



HAL
open science

“ Adolescence(s), concept à déconstruire : constitution sociologique et image discursive ”

Justine Simon

► To cite this version:

Justine Simon. “ Adolescence(s), concept à déconstruire : constitution sociologique et image discursive ”. L’Autre : création et médiation, pp.319-330, 2008. <hal-01446673>

HAL Id: hal-01446673

<https://hal.science/hal-01446673v1>

Submitted on 1 Dec 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

Adolescence(s), concept à déconstruire : constitution sociologique et image discursive

La présente contribution a pour objet d'analyser l'inscription de l'autre *adolescent* dans le discours. Le genre de discours qui nous intéresse dans notre étude correspond aux médias de presse adressés aux jeunes et traitant de l'actualité à la fois politique, sociale et culturelle. Notre objet de recherche se construit à partir de cinq journaux d'actualité adressés aux jeunes mais à l'intérieur de cet ensemble plutôt volumineux, nous avons choisi de travailler, pour cet article, sur un mini corpus constitué de huit premières de couverture tirées du magazine *Phosphore* (de novembre 2005 à mai 2006).

L'objectif de cette étude est d'explicitier le concept de *l'autre* à travers deux questionnements de recherche qui nous semblent primordiaux : premièrement, comment définir l'adolescence par rapport au critère fondamental d'altérité permettant l'émergence à la Personne ? Deuxièmement, comment le média de presse construit-il la représentation qu'il se fait des adolescents qu'il cible ? Pour répondre au premier questionnement, nous présenterons le processus de médiation au niveau sociologique qui est pour nous un moyen de spécifier le concept d'adolescence au niveau « abstrait » et de le différencier de sa concrétisation dans des situations précises. L'adolescence est dans la performance une « tranche d'âge » représentée différemment selon les sociétés (et donc selon ses médias) mais ses fondements « abstraits » restent les mêmes. C'est pourquoi, le postulat de base est que les médias de presse, ciblant des adolescents, inventent, composent selon leurs représentations de ce « pseudo » groupe social, un *autre* qui leur est propre. L'objectif second est donc de repérer des traces de cet autre, fabriquées, pour cibler, d'après eux, le plus efficacement possible, leur adolescence. Tout média de presse cible d'une manière plus ou moins explicite une communauté particulière que ce soit à des fins commerciales ou encore idéologiques.

Pour répondre à ces deux objectifs, nous nous appuyons sur une modélisation théorique inédite articulant la théorie de la médiation¹ d'une part et la théorie de l'argumentation dans le discours² d'autre part. La théorie de la médiation nous est utile afin d'analyser ce qui fonde le passage sociologique de l'adolescence à la Personne³. A l'aide d'une *dépositivation*, ce qui nous intéresse, sociologiquement, est de savoir si l'on représente l'autre en tant qu'adolescent sous tutelle ou en tant que Personne capable de négocier. La théorie de l'argumentation dans le discours nous permet de plus d'interroger la dimension critique de l'inscription de notre autre étant donné que le média d'information doit capter l'attention de son public afin qu'il devienne un consommateur régulier. Etant donné que le discours est inscrit dans un processus d'influence réciproque entre les communicants, nous postulons de plus l'idée que le discours porte les traces de cette négociation que nous appelons *images discursives*.

2. Constitution sociologique de l'autre

2.1 La médiation

La théorie de la médiation se nomme ainsi car elle tient à s'opposer à la démarche phénoménologique selon laquelle l'analyse ne s'effectue qu'à partir de processus observables. L'objectif de Gagnepain est de tenter de conceptualiser une explication de l'humain dans sa spécificité culturelle grâce à une *dépositivation*. Dépositiver, c'est prendre en compte la médiation, ou ce vide implicite, qui spécifie le culturel humain. Pour ce

