

## Éléments de repérage théorique pour la construction de formations aux métiers de l'information

Bertrand CABEDOCHÉ

Professeur  
Gresec  
Institut de la Communication  
et des Médias  
Grenoble 3 et Irutic-Larès  
Rennes 2  
*b.cabedoche@wanadoo.fr*

La question des métiers de l'information-communication – et corrélativement, de la formation à ces métiers – s'est posée depuis longtemps comme une problématique essentielle pour les États, les organisations, la recherche en sciences humaines, les professionnels et les institutions de formation. En France, les difficultés économiques de l'un des centres de formation les plus prestigieux, le CFJ, et parallèlement, le projet de l'IEP de Paris visant à proposer une nouvelle offre de formation aux futurs journalistes, ont remis cette question à l'ordre du jour.

Offrir un cadre théorique dans lequel s'inscrirait ensuite une réflexion argumentée sur la formation aux métiers de l'information n'est pas une mission facile. Je n'aurai donc pas la prétention de résumer plusieurs décennies de conceptualisation, quand bien même la discipline que je représente est récente et a déjà fait l'objet de premiers bilans. J'aurai encore moins la vanité de dicter un modèle normatif et condescendant à partir du croisement de regards français à destination de collègues étrangers, même si nous avons souvent tendance de France à vouloir offrir une réflexion à vocation universelle et que, précisément sur le terrain de la communication, la France produit beaucoup de symbolique, compensant peut-être ainsi l'état de carence de ses réseaux (Mattelart, 2001).

L'objet d'étude s'y prête mal, tant il se présente paradoxal. Ce sont ces paradoxes que je souhaite d'abord présenter, dont la description peut déjà nourrir la réflexion et autoriser une première conclusion, sous forme de préconisations pour aider à la construction d'une offre aux métiers de l'information. Ces paradoxes peuvent être traduits en six couples-oppositions qualifiant ces professions :

1. familiarité/opacité du champ professionnel ;
2. vérité/fiction de la construction d'information médiatique ;
3. puissance/fragilité de la pratique de l'information ;
4. homogénéité/hétérogénéité des représentations médiatiques ;
5. objectivité/médiacentrisme du positionnement discursif ;
6. ouverture/clôture du discours d'information médiatique.

## **Le journalisme, objet de formation à la fois familier et mystérieux**

### *Un objet de formation familier*

Parce que chacun peut un jour faire l'expérience de l'intégration dans une relation d'échange par voie médiatique – ne serait-ce qu'en tant que destinataire d'un discours d'information médiatique – tout un chacun estime avoir légitimité à dire « quelque chose » sur le journalisme. Peu de professions n'ont autant aiguisé les appétits de commentaires inquisiteurs. Et parce que l'ensemble des autres acteurs sociaux y a des intérêts multiples, le monde des médias a fait l'objet de toutes les attentions. L'homme politique en a besoin pour sa propre visibilité sociale et entreprend de mieux le connaître pour occuper et gérer l'espace public. Le financier l'investit en tant que source possible de données *marketing*, et en tant que lieu potentiel d'investissements prometteurs. L'entrepreneur essaie d'apprivoiser sa connaissance d'un milieu professionnel considéré comme acteur incontournable de la gestion de crise, ou ballon d'essai d'offensives concurrentielles. Le scientifique y développe une partie de sa mission de transmission du savoir en même temps qu'il peut y retrouver ses propres interrogations épistémologiques relatives au fondement du rapport de la science au monde (Antoine, 1997), quand il n'organise pas sciemment l'instrumentalisation médiatique de ses travaux, parfois déterminante pour l'attribution des crédits publics<sup>1</sup>. Le citoyen peut trouver matière à s'ouvrir au monde, se créer une identité individuelle et collective, nourrir un discours critique, donner sens à ses représentations, s'évader... Enfin, l'instance médiatique

elle-même se prête à un jeu de double miroir, visant à refléter l'espace social tout en étant reflété par lui.

### ***Un objet de formation mystérieux***

Largement gouvernés par des logiques relevant aussi du symbolique, les médias organisent leur propre opacité. Jusqu'à la fin du 20<sup>e</sup> siècle, cette profession, qui se targue de révéler ce que les organisations tenteraient de garder secret, a surtout produit un discours clos s'agissant de ses propres pratiques. Rien de bien édifiant, en dehors des traditionnels pamphlets instrumentalisés, anecdotes voyeuristes, narcissiques, voire revanchardes (Wolton, 1989). La réaction des responsables du journal *Le Monde* aux attaques dont le journal de référence a fait l'objet récemment, par exemple dans l'ouvrage de Pierre Péan et Philippe Cohen (2003), a pu être reconnue comme caractéristique de cette difficulté des médias à recevoir les interpellations sur le fond : la défense s'est d'abord exclusivement organisée autour de la forme, bâclée, de l'écriture (Abescat, 2003).

Médiateurs parmi les plus puissants pour l'accès du grand public à la connaissance, les journalistes ont longtemps été peu accueillants pour des problématiques de recherche qui exploraient leur propre fonctionnement et leurs représentations. Les disciplines les plus concernées ont même pu être purement ignorées. Leur discours était facilement qualifié de « jargonneux », surtout s'il portait un savoir souvent en porte-à-faux avec les mythes, les raccourcis et les lieux communs véhiculés par ces mêmes médias (Le Bohec, 2000). Les journalistes pouvaient accuser le discours critique d'agir en *fossoyeur* d'une profession, quand ce n'était pas d'une liberté publique déjà bien fragilisée au rythme des concentrations de presse, licenciements, restructurations et procès : prendre de la distance par rapport aux pratiques « *pouvait faire le jeu de l'adversaire* » !

Par ailleurs, les disciplines scientifiques, qui auraient pu faciliter l'ouverture, se présentent avec un handicap, qui peut dérouter le journaliste : caractérisant les sciences humaines, elles ne peuvent aboutir à l'établissement de lois comme dans les sciences de l'ingénieur au sens de principes d'explication qui tirent leur pouvoir de leur propre clôture. Se situant sur le terrain de la compréhension et non de la production, les énoncés premiers des sciences de l'information et de la communication, par exemple, peuvent donc se superposer à d'autres et être réactualisés (Charaudeau, 1997). Par ailleurs, la discipline a encore du mal à faire reconnaître sa capacité à offrir un regard spécifique et pertinent, renvoyant aux questions controversées concernant les définitions de la

vie, de la conscience, de l'espace public, de la reproduction... (Wolton, 2003). Sa place reste encore à prouver en certains lieux : légitimité boiteuse (isolement des chercheurs, absence d'un département *sciences et techniques de l'information* au CNRS...); objets de recherche mal connus (ces objets sont souvent identifiés dans les seules sciences de l'ingénieur, quand ils ne sont pas méprisés car jugés non susceptibles d'approches scientifiques, ou même confondus avec ceux de la demande sociale); savoirs inscrits selon des géographies disciplinaires hétérogènes en fonction des communautés nationales (cette hétérogénéité freine les échanges internationaux)(Jeanneret, 2001, 2002), etc. Enfin, les communautés scientifiques ont quelques réserves à porter elles-mêmes le discours cognitif dans les formes et dispositifs que leur impose le passage dans les médias – particulièrement à la télévision : les modalités de l'apprentissage dans le cadre du cours magistral sont systématiquement perverties (Champagne, 1996, 1997).

Au point qu'entre journalistes et chercheurs des sciences de l'information et de la communication, on a pu faire état d'une « *méfiance tenace et réciproque, fondée sur la méconnaissance et les a priori* » (Ruellan, 1997), lesquels ne se dissiperaient que récemment et de manière fort timide (Deleforce, 1996; Cabedoche, 2003).

Les organismes de formation ont semblé eux aussi participer à cette *omerta*. Sous couvert de pragmatisme, leur discours se teintait parfois d'accents fâcheusement corporatistes, contre des approches critiques extérieures vite disqualifiées comme étant trop théoriques (Pépin, 1996). Il aura fallu attendre des dernières années pour qu'un ouvrage, parfois discutable, mais surtout critique, entrouvre l'espace public à la pratique des centres de formation à la profession de journaliste (Ruffin, 2003).

## **Un champ professionnel révélateur du « réel » et objet de fantasmes**

### *Le réel, raison d'être du journalisme*

Le journaliste œuvre souvent avec un arrière-plan positiviste. Conformément d'ailleurs à la formation qu'il a généralement pu recevoir dans les écoles de journalisme. La réalité est ainsi considérée comme une donnée qu'il importe d'aller chercher, voire traquer avec l'état d'esprit de l'inquisiteur<sup>2</sup>. Cette représentation présuppose l'existence de faits bruts, considérés indiscutables. *Champion de la Vérité*, le journaliste peut ainsi présenter son activité comme étant parfaitement innocente. Le professionnalisme est ainsi considéré comme l'aptitude de l'informateur à traduire le réel, de manière exacte, voire exhaustive, dans

une langue par définition transparente. La formation vise alors à renforcer cette maîtrise de la langue, tout en aidant le futur professionnel à se prévenir de ses propres affects : des formats d'écriture sont alors disponibles, comme la *règle des 5 W* édictée en 1948 par Harold Lasswell, pour aider le jeune journaliste à distinguer faits et commentaires. On a même pu ainsi parler de « journalisme à l'américaine ».

Cependant, l'enseignement « à la française » de l'information-communication n'a jamais pu se résigner à une approche purement techniciste de l'information et de la communication. De retour d'un pèlerinage aux États-Unis où il venait de découvrir des programmes universitaires de formation aux métiers de *relations publiques*, Henri Dumont avait fondé en 1954 avec ses collègues André Siegfried et Gaston Berger l'Institut Français des Relations Publiques, se gardant de réduire l'enseignement ainsi proposé à l'apprentissage de techniques et de règles du faire-savoir. L'auteur se proposait alors d'adapter aux programmes d'enseignement « l'esprit français », lequel devait caractériser une communication au service de l'homme et non l'inverse.

L'héritage remonte à la Révolution française et a pu aboutir à l'institutionnalisation de tous les porteurs de savoirs construits : journaliste, instituteur, professeur, scientifique, tous doivent animer l'ambition formidable de participer à la formation du citoyen et de s'offrir comme autant de guides pour l'opinion. Ceci explique sans doute que l'attention a d'abord été portée sur le contenu des discours, plus que sur l'identité des destinataires. Le journaliste s'adresse au public, idéalement institué « grand public », dont l'énonciateur se veut, sans autre forme de démonstration et de recherche, le producteur de connaissances privilégié, le citoyen délégué, plutôt qu'un simple médiateur.

Cette posture correspond à une conception des libertés publiques entendues comme une donnée préexistante, qu'il s'agit de protéger. On peut presque parler d'une conception défensive, réactive, conservatrice, dans la mesure où les libertés individuelles sont d'abord conçues comme des résistances au pouvoir, au sens défini par Benjamin Constant au 18<sup>e</sup> siècle : « *Les libertés sont des résistances* ». La démocratie occidentale vise d'abord à préserver le citoyen de la puissance de tout arbitraire, royal ou autre, qui entreprendrait de travestir le réel !

