce n'est qu'assez récemment que des chercheurs anglosaxons ont commencé à appliquer au discours médiatique les acquis théoriques habituellement associés au discours oral spontané. Dans la suite de cet exposé, je m'attacherai ainsi à faire valoir certains des aspects conceptuels et méthodologiques qui, de mon point de vue, motivent l'*intrusion* de la communication interpersonnelle dans le champ de la communication médiatique.

Communication interpersonnelle et communication médiatique

La *percée* des interactionnistes et des analystes de la conversation dans le champ de la communication médiatique est très certainement liée à l'observation empirique des données, plus spécifiquement encore, à l'émergence de nouvelles formes de présentation dans la télédiffusion des contenus informatifs. Tant que la mise en scène de l'information se limitait à l'oralisation de textes écrits, le contenu du message occupait l'entier du discours journalistique ; les traces de la relation entre l'instance médiatique et les téléspectateurs se résumaient souvent au regard du présentateur vers le public par l'intermédiaire de la caméra. Un tel terrain d'observation exerce une faible force d'attraction sur les interactionnistes.

Plusieurs facteurs ont contribué à l'émergence de formes de diffusion plus interactionnelles dans l'espace médiatique, dont les enjeux économiques liés à l'hyperconcurrence des entreprises médiatiques. Les nouvelles mises en scène interactionnelles ajouteraient un élément de divertissement à l'information, lequel contribuerait à susciter et à maintenir l'attention du public. La notion d'information-spectacle (*infotainment*) rend compte du caractère péjoratif souvent associé à ce type de présentation. Or, rien n'éveille mieux l'attention des interactionnistes et des analystes de la conversation que les jugements normatifs portés sur un type particulier de production langagière.

Par ailleurs, l'observation que j'ai faite dans les salles de nouvelles au moment de l'enregistrement des téléjournaux m'amène à aborder le téléjournal comme un espace symbolique de construction du sens extrêmement typé, un *terrain* dans l'acception la plus classique que l'anthropologie donne à ce terme. On peut donc imaginer que les méthodologies développées par les ethnométhodologues pour l'analyse de la conversation sont applicables à l'étude de la communication médiatique de l'information.

Ce sont donc d'abord et avant tout des réflexes méthodologiques propres aux interactionnistes et aux analystes de la conversation qui ont conduits les chercheurs sur le terrain de la communication médiatique. Comme la conversation orale spontanée, le téléjournal est un espace de construction du sens socialement marqué. Il est empiriquement observable et la production discursive dont il se compose peut être saisie à partir des techniques de traitement des données orales élaborées pour la conversation orale spontanée.

Par souci de cohérence avec l'approche théorique dont je me réclame, l'analyse qui suit portera sur un échantillon de données empiriques. Il s'agit de quatre exemples de mises en scène interactionnelles extraits de téléjournaux québécois. L'analyse de la structure conversationnelle de ces exemples révèle des stratégies de communication particulièrement astucieuses pour simuler une interaction sociale qui se rapproche, autant qu'il est techniquement possible de le faire, de la manière naturelle, humaine et sociale, de communiquer, ce que mentionne déjà Hutchby (2005 : 457) : « We have seen how the conceptual and methodological tools of CA [conversational analysis] provide a means by which to analyse the specific communicative properties of broadcast talk. » Outre qu'elle permet de décrire ces nouveaux formats de diffusion de l'information, j'espère montrer que l'approche interactionniste génère des explications théoriques qui lui sont propres quant à l'émergence ces nouveaux modèles de diffusion de l'information. Il existe une autre explication que celle du divertissement à l'émergence des mises en scène interactionnelles dans les téléjournaux.

