

SOMMAIRE

- **Réactions** p. 2
De Gino Gramaccia (GREC/O - Université de Bordeaux 1), au texte de P. Zarifian (GIP - Université de Marne la Vallée)
« *Travail, modulation et puissance d'action* ».
- **Appel à débats**
- Bertrand Cabedoche, p. 5 (Irutic-Larès - Rennes 2 et G.I.S. Marsouin de Brest),
« *Éléments de repérage théorique pour la construction de formations aux métiers de l'information* »
- Céline Ségur, p. 22 (CREM – Université de Metz)
« *Les rapports entre les recherches professionnelles et académiques sur les publics de télévision : interactions ou impasse ?* »
- **Compte-rendu journées doctorales** p.23
- **Quelques publications et parutions** p. 21
- **Appel à contributions** p.23
- 18 et 19 mars 2004, Avignon
- 25-30 juillet 2004, Porto Alegre, Congrès IAERI
- 23 et 24 Septembre 2004, Castres, conférence RESER
Agenda
- *Sciences et écritures*, 13-14 mai 2004 Besançon
- *Sciences, médias et société*
15-17 juin 2004, à Lyon
- Congrès SFSIC, 3, 4 & 5 juin
- **Hommage à Jean Deveze** p.33
- **Publications** p.32
- **Fiche identification** p.34
- **Autorisation mise en ligne** p.36

EDITORIAL

Une nouvelle année riche en projets

En ce début janvier, je me permets de vous présenter mes meilleurs vœux pour l'année 2004, en vous souhaitant une année fructueuse en réflexion scientifique, débats et rencontres.

La fin de l'année dernière a été assombrie par le décès de notre ami Jean Devèze dont la présence fidèle et chaleureuse aux rencontres Org & Co enrichissait nos débats. Nous voulons ici lui rendre hommage... et remercions vivement Anne-Marie Laulan pour la biographie qu'elle a bien voulu nous transmettre (p. 33) Diverses manifestations scientifiques sont prévues prochainement, dont le colloque organisé en collaboration avec nos collègues du groupe *Médiations culturelles* de la SFSIC qui se déroulera en mars (sur deux jours). L'appel à communication est repoussé au 20 janvier (p.24). Le 14ème congrès de la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication, sur le thème « *Questionner l'internationalisation. Cultures, acteurs, organisations, machines.* » aura lieu à Istanbul, Université Galatasaray, les 3, 4 & 5 juin 2004, avec un certain nombre de contributions en communication organisationnelle (p.32).

Dans un avenir plus lointain, nous espérons participer au congrès IAERI qui aura lieu en juillet 2004 à Porto Alegre. Un accord de principe a été obtenu pour une table ronde sur le thème de « *Communication organisationnelle, TIC et relations au travail* ». Les personnes intéressées par cette table ronde trouveront dans ce bulletin les conditions de participation (p.29). Le colloque sur l'organisation média, mené sous la houlette d'Alain Van Cuick, se tiendra à Lyon en novembre 2004. Pour ce projet (comme pour les autres), n'hésitez pas à vous manifester si vous êtes intéressé ; toute bonne volonté étant la bienvenue. Par ailleurs, le RESER, en collaboration avec le LERASS, organise sa XIVème Conférence Internationale à Castres (81) sur le thème « *TIC et relations de services dans une économie globalisée : Enjeux pour les entreprises européennes* » les 23 et 24 Septembre 2004 (p.26).

Hébergé gracieusement par l'IUT-Toulouse 3, le développement du site électronique d'Org & Co, se déroule comme prévu et devrait être opérationnel en mars 2004. D'ici là, le forum de discussion fonctionne par voie de mël et vous pouvez continuer à vous exprimer par simple retour de courrier à l'adresse du bulletin. Les contributions présentées lors de nos colloques ou journées études sont progressivement intégrés au site au fur et à mesure que les auteurs concernés retournent leur autorisation par courrier ou par mël (cf modèle dans le présent bulletin, dernière page 36).

De même, l'annuaire de la communication organisationnelle s'enrichit à la réception de chacune des fiches d'identification complétée (cf modèle dans le présent bulletin, p.34).

Bonne et heureuse année 2004... le prochain numéro sortira en mars.

•Réaction

de **Gino Gramaccia** (GREC/O - Université de Bordeaux 1),

au texte de **P. Zarifian** (GIP - Université de Marne la Vallée)

« *Travail, modulation et puissance d'action* ».

Je souhaiterais revenir sur les notions de *monade* et de *communauté d'action* (dans la mesure où j'ai bien saisi la signification que P.Zarifian. leur donne) et, si possible, en prolonger l'analyse à partir de travaux en cours menés avec Elizabeth Gardère¹.