C'est ainsi que la légitimité sociale des journalistes a pu être articulée autour de la figure du *journaliste-justicier* (Lemieux, 2001). Plus encore que la reconnaissance éphémère attachée à la production du *scoop*, le rêve secret du jeune professionnel peut facilement être de confondre l'institution liberticide en remontant patiemment la chaîne des responsabilités jusqu'aux plus hauts niveaux (Champagne & Marchetti, 1994). Parler de « journalisme d'investigation » est ainsi devenu un

pléonasmе, au moment où est survenu à point nommé le personnage journalistique du *champion de la démocratie*, composé d'un mélange de Bob Woodward et de Carl Bernstein<sup>3</sup>, vainqueur de Richard Nixon et immédiatement promu au rang de mythe dans l'affaire du Watergate, comme le relèvent de nombreux auteurs. Ainsi, s'est développée une tradition d'irrévérence de la presse française vis-à-vis des élites et des façades institutionnelles, gage de professionnalisme (Lemieux, 2001 ; Cabedoche, 2003).

Le mythe a vite été ébranlé. Peut-être parce que déjà, en soi, il contenait un risque majeur : à vouloir trop prouver, l'accusateur a pu confondre discours critique et discours de réalité, *effet de vérité*, qui est de l'ordre du « croire vrai », de la conviction, et *valeur de vérité* qui est de l'ordre de « l'être vrai », de la démonstration (Charaudeau, 1983, 1997). Et on a parfois vu le monde décrit de façon totalement manichéenne par le discours d'information médiatique selon les ressorts narratifs de tout bon scénario hollywoodien : les bons, les méchants (Cabedoche, 2003). Surtout lorsque le reporter voit deux facteurs se conjuguer : l'urgence selon lui à réagir ; l'incrédulité de la société face à cette urgence (Hunter, 1997). Et le *champion de la vérité* est bientôt apparu comme le *champion de la manipulation*, dont la critique a très vite dépassé les seules réactions offusquées des élites ainsi disqualifiées.

## Le « réel » malmené par les médias

Il aura suffi moins d'une vingtaine d'années pour que la figure mythique du *journaliste-justicier* s'effondre dans les représentations dominantes en France<sup>4</sup>. Des affaires où de grands reporters ont été confondus pour manipulations (affaires Botton, vraie-fausse interview de Fidel Castro) à la couverture alignée d'événements internationaux (Timisoara, Djibouti, première guerre du Golfe, etc.), le discours d'information médiatique a progressivement nourri toutes sortes d'actes d'accusation dont l'essentiel tourne autour de la conviction : les médias ne sont pas ces producteurs suprêmes d'informations indiscutables comme on les en avait peut-être trop investis auparavant.

Peut-être tout simplement, s'est-on même interrogé depuis, n'en sont-ils pas capables ? Déjà, le constat était facile à faire partager qui invitait à ne pas confondre le producteur de connaissances scientifiques avec le journaliste (Cabedoche, 2003). Tout juste ce dernier pouvait-il se présenter comme agent de vulgarisation d'énoncés discursifs produits ailleurs, dont on avait espéré simplement que l'action d'altération ne correspondît pas à une *trahison* (Peytard, 1984).

Parallèlement, le journaliste n'a pas toujours perçu que certains de ses dispositifs et mises en scène agaçaient. Tèl est pourtant le type de lecture que peut en faire l'*exclu*, ce destinataire effarouché qui ne supporte pas le dispositif trop scolaire du prescripteur trop éclairé, journaliste pressé d'inscrire son autorité discursive dans une relation asymétrique : « *Moi qui sais, je vais expliquer à ceux qui ne savent pas* » (de Cheveigné, 1997, 2000). Effectivement, à force de penser globalement le récepteur, on avait pu définir le « *cela-va-de-soi* » journalistique sans interroger le destinataire. Or, ce dernier ne se vit pas comme être agissant face au producteur, mais en tant qu'être de parole face à l'énonciateur (Charaudeau, 1983). Et si la lecture *bénéficiaire* caractérise un second niveau de lecture chez un destinataire cette fois favorable à l'action appuyée de médiation du discours d'information médiatique, l'élévation du niveau culturel en France a aussi réveillé de nouvelles attentes en termes de vertu et de qualité. Elle a fait monter l'exigence, jusqu'à atteindre le niveau de la lecture *intimiste* : l'attitude de celui qui n'accorde à personne d'autre que le producteur de connaissances scientifiques le soin de présenter celles-ci, au point que l'on peut légitimement s'interroger sur la place que le journaliste peut encore revendiquer dans la transmission de l'information scientifique (Cabedoche, 2003). Certaines pratiques laxistes ont ainsi pu engendrier l'opprobre sur l'ensemble de la profession, même si ce sont essentiellement les dérives de la télévision qui ont alimenté les mouvements de rejet. Le journaliste s'est ainsi vu reprocher de ne pas savoir faire le travail de la complexité et se saisir d'un objet de science (Morin, 1995).

La formation aux métiers de l'information devrait donc aider à dépasser la linéarité de certaines approches et combler certaines lacunes. Une enquête réalisée en 1996 avait par exemple révélé qu'au sein du panel de journalistes spécialistes de l'économie interrogés, 47% avaient avoué ne pas savoir lire les comptes d'une entreprise, et 75% ne rien connaître au droit du travail et des affaires (Gabay, 2001). Car dans la presse généraliste, submergés par l'information pléthorique des multiples sources de communication, les journalistes non avertis peuvent avoir « *tendance à prendre pour argent comptant ce sur quoi ils tombent en premier ou la première chose qui (leur) paraît à peu près lisible et compréhensible* » (Derville, 1999).

L'offre de formation ne peut donc se limiter à l'apprentissage du terrain, pourtant si valorisé dans la profession (Pépin, 1996), et souvent assuré par une autorité d'expertise autoproclamée – c'est-à-dire par le spécialiste qui, dans la presse généraliste, ne doit parfois sa qualification qu'au fait d'avoir traité le sujet au moins une fois (Véron, 1981).

Cette immersion pragmatique a son intérêt. Mais elle a pu aussi servir des logiques corporatistes entretenues par des aînés qui ont vu tout l'intérêt à ce que le jeune journaliste adopte vite les modes de fonctionnement et de légitimation de la profession... quitte, s'il est en mal de carrière, à se retrouver prisonnier de la recherche forcenée du scoop et à être moins exigeant dans la vérification des sources (Le Bohec, 2000).

Pour le moins peut-on espérer que l'élévation constatée du niveau culturel des jeunes journalistes (Ruellan, 1997) contribue peu à peu à forcer cette spirale infernale. Mais il faut aussi rappeler combien l'insécurité de l'emploi – qui caractérise plus qu'avant l'univers médiatique – n'encourage pas la prise de distance chez les jeunes journalistes, plus avertis, mais aussi plus exposés, vis-à-vis des logiques du conservatisme social, ou du sensationnalisme promoteur (Bourdieu, 1996). Voilà bien là un troisième paradoxe.

## **Une instance professionnelle investie du « quatrième pouvoir » et un métier fragile**

### *La presse, quatrième pouvoir*

Très rapidement, la presse a été investie d'un véritable pouvoir. Au point qu'on a pris l'habitude de désigner l'action des médias comme celle d'un *quatrième* pouvoir (Servan-Schreiber, 1972), dont l'action caractériserait la nature démocratique d'un régime en renforçant l'équilibre classique défini par Montesquieu entre exécutif-législatif-judiciaire.

Objet de toutes les attentions, la presse est aussi objet de toutes les méfiances. Avec les années 1950/1960, une tendance forte de la recherche américaine, puis européenne, s'est ainsi inscrite dans une posture de dénonciation des médias. Les esprits étaient encore marqués par le traumatisme des grandes propagandes nazies et fascistes, avant d'être très rapidement mis en alerte devant le phénomène de l'endoctrinement stalinien (Gritti, 1999). Les problématiques s'articulaient alors autour de la révélation des motivations inconscientes, des stratégies de désir et de la persuasion clandestine.

Le politique se méfie du journaliste, en même temps qu'il en recherche les faveurs auxquelles il peut lier sa survie en régime démocratique. Producteur lui aussi d'informations, un élu peut vivre la concurrence du producteur de l'information journalistique d'autant plus difficilement qu'en l'absence d'un mandat impératif, ce dernier n'est apparemment pas redevable directement de son action.



Le militaire tente d'imposer le *black-out* de l'information (Gerverau, 2003), en même temps qu'il sait que la guerre se joue aussi dans les médias. Le militant d'opposition investit ces derniers à partir de stratégies d'entrisme, en même temps qu'il tente de détourner les techniques et dispositifs d'information si efficaces de la presse institutionnelle pour susciter la participation populaire au changement social et « *briser le monopole de l'imposition culturelle* » (Cabedoche, 2003). L'instance éducative érige le discours d'information médiatique à la fois comme instance d'inculcation du savoir et comme lieu privilégié de développement de la rumeur et des fausses bonnes idées. L'instance scientifique peut se poser la question de stratégies de contournement du discours d'information (Cabedoche, 2003), en même temps qu'elle peut avoir recours aux effets d'images médiatiques pour appuyer ses propres demandes de soutiens financiers.

L'instance économique a pu cultiver le syndrome d'Icare, choisissant de ne se frotter aux médias qu'une fois acculée. Inconscience de la petite structure liée à son incapacité à lire et exploiter les informations, ou excès de confiance du grand groupe (Gabay, 2001), les stratégies du silence médiatique ont été longtemps pratiquées, notamment en France. L'entreprise découvre aujourd'hui que ces stratégies ne s'avèrent efficaces que dans des circonstances bien précises. Le silence ne peut agir que comme points de suspension (Gomez Mont, 1999). Sa persistance suffit à alimenter les rumeurs, lesquelles ne font que précipiter la crise<sup>5</sup>. Mépriser les médias n'est alors une solution que si lesdites rumeurs ne sont que très faiblement répandues et ne concernent qu'un public restreint (Gabay, 2001). De fait, les organisations savent aujourd'hui s'entourer de conseils qui les aident à concevoir des dispositifs de veille informationnelle, de détection des signaux faibles dans les médias et d'analyse de risque. Elles développent de puissantes stratégies d'image en vue de mieux maîtriser les flux d'informations diffusées de l'extérieur (Bouzon, 1999). Lesquelles peuvent aller jusqu'à l'OPA et la tentation de la vampirisation de l'empire de presse<sup>6</sup>. Ces analyses reposent sur le postulat d'un pouvoir d'influence déterminant attribué aux médias. On a ainsi parlé d'une thèse des *effets forts*. Mais sur le terrain, beaucoup de journalistes ont pu parallèlement constater la fragilité de leur pouvoir

### *Le journalisme fragilisé*

Le paradoxe est parfaitement illustré par la situation du journalisme de la presse quotidienne régionale, puissante en tant qu'institution, mais dont les producteurs de discours d'information ont pu rapidement

sembler englués dans un rapport féodal avec leur environnement<sup>7</sup>. Bien que moins exposés à leurs sources en principe plus nombreuses et diversifiées, les médias nationaux ont pu à leur tour être soupçonnés de soumission et de conformisme<sup>8</sup>.

Ainsi parle-t-on de perte de pouvoir d'influence sur la société. Par exemple en France, la presse dite « *politique* » au sens de presse engagée n'a cessé de perdre des lecteurs et des titres depuis la Libération (Charron, 1991). Au point que certains journalistes ont eu bon de construire le pléonasmisme du *journalisme d'investigation* (pôle de la transgression) pour se distinguer du *journalisme de représentation* (pôle de la conformité). L'alignement d'une majorité des médias occidentaux sur l'information officielle du Pentagone lors de la couverture de la première guerre du Golfe en a sans doute constitué l'expression la plus confondante.

