

Repenser l'information ? Vieux schémas et nouveaux enjeux

Bertrand Labasse

AGRAP/Sciences Presse
Groupe d'Étude
sur la Vulgarisation, Lyon

La question du traitement journalistique des informations dites complexes, en particulier celles qui impliquent des connaissances scientifiques, techniques ou médicales, pourrait se résumer à une longue suite d'accusations, parfois irréfutables, et sans cesse renouvelées. Comment expliquer que la presse ne tire, apparemment, aucune leçon de ces analyses ? Si l'on admet, par hypothèse, que tous les journalistes ne sont pas tenaillés par un besoin maladif de désinformer leurs concitoyens, on doit en conclure que ces études ne fournissent aucun élément permettant de résoudre ce qu'elles dénoncent. La raison en est simple : une réflexion sur le "traitement journalistique de la complexité" ne peut être dissociée d'une réflexion plus fondamentale sur la complexité du traitement journalistique, et, dans ce domaine, tout reste à faire.

Partons de la plus brève analyse jamais réalisée sur le traitement médiatique de l'information. Cette étude accablante, qui date de 1948, n'a demandé que quelques dixièmes de seconde : c'est une photo de presse. On y voit un homme hilare, brandissant un quotidien sur lequel on peut lire : « *Dewey a battu Truman* ». L'homme a de bonnes raisons de sourire : il s'appelle Harry S. Truman, et c'est bel et bien lui qui vient d'être (ré)élu.

Cette mise en cause, si joviale soit-elle, est le prototype de l'approche commune du journalisme, le modèle entrée-sortie. Il implique un "input" : la vérité, un "processeur" : le traitement journalistique, et un "output" : l'information reçue par le public. Il suffit donc de comparer l'entrée et la sortie pour évaluer la qualité du processus – pas très brillant en l'occurrence – en esquivant la question de sa logique interne.

Un demi-siècle plus tard, c'est sur ce modèle plus ou moins behavioriste que sont toujours dressés, et relayés par la presse elle-même, les constats de défaillance du traitement journalistique. Une fosse commune en entrée, un charnier en sortie : c'est Timisoara. Un présumé innocent en entrée, un coupable probable en sortie : voilà le problème de l'information judiciaire. A partir d'un certain degré de difficulté (physique, génétique, épidémiologie, etc.), aucun article ne peut résister à l'analyse d'un spécialiste.

L'étude de ces anomalies, quand il s'agit vraiment d'anomalies, est absolument nécessaire, mais elle comporte une limite théorique : focalisée sur des cas d'espèce, elle ne parvient pas à dépasser ceux-ci, et ne vaut que par défaut (c'est une forme de *deficit model*). Elle présente surtout l'inconvénient d'entretenir comme évidents trois mythes tenaces : la vérité, le journalisme et l'information du public, et ces idées reçues paralysent toute avancée praxéologique¹.

L'idéologie du fait

Commençons par la plus décevante : la vérité. C'est une monnaie si dévaluée qu'elle n'a plus cours nulle part, sauf en matière d'information. Les scientifiques se sont débarrassés une bonne fois pour toutes de ce concept naïf, et évitent autant que possible de parler de preuve. Les juristes n'ont pas cette pudeur, mais c'est pourtant l'intime conviction qui domine les cours d'assises. Les médecins ont même inventé une technique de production de vérité. Face à une incertitude, ils se réunissent en "conférence de consensus" et décident de ce qui sera vrai jusqu'à nouvel ordre. On ne peut attendre de savoir pour soigner. Ni, malheureusement, pour informer.

Toute la pensée de ce siècle est marquée par le rejet des certitudes. La réalité est indéfiniment complexe : on ne peut la décrire sans la mutiler. Ce n'est pas nouveau. Ce qui est nouveau, c'est qu'il n'est plus possible de l'ignorer (cf. Morin, 1986). En revanche, le journalisme continue à reposer, par la force des choses, sur la dangereuse idéologie du fait objectif. Le public, les journalistes eux-mêmes et ceux qui les analysent, croient ou affectent de croire qu'il est possible de saisir la vérité, comme un enfant essaie d'attraper une volute de fumée. Or il est évident que l'information ne peut, dans le meilleur des cas, être plus qu'une petite partie de ce qu'on pense savoir de quelque chose à un moment donné.

