

La « diversité », un concept transmédiagénique à critiquer

Notre questionnement autour de la notion de « diversité » se heurte en premier lieu aux différents contextes dans lesquels elle peut être utilisée. Nous nous attèlerons principalement à en décrire ses spécificités d'usage lorsqu'elle est mise en communication. Dans le cadre de ce colloque, la perspective dans laquelle nous souhaitons aborder la « diversité » et ses médiations envers le public jeune, retient d'abord l'absence de commentaire critique vis-à-vis de la notion elle-même ainsi que vis-à-vis des manifestations visuelles principalement utilisées pour la signifier. En effet, érigée au rang de « valeur » sociale voire morale, la notion de « diversité » rapportée à l'idée floue et mouvante de « multiplicité humaine différenciée » n'est jamais interrogée comme telle. Le fait que l'on puisse actuellement souhaiter lui faire investir le champ d'une « éducation aux médias » (ou plus largement le champ médiatique dédié aux plus jeunes), avant même d'avoir tenté d'en appréhender la structuration socio-sémantique, semble problématique. Dans ce contexte, il est nécessaire de réfléchir à ce que signifie l'idée de « diversité » au sein de ses emplois médiatiques dans la société française contemporaine, et il semble prudent d'essayer d'abord de rendre compte des implications définitionnelles et politiques d'une telle notion. En effet, si l'on souhaite tenter de répondre à la question : « Aujourd'hui, quelles sont les représentations médiatiques de la « diversité » ? » et si l'on veut donc se rendre capable de les identifier, il semble judicieux d'interroger d'abord ce que recouvre précisément l'idée de « diversité » dans nos discours. Pour notre part, nous considérons que ce travail réflexif doit nous permettre de pointer les modalités communicationnelles d'émergence de la notion à l'aune de ses principales manifestations dans les espaces de publicisation du discours.

Nous souhaitons donc aborder la « diversité » non pas tant comme un phénomène « réel » ou une valeur politique à promouvoir, mais plutôt comme une notion impliquée dans un certain nombre de processus communicationnels en lien avec la question dite des « minorités visibles ». Pour cela, nous nous posons la question suivante : « À des fins de représentations des « minorités visibles » (considérées comme invisibles dans les médias), quelles images de la « diversité » sont construites et mises en circulation et ce, avec quels effets de sens ? ». En particulier, nous nous attacherons à regarder un corpus



Illustration 1. Affiche de la campagne pour « Le Salon Grandes Écoles » 2014

Affiche de la campagne pour le « Salon Grandes Écoles » à la Cité de la Mode et du Design des 15 et 16 novembre 2014 à Paris.

Prise de vue dans les transports en commun franciliens, station de métro parisien, le 10 novembre 2014.

de documents de communication élaborés par des salons dédiés à la formation post-bac ou par des centres de formation à l'attention des jeunes sortant du cycle secondaire, afin de montrer comment y est mise en scène l'idée de « diversité ». Afin de souligner en quoi cette manière de l'envisager peut être controversée, nous proposerons de montrer en quoi, sémiologiquement, ces visuels participent d'une logique visuelle racialisante. Nous essayerons également de montrer en quoi les représentations de la « diversité » peuvent être considérées comme *transmédiagénique*¹ – c'est-à-dire capables s'intégrer dans différents supports médiatiques –, en nous attelant à interroger leurs régimes de mise en visibilité et de circulation. Dans un premier temps, nous verrons en

quoi la question de la visibilité est au cœur d'une conception de la « diversité » comme *potentiel médiatique* de mise en avant des « minorités visibles » et nous soulignerons la dimension paradoxale de cette expression. Dans un second temps, nous expliciterons en quoi les concepts de *médiagenie*² et de *transmédiagenie*³ développés par Philippe Marion, nous permettent de penser la « diversité » comme une sorte de paradigme représentationnel⁴ qui agit au niveau de l'élaboration des contenus médiatiques ayant trait à ces « minorités visibles » (et au niveau des stratégies éditoriales qui leur sont sous-jacentes). Pour cela, nous proposerons une analyse critique des processus de neutralisation de la conflictualité et d'idéologisation de l'altérité que cette notion sous-tend. En conclusion, nous montrerons en quoi ces représentations de la « diversité » confinent à la mise en place d'un nouveau stéréotype : celui d'une pluralité humaine « racialisée » de manière essentialisée. Cette communication s'est faite dans le cadre d'une recherche doctorale en cours et a pour vocation d'être un point d'étape dans notre questionnement autour de la notion de « diversité ».

La question de la « mise en visibilité » au cœur d'une conception médiatique de la « diversité »

Des « minorités visibles » invisibles, à « visibiliser »

La « diversité » est ici questionnée comme *potentiel médiatique* de « mise en visibilité des minorités visibles ». Cette formulation paradoxale a pour objectif de nous permettre de repenser les enjeux que sous-tend l'articulation entre volonté de mise en visibilité des minorités considérées et opération de mise en visualisation des corps dans les documents de communication. Il s'agit donc d'interroger le lien entre le pointage (communément admis) d'un « besoin » de supplément de représentations médiatiques de ces « minorités visibles » considérées comme « invisibles » dans les médias et la manière dont ceux-ci essaient effectivement de rendre compte de leur présence dans la société.

1. MARION Ph., « Narratologie médiatique et médiagenie des récits », *Recherches en communication*, 1997, n° 7, p. 61-87.
2. La médiagenie d'un objet médiatisé vient qualifier son degré d'intégration sémiotique dans le média qui l'accueille. *Ibid.*, p. 78.
3. La transmédiagenie vient qualifier le fait que certaines représentations plus « caméléon » migrent de supports en supports sans en être formellement très affectées. *Ibid.*, p. 87.
4. Nous expliciterons dans la suite de notre propos ce concept qui nous sert à penser les figurations de la « diversité » dans les médias.