-
- 1 La théorie de la médiation a été élaborée dans les années 1970 par le professeur Jean Gagnepain (linguiste et épistémologue).
 - 2 La théorie de l'argumentation dans le discours (Amossy, 2000) s'est construite à partir des concepts de la tradition rhétorique d'Aristote ainsi que de ceux réinvestis par Chaim Perelman dans les années 1970. Pour Ruth Amossy, « l'argumentativité est co-extensive à tout discours », c'est-à-dire que tout discours cherche à orienter la manière de penser le monde.
 - 3 La théorie utilise certaines notions dans une acception très précise, nous mettons dans ce cas une majuscule.

médiationniste, il semble difficile de comprendre la conscience - au sens large - de l'homme, en ne faisant qu'analyser des faits observables. Ce dernier cherche donc à comprendre la conscience humaine en considérant qu'« il n'y a pas de données immédiates de la conscience » (Quentel 2004 : 1). Gagnepain va modéliser cette idée de médiation en prenant le soin de faire une distinction entre quatre plans de rationalités définissant l'homme : capacité à faire du Signe (dire), de l'Outil (faire), de la Personne (être et à entrer en relation avec autrui) et de la Norme (capacité à réguler notre vouloir) :

L'humain médiatise son rapport aux choses – qu'il s'agisse du savoir, du pouvoir (du faire), de l'être ou du vouloir (du désir). *Médiation* ici veut dire que la modalité culturelle du savoir – du pouvoir, de l'être et du vouloir – traverse un moment implicite formel de recul analytique, qui détermine que tout phénomène humain est fondé dans la sous-jacence d'une instance négative. (Jongen 1993 : 16).

Pour chacune de ces capacités, on retrouve un niveau d'abstraction appelé « analyse » et c'est de l'analyse au plan de la Personne qu'il va être question ici. Au niveau de la troisième rationalité, ce qui fonde implicitement l'identité sociale est une sorte de « non-être », ou *principe d'altérité*, que l'on va, en situation concrète, essayer de combler pour entrer en relation avec l'autre.

2.2 L'altérité

Les fondements des rapports humains se définissent par une absence fondamentale - ce que Lacan appelait, en parlant du « Sujet », une « présence-absence » (Quentel 2004 : 6). L'altérité est définie selon De Guibert comme étant : « la capacité de pouvoir se décentrer et s'abstraire de [notre] situation vécue individuelle. » (2006 : 83). Ce principe d'altérité se compose de deux dimensions : l'une instaurant l'identité de *l'être* et l'autre définissant la responsabilité de cet être par rapport à autrui, ou *devoir être*. Dans l'instance, d'une part, c'est un lien de *parité* qui est instauré, lien nous permettant de créer de l'alliance. D'autre part, le lien de *paternité*, définissant notre dette vis à vis d'autrui, constitue « le service que la personne est apte à rendre à la cité » (Lamotte 2001 : 33). Tout être ayant émergé à la Personne réinvestit ce principe d'altérité dans sa propre réalité pour entrer en relation avec autrui.

2.3 Adolescence et Personne : question de négociation

L'adolescent est « autonome », c'est-à-dire qu'il se donne sa propre *loi*, au sens strictement social de la loi qui « définit la légalité des usages dont témoigne l'homme » (Quentel et Laisis 2006 : 126). A un niveau d'analyse abstrait, l'adolescence se caractérise par l'émergence à la Personne. Ce fonctionnement sociologique est commun à toutes les sociétés. Pour les médiationnistes, ce qui fait la différence entre un enfant et un adulte est le type de rapport à l'autre : l'adolescent est en mesure de négocier alors que l'enfant ne l'est pas. Ce changement ne se fait pas, d'après eux, selon une évolution mais cette modification est un seuil, seuil représenté par une crise d'émergence à la Personne : l'adolescence.

L'adolescent est brutalement contraint de se positionner en relativisant la situation et en transcendant, c'est-à-dire en assumant, les contradictions dans lesquelles il était jusque là pris. C'est dire qu'il rompt du même coup avec les habitudes contractées de l'adulte. [...] Les pratiques de l'initiation, par exemple, auront précisément pour fonction, en marquant une espèce de coupure, d'entériner ce changement de statut et d'intégrer effectivement ce nouveau membre au social : le jeune initié meurt à l'enfance pour naître à la vie d'adulte. (Quentel 1997 : 246).