Le 25 juillet 1996, Richard Jewell n'existait pas. Le 27 juillet, après avoir remarqué la bombe du *Centennial Park* d'Atlanta, il était un héros national. Vers le 30, il devenait un psychopathe et un assassin très convaincant. Quelques jours plus tard, il commençait à se transformer en innocent bafoué... La construction de cette "réalité" n'est pas nécessairement achevée. Il suffirait d'un rebondissement de l'enquête pour transformer à nouveau le garde d'Atlanta en poseur de bombe, à l'instar d'un précédent héros, le policier Jimmy Pearson, qui avait "découvert"

« L'information ne peut être plus qu'une partie de ce qu'on pense savoir à un moment donné »

un engin explosif lors des J.O. de Los Angeles (mais lui avait eu le bon goût d'avouer).

« *Ce n'est pas la girouette qui change, c'est le vent* », disait, paraît-il, un homme politique connu pour la souplesse de ses convictions. En matière d'information, le vent tourne sans cesse : la temporalité de la "vérité" est tout simplement incompatible avec l'immédiateté fondamentale de l'actualité. Cette incompatibilité est aussi vieille que l'information. A la fin du XV^e siècle, les toutes premières feuilles d'annonces auraient pu titrer quelque chose comme "un navigateur espagnol atteint les Indes par la route atlantique". Les experts du moment auraient ricané : Christophe Colomb était génois. Mais à l'époque, il s'agissait bien des Indes². Comparer un *input* passé avec un état ultérieur de la "vérité" revient à goûter aujourd'hui des œufs achetés le mois dernier. Le problème est que cet argument ne peut rien excuser, sauf à justifier n'importe quoi : à l'heure où le *Chicago Daily Tribune* devait boucler son édition, Truman était encore battu.

Il faut aller plus loin. "L'affaire Jewell" ou "l'affaire Truman" sont d'une simplicité désarmante. Elles ne laissent *a priori* que deux choix : coupable/innocent ou élu/battu. Très souvent, la pratique journalistique n'a même pas la possibilité de ne pas se tromper. Une grande partie de la réalité n'est tout simplement pas réductible à des vérités premières et à des causalités simples.

Sur la quasi-totalité des grandes questions actuelles comme l'immigration, le système de santé ou la délinquance, il n'y a pas de solution connue : comment pourrait-il y avoir une information "juste" ? Faut-il, en d'autres termes,

« **un journalisme fondé sur un refus** ne l'est pas ?
épistémologique de la vérité En présentant les résultats de son sondage annuel,
se nierait lui-même » toujours désastreux, sur la crédibilité des médias,
La Croix a eu ce titre ambigu : « *L'information laisse les Français dubitatifs.* » On aimerait lire quelque part : « *L'information laisse les journalistes dubitatifs.* » Mais cette démission serait très inquiétante, car renoncer à l'idéologie de la vérité reviendrait à remettre en cause tout le cadre conceptuel de l'information, et le remède aurait de bonnes chances d'être pire que le mal.

D'abord parce que le public ne veut pas des questions, mais des réponses. Selon le cliché traditionnel, "nos lecteurs ont le droit de savoir". Même quand il n'y a rien à savoir³. Or la différence essentielle entre le champ de l'information et celui de l'éducation formelle réside dans l'absence de contrainte : qu'on le veuille ou non, l'existence de la presse repose essentiellement sur sa capacité de séduction, donc sur la façon dont elle répond péremptoirement à la demande de sens qui lui est faite.

Ensuite, et surtout, parce qu'un journalisme fondé sur un refus épistémologique de la notion de vérité se nierait lui-même. On ne peut pas se passer de l'opposition entre vrai et faux sans tomber dans un relativisme

destructeur, une sorte d'*anything goes* à la sauce médiatique. L'exercice a pourtant été tenté, c'était ce que l'on a appelé le nouveau journalisme. Ce courant se réclamait explicitement du post-modernisme, donc de la négation du fait objectif. Mais l'expérience, pourtant bien timide, a fait long feu : la subjectivité est une impasse.