La notion de « minorités visibles », un vocable problématique

Le vocable « minorités visibles » entérine la mise en rapport d'une quantité démographique considérée comme faible (minorité) avec une certaine idée de la « visibilité » de ces personnes, laquelle est d'abord purement physique et renvoie de façon floue à des caractéristiques visualisables du corps (couleur de peau, traits du visage, genre, etc.). Cette mise en rapport pose en elle-même un problème théorique majeur puisqu'elle vient exprimer que ces individus, qui sont considérés comme parfaitement visibles (étant donné qu'ils seraient faciles à visualiser du fait de leurs caractéristiques physiques), sont en même temps en situation de « minorité » et donc d'invisibilité dans un certain nombre de champs, notamment médiatique. De plus, nous remarquons, à la lecture assidue des travaux de sciences sociales qui s'intéressent à l'hégémonie⁵ que l'idée de « minorité » contenue dans l'expression « minorité visible », n'est plus tant associée à la quantité démographique que pourraient représenter ces personnes, mais plutôt à leur maintien dans l'état de minorité au sens politique (au sens de non majeur, c'est-à-dire non responsable de soi). Antonio Gramsci conçoit l'hégémonie comme processus socio-historique alimenté (entre autres) par les productions médiatiques (appareils de l'hégémonie), qui ont selon lui pour fonction de maintenir des dominés dans un état de subalternes.

Par ailleurs, quand bien même la quantité de population considérée comme appartenant à la catégorie « minorités visibles » ne serait pas grande, il s'agit de rappeler surtout que là n'est pas la question⁶. D'une part, parce qu'on ne peut absolument pas la dénombrer objectivement (ce qui nous laisse une chance d'éviter *a minima* une catégorisation statistique stigmatisante non-nécessaire) et d'autre part, parce que ces « minorités visibles » n'existent tout simplement pas autrement que *discursivement*. Autrement dit, elles existent uniquement en vertu d'une assignation catégorielle entérinée par et dans le discours, notamment médiatique. Cette considération *discursive* des « minorités visibles » vient de l'hypothèse proposée par Stuart Hall pour penser ce qu'il appelle la « race⁷ ». Il s'exprime ainsi :

« C'est seulement quand les différences ont été structurées au sein d'un langage, au sein d'un discours ou au sein d'un système de signification, qu'on peut affirmer que ces différences ont acquis un sens, qu'elles sont devenues un facteur de la culture humaine et qu'elles régissent des conduites. Telle est la nature de ce que j'appelle le concept discursif de la race⁸. »

Il précise que ce concept discursif de la « race » permet de rendre les sociétés humaines intelligibles, mais à travers la structuration historique d'un schéma mental raciste galvaudé et périlleux. Nous y reviendrons. Persiste l'hypothèse selon laquelle il existerait un biais dans la sélection des signes avec lesquels opère la représentation médiatique ordinaire : biais qui pourrait avoir pour conséquence de rendre « inégalitaire » la représentation des « minorités » par rapport à une « majorité ». Afin de pallier cette « injustice », il faudrait (cela est une prescription répandue) représenter davantage la « diversité » humaine. Cela nous semble être une injonction à la fois impossible à satisfaire

5. GRAMSCI A., *Cahiers de prison 1, 2, 3, 4 et 5*, Paris, Gallimard, 1996.

6. En effet, la question sociale s'est transformée en « question raciale » comme le suggèrent mais aussi le déplorent dans leur introduction les auteurs Didier Fassin et Éric Fassin au sein de l'ouvrage collectif FASSIN D., FASSIN É. (sous dir. de), *De la question sociale à la question raciale. Représenter la société française*, Paris, La Découverte, 2009.

7. Cette idée est mentionnée dans le chapitre 5 intitulé « La race, un signifiant flottant », de l'ouvrage : HALL S., *Identités et cultures 2, politique des différences*, textes compilés par M. Cervulle, trad. de l'anglais par A. Blanchard, Éditions Amsterdam, 2013.

8. *Ibid.*, p. 101.

et très paradoxale à partir du moment où l'on considère que la qualité « être diverse » appliquée à l'humanité, ne peut réellement caractériser autre chose que l'ensemble des singularités individuelles que présente tout un chacun. Dès alors, nous nous interrogerons sur les raisons pour lesquelles ce besoin de représentation médiatique des « minorités visibles » passe par la mise en place d'une rhétorique stéréotypée de la « diversité ».

Le prisme des traits physiques retenus dans la représentation : surdétermination de la couleur de peau comme support expressif

En analysant les réalisations concrètes visant à obtenir cette visibilité des « minorités visibles » que sont les documents du corpus considéré en annexes⁹, nous observons un certain nombre de traits physiques retenus dans les représentations médiatiques dites « de la diversité », au premier rang desquels on trouve la « couleur de peau ». Celle-ci opère la mise en « hyper visibilité » de ce pourquoi ces « minorités » ont été amenées à être qualifiées de « visibles ». La couleur, objet visuel par excellence, est alors particulièrement sur-sémiotisée donc tout particulièrement mise en avant pour « faire signe » dans les représentations visuelles qui entendent montrer la « diversité » de la population humaine. Ces représentations sont produites selon un prisme particulier qui implique de prendre la couleur de peau et les traits physiques pour des signifiants visuels surdéterminants. Ces signes matériels et visuels sont mis là pour signifier le « divers » et pour souligner explicitement ce par quoi, visuellement, il y a « différence » : à savoir par le corps, ou *a minima* les traits physiques. « Différences » que nous serions tentée, pour notre part, de requalifier en « spécificités » pour ne surtout pas faire l'amalgame entre ce qui relève des qualités corporelles spécifiques et ce qui relève d'éventuelles différences d'un autre ordre. De plus, nous observons que les formes les plus couramment utilisées pour signifier l'idée de « diversité » proposent une double articulation visuelle : non seulement le signifiant « couleur » est affilié à chaque corps représenté mais il y a aussi juxtaposition dans l'espace de l'image de plusieurs corps ou figures de différentes couleurs, leur faisant former ensemble le signifié « diversité » à partir du signifiant doublement articulé « multicolore » (en témoigne le visuel¹⁰ choisi pour ce colloque lui-même). Également, dans les quelques campagnes d'affichage visant à promouvoir des écoles ou des salons de formations à destination de populations jeunes que nous analysons ici, le motif visuel récurrent qui vient dire la « diversité » à laquelle s'adressent ces campagnes, est la présence du signe « multicolore », quelles que soient les formes dans lesquelles il s'incarne. On observe par exemple des silhouettes coupées-collées de corps « de couleur » où abondent différents traits physiques phénotypiques ou de manière plus abstraite des traits de peinture de différentes couleurs sur un demi-visage en gros plan¹¹.