Cependant, les grandes défaites contemporaines semblent davantage liées aux combats contre le pouvoir économique dans un contexte de restructurations lourdes pour l'instance médiatique, qu'aux batailles contre le pouvoir politique<sup>9</sup>. Il faut reconnaître que le lien entre l'argent et la liberté d'information est extrêmement direct, surtout à l'heure où les techniques de communication assurent aux informations une échelle de diffusion qu'aucun directeur d'agence de presse n'aurait pu imaginer à la sortie de la Seconde guerre mondiale. Et en France, le législateur avait eu beau souhaiter mettre en place à la Libération un régime d'exception pour préserver le journalisme des préoccupations économiques afin de ne pas aliéner son exercice, aucun statut n'a encore véritablement abouti à différencier l'entreprise de presse (Le Bohec, 2000). Et lorsque comme aujourd'hui les entreprises de presse subissent une crise de *fidélisation*<sup>10</sup> et doivent, comme les autres, veiller à garantir leur pérennité, le journaliste peut tendre davantage à faire preuve de suivisme. Le contexte de la compétition et de l'urgence permanente a pu entraîner les rédactions à se placer dans une relation de dépendance croissante à l'égard de leurs sources d'information (Mathien, 2001). Et de financement s'agissant des annonceurs (Le Bohec, 2000).

Certains auteurs ont même parlé de *journalisme de communication*, formulation nouvelle qu'ils n'hésitent pas à ériger au niveau d'un paradigme. L'emprise commerciale et financière aurait conduit les journalistes à abdiquer leurs responsabilités éditoriales (Charron & de Bonville, 1996).

Dès 1994, Pierre Bourdieu avait dénoncé « *un champ journalistique de plus en plus soumis aux exigences du marché* » dont l'emprise, à laquelle le développement de la télévision confère une ampleur sans précédent, tendait à renforcer dans tous les champs le *commercial* au détriment du

*pur*<sup>11</sup>. La tendance n'aurait fait que s'accélérer depuis<sup>12</sup>. On peut même se demander si le journaliste a encore droit de cité, quand on voit disparaître les acteurs ou les intermédiaires de l'information peu productifs, par rapport à une rentabilité éditoriale (Mathien, 2001). La question mérite d'être posée, même pour un titre de presse aussi prestigieux que *Le Monde* dont certains choix éditoriaux ont contribué au redressement du titre (Mathien, 2000 ; Péan & Cohen, 2003).

Le journalisme, otage des rapports de forces dominants ? La proposition avait pu séduire au moment où le journalisme souffre d'une crise de légitimité en externe<sup>13</sup>, mais aussi en interne où il devient de plus en plus difficile d'affirmer une ligne éditoriale face aux enjeux techniques et gestionnaires, au point que l'on parle parfois de *dechéance de légitimité* au sein des entreprises de presse (Watine & Beauchamp, 1996 ; Mathien, 2002).

Les Anglo-saxons ont même fait référence au *journalisme de marché*, pour évoquer la prise de pouvoir au sein des rédactions des gestionnaires et des managers, et le primat accordé à la logique de profit. La distinction entre information et communication se présente ainsi de plus en plus délicate à maintenir, sous l'effet conjugué de l'essor des industries culturelles et des nouvelles technologies (Mathien, 2001). Cette problématique autorise une meilleure compréhension des contraintes énormes liées à l'exercice de la profession (Derville, 1999).

Peut-être finalement avait-on trop investi le journalisme d'autorité ? Car jamais en fait, celui-ci n'a constitué une instance de pouvoir. Le pouvoir social ne dépend pas du seul individu, mais de l'instance de laquelle il tire sa force. Or, si les médias sont profondément impliqués dans les différents jeux du pouvoir social, ils ne témoignent pas d'une volonté collective de guider les comportements au nom de valeurs partagées (Charaudeau, 1997).

## **Un champ professionnel désigné comme unitaire et l'impossibilité à globaliser**

### *Le journalisme en tant que globalité*

Le journalisme constitue-t-il un métier, défini, parfaitement distinctif d'autres vocations et dont le discours offre des caractéristiques communes qui le font parfaitement reconnaître ? La question offre une réponse évidente pour tous ceux qui parlent volontiers des journalistes, des médias, de la presse..., quelle qu'en soit ensuite l'appréciation. La profession s'est elle-même reconnue ainsi, en se dotant de représentations syndicales comme le Syndicat national des journalistes, en se référant à

une Charte des journalistes, en se constituant des centres de formation des journalistes. Le législateur a parlé de droit de la presse. Et en France, l'État a aménagé des dispositifs particuliers pour le journaliste, tels que des tarifs postaux préférentiels, un droit fiscal avantageux..., présentés comme autant de formes d'aide à la presse. Des auteurs ont étudié le journalisme et tenté parfois de dégager des *frameworks*, dans leurs efforts de modélisation (Freund, 1991 ; Martin, 1991 ; Bourdieu, 1994 ; De La Haye, 1995).

Selon Pierre Bourdieu, les médias constituent un champ de production, c'est-à-dire un espace dans lequel chaque producteur est influencé par les autres. C'est un microcosme qui est régi par des rapports de force internes, par des conflits, par la concurrence, de sorte qu'on ne peut comprendre la production d'un journaliste qu'en référence avec celle des autres journalistes. Il faut sans doute prolonger l'analyse car on parle même parfois de fermeture du champ sur lui-même. Indicateur : un journal est d'abord lu par ses concurrents. Tout journaliste fait sa revue de presse et lit ce qu'écrivent ses confrères, pour se positionner, pour ne pas être en retard d'une information, pour ne pas rater un *scoop*, et même pour se démarquer. Ainsi s'expliquent les reprises d'informations, qui écrasent toutes les autres paraissant le même jour, aboutissant parfois à créer artificiellement un climat de psychose (Véron, 1981). C'est ainsi que l'on avait parlé d'*effets de champ journalistique à champ journalistique* (Champagne & Marchetti, 1994). Le savoir-faire du reporter a même été analysé, pour partie, comme l'art de construire instantanément un reportage conforme, c'est-à-dire un article similaire à celui des concurrents (Casanova, 1996 ; Derville, 1999).

Par ailleurs, les médias de l'audiovisuel sont devenus les médias dominants du champ journalistique. La presse écrite, qui avait longtemps eu cette position forte, semble désormais dominée par la télévision et tend à se définir de plus en plus par rapport à elle (Mouchon, 1994 ; Bourdieu, 1996 ; Champagne, 1996). Ainsi a-t-on expliqué le *ton journalistique*, distinct par exemple du *ton scientifique*. Ce dernier est donné par des comités scientifiques, la publication dans cet univers très sélectif s'exerce au terme d'un long processus de filtrage (Boë & Iranzo, 1997). Le *ton journalistique* peut être donné par certaines figures, stars des plateaux télé, intellectuels mondains et beaux parleurs, dont l'existence en tant que personnages passe par l'outrance.

Ce champ de production journalistique ne peut être compris que par l'intégration d'une contradiction fondamentale : plus l'information est de haut niveau, c'est-à-dire nuancée, pointue, argumentée, contextualisée, problématique, plus l'audience est restreinte, tandis

qu'économiquement, le journaliste s'efforce de globaliser, c'est-à-dire « aller à l'essentiel » ; réduire l'intrigue à un dispositif plus simple (manichéen ?), rechercher des causalités premières, quitte à confondre lien de corrélation et lien de causalité ; limiter le nombre des acteurs pour satisfaire aux formats de déploiement du discours d'information médiatique ; gommer les aspérités, c'est-à-dire transformer la personne en personnage (Mesquita, 1999), variété spécifique de *l'homo biographicus* (Forster, 1993) souvent limité à une idée ou un trait uniques, généralement chargés. Cette caractéristique permet précisément de distinguer le discours d'information médiatique du discours d'information scientifique : pour l'auteur de ce dernier, l'enjeu principal réside dans la force argumentaire du contenu, comme si le destinataire était absent (Cabedoche, 2003).

Mais précisément, si le discours d'information médiatique se déploie fondamentalement en fonction de *l'instance-cible* (c'est-à-dire l'instance interne visée), peut-on encore envisager une approche globale de la profession ?

### *L'impossible formalisation d'une profession dispersée*

Le discours d'information médiatique est constamment traversé à la fois par des *visées de crédibilité* et aussi par des *visées de captation* (Charaudeau, 1997). Pour le producteur de discours d'information médiatisée, cela signifie non seulement tenir compte de la teneur supposée de savoir de son destinataire, mais également considérer les mouvements supposés de l'affect de ce dernier et anticiper les motifs supposés d'intérêt qui l'animent.

Ce seul constat a suffi à encourager tous ceux qui estiment que l'analyse de contenu des discours de presse n'a finalement d'intérêt que par les différences qu'elle permet de révéler (de Cheveigné, 1997). Effectivement, une véritable rupture a été enregistrée dans la recherche par rapport à la clôture structuraliste : il nous a fallu apprendre à lire le récit dans son pluriel, que jamais aucune lecture particulière, aussi structurée soit-elle, ne pourrait épuiser (Barthes, 1970). S'il est possible de révéler des matrices formelles constituant une approche journalistique, celles-ci ont tendance à se multiplier, dans un contexte d'évolution et de multiplication des supports d'expression. La communauté peut conditionner une bonne part de l'information médiatisée, mais la dimension sociétale de celle-ci ne se réduit pas à un jeu de l'universel, résultat du mimétisme concurrentiel (Mathien, 2000). Déjà, il faut considérer les réalités du « chauvinisme » dans le traitement de l'actualité, qui justifiaient amplement les analyses de presse à vocation comparative.

Même si la puissance de la dynamique technologique, construite autour des communications et des transports, a poussé le monde vers l'uniformisation des besoins et l'homogénéisation des marchés, elle n'a signifié ni la fin de la segmentation des marchés, ni celle des différences.

Par ailleurs, la distinction a souvent été faite dans le traitement de l'information à partir de la nature du support de cette information. S'il faut reconnaître une certaine uniformité de la forme et du contenu de l'offre d'information télévisée, le reporter de l'écrit est mandaté par sa hiérarchie pour se distinguer de la concurrence, ce que lui offre le *tempo* de fabrication de l'information, et l'accessibilité à des sources plus éloignées du lieu de l'événement (Casanova, 1996). Ainsi, les disparités de situation au sein de la profession peuvent-elles aujourd'hui aussi grandes que celles qui séparent une épicerie de village d'un consortium planétaire, dont les intérêts, les enjeux, les ambitions et les effets ne sont pas de même nature (Alix, 2000 ; Mathien, 2003).

Il a fallu alors considérer que chaque journal constitue une publication singulière : « *Les tentatives – légitimes – de modélisation des processus en œuvre dans l'opération de médiatisation conduisent souvent le chercheur vers une pente formalisante qui peut excéder ce qu'il est capable de mobiliser comme cas concrets à l'appui de cette modélisation, ou globaliser avec excès ce qui, dans le fonctionnement médiatique, est loin d'être aussi homogène qu'on voudrait bien le dire* » (Delforce & Noyer, 1999).

Ainsi, l'analyse de contenu révèle tout son intérêt dans sa dimension comparative : « *Seules des différences à l'intérieur d'un univers de discours donné sont susceptibles d'avoir un sens* » (de Cheveigné, 2000). Nous ne sommes plus en effet à l'époque où, du point de vue méthodologique, l'étude quantitative imposait la vérification statistique (Beelson, 1952). L'évolution de la recherche a mis en évidence l'effet de rareté, susceptible de générer une mémorisation aussi forte que celle provoquée par la banalisation répétitive.