Une épistémologie appliquée à l'information reste à inventer, et l'on voit mal où cette réflexion pourrait mieux s'amorcer et se justifier que dans les écoles de journalisme. Il existe des modèles qui peuvent aider à penser la complexité, par exemple les courbes fractales, dont chaque détail se subdivise à l'infini en nouveaux détails (Mandelbrot, 1989). La notion de fractalité traduit remarquablement bien le caractère multidimensionnel de l'information et ses limites. Elle permettrait peut-être de mieux analyser les logiques et les niveaux de traitement journalistique face à une infinité de choix possibles ("en profondeur", "en largeur", etc.).

**« il serait urgent de substituer
à cette obligation de résultat,
une obligation morale de moyens »**

Ce ne sont pas les pistes qui manquent, c'est la volonté ou la capacité de les explorer. Il serait, par exemple, urgent de substituer à cette absurde obligation morale de résultat – dire la vérité – une obligation morale de moyens. Le médecin n'est pas censé guérir : il ne doit que soigner selon les règles. Les scientifiques ont le droit de se tromper, à condition de le faire correctement. C'est pourquoi la médecine et la recherche reposent sur les critères tout à fait explicites de "bonnes pratiques médicales" et de "bonnes pratiques de laboratoire".

Encore faudrait-il définir ce que pourraient être de "bonnes pratiques journalistiques", et sur quelles bases elles pourraient être respectées sans porter atteinte à la liberté d'expression, dans une "profession" qui a toujours rejeté l'idée d'un ordre professionnel. Si certains, comme Yves Mamou (1991), en appellent à « *une réflexion globale de la profession sur elle-même* », nombre de journalistes préfèrent encore avoir tort librement que d'avoir raison en vertu de principes définis collectivement. Or l'élaboration d'une méthodologie de référence présenterait un formidable avantage : elle donnerait enfin une spécificité et un fondement à un métier qui en est dépourvu.

Professionnels sans profession

Car le second pôle du système vérité-journalisme-information – le journalisme lui-même – est également fragile. Le concept semble pourtant robuste, et sa définition fait à peu près l'unanimité. De même que le camionneur se reconnaît à son camion, le journaliste se caractérise par l'action de « *contribuer à faire un journal* » (de Broucker, 1995), ou – dit moins gentiment – par l'exercice d'un « *monopole de fait sur les instruments de production et de diffusion à grande échelle de l'information* » (Bourdieu, 1996) ou encore, par « *l'exercice de sa profession⁴ dans une ou plusieurs publications...* » (Art. 761-2 du Code du Travail).

Une si curieuse convergence entre praticiens, sociologues et parlementaires ne laisse guère planer de doute : le terme de "journaliste" ne désigne pas une profession spécifique mais une fonction, celle de préposé au remplissage collectif des tuyaux de l'information. D'où l'évocation récurrente du "traitement médiatique", désigné comme une sorte de procédé homogène. Le terme évoque une sombre usine à nouvelles dans laquelle une secte d'opérateurs à la fois désinvoltes (ou stupides) et diaboliques (puisqu'ils manipulent) transforment la

limpide Vérité et le précieux Savoir en un poison pour l'esprit. L'usine doit être bien gardée pour que sa réalité soit si mal comprise...
« le journaliste n'est pas un expert, il trouvera partout plus expert que lui »

Il suffit pourtant d'imaginer la disparition des vecteurs hertziens ou imprimés traditionnels pour entrevoir une société sans journalistes *stricto sensu*, perspective qui en allégera plus d'un. Le développement des nouveaux médias permet d'envisager cette possibilité à long terme. Il n'est pas du tout certain que les réseaux électroniques – ou tout autre vecteur "ouvert" – amènent la fin des journaux, pas plus que le cinéma n'a tué le théâtre ou que la télévision n'a tué le cinéma, mais ils tueront peut-être notre conception antédiluviennne d'un journalisme défini par l'appartenance à un média. Pourquoi ne pas commencer tout de suite en se demandant ce qui caractérise intrinsèquement la pratique journalistique et pourrait continuer à la distinguer dans une situation où chaque citoyen disposerait d'un accès égal aux moyens de diffusion ?

Le journaliste n'est pas un expert : il trouvera partout plus expert que lui. Il n'est pas non plus un directeur de conscience (les maîtres à penser sont déjà en surnombre) et encore moins un amuseur ou un artiste. Restent l'investigation et le grand reportage, mais ces genres particuliers ne permettent évidemment pas, à eux seuls, de définir une pratique globale.