Sans forcément que l'on en prenne conscience, s'opère ainsi dans de nombreux documents de communication, une mise en relation répétée et circulante de visuels proposant des juxtapositions de corps colorés à des fins de signification de la « diversité ». Au sein de la structuration des significations qui s'opère à la lecture de l'image, ces « corps colorés » qui surdéterminent

9. Cf. Annexes 1, 2, 2bis, 3 et 4.

10. Cf. Annexes 4.

11. Cf. Annexe 3.

les traits phénotypiques comme supports signifiants, sont interprétables comme en rapport avec des « différences » qualifiées d'« ethniques », d'« ethno-raciales¹² » ou encore plus franchement de « raciales » et sont pris pour éléments adéquats de représentation médiatique des « minorités visibles ». Ainsi, ces images réalisent une actualisation visuelle des « différences raciales » contenues en germe dans l'expression « minorités visibles ». La prise en considération visuelle de ces spécificités visibles suppose en arrière-plan une structure mentale qui associe des traits physiques à une idée essentialisée de la « race », elle-même prise comme support d'une altérité radicale. En effet, celui qui est Autre n'est Autre que par le truchement socio-historique d'une métaphore entérinée par la mémoire collective : la métaphore de la race et/ou de l'ethnicité, appuyée sur l'idée selon laquelle il existe des différences ethno-raciales puisqu'il existe des dissemblances corporelles. Cette idée a été elle-même construite au sein du discours anthropologique initial, pour approcher la question des « différences » entre les groupes humains observés par les anthropologues, comme en témoigne le propos de Claude Lévi-Strauss dans *Race et Histoire* :

« Le péché originel de l'anthropologie consiste dans la confusion entre la notion purement biologique de race (à supposer d'ailleurs que, même sur ce terrain limité, cette notion puisse prétendre à l'objectivité, ce que la génétique moderne conteste) et les productions sociologiques et psychologiques des cultures humaines¹³. »

Or, des personnes considérées comme appartenant aux « minorités visibles » sont de nos jours mises en visibilité via un discours visuel corporalisant et partant, biologisant, servant de support à une certaine représentation de la « diversité ». Ces personnes s'y trouvent *altérisées* en étant renvoyées à une catégorisation qui surdétermine leur corps comme signe de leur « différence ».

Une surdétermination racialisante

Essentialisation et condensation des signes visuels et leurs conséquences biologisantes et racialisantes

L'idée que nous venons de soulever, vient également entériner un tabou social et politique très répandu, notamment en France, qui est également au cœur de nombreux débats en sciences humaines ; à savoir que s'opère ordinairement dans la société, une reconnaissance ordinaire de la « race », non pas forcément comme support de discrimination avérée, mais comme support visuel de significations. Le tabou porte notamment sur le fait d'employer le terme « race », lequel est extrêmement galvaudé historiquement et sur lequel nous proposerons au cours de nos recherches une analyse critique approfondie (c'est pourquoi nous le maintenons entre guillemets ici). Cet état des lieux des manifestations discursives et visuelles de la « diversité », nous permet de soutenir que, par la mobilisation ostentatoire de la couleur de peau et des traits phénotypiques qui sont facilement perceptibles (donc commodes à utiliser dans la communication) et par l'abondance de leur usage dans différents documents médiatiques, quelque chose de l'ordre d'une racialisation

12. Dans son ouvrage Maxime Cervulle précise qu'il n'est pas aisé de distinguer entre phénomène de racialisation et phénomène d'ethnicisation et explique que l'adjectif « ethno-racial » est utilisé par certains chercheurs pour désigner l'intrication des deux processus. CERVULLE M., *Dans le blanc des yeux : diversité, racisme et médias*, Paris, Éditions Amsterdam, 2013, p. 28-29.

13. LEVI-STRAUSS C., *Race et Histoire*, Paris, Gallimard, Folio Essais, 1987, p. 10.



Illustration 2. Affiches de la campagne pour le Salon des Masters et Mastères spécialisés 2015 – Visuel 1

Affiche de la campagne pour le Salon des Master & Mastères spécialisés du 17 janvier 2015 à Paris. Visuel 1.

Prise vue dans les transports en commun parisiens, station de métro Anvers, le 13 janvier 2015.

des individus « minorisés » émerge. Ces manifestations discursives et visuelles opèrent par condensation sémiotique des signes employés. Les images observées, en proposant de rendre signifiantes les couleurs des corps à des fins de représentation des « minorités visibles », font du « multicolore » un signifiant racialisant qui s'appuie sur la prise en compte des spécificités biologiques des corps sélectionnés. Ainsi, les couleurs des corps, utilisées pour référer à des attributs phénotypiques, nourrissent le processus de naturalisation des représentations. Cela nous semble confiner à la mise en place d'un *paradigme représentationnel* spécifique. Nous forgeons ici le concept de *paradigme représentationnel* dans le sens de focalisation mentale qui oriente les représen-

tations, et nous l'envisageons ici comme une matrice idéologique à partir de laquelle s'organise la construction des significations *par et dans* les images.

Par ailleurs, notons que ce mouvement de racialisation se répand au-delà du choix des personnes photographiées et se remarque aussi au niveau de ce que l'on pourrait appeler une essentialisation des figures choisies pour représenter la « diversité ». Cette intensification du sens donné aux couleurs et cette condensation sémiotique fait du signe « multicolore » une sorte de *précipité visuel* (de manière analogique à l'idée de *précipité de langue*¹⁴ développée par Karine Berthelot-Guiet au sujet de la publicité¹⁵) qui, à partir de n'importe quels types de formes juxtaposées de plusieurs couleurs vient produire la connotation « diversité ». L'idée de *précipité de langue* au sujet de la publicité peut être envisagée de la manière suivante :

« Le discours publicitaire peut [...] se définir par l'incidence de ses conditions de production sur ses caractéristiques formelles. Impératif économique, rapidité au moment de l'émission et de la réception, nécessité d'être « impactant » pour assurer une trace mémorielle dans l'esprit de la cible concernée, intégration nécessaire de la référence à la marque et/ou au produit, etc. : autant de contraintes qui agissent à la manière de catalyseurs et provoquent une mise sous tension, un effet de concentration, produisant dans le cadre du slogan publicitaire l'équivalent d'un précipité de langue¹⁶. »

De manière analogue, l'effet de concentration des signes dans notre *précipité visuel*, se remarque lorsque l'on regarde les éléments visuels utilisés par ailleurs pour représenter l'idée de « diversité » dans la communication : on trouve par exemple des mains, des silhouettes anthropomorphes et des planètes multicolores, des arc-en-ciel, et jusqu'à des crayons de couleurs. Cette condensation sémiotique opérée par les signes multicolores relève d'une essentialisation de la couleur qui rend central ce qui ne devrait pas l'être *a priori*, à savoir ici la métaphorisation de la collection des « couleurs de peau » renvoyant à celle des « races » pour dire la « diversité ». Cette mobilisation massive du « multicolore » vient confirmer l'idée selon laquelle le prisme du corps, rapporté à

14. Karine Berthelot-Guiet explique que le discours publicitaire est un opérateur de condensation des signes qui en fait un précipité : « Précipité de langue, précipité de sens, le discours publicitaire est à même de concentrer dans un espace verbal, iconique et sonore, un nombre important d'éléments connotatifs démultipliés par leur entrée en interaction dans des phénomènes de convergences sémiotiques » dans, BERTHELOT-GUIET K., *Paroles de pub. La vie triviale de la publicité*, Paris, Éd. Non Standard, 2014, p. 225.