En fait, ce que l'on évoque facilement en parlant de la presse, du journalisme, de l'information dans son ensemble, ne consacre souvent que la presse d'information générale, c'est-à-dire un secteur parmi d'autres des médias, dont il faut encore distinguer la dimension nationale ou régionale, quotidienne ou magazine, écrite ou audiovisuelle. Sans compter qu'à l'intérieur d'une même rédaction, les problèmes saillants ne se présentent pas comme identiques selon les services ou les rubriques impliquées. À ce niveau de diversité, il convient peut-être de parler de « *la supercherie du nous* » quand les journalistes se désignent encore corporativement. Surtout si à la diversité des discours, on ajoute la diversité des statuts (Ruellan, 1997), des destinées individuelles les plus

baroques et des tensions les plus contradictoires (Neveu, 2001 ; Wolton, 2003 ; Charon & Mercier, 2003 ; Leteinturier, 2003). C'est d'ailleurs à partir du poids déterminant des individus que des journalistes ont souvent expliqué qu'on ne peut pas... expliquer leur métier. Cette suffisance a pu parfois amener certains producteurs ou destinataires du discours d'information médiatique à ériger ce dernier au niveau d'une norme. Là encore, le paradoxe n'est pas des moindres.

## **Un discours normatif très discuté au sein de l'espace public**

### *Une référence classique à l'objectivité*

La reconnaissance de la diversité des discours d'information médiatique n'a cependant pas dissuadé une grande partie de la profession de se référer à la sacro-sainte objectivité, entendu parfois comme la prétention à l'exhaustivité. Il suffit pour s'en convaincre de retenir les dissonances verbales ponctuant le discours télévisé : « *Disons, pour faire le tour de la question ...* » ; « *Et pour être complet, ce témoignage...* ». Le phénomène d'autocontrôle des journalistes, résultat de l'écoute permanente qu'ils développent les uns à l'égard des autres, contribue à donner une configuration de l'événement que le présentateur de la revue de presse peut offrir comme exclusive : « *Voilà tout ce qu'on pouvait dire sur l'actualité de ce jour.* » La redondance contribue à enraciner les certitudes : « *Certains noyaux de sens émergent cristallisés, accrédités et validés par la multiplicité des reprises en écho dans les médias et apparaissent aux publics comme des certitudes* » (Sicard, 1997).

Certes, des concurrences peuvent se présenter. Notamment chez tous ces producteurs de discours avertis des pré-requis de disciplines scientifiques dont ils se sentent proches et, de ce fait, habitués à plus de circonspection. Cette interpellation critique n'a fait parfois que renforcer la conviction de journalistes formés sur le tas et convaincus de leur capacité à saisir immédiatement le *réel*. La férocité redoutable avec laquelle des journalistes consacrés peuvent disqualifier parfois une autorité scientifique traduit souvent moins le discours de l'anti-science que la susceptibilité du prescripteur, vigoureusement concurrencé pour l'imposition du sens.

Alors, pour garder la maîtrise et l'autorité de la construction de l'événement, le journaliste peut travailler à créer artificiellement l'urgence (Le Bohec, 2000 ; Cabedoche, 2003). Quitte à ce que lorsque la fonction indicielle de l'image ne peut être satisfaite, le journaliste provoque les surchauffes de l'information indispensables à l'imposition

du sens : incapable alors de répondre à sa fonction *métonymique*, l'image devient *métaphorique* (Sanders Pierce, 1978).

Dans un espace public où la réactivité constitue une valeur professionnelle et la monstration une condition probatoire, l'actualité matière première du journaliste s'est vite confondue avec l'événement. Enfin, parce qu'une bonne part de sa légitimité sociale naît de sa capacité à *montrer à voir*, plus que tout autre, le journaliste a vu les discours concurrents travailler des stratégies de construction d'image dont, au final, il est devenu l'arbitre (Derville, 1997). La position a abouti à construire des offres de formation à la profession autour des références discutées à l'*Objectivité*, la multiplication des sources, le respect des faits, la traduction dans une langue abordable pour faire connaître la *Vérité*.

### ***Une écriture et un fondement épistémologique du discours d'information médiatique discutés***

De nombreuses certitudes, créées, reprises, encouragées, par des discours d'information médiatique ont souvent été ébranlées. Le phénomène a été démonté pour expliquer le mécanisme de la tumeur médiatique (Véron, 1981 ; Kapferer, 1987 ; Bougnoux, 1994 ; Moirand, 1997 ; Boë et Iranza, 1997). Au fur et à mesure que les sciences sociales ont permis de mieux comprendre les dispositifs particuliers caractérisant le discours de presse, la réaction a pu être brutale lorsque l'énonciation du discours d'information médiatique écrasent l'énoncé. De multiples analyses ont autorisé la distance vis-à-vis du *maniérisme didactique*, qui voit les médias mobiliser des gestes pédagogiques à seule fin de suppléer à la défaillance du discours informatif (Véron, 1981).

Ces mises à distance ont mis à mal la thèse *deseffets forts*, caractérisant des analyses exclusivement mobilisées à dénoncer les menaces que les journalistes feraient peser sur nos sociétés à partir d'une focalisation excessive sur les médias (Schlesinger, 1992). Ce médiacentrisme avait fait oublier que la construction sociale s'opère aussi en d'autres lieux, lesquels peuvent très bien se présenter moins visibles et pour autant se révéler tout aussi configurants, voire davantage (Delforce & Noyer, 1999). Renforcé avec le développement des technologies de l'information et de la communication et consécutivement, l'accroissement de la concurrence des discours publics, le rappel a pu contribuer à l'ébranlement de la légitimité des discours d'information médiatique (Bretton, 2000). L'événement social ne se réduit pas à l'événement médiatique (Simmonin, 1999). Réagir au *médiacentrisme* revient désormais à replacer le rôle social des médias dans une logique d'interdépendance et de réseaux d'acteurs (Neveu, 2001).



## Une ouverture sur le monde et le lieu privilégié du repli ethnocentrique

### *Une fenêtre sur le monde*

Le temps est loin où Théophraste Renaudot s'était vu reconnaître par le Roi de France le privilège à vie de l'exclusivité du traitement des faits de cour, censés recouvrir toute l'actualité médiatique. L'analyse du rubricage et de la mise en page dans la presse comme la hiérarchisation plus ou moins reconnue par la profession des domaines d'exercice du métier révèlent la place prépondérante qu'ont pris les informations internationales, qui obligent à la relation avec l'Autre. Reconnaître l'étrangéité<sup>14</sup>, c'est rompre avec une représentation confortable de l'homogénéité qui avait d'abord vu le Moi individu considérer sa vision des choses non seulement juste, mais aussi partagée par le reste de la planète au point de lui accorder la force de l'évidence. Cette rupture insécurisante constituée par la rencontre est en même temps nécessaire à la construction du Moi individu et du Moi communautaire, puisque reconnaître l'Autre, c'est aussi reconnaître sa propre existence, quitte à diaboliser l'étrangéité : « *Plus l'Autre est différent, plus j'existe* » (Charaudeau, 2001).

### *Les médias, vecteurs et lieux privilégiés du discours ethnocentrique*

Les médias sont directement interpellés par cette problématique. Ils contribuent à inscrire les identités collectives dans l'histoire (Wieviorka, 2001). En même temps, ils construisent l'Autre étranger selon les imaginaires en circulation dans chaque société. La construction de leur discours s'est inscrite en référence à l'évolution des idées politiques, historiquement mobilisées sur et par la scène internationale (Cabedoche, 2003).

Et lorsque le travail d'analyse sémio-discursive des productions médiatiques est entrepris, il libère généralement les accusations argumentées d'ethnocentrisme, surtout si ce média provient d'Occident (Mostefaoui, 1995 ; Wrong, 1997 ; Lavodrama, 1999 ; Paterson, 1998 ; Boëtsch & Villain-Gaindossi, 2001 ; Savaresse, 2001 ; Misse, 2002 ; Madani, 2002). Au point que l'ethnocentrisme semble être la caractéristique des regards occidentaux, tandis que l'ethnocentrisme des regards « du Sud », pourtant envisageable en tant que *doxa* constitutive du consensus social (Cauquelin, 1999 ; Chevé, 2001 ; Berting, 2001), n'a été analysée, voire seulement évoquée, que par quelques rares auteurs (Villain-Gandossi, 2001 ; Lahmar, 2001 ; Ferrié, 2001). « *Ce sont plutôt les émetteurs du Nord*

qui assignent une identité à l' "autre", tandis que pour les "autres" (les pays du Sud), l'enjeu n'est pas de communiquer avec le Nord... » : ils ont surtout à tenter de corriger l'image qui est donnée d'eux-mêmes dans ces mêmes médias occidentaux. En particulier lorsque ces derniers se présentent comme transnationaux, les capacités de production du Nord écraseraient les tentatives du Sud de réappropriation de la représentation de soi (Basfao, 1995).

Quoi qu'il en soit, quelle que soit la réalité extérieure analysée, la construction de l'étrangéité dans les discours d'information médiatique serait incapable de s'affranchir totalement de réflexes ethnocentriques.

Toutes ces analyses conduisent à repenser l'offre de formation au journalisme, jusque-là généralement trop empreinte de références positivistes.

## **Conclusion : de nouveaux fondements pour la formation aux métiers de l'information**

### *La nécessaire confrontation avec la recherche*

La médiatisation se présente comme un processus complexe qui résulte de l'interaction entre différents acteurs collectifs et individuels. Tout un jeu s'exerce donc, qui parfois correspond à une lutte pour l'imposition du sens au sein de l'espace public. Mais alors, la domination constitue moins une donnée qu'un aboutissement, « *le fruit d'une guerre de positions perpétuelle* » (Schlesinger, 1992).

On ne mesure peut-être pas l'importance de colloques comme celui de Tunis si on a déjà oublié le climat de suspicion réciproque qui a longtemps caractérisé les rencontres entre chercheurs en sciences de l'information et journalistes. En France, la première rencontre pacifique remonte sans doute à 1996 lorsqu'enfin, sur le thème du « *journaliste, acteur de société* », les animateurs avaient fait le constat d'une « *atmosphère nouvelle d'écoute* », de « *respect mutuel* », de « *collaboration amicale et féconde* » (Watine, 1996). Cette rencontre a été d'autant plus facilitée qu'avec une approche constructiviste, la recherche s'est moins attachée à mettre en exergue les manquements individuels à la déontologie qu'à identifier des logiques lourdes s'imposant à l'ensemble des acteurs et supposant une série d'interactions et de négociations. Le journaliste s'est ainsi moins senti jugé et a trouvé matière à mieux saisir les multiples processus en œuvre dans la construction de son propre discours d'information et les effets sociaux ainsi produits. L'information ne suffit pas à « *dissoudre la complexité du monde* » (Wolton, 2003).

Cette confrontation pacifique gagne parallèlement la réflexion sur la formation aux métiers de l'information et l'ouverture à de nouvelles problématiques. Citons par exemple la création en 1996 de la revue *Les Cahiers du journalisme* par l'École Supérieure de Journalisme de Lille, qui traduit une ouverture certaine aux apports des chercheurs et contribue à orienter les prescriptions dans plusieurs directions. La même ESJ de Lille s'est dotée d'une formation au journalisme scientifique, de nature, on peut l'espérer, à protéger le journaliste de l'alignement spontané sur le discours le plus socialement pressant.