En revanche, tous les journalistes ont, en principe, un caractère commun fondamental : celui d'assurer une interface cognitive actualisée et pertinente entre le monde en général et les individus qui le composent. Ce point les distingue non seulement des ingénieurs et informaticiens se réclamant de l'information⁵, mais aussi des communicateurs d'entreprise, qui ne sont pas "entre" mais "dans" ce qu'ils traitent, et, bien sûr, des chercheurs, qui ont la grande chance de ne pas être soumis à un impératif de pertinence cognitive aussi direct. On peut le rapprocher de la définition proposée dans une toute autre optique⁶ par Sperber & Wilson (1989) : « *Nous soutenons que les êtres humains cherchent automatiquement, dans toute leur activité cognitive, à obtenir la pertinence la plus grande possible, c'est-à-dire l'effet cognitif le plus grand pour l'effort de traitement le plus faible (...). L'auditeur ne fera pas l'effort d'attention requis s'il n'espère pas obtenir une information pertinente* ».

Ainsi le rôle du journaliste consiste-t-il à opérer au mieux un arbitrage délicat entre un sujet (ce qu'on peut savoir de...), un cadre d'énonciation (ce qu'on peut en dire en deux feuillets ou en trente secondes) et, surtout, un destinataire (ce qui

peut être reçu). Au-delà des jugements de valeur idéologiques, il est difficile de contester que l'actualisation globale des connaissances qui résulte de ce processus est éducative par nature : un homme de 50 ans dont le savoir se serait figé à la sortie de l'enseignement secondaire (donc vers 1965) serait un zombie. A peu près tout le reste lui vient, directement ou non, des médias. Mais cette diffusion culturelle a un prix : la médiation journalistique est une réduction de la complexité, donc une réduction tout court. Et c'est un beau métier. Responsable de journaux scientifiques, j'ai toujours considéré comme un hommage le fait que quelques chercheurs aient pu qualifier certains de nos textes de "réducteurs" sans pour autant parvenir à les critiquer plus précisément, ou à proposer des alternatives. On pourrait élargir au journalisme en général ce que Wolton (1990) note de la télévision : « *Quelle autre activité culturelle et sociale mobilise autant de passions, si peu de réflexion et tant de lieux communs sur son pouvoir, son influence ?* »

Chacun connaît la règle de proximité selon laquelle un événement est censé d'autant plus intéresser les lecteurs qu'il se déroule plus près d'eux, mais on ne songe pas assez à une autre loi de proximité : un article paraît d'autant plus faux qu'il porte sur un sujet qui est plus familier au lecteur. Même si elle est bien faite, ce qui ne va pas de soi, la réduction arbitraire de sens que constitue un article de presse ne peut pas manquer d'effarer les spécialistes : les spécialistes du jeu de boules si l'on parle de pétanque, les physiciens s'il s'agit de physique, les pompiers si l'on évoque un incendie, etc.

Car informer, c'est allouer des ressources dérisoires – temps, espace, coûts – à des questions illimitées. Si de nombreuses analyses, fondées dans l'absolu, restent sans effet, c'est justement qu'elles ne sont fondées que dans l'absolu. Il serait peut-être temps de tenter une réflexion commune entre observateurs et praticiens⁷, tenant compte des paramètres réels : les contraintes économiques et techniques, bien sûr, mais aussi les contraintes socioculturelles que l'on ignore avec tant d'obstination.

La fin du public ?

Ceci nous amène à la troisième étape de ce que l'on pourrait appeler la trilogie standard du traitement médiatique : l'information du public. C'est sans doute ici que réside la plus brutale confrontation du journalisme avec la complexité. L'attention gourmande portée aux cas dits de "désinformation" (Truman, Timisoara, etc.) masque en effet un problème beaucoup plus profond : "l'information".

Si l'on devait choisir des exemples-types d'impasses journalistiques, c'est-à-dire d'échecs qui ne puissent être simplement rattachés à des erreurs factuelles, il faudrait par exemple s'intéresser au traitement des conflits dans l'ex-Yougoslavie, ou à la question du franc fort. Dans le premier cas, on peut penser que la plupart des téléspectateurs ne savaient plus depuis belle lurette qui tirait sur qui, ni où, ni pourquoi, et que des nuances comme Serbes de Bosnie/Serbes

de Serbie n'avaient de sens que pour ceux qui les utilisaient, convaincus que les lecteurs retenaient tout et "s'éduquaient" au même rythme que les envoyés spéciaux.