15. BERTHELOT-GUIET K., *Apport de la publicité à la langue quotidienne des locuteurs de Paris et de la région parisienne*, Thèse de doctorat en linguistique, École Pratique des Hautes Études, 1997.

16. BERTHELOT-GUIET K., « "Ceci est une marque". Stratégies métalinguistiques dans le discours publicitaire », *Communication & Langages*, n° 136, 2003, p. 58-71.

la « race » par le biais de la couleur, structure une signification ancrée dans la mémoire sociale. En effet, cela a pour conséquence de rendre compte d'une humanité pensée comme composée de différentes « races ». Tel est l'effet de sens produit par l'utilisation de phénotypes racialisés comme supports de signification de la « diversité ». Cette représentation finit par entériner l'existence communicationnelle de la « race » et par nier la conflictualité politique qui lui est consubstantielle¹⁷. Stuart Hall exprime la même idée dans l'ouvrage déjà mentionné : « Et c'est d'ailleurs exactement la raison pour laquelle le corps est ainsi convoqué dans le discours : pour clore le débat¹⁸. » Un peu plus loin il explique en quoi selon lui l'invocation du corps sert d'ultime signifiant transcendantal :

« Comme si ce corps représentait un marqueur au-delà duquel la discussion n'aurait plus de sens, les langages seraient réduits au silence, et au-delà duquel, devant une telle réalité, tous les discours s'effondreraient. Je crois que si nous ne parvenons pas à nous tourner vers la réalité de la race, c'est parce que cette dernière elle-même fait obstacle à notre compréhension et ce, d'une manière très profonde : qu'est-ce que cela signifie, d'affirmer que la race est un système culturel¹⁹. »

La teneur paradoxalement signifiante de ce couplage entre « diversité » et « minorités visibles »

La question que pose Stuart Hall, loin d'être résolue, ouvre une piste de réflexion intéressante quant à la prise en considération de la « race », non comme réalité biologique mais comme « système culturel ». Ainsi, au sein de l'impensé radical que constitue la notion de « minorités visibles », on trouve un lieu d'investigation fécond à partir duquel penser la race comme « système culturel ». Autour de la publicisation de l'expression « minorités visibles » pour désigner un groupe très large de personnes, on observe une tentative de catégorisation sociale paradoxalement informe, floue et largement fantasmée, à partir de laquelle se déploie le vocable « diversité ». Nous interprétons ce couplage comme une manœuvre rhétorique qui vise non seulement à pallier l'inconsistance de la désignation « minorités visibles », mais aussi à effacer sa propension communautariste considérée comme négative en France. Par ailleurs, nous l'avons vu, en plus d'être une terminologie associée aux « minorités visibles », la « diversité » devient le support sémantique d'une expression visuelle spécifique. Il s'agit alors de restituer la teneur paradoxalement signifiante de ce couplage (voire cet amalgame) entre « diversité » et « minorités visibles ». La « diversité » peut être considérée comme une *pirouette sémantique* qui permet de rendre visible d'une certaine façon, et en particulier au niveau médiatique, ceux qui le sont déjà « trop » par leurs « couleurs de peau » ou leurs « traits physiques ». On relève ce paradoxe saisissant : le fait que la « diversité » est alors ce qui rend possible la visibilité des « minorités visibles » ; et ce, par l'ostentation de la dimension racialisée des corps sélectionnés pour figurer dans les documents à titre d'exemple phénotypique. Cette opération de sélection ne semble pas choquante au premier abord, (elle apparaît même à certains comme la seule solution commode pour les « montrer ») et ce, d'autant plus, qu'elle permet leur intégration visuelle dans les médias. En particulier, cette mise en communication

17. Nous y revenons en seconde partie.

18. HALL S., *op. cit.*, p. 108.

19. *Ibid.*, p. 108.

fait bien le jeu des affiches, médias qui « placardent²⁰ » par excellence et sont construits pour attirer tout de suite visuellement l'attention (comme le montre également Pierre Fresnault-Deruelle dans un autre de ses ouvrages concernant les images fixes²¹). Dans les documents du corpus considéré²², certaines des affiches proposent de montrer un groupe de jeunes par des silhouettes de corps individuels, découpées puis assemblées de manière à les juxtaposer, et cela afin de produire un effet d'ensemble et de montrer un collectif. Ces assemblages singuliers sont des exemples qui viennent nourrir une vision multiraciale de la « diversité » qui devient canonique voire paradigmatique. Chaque corps est là pour être le signe de, le représentant du « groupe » particulier auquel il est considéré comme appartenant et à partir duquel est construite la surdétermination raciale de ses traits physiques. C'est donc cette teneur médiatiquement signifiante qu'il s'agit d'interroger à l'aune des productions communicationnelles qui s'en emparent pour dire la « diversité ». Ainsi, en proposant un questionnement sur les régimes de visibilité de la « diversité », c'est-à-dire sur les manières dont elle est construite pour rendre visible certaines populations considérées comme des « minorités visibles », nous rencontrons la question sémiotique de sa *transmédiagénie*²³ (ce concept est proche de celui de « *spreadable media*²⁴ » forgé par Henry Jenkins). Nous réarticulerons ensuite cette prégnance circulatoire des représentations de la « diversité » à la question politique de la neutralisation de la conflictualité dont elle participe du fait de son lien avec les questions de racisme et de discriminations.

Transmédiagénie et neutralisation de la conflictualité

Potentiel médiatique et transmédiagénie de la « diversité »

Qu'est-ce que le médiatique ?