### *La nécessaire interdisciplinarité de l'enseignement*

La formation des journalistes peut s'aligner sur les exigences du marché et jouer de plus en plus la carte de l'hyperspécialisation technique. Mais la tension n'est pas prête à se dissoudre entre désir de créer une « *culture professionnelle commune* » et la nécessité de répondre à la segmentation croissante des métiers de l'information et des filières (Marchetti, 2003 ; Ruellan et Pélissier, 2003). Par ailleurs, ce type de formation n'échappera pas à l'accusation de conditionnement qui prépare au « *journalisme de communication* » (Mattelart, Mattelart & Delcourt, 1983 ; Ruffin, 2003 ; Charon et Mercier, 2003 ; Blanchot & Padioleau, 2003) et contribue à enfermer dans le « *moule positiviste* » (Mattelart, 2001 ; Ruellan et Pélissier, 2003 ; Mathien, 2003), que les syndicats n'ouvrent pas, si ce n'est à situer le débat sur le terrain de la déontologie (Da Lage, 2003).

Par ailleurs, travailler avec un regard distancié sur le discours d'information médiatique n'est pas évident pour autant, car l'objet d'étude n'est pas extérieur à l'homme, mais au contraire, issu de l'activité de « *symbolisation* » de l'homme. D'autant qu'il faut parler de savoir non cumulable dans les disciplines sollicitées qui se situent sur le terrain de la compréhension. Le principe d'explication qui y prévaut n'épuise jamais la signification de l'objet. Les énoncés premiers ne disparaissent jamais complètement et il faut renoncer à la clôture explicative qu'autorisent les disciplines de la production. De ce fait, l'interdisciplinarité s'impose dans ce champ plus que dans tout autre, sans pour autant négliger le découpage en disciplines dont les concepts, méthodologies, types d'explication offrent les bases de validation des savoirs. Les sciences de l'information et de la communication ont leur place dans cette réflexion proposant l'étude sur les notions, les processus, les productions, les usages, les acteurs... (Lancien, Cardy, Delatte, Delavaud, Froissart, Rodionoff, Thonon & Tupper, 2001), même si l'influence publique des chercheurs de la discipline est encore réduite

(Schlesinger, 2001) et leurs problématiques dangereusement étouffées par les tentations hégémoniques des sciences de l'informatique et des sciences cognitives.

Ainsi, le métadiscours produit à partir du discours d'information médiatique peut-il dépasser les obsessions positivistes traditionnellement révélées par le discours d'autolégitimation d'une majorité de journalistes : obnubilés par leur référence primaire au *réel*, entendu comme une donnée préexistante ; naïfs dans leur croyance en la permanence des certitudes, l'homogénéité de la communauté scientifique et la linéarité des connaissances.

### *L'interrogation du fait et de l'événement journalistique*

Il s'agit d'abord d'interroger le statut de la *Vérité* et sa définition. L'histoire des idées politiques révèle la relativité de la référence : donnée brute, résultat de l'observation chez le positiviste ; décision du monarque, chez le royaliste intégriste ; conformité à l'Ordre naturel chez le conservateur ; résultat de la confrontation de l'offre et de la demande, « *la bonne information chassant la mauvaise* » chez le libéral ; produit de l'analyse des rapports de production et de l'évolution linéaire des modes de production dominants chez le marxiste, conformément aux enseignements du matérialisme historique ; préparation de l'avènement de la vérité religieuse, chez un chrétien comme John Milton pour ne pas citer les auteurs islamistes...

L'un des apports du constructivisme, et non des moindres, conduit à considérer la réalité sociale que déploie le discours d'information médiatique comme le résultat inévitable de constructions plutôt que de simples données de l'observation. Il s'agit alors de sortir de la croyance naïve en la transparence de la langue (« *un chat est un chat* ») et d'interroger les procédés de mise en forme langagière du discours d'information médiatique. Ces caractéristiques formelles ne sont ni neutres, ni sans effets sociaux. Le choix des mots ne se détermine pas par rapport au réel, mais en fonction de logiques et de « *mises en intrigue* » constitutives de tout discours social. Roland Barthes accusait la langue d'être fasciste, tandis que Régis Debray estimait que toute querelle de mots est d'abord une querelle idéologique. Aujourd'hui, on analyse le discours de guerre des journalistes, et on compare l'alignement du vocabulaire sur celui des militaires, évoluant d'une guerre du Golfe à l'autre<sup>15</sup> : plus largement, l'analyse consiste à révéler les schèmes de perception socialement disponibles à travers lesquels on donne sens à ce qui nous entoure.

Cette mise en débat doit aboutir parallèlement à rediscuter du fondement de la *Liberté*. Présentée initialement comme une donnée pré-existante qu'il s'agit de protéger, la *liberté* devient aptitude à acquérir. Nous quittons une lecture statique de la *liberté* pour une lecture dynamique des *libertés publiques*. De ce fait, les constructions sociales doivent être analysées en considérant la place jouée par le discours d'information médiatique dans la champ social.

Il s'agit alors d'insister sur l'identité d'acteur social du journaliste, ne serait-ce que parce que, du fait de sa seule présence, ce dernier suscite des comportements spécifiques. Et parce qu'il donne sens au monde qui nous entoure, ce qui n'est pas une option laissée à son libre choix, mais le résultat de l'activité d'information. Par exemple, ce qu'on appelle « crise » n'est parfois que le résultat du regard journalistique. Créant alors la crise médiatique, l'acteur social qu'est le journaliste invite à des solutions médiatiques, c'est-à-dire éphémères, immédiatement et symboliquement significatives sur le plan visuel. Cette prise de conscience doit conduire la formation aux métiers de l'information à développer l'étude des conditions de production du discours d'information médiatique.

### *L'étude des conditions de production du discours de presse*

S'intéresser en amont de la construction du discours d'information médiatique aux conditions de production passe par d'abord par une nécessaire approche socio-économique : l'information est aussi une marchandise, plus évidente encore avec le développement des technologies. Mais de ce point de vue, le décalage est grand en terme de connaissances, par rapport à la culture politique des journalistes (Wolton, 2003). S'arrêter aux conditions de production vise à mieux anticiper l'ensemble des moyens mis en œuvre pour offrir le produit à destination du *public-cible* et d'identifier les pratiques, statuts, modes de financement, filières et modalités de recrutement... des professionnels de l'information au sein des entreprises de presse.

Il s'agit aussi de mieux comprendre les dispositifs de réalisation du produit médiatique (format d'émission, genre journalistique, mise en page, etc.) liés aux effets de sens *visés* à partir des effets de sens *supposés* par l'instance d'énonciation. Des travaux ont pu montrer comment un *définisseur primaire* de l'information – producteur de connaissances scientifiques – pouvait se faire doubler par un acteur critique qui savait simplement se présenter comme fournisseur d'images de qualité et de formats d'information immédiatement utilisables par les médias (Derville, 1997).

L'analyse de l'écriture passe aussi par la prise en compte des effets de commande (explicite ou implicite), qui lui imposent certaines formes de traitement alignées sur les attentes supposées du public (Delforce & Noyer, 1999).

### *L'étude des conditions de réception du discours de presse*

La métaphore de l'aiguille hypodermique, censée symboliser l'action des médias sur leurs audiences, date. Elle relève de la fin des années 1940 (Shannon & Weaver, 1949). Après la vague structuraliste des années 1960, qui avait ouvert un certain nombre de perspectives intéressantes aux théoriciens de la communication (Parret, 1999), les années 1970 avaient marqué un changement radical. Avec l'évolution de la réflexion, le structuralisme s'était effondré, miné, selon certains, par ses dérives idéologiques. Plutôt que de réduire la transmission à l'étude des signes entre eux, il convient de rechercher le sens chez ceux qui utilisent la langue (Lohisse, 1999). Le récepteur a ainsi pris plus de place dans les recherches.

C'est précisément cette perception qui avait manqué précédemment. À force de définir un destinataire abstrait, de nombreux journalistes avaient fini par fonctionner « *en aveugle* », renforcés en cela par l'absence de procédures d'évaluation rigoureuses. Les nouvelles exigences théoriques ont parfaitement correspondu avec les logiques marchandes, lesquelles ont conduit les organes de presse à affiner leur connaissance de l'audience et à travailler des stratégies de ciblage. Le succès de la presse spécialisée, qui s'appuie sur une connaissance de plus en plus précise de ses cibles, a révélé qu'il n'est de journalisme prospère qu'à partir d'une connivence forte entre le message et son interlocuteur (Delforce, 1996). La représentation du citoyen indifférencié qu'il s'agit de guider ne convient plus quand la représentation de la clientèle segmentée se révèle si nécessaire, au moment où il s'agit aussi de le séduire.

L'étude des conditions d'interprétation ne se limite cependant pas à interroger les comportements de l'instance de réflexion, érigée en *instance-cible*. Car cette dernière ne définit que le lieu des effets supposés définis par l'instance-énonciatrice. Avec le repérage de l'*instance-public*, il apparaît indispensable d'atteindre le lieu des *effets-produits*, avec toutes les difficultés que suppose ce repérage. Des analyses plus affinées de l'énonciation permettent de repérer certaines attentes de l'instance-public, révélant différents niveaux de réception, entre attentes de lectures *bénéficiaires*, lectures *intimistes* et lectures *d'exclus* (de Cheveigné, 1997).

A l'heure des médias transnationaux, la démarche permet de sortir du radicalisme à la fois des thèses développementalistes et dépendantistes pour mieux comprendre comment s'exercent les phénomènes d'« *acculturation créatrice* » (Martín-Barbero, 1987 ; Mattelart, 2002 ; Ferjani, 2002), voire d'hybridation, au point que la progression de produits d'information médiatique importés est parfois aujourd'hui analysée comme le produit de dynamiques sociales « *du dedans comme du dehors* » (Misse, 2002).

### *L'étude des conditions de construction du discours de presse*

L'étude de la construction des discours conduit ainsi à réintroduire le concept fondamental de co-intentionnalité qui relie l'instance d'énonciation à l'instance de réception, dans un environnement précis. Par exemple, la construction du discours part d'hypothèses quant au niveau supposé d'exigence en matière de preuve, selon que la cible se révèle cultivée ou grand public.

Elle aboutit aussi à réinterroger la relation qui unit l'instance d'énonciation à ses sources. Car il apparaît bien naïf de réduire les *définisseurs primaires* de l'information au statut désocialisé de *sources* : « *Au lieu de naturaliser la contrainte qui conduit les journalistes à neutraliser la situation d'influence sociale dans laquelle ils sont nécessairement engagés, il faut en faire un objet d'investigation* » (Delforce & Noyer, 1999). Le journaliste ne crée pas dans un désert de sens et son discours ne peut être réduit à une construction médiatique autistique. Il a besoin de plusieurs autres discours susceptibles de l'aider à donner sens dans des versions socialement acceptables, et il repère cette *socialité* à partir des discours sociaux disponibles. Dans le même temps, ces derniers sont aussi ce qui résulte progressivement de l'ensemble des opérations de médiatisation. Car c'est finalement de ce jeu que naît le sujet journalistique. La dimension apparemment aléatoire de cet exercice doit prévenir des manichéismes critiques qui ont tant hypothéqué les relations entre praticiens et théoriciens de l'information.