En entrant dans la vie adulte, l'adolescent se définit comme membre à part entière de la société. Dans nos sociétés, cette entrée est retardée - la presse dite « ado » participant peut-être à ce retard.

2.4 Des adolescences dans la performance...

Maintenant que nous avons éclairé au niveau structural le processus d'émergence à la Personne, il s'agit de se demander si dans la performance l'adolescence se caractérise de manière unique ou selon un faisceau d'adolescences. Selon nous, il existe de nombreuses adolescences qui sont déterminées socialement. Les deux processus, considérés interdépendants, qui déterminent les adolescences de nos sociétés relèvent d'une part de l'usage social et d'autre part de l'usage médiatique. Nous soutenons tout d'abord l'idée que les tranches d'âge sont construites différemment selon les groupes sociaux. Bourdieu introduit la notion d'arbitrarité : « la division des âges est arbitraire »

(2002 : 143). Pour lui, la génération jeunesse comme la génération vieillesse « ne sont pas des données mais sont construites socialement » (144). Il existe différents facteurs sociaux qui déterminent des adolescences tels que le milieu social, la durée des études, la dépendance financière vis à vis des parents, etc. Même si les adolescents accèdent au même processus d'altérité fondamentale et donc à la capacité de négocier, dans la performance, chaque adolescent se construit différemment selon le milieu dans lequel il vit. Les rites d'une société légalisant ce passage varient selon les usages. Il est question ici d'usage, c'est-à-dire de conventions entre les membres d'une société qui décident de maintenir plus ou moins longtemps l'adolescent dans un état d'irresponsabilité. Bourdieu définit par ailleurs l'adolescence comme une « irresponsabilité provisoire » (145). La société ne reconnaît pas encore le rôle qu'il doit jouer vis à vis d'autrui. L'adolescent est capable de négocier mais la société ne le reconnaît pas. Pour reprendre les mots de Jean Gagnepain, on peut encore parler de Personne « infantilisée ». D'où la problématique parallèle de notre recherche cherchant à analyser les représentations faites sur cette cible : est-ce que les médias de presse représentent l'adolescent comme un être responsable ou sous tutelle ? Ce deuxième processus médiatique qui dépend bien sûr du social pose la question de la construction de l'autre soit en être capable de négocier soit en « proto-membre » de la société sur « liste d'attente » ?

3. Image discursive de l'autre

3.1 *Négociation du discours*

Communiquer ou *négocier* signifie pour nous tenter de réduire une divergence dans l'échange réciproque. L'utilisation du terme *négocier* permet de préciser cette tentative de réduction de divergence au niveau du « contrat de communication » (Charaudeau 1996). Dans notre étude, l'instance productrice et les adolescents négocient le discours d'information médiatique *Phosphore*, qui est l'échangé. Cette instance productrice tente de se rapprocher du jeune lecteur, d'après l'image qu'il s'en fait, en négociant des savoirs, des valeurs, etc. Ces inscriptions de

l'autre dans le discours, ou *images discursives*, sont des traces d'un processus de négociation non visible qui peuvent nous en apprendre un peu plus sur la dimension argumentative défendue par le magazine.

3.2 *Images discursives et représentations*

« L'instance médiatique », d'après Charaudeau, « doit avoir un double rôle de pourvoyeur d'information puisqu'elle doit faire savoir, et de déclencheur du désir de consommer ces informations puisqu'elle doit capter son public. » (1996 : 81). Sous le double sens de consommer ici, on entend bien que le magazine se construit une cible particulière à des fins idéologiques et commerciales. Et c'est bien l'instance productrice qui crée dans son discours l'image discursive qu'il se fait de son éventuel lecteur. On adapte son discours à son auditoire « en conformité avec l'image qu'on s'en fait » (Amossy 2002 : 160). Le magazine se fait donc une idée des centres d'intérêts, des affinités et des opinions de son futur lecteur, lecteur qui est toujours une construction de l'instance productrice. Le traitement du savoir n'est donc pas représentatif de l'ensemble des événements réels mais dépend de la façon dont l'instance médiatique se représente son lecteur.