Observant que la « diversité », tant comme discours que comme support d'une représentation visuelle standardisée, a été largement reprise dans différents documents de communication – lesquels sont à chaque fois opérateurs de médiations sémiotiques et matérielles spécifiques à leurs supports, ce que Philippe Marion appelle leur *médiativité*²⁵ – nous sommes amenée à la considérer comme une notion *médiatique*²⁶. Philippe Marion explique dans un premier temps que l'étiquette médiatique pose un certain nombre de problèmes :

« Ainsi pour être ou devenir médiatique, un récit ne doit-il pas simplement être médiatisé ? C'est-à-dire se laisser mettre « en représentation » par une instance de production qui va se charger de le transmettre massivement au public.

Outre la confusion qui se manifeste ici entre les supports (le média télévision, l'affiche), les institutions (le média presse, la publicité) ou les activités de médiation (le journalisme, par exemple), l'étiquette *médiatique* recèle bien d'autres ambiguïtés. Ainsi, elle obéit autant à un principe d'évaluation qu'à une logique de description. [...] Est *médiatique* ce qui

20. FRESNAULT-DERUELLE P., *L'image placardée, Images fixes IV*, Paris, Éditions Nathan « Sup », 1997.

21. FRESNAULT-DERUELLE P., *L'Éloquence des images, Images fixes III*, Partie 2: « Les images exhaussées », Paris, Éditions Nathan, 1996.

22. Cf. Notamment *Annexes 1, 2 et 2bis*.

23. MARION Ph., *op. cit.*, p. 80.

24. JENKINS H., *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, NYU Press, 2013.

25. « Appréhender la singularité différentielle d'un média, c'est tenter d'en saisir la "médiativité". », *ibid.*, p. 80.

26. *Ibid.*, p. 76.



Illustration 2bis. Affiches de la campagne pour le Salon des Master & Mastères spécialisés 2015 – Visuel 2

Affiche de la campagne pour le Salon des Master & Mastères spécialisés du 17 janvier 2015 à Paris. Visuel 2.

Prise vue dans les transports en commun parisiens, station de métro Anvers, le 13 janvier 2015.

mérite d’occuper les espaces de représentation aménagés par les médias. Dès lors, le *médiatique* s’empreint d’une coloration d’acquiescement, de succès, de réussite; il se caractérise par une certaine fortune au plan de la réception²⁷. »

La reprise généralisée de l’idée de « diversité » au sein d’un grand nombre d’espaces discursifs tels que les « grands médias » (ou médias dits de « masse »), mais aussi le politique, les entreprises ou encore la sphère associative, nous permet de dire qu’elle rencontre un certain succès ou en tout cas qu’elle est plébiscitée, comme le montre très bien Réjane Sénac dans son ouvrage intitulé *L’invention de la diversité*²⁸. Cela nous a d’ailleurs incités à nous pencher précédemment sur ses modalités expressives « multicolores » afin

de rendre compte de ce qu’elle recèle de *potentiel visuel*, notamment à partir des affiches de notre corpus. Nous essaierons maintenant de montrer en quoi elle peut être considérée comme suffisamment bien adaptée au champ médiatique pour relever d’une certaine *transmédiagénie*.

Transmédiagénie de la « diversité »

Tout d’abord, l’idée de médiagénie telle que conceptualisée dans son article par Philippe Marion, est un concept qui vise à rendre compte, dans une perspective de narratologie médiatique, de la manière dont les récits sont mis en forme pour être bien adaptés (ou non) à leur support médiatique:

« La médiagénie est un néologisme qu’il m’a semblé pertinent d’introduire dans le cadre de la *médiatique narrative*. Toute forme de représentation implique une négociation avec la force d’inertie propre au système d’expression choisi. Cette opacité du matériau expressif constitue une contrainte pour que s’épanouisse la transparence relative de la représentation. [...]

Évaluer la médiagénie d’un récit, c’est donc tenter d’observer et d’appréhender la dynamique d’une interfécondation²⁹. »

En reprenant à notre compte les concepts de médiagénie puis de *transmédiagénie* et en les étendant à d’autres objets que le récit, ainsi qu’à d’autres espaces de médiatisation que les « grands médias », nous souhaitons montrer en quoi il est pertinent de penser les formes sociales et les discours en relation avec leurs espaces et leurs modalités de circulation. Ainsi, la *médiagénie* d’un objet (un concept, une formule, une forme visuelle, etc.) caractériserait son potentiel sémiotique d’insertion dans les formes médiatiques qui lui préexistent, en prenant par exemple leurs modalités d’expression, en se glissant dans leurs formes éditoriales, en s’adaptant tout particulièrement bien à leurs régimes de communication. Par extension, l’idée de *transmédiagénie* renverrait à la compétence migratoire de l’objet médiatisé, à sa capacité à s’intégrer dans des supports médiatiques très différents sans que la stabilité relative des motifs sélectionnés pour sa publicisation en soit affectée.

27. *Ibid.*, p. 85-86.

28. SÉNAC R., *L’invention de la diversité*, Paris, PUF, 2013.

29. *Ibid.*, p. 86.

Philippe Marion indique :

« Pour analyser les récits médiatiques contemporains, il semble donc utile d'introduire la notion de *transmédiagénie*. À l'inverse de la médiagénie, celle-ci reposerait sur l'appréciation de la capacité d'étoilement, de circulation, de propagation transmédiatique que possède un récit³⁰. »

Ainsi, à travers ce concept de *transmédiagénie*, ce que nous cherchons à observer, c'est la capacité de la « diversité » à se glisser dans des objets communicationnels très différents. Ici, les récits de la « diversité » nous semblent *transmédiagéniques* dans la mesure où leurs modalités d'expression sont, pour une large part, euphoriques et utopiques. Les campagnes de communication pour des salons de formation ou pour des écoles, les publicités ou encore les campagnes institutionnelles émanant d'organisations peuvent donc tout à fait relever d'un espace privilégié de saisie des représentations de la « diversité » et peuvent donc constituer des objets de recherche. Ces espaces de publicisation d'un corps social fantasmé révèlent en effet un certain nombre d'éléments sur les manières d'aborder la question des discriminations dans l'espace public ainsi que sur les conceptions de l'altérité en jeu. Nous soutenons que la « diversité » est une catégorie descriptive de l'humanité à critiquer, non seulement parce qu'elle fonctionne discursivement pour *faire le jeu* des médias, mais aussi parce qu'elle a été inventée³¹ pour cela. Nous pouvons estimer, au moins à titre d'hypothèse, que la « diversité » a été mise en lumière par une activité médiatique qui l'a modelée pour en proposer une certaine vision, de laquelle se dégage un certain regard sur l'altérité qu'Aude Seurrat qualifie « d'altérité exemplaire³² ». Ainsi, en observant comment la « diversité » se déploie en régime médiatique, nous nous rendons compte que, telle qu'elle est représentée, le médiatique est son seul véritable lieu d'existence, seul espace où elle *a lieu d'être*. Cette idée est d'autant plus prégnante qu'elle corréle la médiagénie de la « diversité » à la problématique politique qui lui est sous-jacente. En effet, en citant Amartya Sen et Maxime Parodi³³, Réjane Sénac indique que :