De même, les nouvelles des taux d'intérêt allemands ont quelque chose de fascinant : combien, parmi leurs destinataires, comprennent vraiment le rapport entre les décisions de la Bundesbank et l'économie française ? Pour la majorité du public, l'adhésion à ce concept, si adhésion il y a, relève d'une forme de pensée magique : une cause et un effet associés sans aucun lien logique (la bombe atomique détraque le temps, etc.). On pourrait multiplier les exemples, jusqu'au bulletin météorologique. Son héros emblématique, le célèbre anticyclone des Açores, est en effet un cuisant symbole de faillite journalistique. Il suffirait, pour s'en assurer, de compter les téléspectateurs qui ignorent ce qu'est un anticyclone, ceux qui ne savent pas où sont les Açores, et ceux qui connaissent les deux termes, mais qui ne voient pas le rapport avec le temps qu'il fera chez eux.

Ce n'est pas le genre de choses que l'Audimat ou le CESP mesurent. C'est bien dommage. D'autant plus dommage que nul ne semble vraiment se soucier de ce que le public comprend de l'information qui lui est dispensée. Les études francophones sont incroyablement rares et fragmentaires (Henry & Labasse, 1997), mais elles valent le détour, et pas seulement pour les journalistes. Lors de deux référendums organisés en Suisse – l'un sur l'immigration, l'autre sur les traités internationaux – seuls 16% des électeurs avaient compris l'objet de leur vote. 16%, c'est aussi le nombre des Français capables de citer un nom d'écrivain italien, ou à peu près celui des lycéens comprenant, à leur entrée en seconde, des termes comme duplicité, mystique ou inanition. Les responsables de la santé

publique pourraient également méditer le fait que les trois quarts des Européens ignorent que les antibiotiques ne servent à rien contre les virus...
« nul ne se soucie de ce que le public comprend de l'information qui lui est dispensée »

Se poser la question du traitement médiatique de la complexité, c'est donc moins se demander si les informations sont "vraies" ou "fausses" que se demander si quelqu'un les comprend. On ne peut considérer le journalisme comme une interface sans s'interroger sur l'efficacité de cette interface : la désinformation est un problème moral, l'information est un problème technique. A ce problème correspond une démarche séculaire mais totalement empirique : la vulgarisation, synonyme exact (mais tragiquement malsonnant) de traitement de la complexité. La vulgarisation n'est pas un genre particulier réservé aux sciences ou à la médecine. Elle est la base même du journalisme, sa légitimation et l'aboutissement de son paradigme fondamental : "écrire pour ses lecteurs". Encore faudrait-il connaître ceux-ci, et nous ne savons rien. Nous n'avons, par exemple, que très peu de données lexicométriques sur la fréquence des mots dans le français courant⁸, ni, comme on l'a vu, d'indications sérieuses sur les connaissances réelles du public. Nous nous référons parfois à des formules dites "de lisibilité", vieilles d'un demi-siècle et scientifiquement douteuses, ou, au mieux, aux travaux empiriques de

Richaudeau, alors que les théories actuelles sur les processus cognitifs des lecteurs (Kintsch, Anderson, Johnson-Laird, etc.) nous sont parfaitement inconnues. D'où la seule alternative qui se présente face à une information complexe : bêtifier ou ennuyer. Dans le premier cas, nous ne servons à rien. Dans le second non plus⁹.

Un rédacteur soucieux d'être compris et d'intéresser ne peut aujourd'hui compter que sur son expérience et son bon sens. Certes, quelques traités de référence (en particulier ceux de L. Hervouet et de J. de Broucker) fournissent une première base à la pratique journalistique. Mais ceux-ci s'arrêtent justement aux portes de la complexité, soulignant *ipso facto* notre dénuement méthodologique. On apprend par exemple aux jeunes journalistes à bannir les redondances, alors qu'une gestion systématique de la redondance est le seul moyen de faire comprendre certaines informations.