Les traces de la présence de la cible dans le discours sont appelées différemment selon l'aspect que l'auteur veut accentuer. Pour Ruth Amossy ces traces sont des « indices d'allocutions » (2002 : 165). Elle insiste ainsi sur les traces d'interlocution et de relations inter énonciatives tout en privilégiant l'analyse argumentative du discours car il s'agit de dégager les stratégies employées pour tenter d'emporter l'adhésion du récepteur.

Pour Jacqueline Authier-Revuz, les formes qui inscrivent de l'autre dans le discours sont des formes « d'hétérogénéité montrée » (1984 : 98). Il est important pour cette dernière d'accentuer la dimension interdiscursive⁴ de ces traces, c'est-à-dire en rapport à l'usage. « Nous ne parlons que dans l'héritage, que dans l'emprunt » (Laisis 1996 : 24) c'est pourquoi « Les mots sont toujours, inévitablement, « les mots des

4 En référence aux travaux de Bakhtine, elle considère le discours comme étant le produit de l'interdiscours. Nous ne traitons pas ici de l'hétérogénéité constitutive de l'autre dans le discours.

autres » » (Authier-Revuz 1984 : 100). Il est important de préciser que le choix des mots utilisés est porteur de sens car il montre l'intentionnalité de l'instance médiatique. *Phosphore* choisit d'utiliser le déjà dit de sa cible en particulier. Il parle en « essayant de « parler » du point de vue (préssumé) de « l'autre » » (Laisis 1996 : 26). On pourrait parler ici d'un phénomène de décentration de soi et de centration sur l'autre.

A partir de là, nous pensons que nous devons être attentive à trois types d'images discursives : premièrement, des images discursives de type informatif (traitement de l'information), deuxièmement, des images discursives de type interlocutif (et donc argumentatives car en rapport à un processus de négociation) et troisièmement, des images de type dialogique (une autre langue, un autre registre discursif, etc.).

3.3 Diffraction du discours

Notre méthodologie d'analyse du corpus se construit, comme notre cadre théorique, à partir de deux approches. Nous considérons, d'une part, comme Alice Krieg-Planque (2005 : 7), que nous pouvons interpréter le discours qu'à partir du repérage de traces visibles. Cependant, il nous paraît incontournable, d'autre part, de diffracter les formes observables afin de comprendre de quelle rationalité elles relèvent. Dans l'idéal, pour interpréter le discours médiatique selon cette diffraction, il faudrait réussir à isoler les inscriptions de l'autre relevant du pur langagier, du pur technique, du pur social et enfin du pur éthique. N'étant pas en mesure pour l'instant de diffracter d'une manière totalement nette, nous avons décidé d'interroger nos huit premières de couverture à partir des questionnements suivants : Au niveau du savoir (activité *socio-linguistique*⁵), qu'est-ce qui est censé intéresser notre cible ? (4.1) ; De quelle manière le journal inscrit-il la représentation de sa cible ? (4.2) ; Quelles formes issues du registre socio-discursif de l'autre le journal a-t-il créé ? (prise en compte de la dimension dialogique ; 4.3) ; Quelles valeurs le journal a-t-il choisi d'exprimer et comment ?

5 Au niveau terminologique, cette dénomination est à prendre dans un sens médiationniste. Voir l'article de Jacques Laisis (1996).