Tableau 1
Une approche interactionniste de la communication médiatique

méthodologie	observation empirique d'un ensemble cohérent de données discursives
nature de l'objet	faits de discours socialement marqués
représentation conceptuelle	le téléjournal est un espace symbolique de construction du sens
méthodologie	les méthodes de capture et de traitement des conversations interpersonnelles sont applicables aux données audiovisuelles médiatisées
analyse	la structure conversationnelle s'applique aux interactions médiatiques
théorie	l'approche interactionniste génère des explications à l'émergence de nouveaux modèles de diffusion médiatique de l'information

Analyse d'un échantillon de données

Les 130 téléjournaux qui composent mon corpus contiennent plus de 1000 occurrences de mise en scène interactionnelle. Les résultats que j'ai présentés au colloque de Stockholm en 2005 (voir Martel 2007) indiquaient que 80% de ces interactions correspond au type « entrevue », une forme classique du genre journalistique, alors que 20% des occurrences correspond davantage au type « conversation ». L'objectif de ma recherche visait alors à identifier les caractéristiques permettant de distinguer l'un et l'autre de ces types d'interaction. Les quatre exemples qui suivent illustrent ces caractéristiques et montrent comment chacune d'elles participe à une stratégie de communication commune : ratifier un interlocuteur absent, le public.

Structure conversationnelle 1

Le premier exemple correspond à l'archétype de l'entrevue journalistique.

Exemple (1) : TVA-Qc 18-04-01³ : Pierre Jobin (ca) / Marie-Christine Saint-Pierre (rep)

ancrage	ca	Il n'aura pas fallu attendre le début du Sommet des Amériques avant les premières arrestations. Six personnes qui ont été arrêtées donc au cours des dernières heures. (...) On rejoint Marie-Christine Saint-Pierre.
E1 rituel d'ouverture	ca rep	Bonsoir Marie-Christine. Bonsoir.
E2 initiative	ca	Alors qu'en est-il exactement. Ce sont les activistes entre autres de la région de Montréal.
réactive [reportage]	rep	Tous, dans la vingtaine, six individus. Il y a deux d'entre eux qui ont été arrêtés, hier soir, sur l'autoroute 20, à la hauteur de St-Apollinaire. Ils s'en venaient à Québec (...).
évaluative	ca	Bon,
E3 initiative	ca	on ne parle pas seulement d'amateurs, il y a bien des activistes mais aussi entre autres un réserviste de l'armée canadienne.
réactive [reportage]	rep	Effectivement, un membre actif de la réserve. C'est lui qui aurait fourni le matériel pyrotechnique à ses collègues, tous dans la vingtaine. Il pourrait peut-être s'agir de (...).
évaluative	ca	Bon,
E4 initiative	ca	ils ont comparu aujourd'hui par télécomparution au Palais de justice de Québec <oui> Marie-Christine.
réactive [reportage]	rep	Effectivement, sous des chefs d'accusation très graves. D'abord, complot dans le but de commettre des actions qui pouvaient mettre la vie en danger, de vol également (...).
E5 rituel de fermeture	ca rep	Merci Marie-Christine. Au revoir.

L'analyse de la structure conversationnelle rend compte d'une gestion typique pour un chef d'antenne pendant le téléjournal. Le chef d'antenne introduit le sujet de la nouvelle et le reporter au public. C'est lui qui déclenche les rituels d'ouverture et de clôture, lesquels se réalisent dans les mêmes termes que la conversation ordinaire. Ainsi, salutations et remerciements reproduisent une interaction sociale naturelle, à laquelle

³ Les exemples sont présentés sous la forme d'un tableau qui fournit les principaux détails de leur structure. La première colonne renvoie au nombre d'échanges (En) entre les actants médiatiques et la seconde colonne précise la nature des interventions qui composent les échanges : initiative, réactive ou évaluative. Les échanges rituels d'ouverture et de clôture sont également indiqués dans cette colonne. Pour plus de précisions concernant les notions d'échange réparateur, d'échange rituel et d'intervention, voir Roulet et al., 1985. La troisième colonne indique l'auteur de l'intervention : ca est mis pour chef d'antenne, rep pour reporter, cm pour chroniqueur/re météo, cc pour chroniqueuse culturelle et pub pour public. Enfin, la dernière colonne présente la transcription de chaque intervention. Les reportages qui ne contiennent pas de signaux d'écoute backchannel (indiqués entre chevrons dans la transcription) de la part du chef d'antenne ou d'autres indications concernant la structure des exemples ne sont pas reproduits intégralement.

peuvent s'identifier les téléspectateurs. Cette mise en scène interactionnelle est la plus fréquente, la plus simple et la plus typique pour ratifier le public absent (voir la stratégie #1 au tableau 2).