Il existe beaucoup de recherches sur la communication, mais pas de recherche en communication¹⁰. Les institutions scientifiques françaises et européennes qui se lamentent régulièrement sur l'incompréhension de la science par le public sont les mêmes qui consacrent tant de crédits à la communication homme-machine – enjeu essentiellement industriel – et aucun à la communication homme-homme. Le problème de l'information n'est jamais posé parce qu'on ne sait pas le poser. Pascal, lui, le savait, qui en appelait à « *un art de dire les choses de telle façon que ceux à qui l'on parle puissent les entendre sans peine et avec plaisir, qu'ils s'y sentent intéressés en sorte que l'amour-propre les porte plus volontiers à y faire réflexion (...) ce qui suppose qu'on aura bien étudié le cœur de l'homme pour en savoir tous les ressorts et pour y trouver ensuite les justes proportions du discours qu'on veut y assortir.* » (*Pensées*). Toute réflexion un peu sérieuse qui viserait à informer "mieux" ou "plus" aurait d'ailleurs de bonnes chances d'être assimilée à une démarche marketing, non seulement par les spécialistes des médias, mais par une partie des praticiens eux-mêmes. Des recherches ? pour quoi faire ? Albert Londres se passait plutôt bien de la psycholinguistique et Lazareff n'a jamais eu besoin de lexicométrie pour diriger *France-Soir*.

« Albert Londres se passait plutôt bien de la psycholinguistique et Lazareff n'a jamais eu besoin de lexicométrie »

L'argument est défendable si l'on songe encore au public comme un récepteur cohérent et docile, en établissant tout au plus une hiérarchie socioculturelle. Cette conception est confortable : il suffit que les médias de masse se répartissent entre les différents niveaux du public (quotidiens ou chaînes populaires, quotidiens ou chaînes savants, etc.) pour occuper le terrain et maintenir un minimum de lien social. Malheureusement, elle a toutes les chances d'être fausse.

L'espace public de la communication semble en effet se désagréger au profit de micro-cultures de plus en plus morcelées et individualisées, et les réseaux électroniques, qui permettent mieux que tout autre média de choisir les

informations reçues, ne pourront qu'accélérer ce phénomène. La quantité des connaissances disponibles a connu – et connaît toujours – une croissance phénoménale alors que la capacité d'attention et de mémorisation individuelle ne peut augmenter. Chacun sélectionne donc de plus en plus son savoir, et s'éloigne du "tronc commun" de l'information traditionnelle. Les évolutions respectives des quotidiens généralistes nationaux (60 titres en 1914, 28 en 1946, 15 en 1977, 6 en 1996) et des publications spécialisées (plus de 2 000 titres aujourd'hui) reflètent ce morcellement que les micro-chaînes à péage ne devraient pas manquer de reproduire dans l'audiovisuel.

Le problème est que ce phénomène est forcément cumulatif. Moins un lecteur est informé, plus il est difficile de l'informer. Toutes les études sociologiques menées sur les effets culturels des médias semblent confirmer que l'information, telle qu'elle est actuellement pratiquée, tend à creuser un "fossé de connaissances" (*knowledge gap*) entre le public instruit et le reste de la société (Gaziano, 1995). Il n'est pas déraisonnable de penser que les millions de lecteurs qui ont disparu des chiffres de tirage de la presse quotidienne se trouvent quelque part "du mauvais côté du fossé", et il est certain que nous ne pourrions pas les rejoindre sans une réflexion approfondie sur la qualité didactique du journalisme.

Coincée entre une actualité de plus en plus pointue et un public de moins en moins public, l'information généraliste cherche aujourd'hui son salut dans le graphisme : les journaux font "peau neuve". L'expression sent le cosmétique : trop vieille pour se réinventer, l'information investit dans le maquillage. Des recherches ? Pour quoi faire ? ■