4. Application : Analyse des traces d'inscription de l'autre

4.1 *Quel traitement de l'actualité ?*

Pour déterminer la prédilection accordée à tel ou tel fait d'actualité, nous avons non seulement répertorié les « types » d'actualités présentés à travers les photos et les titres, mais aussi, nous avons fait attention à la pagination intérieure qui leur était réservée. Il s'avère que la majorité du traitement médiatique concerne l'actualité politique, scientifique et sociale. En deuxième place arrive le traitement d'actualité concernant la culture et les loisirs. On réserve enfin une importance primordiale à l'actualité de proximité (actualité concernant prioritairement les jeunes) puisque 14 titres et photos sont relatifs à la génération des jeunes ciblés et 11 titres et photos traitent de sujets sur les études et les métiers. Cependant, au niveau de l'effet de captation⁶ de la première page de couverture, ce sont la dimension culturelle et le traitement des sujets liés aux études qui ont une place privilégiée.

	Actualité	Culture / Loisirs	Génération	Etudes / Métiers
Titres et photos	27	22	14	11
Pagination intérieure	72	69	43	92
Isotopies	9	8	3	1
Emplacements stratégiques	2	5	1	5
Ornements spécifiques	4	3	4	3

4.2 *Inscription de l'autre dans le contexte de négociation*

Nous avons repéré quatre types de traces permettant de mettre en avant une volonté de la part du journal d'interpeller le lecteur en essayant de réduire la distance qui sépare journal et lecteur. Ces quatre types de traces, nous les avons classés dans deux grands groupes : l'interpellation d'une part et la représentation du tiers d'autre part. Pour réclamer

6 Nous avons porté notre attention sur trois éléments : les emplacements stratégiques, la récurrence thématique et les ornements spécifiques (types de surlignages, cabochons artistiques, etc.).

l'attention du lecteur grâce à l'interpellation, l'instance médiatique fait un appel soit en choisissant d'utiliser un témoignage (JE) qui interpelle (MOI, je VOUS dis *cela* ; exemple: « Document – Retour d'Irak « J'ai 20 ans et j'étais GI » ») soit en faisant une interpellation que nous avons appelée *simple* (c'est-à-dire n'utilisant qu'un simple VOUS ; exemple : « Test études. Boostez votre mémoire »). L'interpellation avec témoignage se fait dans les photos grâce à un regard dirigé vers le lecteur ou un geste précis tel le salut. Pour ce qui est de représenter un tiers, ceci peut se faire de deux manières : soit l'instance médiatique fait référence à l'autre en le citant - ce qui fait partie de ce que Peytard appelle le « tiers-parlant » (1996 : 121) - soit elle parle de lui de l'extérieur (ILS). La représentation du tiers-parlant dans notre cas a une valeur généralisante. Elle représente la génération des jeunes, c'est pourquoi nous la qualifions de *symbolique* (représentation de l'âge social ; représentation de jeunes *stars* et représentation de jeunes dans la fiction). Pour ce qui est du deuxième type de représentation du tiers, on parle de jeunes en particulier, c'est-à-dire de jeunes ayant fait quelque chose à un moment et un lieu précis. C'est ce qu'on appelle représentation du tiers *de proximité*. On a l'exemple de photographies représentant des jeunes gens qui ont participé aux hostilités dans les banlieues en novembre 2005, ou encore des jeunes manifestant contre le CPE en avril 2006.

	Interpellation		Représentation du TIERS	
	Avec Témoignage	Simple	<i>symbolique</i>	<i>de proximité</i>
Photos	6	3	11	5
Titres	1	8	1	3

4.3 Registre socio-linguistique de l'autre

Pour toucher au maximum leur lecteur, l'instance médiatique « se met dans la peau » de ce dernier en parlant comme lui. Ce phénomène est à la fois dialogique car il reprend les mots supposés de l'autre et créateur car il invente finalement ces mots. On est parfaitement dans la problématique de la création de l'autre. Ce registre, qui relève du langage mais surtout de l'usage spécifique, est créé sur la base d'emprunts (« Boostez », « Trash », « Bac », « Psycho », etc.). Toutes ces formulations allègent le discours grâce à une tonalité ludique.