Le chef d'antenne déclenche tous les échanges, le plus souvent sous la forme d'une question et les interventions réactives des journalistes sont l'occasion de placer le reportage. La plupart des interventions réactives des journalistes commencent par une marque d'approbation (*effectivement*), ce qui témoigne du caractère indéniablement prémédité des interactions produites pendant le bulletin de nouvelles. Évidemment, le chef d'antenne connaît déjà la réponse à la question du journaliste, puisqu'il l'a construite à même son reportage. S'il pose la question, c'est en tant que représentant du public, pour le bénéfice de ce dernier. Ainsi, par cette mise en scène, le chef d'antenne simule la présence du public dans l'espace médiatique, une autre stratégie fréquente pour le ratifier (voir la stratégie #2 au tableau 2).

Par ailleurs, l'exemple (1) montre que les échanges sont le plus souvent constitués de 3 interventions : la question, la réponse qui contient le reportage, et une brève marque d'évaluation (*bon*), qui permet de clore l'échange en cours et de passer à une autre question. Les échanges sont principalement coordonnés. Enfin, la fréquence des signaux d'écoute backchannel est faible et se limite à des accusé-réception (*oui, humhum*). La raison est en partie technique, en partie interactionnelle. Dans le premier cas, le chef d'antenne n'est pas toujours parfaitement attentif à l'intervention du reporter, parce qu'il reçoit en permanence des instructions de la régie à partir d'un écoutteur qu'il porte à l'oreille. Dans le second cas, comme on l'a mentionné plus tôt, le chef d'antenne connaît déjà le contenu du reportage ; par conséquent, l'attention qu'il porte à la réponse est également moins grande.

Outre que ces éléments de la structure conversationnelle permettent de décrire finement les interactions produites pendant les téléjournaux, les observations précédentes sont intéressantes parce qu'elles montrent bien que l'approche interactionniste ne confine pas la communication médiatique dans une conception interpersonnelle de la communication. Au contraire, elle fournit des indicateurs qui sont propres à la communication médiatique — les indices du caractère prémédité de l'entrevue, par exemple — et qui participent justement à la standardisation du genre.

Structure conversationnelle 2

L'exemple suivant rappelle davantage la conversation ordinaire.

Exemple (2) : SRC-Mtl 26-09-02⁴ : Stéphan Bureau (ca) / Jocelyne Blouin (cm)

	ancrage	ca	Météo donc.
E1	initiative réactive	ca	Est-ce que Isidore fera des siennes chez nous?
		ca	En fait oui,
E2	initiative réactive	ca	<u>Jocelyne?</u>
		cm	<u>Oui</u> , absolument, <u>oui</u> .
E3	rituel d'ouverture	ca	<u>Bonsoir</u> .
		cm	Bonsoir.
E4	initiative réactive	ca	Attaquons.
		cm	<u>Oui, alors//</u>
ES4.1	initiative	ca	<u>Car après</u> tout, je me permets de vous interrompre, car je sais, que depuis quelques jours vous surveillez <ah oui Isidore> et que votre niveau d'excitation est maintenant très élevé. [taquinerie]
		cm	Oui il: il est assez là (rires).
ES4.1	réactive	ca	Isidore est en ville. <ça augmente>
		cm	Pas encore. Demain il va être en ville.
E4	[reportage]	ca	Bulletin météo (...)
		cm	
E5	initiative réactive évaluative	ca	Et vous nous avez parlé de pluies ordinaires, ça c'est un terme technique en météorologie j'imagine? [taquinerie]
		cm	Pas du tout. <pas du tout> C'est un terme humain.
		ca	C'est bon,
E6	rituel de fermeture	ca	Jocelyne? <oui> Excellent week-end.
		cm	Merci.
		ca	Tata.