Notes

1. On ne peut qu'être saisi de vertige en constatant que 15 années ont passé sur les questions soulevées par D. Wolton (in Lepigeon & Wolton, 1983) à propos du « *changement de légitimité de l'information, de la légitimité "politique" à la légitimité "connaissance" et de l'inéluctable évolution du statut social des journalistes* », sans que les professionnels ou les observateurs des médias ne s'avisent apparemment de prolonger ces analyses prophétiques.
2. Cinq siècles plus tard, cette actualité n'est toujours pas figée : les Vikings ou les Phéniciens, sont tour à tour présentés comme les "vrais" découvreurs de l'Amérique...
3. Cette exigence bien réelle se traduit sans détours dans un sketch de Coluche sur le journal télévisé (à propos d'une information diplomatique) : si l'on est obligé de multiplier les nuances et de s'exprimer au conditionnel, « *on ferait mieux de fermer sa g...* »
4. Le législateur s'est bien gardé de préciser en quoi constituait "l'exercice de (cette) profession".
5. Ce kidnapping sémantique, à dire vrai assez flatteur, entretient un galimatias pittoresque dans l'administration de la recherche. Ainsi la section 7 du CNRS, intitulée un peu vite "*Sciences et technologies de l'information*", concerne l'informatique, l'automatique, et le traitement du signal, tandis que la discipline "*Sciences de l'information et de la communication*" relève de la section 34, baptisée Représentations - Langages - Communication. Rappelons avec Bernard Voyenne (1989) l'étymologie latine du mot : *informare* – mettre en forme, c'est-à-dire, dans l'acception classique, donner du sens.
6. Il s'agissait de linguistique pragmatique, et notamment d'expliquer les processus de désambiguïsation du dialogue verbal, par exemple le fait qu'une phrase comme "avez-vous l'heure ?" n'appelle pas simplement une réponse affirmative.

7. Peut-être est-ce impossible. Dans les pays anglo-saxons où l'enseignement du journalisme a fait une large place aux *media studies*, certains appellent aujourd'hui à rompre définitivement avec cette approche jugée "idéologique" et "incohérente", voire méprisante : « *should Journalism abandon media theory? (...) If there were no alternative theoretical approaches, the obvious answer would have to be yes* », (Windschuttle, 1995)
8. Mais assez pour penser que l'affirmation, souvent rencontrée dans les manuels, selon laquelle "un lecteur de quotidien populaire dispose d'un vocabulaire de moins de 3 000 mots" est une absurdité
9. Comme le note Charon (1991) : « *Une partie de la presse pourrait avoir laissé se figer sa propre langue pour se complaire dans une propension à des discours bavards (...) Fort peu de travaux "méthodiques", sinon scientifiques, ont été menés sur cette question difficile à appréhender. Les démarches entreprises se limitent à faire confiance à la sensibilité de professionnels, voire de gourous (...)* »
10. La question est également soulevée par Voyenne (1989) : « *Peut-on aller plus loin que ces recettes, en dégageant à travers des recherches systématiquement construites les principes, sinon les lois, d'une science de la communication ?* »

Références bibliographiques

- DE BROUCKER, J. (1995), *Pratique de l'information et écriture journalistique*, CFPJ, Paris
- CHARON, J.-M. (1991), *La presse en France*, Seuil, Paris
- BOURDIEU, P. (1996), *Sur la télévision*, Liber, Paris
- GAZIANO, C. (1995), *A Twenty-Five-Year Review of Knowledge Gap Research*, Communication à la 50e conférence annuelle de l'American Association for Public Opinion Research, Fort Lauderdale, Floride
- HENRY, V. (1997), *Données sur la culture scientifique du grand public : enquêtes, sondages et autres études*, Rapport de recherche bibliographique sous la dir. de B. LABASSE, ENSSIB, Lyon (reprographié)
- LEPIGEON, J.-L., & WOLTON, D. (1983), *L'information demain, de la presse écrite aux nouveaux médias*, La Documentation française, Paris
- MAMOU, Y. (1991), *C'est la faute aux médias*, Payot, Paris
- MANDELROT, B. (1989), *Les objets fractals*, Flammarion, Paris
- MORIN, E. (1986), *La méthode (T.3) : la connaissance de la connaissance*, Seuil, Paris
- VOYENNE, B. (1979), *L'information aujourd'hui*, Armand Colin, Paris
- SERBER D. & WILSON, D. (1989), *La pertinence*, Editions de minuit, Paris
- WOLTON, D. (1990), *Eloge du grand public*, Flammarion, Paris
- WINDSCHUTTLE, K. (1995), *The poverty of media theory*, Communication présentée à la Journalism Education Association Conference, Christchurch, New Zealand