« à l'instar de l'analyse de l'invention du social, [sa] recherche éclaire [...] l'invention de la diversité en questionnant « le mode de résorption des contradictions internes qui surgissent de l'idéal démocratique lorsqu'il se trouve confronté par la forme démocratique à la division de la société – histoire d'un problème et de sa solution, d'un idéal et de résolution », voire de sa dissolution³⁴. »

Cette ambition d'interroger les conditions d'avènement de la « diversité » dans le jeu politique, l'engage sur la voix d'une considération de celle-ci comme dépolitisante.

Dépolitisation et neutralisation : entre euphorie et euphémisme

Aspect dépolitisant de la notion de « diversité »

Comme le montre Réjane Sénac, la notion de « diversité », en particulier en regard de celle de « discrimination », recèle un aspect dépolitisant en cela qu'elle rejette le problème des discriminations en dehors de l'espace politique de la conflictualité et opère ainsi une neutralisation axiologique. Cette

30. *Ibid.*, p. 87.

31. SÉNAC R., *op. cit.*

32. SEURRAT A., *Les médias en kits pour promouvoir la « diversité », Étude de programmes européens de formation aux médias destinés à « lutter contre les discriminations » et « promouvoir la diversité »*, Thèse en sciences de l'information et de la communication, Université Paris Sorbonne 2009.

33. SEN A., PARODI M., 2007, « Mérite et justice », *Revue de l'OFCE*, 102, p. 467-481., cité dans SÉNAC R., *op. cit.*, p. 31

34. SÉNAC R., *op. cit.*, p. 31.

neutralisation de la conflictualité politique relève également d'un processus communicationnel remarquable qu'il semble important d'analyser. Les mises en images de la « diversité » proposées dans les objets médiatiques sont très positives et entérinent une représentation canonique, voire hégémonique de la « diversité », laquelle est dépolitisante à différents niveaux de lecture. La dépolitisation se joue en particulier au niveau des représentations : à partir du moment où la mise en scène des « corps colorés » est agrémentée d'un certain nombre de caractéristiques *euphoriques*, tels les sourires figés sur les visages ou encore des éléments plus esthétiques (comme la stylisation des formes visuelles et les canons esthétiques dominants auxquels répondent les corps sélectionnés) qui visent à donner une image emphatique ou hyperbolique des « minorités visibles », on est en présence d'un double procédé d'euphorisation et d'euphémisation opéré par la communication sur la « diversité ». Nous appuyons cette remarque sur les mises en scène « multicolores », joyeuses et utopiques de la « diversité » que nous avons observées dans un premier temps, et dans lesquelles l'altérité est posée d'abord comme source de pluralité de couleurs venant connoter la « richesse », voire le bonheur, associés à la « diversité ». L'utopie sous-jacente à ces représentations peut être saisie au niveau de la composition des images produites. Elles ont pour point commun un « vouloir montrer » l'Autre (ou l'idée de l'Autre) qui, ici, est alors considéré comme appartenant forcément à une « minorité visible », et ce, dans le cadre de contextes de communication toujours situés tant historiquement qu'anthropologiquement. Cela donne, nous l'avons vu, une ostentation de la couleur de peau utilisée comme signifiant, avec pour objectif de rendre compte *visiblement* des Autres. Or, cette dimension quelque peu fantasmée d'une altérité « exotique » parce que d'une « autre couleur » vient tout de suite être niée par des éléments de recadrage : par exemple les tenues vestimentaires standardisées dans les images d'étudiants présentées dans certaines de nos affiches³⁵. Ainsi, la conception de l'altérité qui est mobilisée est de l'ordre d'une « altérité exemplaire³⁶ », correspondant aux normes sociales et aux cadres représentationnels dominants.

Neutralisation de la conflictualité

En outre, la neutralisation axiologique sous-jacente à la notion de « diversité » s'opère au cœur d'une double négation : *ni discrimination, ni discrimination positive*. La notion de « diversité » devient alors beaucoup plus globale, en phagocytant l'ensemble des critères de discrimination prévus par la loi (parmi lesquels apparaissent, entre autres, et de manière énumérée : l'âge, le sexe, la situation de handicap, la religion, l'origine ethnique, etc.). En parallèle, elle opère paradoxalement une neutralisation du débat potentiel autour de la prise en considération des discriminations et de la dimension racialisée des représentations sociales, là même où elle entendait lutter contre les préjugés et les stéréotypes pour prévenir ces discriminations. Cette tension dialectique entre *ni discrimination, ni discrimination positive* à l'œuvre dans la notion de « diversité » peut être analysée comme une modalité rhétorique relevant du Neutre au sens de Roland Barthes, c'est-à-dire comme un processus de neutralisation. Ce dernier, dans son *Cours au Collège de France*

35. Cf. Annexes 1, 2 et 2bis.

36. AUDE S., *op. cit.*



Illustration 3. Affiche de la campagne pour les portes ouvertes 2015 de l'ECE Paris

Affiche de la campagne de communication pour les portes ouvertes du 7 février 2015 de l'ECE Paris, école d'ingénieurs.

Prise de vue dans les transports en commun franciliens, station de transilien SNCF de Courbevoie, le 2 février 2015.

intitulé *Le Neutre*³⁷, considère comme relevant du *Neutre* ce qui déjoue le paradigme, c'est-à-dire la structure paradigmatique (et donc politique) de la signification, en « [visant] par conséquent à la suspension des données conflictuelles du discours³⁸ ». Ainsi, le *Neutre* est ce qui navigue dans le « ni-ni », ni tel paradigme, ni tel autre. Dans le cas de la « diversité », la neutralisation s'opère aussi au niveau de la structuration d'un sens très positif qui contraste avec, voire s'oppose à, ce qu'elle est censée désigner : le problème des discriminations, dont la teneur est proprement conflictuelle et politique.