En E1, le plan de caméra montre que le chef d'antenne simule une interaction directe avec le public. Ce dernier ne peut évidemment répondre et c'est le chef d'antenne, à sa place, produit lui-même la réponse (voir la stratégie #3 au tableau 2).

Cet extrait fournit l'exemple d'une interruption d'intervention et de quelques chevauchements de parole, des éléments discursifs fréquents dans la conversation quotidienne, mais rares en communication médiatique. On note aussi deux occurrences d'échanges subordonnés (ES4.1 et ES4.2) qui portent moins sur le bulletin météo que sur l'état d'esprit de la chroniqueuse. Outre que ces échanges contribuent à complexifier la structure conversationnelle de l'interaction, leur contenu rend compte d'une certaine personnalisation du sujet, comme l'indiquent d'ailleurs la présence de rires et de taquineries entre les deux interactants (voir la stratégie #4 au tableau 2).

Un peu plus élevée, la production backchannel contribue davantage à la construction du sens que l'accusé-réception et elle révèle l'attention réelle que la chroniqueuse porte au chef d'antenne. Or, cette attention rend bien

⁴ Le soulignement indique des passages discursifs qui se chevauchent.

compte de la dépendance interactionnelle de la chroniqueuse météo vis-à-vis du chef d'antenne. En E4, par exemple, la chroniqueuse attend l'indication explicite du chef d'antenne, *attaquons*, pour commencer son bulletin.

L'analyse conversationnelle permet donc de faire ressortir une autre importante caractéristique de la communication médiatique par rapport à la communication interpersonnelle : son caractère fondamentalement asymétrique. Malgré les stratégies élaborées pour imiter la communication interpersonnelle, la communication médiatique produite au cours du bulletin d'information est un discours institutionnel qui produit ses propres rituels.

Structure conversationnelle 3

L'exemple (3) révèle aussi une structure qui se rapproche de la conversation orale spontanée.

Exemple (3) : SRC-Qc 25-04-01 : Sébastien Bovet (ca) / Catherine Lachaussée (cc)

	ancrage	ca	Arts et spectacles maintenant on va vous parler d'Adamo.
E1	initiative	ca	Je vous chanterais bien la chanson sauf que Catherine pendant la pause a dit que c'était insupportable <(rires)> quand je chantais alors je vous épargnerai (rires).
	réactive	pub	[∅]
	évaluative	cc	Quelle brillante interprétation. (rires) <(rires)>
E2	Initiative	ca	Donc vous l'avez rencontré aujourd'hui.
	réactive	cc	Oui j'ai eu cette chance (...) Et la chanson <i>C'est ma vie</i> <humhum> qu'il interprète un peu mieux que vous Sébastien (rires) <(rires) ah oui?> qui l'a remis au goût du jour au Québec. [reportage]
	[reportage]		Alors au Grand Théâtre pour un soir <oui> seulement
ES2.1	initiative	ca	Un soir seulement?
	réactive	cc	Oui.
E3	initiative	cc	Et ma version de <i>C'est ma vie</i> n'est pas mieux que la vôtre Sébastien.
	réactive	ca	Oui j'osais pas le dire (rires) <(rires)>

Au début de cet exemple, le chef d'antenne s'adresse directement aux téléspectateurs absents, prenant à partie la chroniqueuse culturelle qui, elle, est en interaction en face à face avec lui. En l'absence de réponse de la part du public, c'est elle qui clôt l'échange (voir la stratégie #3 au tableau 2).

L'exemple (3) présente aussi d'une structure conversationnelle moins asymétrique que les précédentes, puisque c'est la chroniqueuse culturelle qui initie l'échange E3. Plusieurs procédés discursifs — *small talk*, taquinerie, rires — rendent compte d'un certain degré d'intimité, de familiarité, entre le chef d'antenne et la chroniqueuse culturelle, ce qui est plus caractéristique

de la communication interpersonnelle que de la communication médiatique (voir la stratégie #5 au tableau 2).