4.4 Valeurs exprimées

Enfin, interpréter un discours c'est aussi lire entre les lignes. Nous avons classé les valeurs exprimées selon deux critères : un critère classant les valeurs considérées euphoriques ou dysphoriques⁷ et un critère de degré d'expression (ouverte ou retenue).

	EXPRESSION DE VALEURS			
	EUPHORIQUES Procure un plaisir légitimé		DYSPHORIQUES Procure un plaisir désapprouvé	
	Ouverte	Retenue	Ouverte	Retenue
Photos	10	2	2	4
Titres	10	2	1	1
Isotopies	15 titres et photos	/	/	4 titres et photos

Il est clair que le magazine, à travers ses premières de couverture, privilégie l'expression *ouverte* de valeurs procurant un plaisir légitime. Ces valeurs sont esthétiques, séductrices, concernent l'émotion, l'amusement, l'humour, l'espoir et majoritairement la réussite. De plus, certaines valeurs jugées bonnes sont exprimées d'une manière moins forte. On est dans ce cas face à un non-dit : un non-dit de sentiment de patriotisme bénéfique comme dans l'exemple 1. Pour ce qui est des valeurs condamnées explicitement, il n'y en pratiquement pas, à part l'horreur suggérée des dégâts de l'ouragan Katrina. C'est beaucoup plus délicat d'analyser les valeurs considérées comme mauvaises exprimées avec retenue. Parfois, il s'agit de stratégies dissimulatrices. C'est le cas d'une photographie qui montre des jeunes qui rigolent en téléphonant, mais, qui constitue en réalité une amorce d'un article traitant d'une fraude faite par les opérateurs de mobiles. Proche de la dissimulation, on a l'ambiguïté. Le rapport entre le texte et l'image est équivoque. On a aussi recensé trois cas d'euphémisme, comme pour exemple de la carte du sida où l'affect est effacé car elle est très difficilement identifiable, on ne voit qu'une simple carte du monde. Enfin, il existe le cas où l'expression faible de valeurs dysphoriques met en jeu un affrontement de points de vue. Les valeurs exprimées sont neutralisées, c'est-à-dire que les journalistes ne veulent pas présenter explicitement leur point de vue. Il s'agit par exemple du traitement ambigu des événements dans les

⁷ Terminologie empruntée aux sémioticiens Greimas et Courtés.

banlieues en 2005. On ne sait pas clairement si ce qui est condamné correspond : aux mauvaises conditions de vie des « banlieusards », à la violence de leurs actes ou les deux. Ceci mérite bien sûr d'être approfondi dans une étude plus précise sur le rapport entre neutralisation de l'expression et dimension argumentative du discours.