Par ailleurs, dans un autre registre d'analyse qu'est celui de l'analyse de discours, Alice Krieg-Planque explique que les effets de lissage qui peuvent avoir

lieu lors de l'institutionnalisation de ce qu'elle appelle une « formule³⁹ », sont de l'ordre de la neutralisation de la conflictualité notamment au niveau idéologique. En effet, en expliquant ce qu'elle entend par « formule », elle développe le propos suivant :

« [...] nous entendons par [formule] un ensemble de formulations qui, du fait de leurs emplois à un moment donné et dans un espace public donné, cristallisent des enjeux politiques et sociaux que ces formulations contribuent dans le même temps à construire⁴⁰. »

Elle ajoute : « Une formule se caractérise notamment par le fait qu'elle est devenue un référent social : elle signifie quelque chose pour tous⁴¹. » Alice Krieg-Planque montre également comment, dans le cas du « développement durable », la formule est passée maître dans l'art de faire consensus et d'élaborer des concessions afin d'éliminer toute opposition, devenant ainsi un « opérateur de neutralisation de la conflictualité » :

« C'est ainsi que l'on peut appréhender « développement durable » comme un syntagme qui, du fait de ses fonctionnements en discours, tend à esquiver les divergences de points de vue, à dépolitiser les thématiques dont il effectue le cadrage, à dénier les conflits d'intérêts, à constituer un opérateur de neutralisation de la conflictualité⁴². »

Le concept de « formule » ainsi définie est une catégorie adéquate pour penser la « diversité » telle qu'elle est énoncée, et en tant qu'elle cristallise des enjeux à la fois sociaux, politiques et selon nous, également représentationnels. En effet, nous estimons qu'il est particulièrement heuristique de considérer les formes discursives que prend la formule « diversité » comme œuvrant à une dépolitisation par neutralisation de la conflictualité, dans la mesure où elles sont là pour masquer sa dimension discriminatoire et en particulier les discriminations raciales. À partir de ces analyses, nous pouvons avancer l'hypothèse que la lutte contre les discriminations raciales associées à l'idée de « promotion de la diversité » est paradoxalement esquivée alors même que les significations visuelles repérées promeuvent massivement cette dimension-là pour les raisons de commodités communicationnelles que nous avons vues.

37. BARTHES R., *Le Neutre, Cours et séminaires au collège de France (1977-1978)*, Paris, Seuil Imec 1977.

38. *Ibid.*

39. KRIEG-PLANQUE A., « La formule « développement durable » : un opérateur de neutralisation de la conflictualité », *Langage et Société*, 134, 2010, p. 5-29.

40. *Ibid.* p. 6.

41. *Ibid.* p. 7.

42. *Ibid.* p. 19.

Le paradoxe du décalage entre lutte contre discriminations raciales et « diversité »

Disqualification des discriminations raciales, requalification de la « diversité »

Afin de vérifier cette absence de correspondance entre les représentations étudiées et la prise en compte effective des discriminations raciales, nous mobiliserons les travaux de la sociologue Milena Doytcheva qui revient sur les euphémisations paradoxalement produites autour de ces dernières. Elle explique que la « diversité » est source d'euphémisme dans la mesure où, autour de sa diffusion dans le monde économique via en particulier la charte de la diversité élaborée à partir de 2004-2005, elle aperçoit un élargissement de sa signification et la naissance d'un décalage entre deux discours : celui qui émane des promoteurs de la charte et celui qui provient de la reprise de la thématique par les acteurs des organisations. Elle souligne :

« Dans l'esprit de ses promoteurs, l'initiative de la charte est explicitement liée à la question des discriminations ethno-raciales et plus particulièrement à celle de la place des « minorités visibles » dans l'entreprise. [...] Or, en l'espace de quelques années, la diffusion du thème de la diversité dans le monde de l'entreprise s'est accompagnée d'une profonde transformation de son sens⁴³. »

Elle indique en particulier que « [...] la situation française historique [est] marquée par l'occultation des rapports sociaux d'ethnicité et de « race⁴⁴ » ». Et ce, en précisant en note de bas de page que :

« [elle entend] les notions d'*ethnique* et d'ethnicité dans une approche dynamique et relationnelle comme des processus de construction sociale de l'altérité, [...], en référence à la croyance en une ascendance commune [et qu'elle utilise] le terme de « race » pour désigner les processus de construction sociale de différences phénotypiques et/ou culturelles [...] et entre guillemets pour souligner l'opposition avec une conception biologique ou essentialiste et naturalisante⁴⁵. »

Cette conception de la notion de « race » nous semble analytiquement très pertinente, et vient renforcer l'idée qu'elle constitue un « système culturel⁴⁶ » à partir duquel s'élaborent des représentations. Ensuite, dans son enquête sur les usages sociaux de la diversité dans les entreprises françaises, elle propose un éclairage quant à la disqualification de la thématique raciale opérée par les gestionnaires de la « diversité » dans les organisations. À ce sujet, elle précise :

« Nous avons observé des stratégies d'action marquées soit par l'omission de la problématique, soit par des démarches multiples de requalification et d'euphémisation – « la promotion interne » ou « les relations avec les universités », par exemple, étaient deux thèmes récurrents censés englober la question des discriminations raciales – ainsi que le recours important à des intervenants extérieurs [...] à qui les entreprises délèguent en partie ou en tout la gestion de contenus de leurs engagements et plus particulièrement celle des catégorisations ethno-raciales⁴⁷. »

43. DOYTCHÉVA M., « Réinterprétation et usages sélectifs de la diversité dans les politiques des entreprises », *Raisons politiques*, 35, 2009, p. 107-124, p. 107, 108.

44. *Ibid.*, p. 108.

45. *Ibid.*

46. HALL S., *op. cit.*

47. *Op. cit.*, p. 122.

Nous relevons dans ce constat un véritable paradoxe. En effet, la manière dont la « diversité » est manifestée par des juxtapositions ostentatoires de corps racialisés et altérisés, semble indiquer à quel point elle est conçue comme d'abord raciale, il apparaît étrange que cet aspect ne soit pas du tout central des « politiques de diversité » en entreprises. Milena Doytcheva arrive à la même conclusion par une autre voie :

« Cela aboutit à une situation paradoxale: alors que la notion de diversité et l'initiative de la charte étaient, au moment de leur émergence, explicitement liées au problème de discriminations raciales et de la place des « minorités visibles » dans le monde du travail, aujourd'hui [...] ces questions peuvent être contournées [...] ⁴⁸. »

À partir de ce paradoxe, nous pouvons concevoir la « diversité » comme une forme discursive euphémique vidée de toute conflictualité, et présidant à la structuration d'une représentation standardisée et euphorique qui tend à suggérer une altérité exemplaire et utopique.