Structure conversationnelle 4

Enfin, l'exemple (4) présente une nouvelle stratégie de ratification du public.

Exemple (4) : TQS-Qc 25-04-01 : Véronyque Tremblay (ca) / Christian Rouleau (cm)

	ancrage	ca	Météo.
E1	initiative réactive	ca	Christian, on va avoir une belle semaine finalement?
		rep	Oui et surtout que on a un beau soleil présentement. C'est pas très très chaud, mais ça empêchera pas que j'en connais qui vont manger du barbecue tantôt, des cheeseburgers.
ES1.1	initiative réactive	ca	Est-ce que c'est votre cas? < Bien je peux pas vous le cacher> Je sais que: je sais que vous aimez ça? (rires)
		rep	Vous le savez <rires> C'est pas pour me vanter, mais c'est moi le roi du cheeseburger. Bon ça été dit.
ES1.2	évaluative initiative	ca	C'est vrai, j'y ai déjà goûté (rires) <(rires)>
		rep	J'es: j'espère que j'aurai l'occasion de vous en faire d'autres cheeseburgers <(rires)>
E1	[reportage]		Donc, cela étant dit Véronyque, les nouvelles sont quand même <(rires)> bonnes (rires) pour les prochains jours. [reportage]
E2	initiative réactive	ca	Bon, vous m'avez donné faim là, en parlant de cheeseburgers (rires)
		rep	Bien je vais aller vous en porter un chez vous. <(rires)>
E3	rituel de fermeture	ca	Salut Christian. (rires)
		rep	Bonne soirée à demain.
		ca	Bonne soirée. (rires)

Outre les procédés dont rendent compte les exemples précédents, cet exemple simule de rejoindre les téléspectateurs dans leur contexte de réception. Le *Grand Journal de TQS*, dont le mandat avoué est de « se rapprocher des gens », est présenté de 16h30 à 18h30, soit à l'heure où la majorité de la population québécoise prépare le repas du soir. L'épisode de *small talk* entre la chef d'antenne et le chroniqueur météo correspond à ce qu'on pourrait appeler une reconstitution de l'espace communicationnel du public absent. La mise en scène reproduit d'assez près la réalité des téléspectateurs à la maison. (voir la stratégie #6 au tableau 2).

Conclusion

L'analyse de la structure interactionnelle des échanges produits pendant les bulletins de nouvelles permet d'identifier les éléments qui participent à la standardisation du genre téléjournal. Plutôt que de ramener la communication médiatique à la communication interpersonnelle, l'analyse précédente révèle les caractéristiques communicationnelles propres au

téléjournal, elle fournit l'appareillage conceptuel apte à le caractériser et à le distinguer d'autres types de production médiatique.

L'interprétation interactionniste des changements observés dans les téléjournaux au cours des dernières années révèle une nouvelle façon de concevoir la relation médiatique avec le public. L'information continue d'être la priorité des bulletins de nouvelles, mais les stratégies de communication qui y sont élaborées ne visent plus uniquement à informer les téléspectateurs, elles tendent à les intégrer au cœur des événements qui les concernent, à créer des espaces discursifs privilégiés dans lesquels ces événements font sens pour eux. La fréquence et la variété des mises en scène interactionnelles identifiées sur les ondes de la télévision québécoise témoignent de la tension qui s'exerce sur les producteurs pour satisfaire à la fois les contraintes de l'information et de sa communication publique.

stratégies	<ul style="list-style-type: none">S1. Inscrire l'information dans une interaction sociale naturelle dans laquelle le public se reconnaît.S2. Simuler la présence du public dans l'espace médiatique.S3. Simuler une interaction réciroque avec le public.S4. Produire un discours plus spontané, moins formel, qui se rapproche de la manière de communiquer du public.S5. Créer un registre plus intime qui rappelle l'espace privé du public.S6. Rejoindre le public dans son contexte privé de réception.
-------------------	---