Ainsi convient-il d'analyser la problématique fondamentale de l'ethnocentrisme des médias, enjeu de la mondialisation (Wolton, 2003) sous l'angle de l'hybridation culturelle non seulement au niveau de la réception des informations des médias transnationaux, mais aussi au niveau de la construction de leur discours (Cabedoche, 2003). L'hypothèse est envisageable sous le double effet de l'adaptation de l'offre à la demande d'un public-cible pour partie extra national et l'augmentation du niveau de formation des journalistes en France (Rieffel, 2003).

### ***La vacuité des représentations dichotomiques dans l'analyse des médias***

Trop souvent, les critiques ont manqué de nuances. En particulier le réflexe de dénonciation systématique de l'alignement démagogique des médias fait fi des engagements qui, dans l'histoire, ont pu s'inscrire à contre-courant d'opinions dominante<sup>16</sup>, ou d'engagements contradictoires ou divisés, parfois au sein des propres directions des entreprises de presse<sup>17</sup>. Le débat interne existe et le journaliste ne se présente pas sans réactions ni résistances aux évolutions imposées par le contexte économique, en particulier s'agissant du contexte européen (Mathien, 2001)<sup>18</sup>. Par ailleurs, jamais on n'a pu observer autant de publications indépendantes.

Le discours journalistique ne se présente donc pas comme une simple chambre d'enregistrement de discours sociaux entièrement construits ailleurs et les journalistes peuvent réagir aux déviations de ceux-ci, comme à leurs propres déviations. Alors, il convient de réinterroger l'actualité du *paradigme de l'information* : ne serait-ce que pour préserver sa crédibilité, le *journalisme d'intérêt général* conteste le *journalisme de l'offre* (Mathien, 2001). L'accroissement de la logique de marché et l'extension du processus de démocratisation tirent le journaliste à hue et à dia : les deux tensions paradoxales l'obligent à sans cesse naviguer entre quête d'audience et de rentabilité à outrance, d'une part ; quête de crédit et de distance par rapport au discours et à l'ordre établis, d'autre part (Rieffel, 2001). Mais le métier conserve sa légitimité (Wolton, 2003).

### ***Le dépassement des logiques d'affrontement***

Les rapports de forces existent et c'est finalement de ce jeu apparemment aléatoire que naît le sujet journalistique. Les luttes pour l'imposition du sens et l'attribution de valeurs symboliques mobilisent des moyens parfois énormes par une multitude d'acteurs sociaux, chacun tentant de se prévenir de l'entreprise d'instrumentalisation désignée chez l'autre.

Mais le débat public peut aussi organiser contradictoirement l'ensemble de ces discours normés – y compris le discours d'information médiatique – s'ils sont parfaitement identifiés en tant que tels et non travestis. Ainsi, par le biais des débats-citoyens peuvent naître des lectures averties, en même temps que pédagogiques, cognitives, dynamiques... du discours instrumentalisé, sous peine sinon de juxtaposition hermétique des discours, de stérilité et d'enfermement autistique, par peur de consommer l'instrumentalisation.



Par ailleurs, les rapports entre les sources et les journalistes ne sont pas faits que de *manipulation réciproque*, ou simplement de *défiance réciproque*, (Ruellan, 1997). Une approche constructiviste de la production de l'actualité journalistique conduit à considérer que la relation peut aussi s'établir sur la base de la *coopération* (Cabedoche, 2003) ; de l'*alliance* (Molotch et Lester, 1996) ; de la *complicité* (Derville, 1997), sur la base d'intérêts réciproques convergents.

En outre, étudier le discours d'information médiatique dans sa dimension sémiologique ne se réduit pas à traquer les figures linguistiques renvoyant à la manipulation et à la seule lecture de l'idéologique dans les discours d'information médiatique (Véron, 1981 ; Minet, 1997 ; Chervin, 1997 ; de Cheveigné, 2000). La référence au concept de *contrat de lecture* aide à dépasser le réductionnisme des approches globales (sommaires ?) du traitement journalistique. Il permet d'atteindre le niveau des traitements spécifiques de l'événement.

Rompre ainsi avec le médiacentrisme, c'est accepter l'autonomie de chacun des discours et reconnaître une certaine autonomie au discours d'information médiatique par rapport aux autres formes de discours. Pour atteindre l'universalité du savoir et permettre l'accession du *chaos* au *cosmos*<sup>19</sup>, l'École de la République française avait fait l'erreur, avec Jules Ferry, puis Anatole France, de mépriser les « *adhérences psychologiques et sociales* ». Elle avait ainsi révélé une *Raison* profondément totalitaire, visant à extirper les convictions de l'autre au lieu de les mettre en débat et en délibération. La colonisation avait trouvé là son fondement éthique. Comme le rappelle Paul Ricœur : pour éclairer la *Raison*, il s'agit seulement – et c'est énorme – d'ouvrir les instances délibératrices qui interviennent à un moment donné, pour faire discuter les convictions et les transformer de *convictions impulsives* en *convictions réfléchies*.

Et parce que le discours d'information médiatique est avant tout acte de transaction, dépendant de la cible que se donne l'informateur et de la coïncidence ou de la non-coïncidence de cette destination avec ce qu'en attend le destinataire réel, il devient vain d'attendre de ce discours « ... *une fidélité aux faits ou à une source d'information* » (Charaudeau, 1999). Dominique Wolton avait déjà proposé que l'on cesse de parler de vulgarisation de l'information scientifique et technique, préférant l'expression de communication de l'information scientifique et technique qui ouvrait à l'accueil de plusieurs séries d'acteurs : la science, la politique, le public, la communication (Wolton, 2003).

Alors doit-on reconnaître qu'il n'y a pas de façon idéale de communiquer médiatiquement une information (de Cheveigné, 1997) et qu'il faut se résoudre à considérer que les discours journalistiques se

présenteront toujours pluridimensionnels par rapport à l'énoncé discursif originel. Une formation aux métiers de l'information ne peut qu'en tenir compte pour ne pas se retrouver accusée à son tour de normativisme ■

### Notes

1. Patrick Champagne rappelle ce paradoxe : le discours de la science se construit très souvent contre le discours de l'opinion publique et celui des médias, en même temps que les scientifiques ont besoin stratégiquement des journalistes. À titre d'illustration, l'un des directeurs de recherche de l'INRA s'en est pris au journal *Le Monde*, qui avait omis de mentionner les équipes de recherche françaises et européennes ayant contribué à la découverte de l'ARN : « Croyez-vous que c'est en l'ignorant comme vous le faites que la recherche européenne va retrouver grâce aux yeux du public et à ceux des gouvernements qui n'ont cessé de réduire les budgets ? » ; cf. « La recherche européenne oubliée », *Le Monde*, 22 août 2002.
2. Cf. le point de vue de la majorité des journalistes présents lors du colloque de Lorient, en mars 1997, consacré au journalisme-citoyen, où nous avons apporté avec l'historien François Chappé, l'ouverture à une approche constructiviste. Le colloque accueillait notamment les propos de journalistes du *Monde*, de *France-Culture*, de l'*AFP*, du *Courrier International*, de *La Vie*, de *Ouest-France* et du *Télégramme*.
3. Cf. Bob Woodward & Carl Bernstein (1981), *All the president's men*, Londres, Coronet.
4. Cf. *Média Pouvoirs*, numéros du premier trimestre, années 1988 à 1998 et les sondages que continuent à commander et commenter depuis *Télérama* et *La Croix*.
5. Jean-Noël Kapferer rappelle comment le silence de François Besse, lors de son arrivée à la tête du groupe Renault en 1985, avait fait naître l'inquiétude chez les salariés qui se sentaient les plus menacés ; cf. Jean-Noël Kapferer (1987), *Rumeurs. Le plus vieux métier du monde*, Paris, Seuil.
6. Cf. Airy Routier (1999), « Ces grands patrons qui tiennent les médias », *Le Nouvel Observateur*, 1<sup>er</sup> au 7 juillet 99.
7. Cf. Philippe Descamps (1996) qui dénonce « La misère féodale du journalisme de province », *Le Monde Diplomatique*, nov. 96 ; l'auteur parle de « presse docile, dans une France féodale ».
8. C'est notamment l'un des éléments critiques de la dénonciation du *Monde* en 2003 par Pierre Péan et Philippe Cohen.
9. Cf. Alain Salles & Nicole Vulser (1997), « Les médias et l'industrie continuent à entretenir des liaisons dangereuses », *Le Monde*, 17 nov. 97, Airy Routier (1999), « Ces grands patrons qui tiennent les médias » et Jean-Michel Gaillard (1999), « Cent ans de servitude », *Le Nouvel Observateur*, n° 1808, 1-7 juil. 99.
10. La difficulté qu'éprouvent de nombreux journaux à restaurer leur contrat de lecture illustre ; cf. Pierre Gonzalès (1996), « Production journalistique et contrat de lecture autour d'un entretien avec Éliséo Véron », *Quaderni* n° 29, print. 96, p. 54.
11. Cf. Pierre Bourdieu (1994), « L'emprise du journalisme », *Actes de la recherche en sciences sociales*.

12. Cf. Alain Salles et Nicole Vulser (1997), « Les médias et l'industrie continuent à entretenir des relations dangereuses », *Le Monde*, 15 nov. 97 ; Jean-Michel Gaillard (1999), « Cent ans de servitude », *Le Nouvel Observateur*, n° 1808, du 1<sup>er</sup> et 7 juillet 99 ; (2001), « "L'Humanité" : mutation capitaliste en vue », *Le Figaro économie*, 27-28 janv. 01.
13. Cf. la dégradation régulière de l'image des journalistes – si l'on en croit les sondages – constatée en quelque dix années au sein de l'opinion publique.
14. Patrick Charaudeau parle de construction de « l'étrangeté » s'agissant de la rencontre entre les stratégies de présentation de l'Autre par la télévision et les imaginaires d'espace, de temps et d'événementialisation que les téléspectateurs sont censés partager et que l'instance médiatique tente de reproduire par hypothèse, cf. « La télévision et l'autre étranger... Conditions d'une étude », in Patrick Charaudeau, Guy Lochar d, Jean-Claude Soulages, Manuel Fernandez, Anne Croll (2001), *La télévision et la guerre. Déformation ou construction de la réalité ? Le conflit en Bosnie (1990-1994)*, Bruxelles, de Boeck Université, Coll. « Médias recherches. Études »).
15. Cf. François-Bernard Huyghe (2003), « La presse ne veut plus s'en laisser compter », interview publiée dans *Télérama* n° 2776, 26 mars 03.
16. Cf. la place prise par la presse d'opposition, par exemple, même si, de ce point de vue, la période contemporaine montre une dépolitisation croissante du journalisme d'opinion depuis la Libération ; Cf. Jean-Marie Charron (1991), *La presse en France, de 1945 à nos jours*, Paris, Seuil, Coll. "Points politique", pp. 129-134.
17. Cf. Airy Routier (1999), « Ces grands patrons qui tiennent les médias », *Le Nouvel Observateur*, 1<sup>er</sup> au 7 juillet 99.
18. Cf. Michel Mathien, *loc. cit.*, pp. 112 et 116 ; Airy Routier, *loc. cit.* et Jean-Michel Gaillard (1999), « Cent ans de servitude » *Le Nouvel Observateur*, n° 1808, du 1<sup>er</sup> au 7 juillet 99.
19. Selon l'opposition classique de la philosophie grecque, le *chaos* constitue ce monde inorganisé dans lequel l'individu se meut sans voir, sans savoir, sans comprendre, tandis que le *cosmos* traduit ce monde obéissant à des lois, cet univers déjà inscrit dans des principes d'intelligibilité.