Un stéréotype au carré?

Les phénomènes que nous avons relevés nous conduisent à penser qu'en parallèle des engagements pris pour sa promotion, s'est développé un stéréotype de la « diversité » via une esthétisation visuelle de ses formes expressives. En effet, comme espace discursif de négation de l'aspect dysphorique des discriminations et des préjugés, la « diversité » se constitue visuellement comme un corps collectif second, imaginaire, englobant des dissemblances et masquant le processus de production des « différences » qui se joue au niveau de la racialisation des figures employées. Par des modalités expressives euphoriques, la « diversité » est figurée comme belle et jeune, et ressemble en cela au reste des représentations médiatiques hégémoniques dominantes, à ceci près que les corps ou les figures choisis sont, de plus, « multicolores ». Observant l'émergence de plus en plus généralisée de représentations dont la finalité est de montrer l'altérité par le prisme des « minorités visibles » afin de « promouvoir la diversité », nous pouvons envisager une sorte de « diversity washing » comparable au « green washing ». Ainsi, nous nous demandons en quelque sorte si, de la « mise au vert », prescrite par les injonctions communicationnelles provenant du discours sur le développement durable, nous ne serions pas passés à une sorte de « mise au divers » dans les figurations du collectif. Ici, la communication visuelle, en tant qu'elle puise en permanence dans le stock de culture déjà présent dans notre mémoire sociale, ne propose finalement rien d'autre que de mettre en lumière ce qui est déjà considéré comme une source observable et reconnaissable de « différence ». Elle constitue l'aspect physique ou phénotypique en spécificité raciale. C'est alors la mémoire sociale dont sont empreintes les formes expressives, qui fait associer la couleur de peau à l'idée de « race », puis de la multiplicité des « races » à l'idée de « diversité ». Ce processus relève donc de la structuration socio-historique de l'imagination qui a fait de la « race » un système culturel bien intégré, voire indépassable.

Il s'agit dès lors de mettre l'accent sur la manière dont la rhétorique de la « diversité » reconfigure les stéréotypes « raciaux ». Pour notre part, nous

48. *Ibid.*, p. 122.



Annexe 4. Visuel du colloque « Jeunes, Médias et Diversité » Bruxelles, 2 et 3 avril 2015

Visuel d'illustration de la page d'accueil du site internet relatif au colloque « Jeunes, Médias et Diversité » Bruxelles, 2 et 3 avril 2015

Source : capture d'écran du site <http://www.youthmediadiversities.eu/>

observons la « diversité » se constituer, au niveau de ses motifs d'expression visuelle, en une sorte de *stéréotype au carré*, c'est-à-dire un stéréotype construit à partir d'autres stéréotypes (ici, en particulier « raciaux »). Ce processus de stéréotypage, bien analysé par Ruth Amossy⁴⁹, fonctionne de telle sorte que la « diversité » devienne elle-même un nouveau stéréotype que nous qualifions de *stéréotype au carré*, dans la mesure où il opère selon une double articulation. Cette double articulation prend chaque corps coloré comme signe représentant d'une « minorité visible », puis les juxtapose pour former l'image d'un collectif stéréotypé dans lequel les représentants de chacune des « minorités » sont collés les uns à côté des autres⁵⁰. À partir de cette *stéréotypie au carré*, nous

envisageons la « diversité » comme un paradigme représentationnel qui, pour autant qu'il repose principalement sur le signifiant « multicolore », n'en est pas moins réintroduit dans la chaîne infinie des sémoses⁵¹ pour devenir à son tour un signifiant désignant une humanité vue sous le prisme de l'altérité « hors-sol » (c'est-à-dire segmentée en une certaine quantité de groupes affiliés à des couleurs de corps, tout en étant désaffiliés de tout territoire). Le problème majeur de l'émergence massive de ces représentations visuelles racialisées, n'est pas tant le racisme qui structure le langage ordinaire, mais plutôt l'idée que « parce que l'on a toutes les couleurs, on a toutes les cultures ». La notion de « diversité » devient d'autant plus problématique que s'ajoute à l'assignation catégorielle qu'elle suppose, une association sous-jacente entre signes phénotypiques et spécificité culturelle, ce qui a pour effet de faire se replier le culturel sur le corporel.

Conclusion

Nous avons souhaité mettre à distance le concept même de « diversité » en problématisant son rapport avec la catégorie « minorités visibles » et montrer en quoi il peut apparaître comme médiatique et *transmédiagénique*, c'est-à-dire comme particulièrement propice à une circulation médiatique diffuse et récurrente, standardisée au niveau de ses motifs de représentation. Nous avons également voulu montrer que, par les formes visuelles qui la manifestent, la « diversité » connote positivement le signifié « minorités visibles », par le truchement du signifiant « multicolore » en évitant de nommer la dimension raciale de la question qui pourtant y affleure. Dans un second temps, nous avons vu que cette manière de représenter la « diversité » pouvait poser problème, dans la mesure où son fonctionnement sémiotique implique une neutralisation de la conflictualité politique, et propose un point de vue racialement catégorisant sur l'altérité. Ce point de vue s'insère dans un processus d'idéologisation qui configure une conception nouvelle de l'altérité. Racialisée, celle-ci devient alors racialisante et aboutit, non pas à un racisme, mais à un racisme des représentations, le tout dans un contexte

49. AMOSSY R. et HERSCHBERG PIERROT A., *Stéréotypes et clichés. Langue, discours, société*, Paris, Nathan, [1997], 2007.

50. Cf. *Illustrations 1, 2 et 2bis*.

51. La sémosie est le processus par lequel les signes prennent sens grâce à l'interprétation opérée par l'esprit d'un individu. C'est le processus infini d'interprétation des signes par lequel adviennent les significations. La notion de sémosie caractérise donc l'action de signifier, toujours mouvante.

d'internationalisation de la circulation des représentations médiatiques. Cela contribue peut-être à l'élaboration d'un nouveau stéréotype, celui de la « diversité » elle-même. Exprimée visuellement par le « multicolore », travaillée pour être consensuelle et utopique, la « diversité » ne serait-elle pas simplement devenue le motif de représentation privilégié de l'humanité mondialisée?