L'approche interactionniste génère ainsi ses propres explications théoriques quant à l'émergence de nouveaux modèles de diffusion de l'information. Si l'on peut effectivement penser que les mises en scène interactionnelles font augmenter les cotes d'écoute, la question reste tout entière de savoir pourquoi. Les mises en scène interactionnelles soumises à cette étude reproduisent les conditions d'une interaction sociale authentique qui se

rapproche, autant qu'il est techniquement possible de le faire, de la manière naturelle, humaine de communiquer. Ce faisant, elles captent mieux l'attention du public parce que celui-ci y reconnaît sa propre manière, interpersonnelle, de communiquer.

Bibliographie

- BURGER, Marcel et Guylaine MARTEL (dir.) : *Argumentation et communication dans les médias*. Québec, Nota Bene. Avec la participation de Jean-Michel ADAM, Ruth AMOSSY, Philippe BRETON, Marcel BURGER, Patrick CHARAUDEAU, Suzanne COTTE, Gilles GAUTHIER, Guylaine MARTEL, Véronique NGUYEN-DUY et Olivier TURBIDE.
- GARFINKEL, Harold (1967) : *Studies in ethnomethodology*, New Jersey, Englewood Cliffs.
- GOFFMAN, Erwing (1973) : *La mise en scène de la vie quotidienne*, Paris, Minuit.
- GOFFMAN, Erwing (1974) : *Les rites d'interaction*. Paris, Minuit.
- GOFFMAN, Erwing (1987) : *Façons de parler*. Paris, Minuit.
- HUTCHBY, Ian (2005) : «Conversation Analysis and the Study of Broadcast Talk», dans Kristine L. FITCH et Robert E. SANDERS (dir) : *Handbook of Language and Social Interaction*.
- LIVINGSTONE, Sonia et Peter LUNT (1993) : *Talk on Television*. London/New York, Routledge.
- MARTEL, Guylaine (2007) : «De la conversation dans l'information télévisé», *Le Français parlé des médias*, Actes du colloque de Stockholm (2005).
- MARTEL, Guylaine (2005) : «Les rôles du chef d'antenne dans la mise en scène de l'information», *73^{ème} colloque de l'Acfas*, Université de Chicoutimi (Québec).
- MARTEL, Guylaine (2004) : «Humaniser les téléjournaux. Les lieux privilégiés du journalisme d'interaction au Québec», dans *Les Cahiers du journalisme*, no 13, Québec/Lille, pp. 182-205.
- RELIEU, Marc et Franck BROCK (1995) : «L'infrastructure conversationnelle de la parole publique. L'analyse des réunions politiques et des interviews télédiffusées», *Politix*, n° 31.
- ROULET, Eddy, Antoine AUCHLIN, Jacques MOESCHLER, Christian RUBATTEL et Marianne SCHELLING (1985) : *L'articulation du discours en français contemporain*, Berne, Peter Lang.
- SACKS, Harvey et Emanuel A. SCHEGLOFF (1973) : «Opening up closings», *Semiotica*, Vol. 8, n° 4, The Hague, Mouton, .p. 289-327.
- SCANNELL, Paddy (dir.) (1991) : *Broadcast Talk*. London, Sage.
- SCOLLON, Ronald (1998) : *Mediated Discourse as Social Interaction : A Study of News Discourse*. London, Longman.

- THOMPSON, John B. (1995) : *The media and modernity. A social theory of the media*. Cambridge, Polity press.
- TOLSON, Andrew (dir.) (2001) : *Television Talk Shows : Discourse, Performance, Spectacle*. London, Lawrence Erlbaum.
- VINCENT, Diane (2001) : «Les enjeux de l'analyse conversationnelle ou les enjeux de la conversation», *Revue québécoise de linguistique*, vol. 30, no 1, pp. 177-198.