### Références bibliographiques

- ABESCAT Michel (2003), « *Le Monde*. Enquête journalistique ou jeu de massacre ? », *Télérama*, n° 2773, 5 mars 03.
- ALIX François-Xavier (2000), « Informer, un métier mal défini : le journaliste en quête d'identité », *Les Cahiers du journalisme*, n° 7, juin 00, p. 52.
- ANTOINE Frédéric (1997), « Les péri-récits de la météo radiotélévisée », *Sciences de la société*, "La médiatisation de l'information scientifique", n° 41, mai 97, pp. 122 et s.
- BARTHES Roland (1970), *S/Z*, Paris, Seuil, pp. 14-15.
- BASFAO Kacem (1995), « Appel à la conquête du Maroc, ou des stéréotypes comme machine à influencer », *Rives Nord/Méditerranéennes*, n° 10, pp. 75-98.
- BERELSON Bernard (1952), *Content analysis in communication research*, Glencoe, The Free Press.

ÉLÉMENTS DE REPÉRAGE THÉORIQUE POUR LA CONSTRUCTION DE FORMATIONS...

- BERTING Jan (2001), « Identités collectives et images de l'autre : les pièges de la pensée collectiviste », in Gilles Boetsch et Christiane Villain-Gandossi (dir.), *Les stéréotypes dans les relations Nord-Sud*, Hermès, n° 30, CNRS éditions, p. 41.
- BLANCHOT Fabien & Jean-Gustave PADIOLEAU (2003), « Une économie politique du travail journalistique », in Dominique Wolton (dir.), *Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ?*, Hermès, n° 35, CNRS éditions, pp. 63-79.
- BOË Louis-Jean & Pascal IRANZO (1997), « L'affaire du Katalavox : une invention scientifique par conférence de presse », *Les Cahiers du journalisme*, n° 3, juin 97, pp. 36-57
- BOËTSCH Gilles & Christian VILLAIN-GAINDOSSI (dir.) (2001), « Les stéréotypes dans les relations Nord-Sud », *Hermès*, n° 30, CNRS éditions.
- BOUGNOUX Daniel (1994), préface à Louis-Jean Boë et Pascal Iranzo, « Invention médiatique et découverte scientifique. Un sérieux cas d'amnésie vocale », *Les Cahiers de l'Institut de la Communication Parlée*, Grenoble.
- BOURDIEU Pierre (1994), « L'emprise du journalisme », *Actes de la recherche en sciences sociales*.
- BOURDIEU Pierre (1996), « Journalisme et éthique », *Les Cahiers du journalisme*, n°1, juin 96, pp.10-17.
- BOURDIEU Pierre (1996), *Sur la télévision*, Raisons d'agir, Liber éditions.
- BOUZON Arlette (1999), « Communication de crise et maîtrise des risques dans les organisations », *Communication organisation, "Crise et communication"*, n° 16, 2<sup>e</sup> semestre 99, pp. 45 et s.
- BRETON Philippe (2000), *Le culte de l'Internet. Une menace pour le lien social*, Paris, La Découverte.
- CABEDOUCHE Bertrand (1997), *Synthèse du colloque « Regards sur la presse écrite »*, Médiathèque de Lorient et Université de Bretagne Sud, 12 et 13 mars 97.
- CABEDOUCHE Bertrand (2003), « Historicité, scientificité et didacticité du discours d'information médiatique ? La construction du récit commémoratif dans la presse magazine », conférence prononcée au 1<sup>er</sup> colloque francophone des sciences de l'information et de la communication, Bucarest, juillet 03.
- CABEDOUCHE Bertrand (2003), *Ce nucléaire qu'on nous montre. Construire la socialité dans le débat sur les énergies*, Paris, L'Harmattan.
- CABEDOUCHE Bertrand (2003), « Discours scientifiques et discours des scientifiques : quand l'institution doit défendre sa légitimité au sein de l'espace public », in Claude Lebœuf et Nicolas Pélissier, *Communiquer l'information scientifique*, Paris, L'Harmattan, Coll. "Communication et technologie", pp. 75-105.
- CABEDOUCHE Bertrand (2003), « Le journaliste, acteur disqualifié de la communication de l'information scientifique et technique ? », in Claude Lebœuf et Nicolas Pélissier, *Communiquer l'information scientifique*, Paris, L'Harmattan, Coll. "Communication et technologie", pp. 213-250.
- CABEDOUCHE Bertrand (2003), « La construction de l'étrangéité dans le discours d'information médiatique : actualité de l'accusation d'ethnocentrisme des médias transnationaux ? », conférence prononcée pour le colloque « Les points communs des cultures », Vienne, 7-9 nov. 03.

- CASANOVA Béatrice (1996), « L'influence de la télévision sur les pratiques journalistiques : l'exemple de la prise d'otages de la maternelle de Neuilly (13-15 mai 1993) », *Les Cahiers du journalisme*, n° 1, juin 96, pp. 160-167.
- CAUQUELIN Anne (1999), *L'art du lieu commun*, Paris, Seuil, p. 37.
- CHAMPAGNE Patrick (1996), « Le traitement médiatique des malaises sociaux », *Les Cahiers du journalisme*, n° 2, déc. 96 pp. 11 et s.
- CHAMPAGNE Patrick (1997), « Pour une meilleure maîtrise collective de la médiatisation », *Les Cahiers du journalisme*, n° 3, juin 97, pp. 58-68.
- CHAMPAGNE Patrick & Dominique MARCHETTI (1994), « L'information médicale sous contrainte. À propos du scandale du sang contaminé », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n° 101-102, mars 94, pp. 46 et s.
- CHARAUDEAU Patrick (1983), *Langage et discours*, Paris, Hachette.
- CHARAUDEAU Patrick (1997), *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Paris, Nathan, INA, Coll. "Médias-Recherches".
- CHARAUDEAU Patrick (1999), « La médiatisation de l'espace public », *Études de communication. "La médiatisation des problèmes publics"*, n° 22, déc. 99, p. 87.
- CHARAUDEAU Patrick (2001), « Conditions d'une étude », in Patrick Charaudeau, Guy Lochard, Jean-Claude Soulages, Manuel Fernandez, Anne Croll, *La télévision et la guerre. Déformation ou construction de la réalité ? Le conflit en Bosnie (1990-1994)*, Bruxelles, de Boeck Université, Coll. "Médias recherches. Études".
- CHARRON Jean & Jean de BONVILLE (1996), « Le paradigme de journalisme de communication : essai de définition », *Communication*, vol. 17, n° 2, déc. 96, pp. 50-97.
- CHARON Jean-Marie (1991), *La presse en France, de 1945 à nos jours*, Paris, Seuil, Coll. "Points politique", pp. 129-134.
- CHARON Jean-Marie (1993), *Cartes de presse. Enquête sur les journalistes*, Paris, Stock.
- CHARON Jean-Marie & Arnaud MERCIER (2003) « Pour en finir avec le pouvoir des journalistes ? », in Dominique Wolton (dir.), *Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ?*, n° 35, CNRS éditions, pp. 23-31.
- CHERVIN Jacqueline (1997), « Est-ce que vous avez la bonne image sur votre écran ? », *Hermès*, n° 21, pp. 67-77.
- CHEVÉ Dominique (2001), « Les stéréotypes, entre opinion et posture critique », in Gilles Boëtsch, Christiane Villain-Gaindossi, « Les stéréotypes dans les relations Nord-Sud », *Hermès*, n° 30, CNRS éditions, pp. 202 et s.
- DA LAGE Olivier (2003), « Les combats syndicaux », in Dominique Wolton (dir.), *Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ?*, *Hermès*, n° 35, CNRS éditions, pp. 215-222.
- De CHEVEIGNÉ Suzanne (1997), « La science médiatisée : le discours des publics », *Hermès, "Sciences et médias"*, n° 21, pp. 98 et s.
- De CHEVEIGNÉ Suzanne (2000), *L'environnement dans les journaux télévisés, médiateurs et visions du monde*, Paris, CNRS éditions, Coll. "CNRS Communication".
- De LA HAYE Yves (1995), *Journalisme, mode d'emploi*, Paris, Ellug et La Pensée Sauvage.

ÉLÉMENTS DE REPÉRAGE THÉORIQUE POUR LA CONSTRUCTION DE FORMATIONS...

- DELFORCE Bernard (1996), « Les journalistes et l'évolution des instruments de connaissance du public : crise d'identité et de pouvoir », *Les Cahiers du journalisme*, n° 1, juin 96, pp. 45-53.
- DELFORCE Bernard & Jacques NOYER (1999) « Constructivisme et discursivité sociale », *Études de communication. La médiatisation des problèmes publics*, n° 22, déc. 99, pp. 30-36.
- DERVILLE Grégory (1997), *Le pouvoir des médias. Mythes et réalités*, Grenoble, PUG.
- DERVILLE Grégory (1997), « Le combat singulier Greenpeace-Sirpa », *Revue française de science politique*, n° 5, oct. 97, pp. 589-624.
- DERVILLE Grégory (1999), « Le journaliste et ses contraintes », *Les Cahiers du journalisme*, n° 6, oct. 99, pp.167 et s.
- FERJANI Riadh (2002) , « Internationalisations du champ télévisuel en Tunisie », in Tristan Mattelart, *La mondialisation des médias contre la censure. Tiers monde et audiovisuel sans frontières*, Bruxelles, de Boeck Université, Coll. "Médias recherches. Études", pp. 153-175.
- FERRIÉ Jean-Noël (2001) , « L'identité morale de l'Égypte, ou la relation de l'histoire sociale des typifications identitaires et des pratiques qui les utilisent », in Gilles Boëtsch, Christiane Villain-Gaindossi, « Les stéréotypes dans les relations Nord-Sud », *Hermès*, n° 30, CNRS éditions, pp. 73-83.
- FORSTER Edward (1993), *Aspects du roman*, Paris, Christian Bourgeois.
- FREUND Andréas (1991), *Journalisme et mésinformation*, Paris, La Pensée Sauvage.
- GABAY Michèle (2001), *La nouvelle communication de crise, concepts et outils*, Paris, éditions Stratégie.
- GERVERAU Laurent (2003) , *Histoire du visuel au XX<sup>e</sup> siècle*, Paris, Seuil, Coll. "Points") et l'interview de l'auteur in Laurent Gerverau, historien des images : « On en sait moins qu'au Vietnam », *Télérama*, n° 2776, 29 mars - 4 avril 03, p. 23.
- GOMEZ MONT Carmen (1999) , « Médias et néo-zapatisme dans la crise mexicaine », *Communication organisation, "Crise et communication"*, n° 16, 2<sup>e</sup> semestre 99, pp. 174 et s.
- GRITTI Jules (1999) , « Les années cinquante », *Recherches en communication, "Un demi-siècle en communication"*, n° 11, pp. 21-42.
- HUNTER Mark (1997), *Le journalisme d'investigation*, Paris, PUF, Coll. "Que sais-je ?", n° 3239.
- JEANNERET Yves (2001-2002) , « Les sciences de l'information et de la communication : une discipline méconnue en charge d'enjeux cruciaux », *La lettre d'inforcom*, n° 60, hiver 01-02, pp. 3 et s.
- KAPFERER Jean-Noël (1987), *Rumeurs. Le plus vieux métier du monde*, Paris, Seuil.
- LAHMAR Mouldi (2001) , « Genèse et usage d'un stéréotype populaire tunisien dans un contexte colonial et son évolution », in Gilles Boëtsch et Christiane Villain-Gandossi (dir.), *Les stéréotypes dans les relations Nord-Sud*, *Hermès*, n° 30, CNRS éditions, pp. 59-72.
- LANCIEN Thierry, Hélène CARDY, Janine DELATTE, Gilles DELAVALAUD, Pascal FROISSART, Anilga RODIONOFF, Marie THONON & Patricio TUPPER (2001), « La recherche en communication en France. Tendances et carences », *Recherche et communication, MEI*, n° 14, pp. 37-63.