5. Pour conclure...

Le fait d'avoir abordé le concept de l'autre à travers deux démarches distinctes nous a permis d'une part de déconstruire la notion d'adolescence afin de mettre à jour ses fondements sociologiques et d'autre part d'approfondir la question de l'inscription de l'autre dans le discours, notamment à partir d'une analyse concrète. La représentation de l'autre s'inscrit dans nos premières de couverture à plusieurs « niveaux » : choix des thématiques, traces d'interpellation, imitation de la manière de parler des jeunes. D'une manière globale, on peut dire que l'instance médiatique propose un discours d'information *de jeune pour les jeunes*. Elle se met à la place de celui-ci pour l'intéresser. L'instance médiatique se décentre pour se rapprocher du jeune. Ceci permet avec beaucoup de précautions de répondre en partie à notre questionnement parallèle : reconnaît-on le jeune en tant que pair à part entière ou le maintient-on en état d'irresponsabilité ? Il nous semble que cette décentration fait qu'on ne reconnaît pas l'autre en tant que pair dans la sphère des adultes. Il y aurait au contraire un processus inverse : il existe une sorte « d'infantilisation » (ou plutôt « d'adolescentisation ») où l'adulte se met à la place du jeune aussi bien en imitant sa manière de parler qu'en essayant de le protéger grâce à l'exaltation d'une majorité de valeurs euphoriques dans le traitement adouci des événements d'actualité.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- AMOSSY Ruth, KOREN Roselyne (coord.), (2002) : *Après Perelman : quelles politiques pour les nouvelles rhétoriques ?* Paris, L'Harmattan, Coll. « Sémantiques », 263 p.
- AMOSSY Ruth (2000) : *L'argumentation dans le discours. Discours politique, Littérature d'idées, Fiction*, Paris, Nathan Université, 247 p.
- AUTHIER-REVUZ Jacqueline (1984) : « Hétérogénéité(s) énonciative(s) », in DANON-BOILEAU L. (coord.), « Les plans d'énonciation », *Langages*, n°73, Paris, Larousse, p. 98-111.
- BOURDIEU Pierre (1984/2002) : *Questions de sociologie*, Paris, Editions de Minuit, 277 p. Chapitre concerné : « La jeunesse » n'est qu'un mot, p. 143-154.
- CHARAUDEAU Patrick (1996) : *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Paris, Nathan, Coll. « Médias Recherche », 286 p.
- DE GUIBERT Clément (juin 2006) : « A propos de la langue et de l'altérité : Une observation clinique de « trouble de la mémoire sémantique » », in ARRIVE M. et VILELA I. (Direction éditoriale) : « Linguistique et psychanalyse II », *Langage et Inconscient*, n°2, Limoges, Lambert-Lucas, p. 78-100.
- JONGEN René (1993) : *Quand dire, c'est dire*, Bruxelles, De Boeck Université, Coll. « Raisonances », 203 p.
- KRIEG-PLANQUE Alice (mars 2005) : « Décrire depuis les discours, interpréter dans la pluridisciplinarité : exemple d'une « manière de faire » en analyse du discours (analyse de discours politiques et médiatiques) », texte pour la journée d'étude « Analyse du discours et sciences humaines et sociales », vendredi 11 mars 2005, Céditec (EA 3119), Université Paris 12 – Val de Marne, 8 p.
- LAISIS Jacques (1996) : *Introduction à la socio-linguistique et à l'axio-linguistique*, Université de Rennes 2 - Haute-Bretagne, Département des sciences du langage, « Communication personnelle », 62 p.
- LAMOTTE Jean-Luc (2001) : *Introduction à la théorie de la médiation. L'anthropologie de Jean Gagnepain*, Bruxelles, De Boeck Université, Coll. « Raisonances », 167 p.
- PEYTARD Jean (1995) : *Mikhaïl Bakhtine, Dialogisme et analyse du discours*, Paris, Bertrand-Lacoste, Coll. « Référence », 128 p.
- QUENTEL Jean-Claude, LAISIS Jacques (Mai - Août 2006) : « Le lien social et ses fondements », in DUVAL A., GUYARD, H., QUENTEL, J.-C. et alii : « Une nouvelle théorie de l'esprit : la médiation », *Le Débat*, n°140, Paris, Gallimard, p. 126-138.
- QUENTEL Jean-Claude (2004) : *Théorie de la médiation et psychanalyse. De Jacques Lacan à Jean Gagnepain*, Document reprenant l'essentiel de la communication de Jean-Claude Quentel lors du 1st International Workshop on the Theory of Mediation, Salve Regina University, Newport (USA), août 2001, 9 p.
- QUENTEL Jean-Claude (1993/1997) : *L'Enfant. Problèmes de genèse et d'histoire*, Paris/Bruxelles, De Boeck Université, Coll. « Raisonances », 326 p.

Justine Simon - Adolescence(s), concept à déconstruire : constitution
sociologique et image discursive

POUR CITER CET ARTICLE

SIMON Justine, 2008, « Adolescence(s), concept à déconstruire : constitution sociologique et image discursive », in KRAUSE G. (coord.), *L'Autre : création et médiation*, Actes du Colloque International du Centre de Recherche sur les Conflits d'Interprétation (CERCI), Nantes, Novembre/Décembre 2006, Bern, Peter Lang, pp. 319-330.