- LASSWELL Harold D. (1948), « The Structure and Function of Communication in Society », *The Communication of Ideas*, New York, Harper.
- LAVODRAMA Philippe (1999), « Vénération africaine devant les médias du Nord », *Regards africains*, n° 443, printemps 99, pp. 32-34.
- LE BOHEC Jacques (2000), *Les mythes professionnels des journalistes*, Paris, L'Harmattan.
- LEMIEUX Cyril (2001), « Les formats de l'égalitarisme. Transformations et limites de la figure du journaliste-justicier dans la France contemporaine », *Quaderni*, n° 45, aut. 01, pp. 57-58.
- LETEINTURIER Christine (2003), « L'hétérogénéité des journalistes », in Dominique Wolton (dir.), *Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ?*, *Hermès*, n° 35, CNRS éditions, pp. 35-48.
- LOHISSE Jean (1999), « La construction de la communication », *Recherches en communication*. "Un demi-siècle en communication", n° 11, pp. 59-80.
- MADANI Lotfi (2002), « L'antenne parabolique en Algérie, entre dominations et résistances », in Tristan Mattelart, *La mondialisation des médias contre la censure. Tiers monde et audiovisuel sans frontières*, Bruxelles, de Boeck Université, Coll. "Médias recherches. Études", pp. 177-210.
- MARCHETTI Dominique (2003), « Les ajustements du marché scolaire au marché journalistique », in Dominique Wolton (dir.), *Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ?*, *Hermès*, n° 35, CNRS éditions, pp. 81-89.
- MARTIN Marc (dir.) (1991), *Histoire et médias. Journalisme et journalistes français, 1950-1990*, Paris, Albin Michel, Coll. "Bibliothèque des idées".
- MARTIN-BARBERO Jesús (1987), *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Mexico, Gustavo Gili.
- MATHIEN Michel (1995), *Les journalistes*, PUF, Coll. "Que sais-je ?".
- MATHIEN Michel (2000), « Reprendre le pouvoir sur son objet social. L'information journalistique au cœur d'un débat paradoxal », *Les Cahiers du journalisme*, n° 8, déc. 00, pp. 18 et s.
- MATHIEN Michel (2001), « Le "journalisme de communication" : critique d'un paradigme spéculatif de la représentation du journalisme professionnel », *Quaderni*, n° 45, aut. 01, pp. 112 et s.
- MATHIEN Michel (2002), « Essai de représentation globale de la complexité de l'activité médiatique : retour sur le cycle socioculturel de la communication », *Les Cahiers du journalisme*, n° 10, printemps-été 02, pp. 212-213.
- MATHIEN Michel (2003), « Les journalistes et le pacte républicain. Les fondements historiques de la professionnalisation », in Dominique Wolton (dir.), *Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ?*, *Hermès*, n° 35, CNRS éditions, pp. 121-129.
- MATTELART Armand (entretiens avec) (2001), par Thierry Lancien et Marie Thonon, *Recherche et communication*, MEI, n° 14, pp. 11-36.
- MATTELART Armand, Michèle MATTELART & Xavier DELCOURT (1983), *La culture contre la démocratie*, Paris, La Découverte, Coll. "Cahiers libres".

ÉLÉMENTS DE REPÉRAGE THÉORIQUE POUR LA CONSTRUCTION DE FORMATIONS...

- MATTELART Tristan (2002), *La mondialisation des médias contre la censure. Tiers monde et audiovisuel sans frontières*, Bruxelles, de Boeck Université, Coll. "Médias recherches. Études".
- MESQUITA Marió (1999), « Le personnage journalistique », *Recherches en communication*, n° 11, pp. 179 et s.
- MINET Pierre (1997), « Le contrat de lecture dans les journaux télévisés belges : comparaison entre science et football », *Hermès*, n° 21, pp. 223-231.
- MISSE Misse (2002), « Télévisions internationales et changements sociocritiques en Afrique subsaharienne », in Tristan Mattelart, *La mondialisation des médias contre la censure. Tiers monde et audiovisuel sans frontières*, Bruxelles, de Boeck Université, Coll. "Médias recherches. Études", pp. 103-122.
- MOIRAND Sophie (1997), « Formes discursives dans la diffusion des savoirs dans les médias », *Hermès* n° 21, pp. 33-43.
- MOLOCHT Harvey & Marilyn LESTER (1996), « Informer, une conduite délibérée de l'usage stratégique des événements », *Réseaux*, n° 75, janvier-février 96, pp. 23-41.
- MORIN Edgar (1995), *Une année Sisyphé*, Paris, Seuil.
- MORIN Edgar & Jean-Louis LE MOIGNE (1999), *L'intelligence de la complexité*, Paris, L'Harmattan.
- MOSTEFAOUI Belkacem (1995), *La télévision française au Maghreb. Structures, stratégies et enjeux*, Paris, L'Harmattan.
- MOUCHON Jean (1994), « L'information politique en champ et contre-champ », *Hermès*, CNRS éditions, 13-14 juillet 94, p. 270.
- NEVEU Erik (1999), « L'approche constructiviste des problèmes publics », *Études de communication. La médiatisation des problèmes publics*, n° 22, déc. 99, pp. 53 et s.
- NEVEU Erik (2001), *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte, Coll. "Repères".
- OZAN Serdareglu (2001), « TV5, quand le Nord et le Sud se recentrent en français : on n'habite pas un pays, on habite une langue », pp. 187 et s., in Gilles Boetsch et Christiane Villain-Gandossi (dir.), *Les stéréotypes dans les relations Nord-Sud*, *Hermès*, n° 30, CNRS éditions.
- PARRET Herman (1999), « Approches sémiologiques », *Recherches en communication*, "Un demi-siècle en communication", n° 11, pp. 43-58.
- PATERSON Chris A. (1998), « Reform or Re-colonisation ? The overhaul of African Television », *Review of African Political Economy*, vol. 25, n° 78, déc. 98, p. 581.
- PÉAN Pierre & Philippe COHEN (2003), *La face cachée du « Monde ». Du contre-pouvoir aux abus de pouvoir*, Paris, Éd. Mille et Une Nuits.
- PÉPIN Patrick (1996), Éditorial, *Les Cahiers du journalisme*, n° 1, p. 5.
- PEYTARD Jean (1984), « Français technique et scientifique à reformuler » et « Problématique de l'altération des discours : reformulation et transcodage », *Langue Française*, n° 64, pp. 5-27.
- RIEFFEL Rémy (2001), « Vers un journalisme mobile et polyvalent ? », *Quaderni*, n° 45, aut. 01, p. 155.



- RIEFFEL Rémy (2003), « La profession de journaliste entre 1950 et 2000 », in Dominique Wolton (dir.), *Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ?*, Hermès, n° 35, CNRS éditions, pp. 49-60.
- RUELLAN Denis (1997), *Les pros du journalisme. De l'état au statut, la construction d'un espace professionnel*, Rennes, PUR, Coll. "Res publica".
- RUELLAN Denis (1997), « Une médiation pour une médiatisation », *Hermès, "Science et médias"*, n° 21, pp. 145 et s.
- RUELLAN Denis & Nicolas PÉLISSIER (2003), « Les journalistes contre leur formation ? », in Dominique Wolton (dir.), *Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ?*, Hermès, n° 35, CNRS éditions, pp. 91-98.
- RUFFIN François (2003), *Les petits soldats du journalisme*, Paris, éditions des Arènes.
- SANDERS PIERCE Charles (1987), *Textes fondamentaux de sémiotique*, Paris, Méridiens Klincksieck.
- SANDERS PIERCE Charles (1978), *Écrits sur le signe*, Paris, Seuil.
- SAVARESE Éric (2001), « Réinventer l'auteur : le corps des Maghrébins dans le cinéma français de 1962 à nos jours », in Gilles Boetsch et Christiane Villain-Gandossi (dir.), *Les stéréotypes dans les relations Nord-Sud*, Hermès, n° 30, CNRS éditions, pp. 177-185.
- SCHLESINGER Philip (1992), « Repenser la sociologie du journalisme. Les stratégies de la source d'information et les limites du médiacentrisme », *Réseaux* n° 51, CNET, pp. 93 et s.
- SCHLESINGER Philip (2001), « Recherche sur les médias et culture de l'audit », *Recherche et communication*, MEI, n° 14, pp. 65-79.
- SERVAN-SCHREIBER Jean-Louis (1972), *Le pouvoir d'informer*, Paris, Laffont.
- SHANNON Claude & Warren WEAVER (1949), *The Mathematical theory of communication*, traduit en français (1975) sous le titre : *Théorie mathématique de la communication*, Paris, Retz.
- SICARD Marie-Noëlle (1997), « Pratiques journalistiques et enjeux de la communication scientifique et technique », *Hermès*, n° 21, pp. 151 et s.
- SIMONIN Jacques (1999), « Pour une anthropologie empirique de l'événement », *Études de communication. "La médiatisation des problèmes publics"*, n° 22, déc. 99, pp. 110-111.
- VÉRON Éliséo (1981), *Les médias et l'accident de Thr ee Mile Island*, Paris, Éditions de Minuit.
- VILLAIN-GANDOSSI Christiane (2001), « La genèse des stéréotypes dans les jeux de l'identité/altérité Nord-Sud », in Gilles Boetsch, Christiane Villain-Gandossi, « Les stéréotypes dans les relations Nord-Sud », *Hermès*, n° 30, CNRS éditions, pp. 27-40.
- WATINE Thierry & Michel BEAUCHAMP (1996), « La nouvelle responsabilité des médias et des journalistes. Synthèse des travaux du groupe de réflexion NORSOM », *Les Cahiers du journalisme*, n° 2, déc. 96, pp. 108-127.
- WATINE Thierry (1996), « Journalistes, une profession en quête d'utilité sociale », *Les Cahiers du journalisme*, n° 2, déc. 96, pp. 16-21.
- WIEVIORKA Michel (2001), *La différence*, Paris, Balland, Coll. "Voix et Regards".

ÉLÉMENTS DE REPÉRAGE THÉORIQUE POUR LA CONSTRUCTION DE FORMATIONS...

WOLTON Dominique (1989), « Le journalisme victime de son succès », *Médiapouvoirs*, janv. 89, pp. 51 et s.

WOLTON Dominique (1991), « Les journalistes entre l'opinion publique et les hommes politiques », in Marc Martin (dir.), *Histoire et médias. Journalisme et journalistes français, 1950-1990*, Paris, Albin Michel, Coll. "Bibliothèque des idées".

WOLTON Dominique (dir.) (2003), *Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ?*, *Hermès*, n° 35, CNRS éditions, pp. 73-79.

WOLTON Dominique (2003), « Journalistes, une si fragile victoire... », in Dominique Wolton (dir.), *Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ?*, *Hermès*, n° 35, CNRS éditions, pp. 9-22.

WRONG Michela (1997), « L'Afrique sans voix et sans image », *Financial Times, Courrier International*, n° 322, 13-19 mars 97, p. 37.