De la monade

L'individu est assurément devenu « monadique ». La double responsabilité qu'évoque P.Z. est une aubaine pour le management qui pourrait y voir une figure moderne du « héros » du récit mythique (on serait surpris de constater à quel point le modèle actantiel de la sémiotique greimassienne trouverait ici une application intéressante). En amont, que trouve-t-on ? Le Destinateur et ses enjeux stratégiques ; Latéralement ? Les adjuvants, etc. L'« héroïsation » des activités salariales serait donc une valeur ajoutée au moyen d'un discours *ad hoc*, une légitimation de la fonction narrative telle qu'elle est perceptible dans la description de l'activité professionnelle comme *mission*, dont il est important d'évaluer les *risques*, intervenant dans un *environnement incertain*. Evidemment, dans cette logique de récit, le Destinateur/Destinataire hiérarchique se contente d'apprécier les résultats de la *Quête*. Comment faire autrement ? Cette légitimation narrative est-elle productrice d'identité ? Certainement pas. Cette forme de reconnaissance ne peut se substituer aux modes de légitimation traditionnels dont on sait qu'ils sont construits sur des stratégies revendicatives au sein de groupes professionnels reproducteurs d'une identité de métier. Un exemple récent (et amusant) dans le monde politique² : les élections des représentants du personnel permanent de l'UMP (le 18 décembre). Deux listes en lice : « *Pour réussir ensemble* », proche de la direction ; « *Trait d'union* », plus contestataire. La première dit : « *Des D.P. à votre écoute : pour un C.E. dynamique* ». Nous sommes dans le récit d'une action susceptible d'être légitimée par le Destinateur. La seconde dit : « *Aménagement de la RTT permettant de dégager des journées de récupération* ». Comme le dit Dubar, voilà une communauté professionnelle qui se dote de « *ses propres instruments de légitimation* » ! Or, ce retour de la monade, dont le style et l'expérience se construit solitairement, vers « *des savoirs et des règles socialisés* » (c'est précisément l'inverse dans la

¹ Elizabeth Gardère, Gino Gramaccia, « Anthropologie des petits groupes. De Lewin à Midler : une brève histoire de la coopération dans les collectifs restreints », in : *Coexister dans les mondes organisationnels*, L'Harmattan, 2003.

² *Le Monde* du lundi 22 décembre 2003

tradition) justifie (c'est une hypothèse comme une autre) que le management s'empare de cette « figure narrative » à des fins de légitimation.

Des collectifs restreints et de leurs avatars

Que dire maintenant de la notion de **communauté d'action** ? Le management contemporain suggère plutôt l'usage de la notion de *cellule*, même si la polysémie de ce terme est gênante... La *cellule* désigne, dans son acception classique, tout collectif d'experts chargé de restaurer, en situation de crise, de grand danger ou de catastrophe, un ordre provisoire. Sa mission prioritaire est de rechercher des solutions de prévention d'un plus grand risque encore et de développer une coordination intense pour mettre en application un plan de secours destiné à des victimes réelles ou potentielles. Cellule de crise³, d'urgence, de coordination ou d'appui technique, ce collectif est astreint à proposer des solutions *ad hoc* et rapides à des problèmes souvent mal diagnostiqués, faute de temps ou de moyens. Elle démontre une grande capacité à se connecter à diverses structures d'un même réseau, auxquelles elle puise, dans l'urgence, les ressources dont elle a besoin. Elle est évidemment prioritaire dans la consommation de ces ressources et dispose d'une grande latitude d'action. Cette définition restreinte, de dictionnaire, vaudrait, nous en faisons ici l'hypothèse, pour les organisations contemporaines⁴. Le management par projet a largement contribué à cette évolution, notamment par l'extension des formules d'organisation par « lots de travail », ces petites unités interdisciplinaires affectées à la réalisation d'un sous-ensemble d'un projet. Un critère majeur d'organisation est leur capacité à s'intégrer dans un vaste processus de conception ou plus simplement dit, à composer avec des contraintes, souvent drastiques, de budget et de temps. La vie de la « cellule », voire sa « survie », se décline donc sur le mode de l'urgence, du « coup de feu », de la priorité, de l'intensité de son implication dans une lutte stratégique globale.

Notre recherche porte sur l'évolution des collectifs restreints, jalonnée par trois états successifs : Le **groupe traditionnel** (sous Lewin, pour aller vite) dont l'actualité est toujours vérifiable, par exemple dans certaines spécialités de maintenance aéronautique, se construit sur des valeurs d'appartenance et de reconnaissance mutuelle forgées *a posteriori*, dans l'action collective et de manière contingente. Sautons quelques décennies. Advient l'**équipe**, dont le champ psychologique est structuré de l'extérieur selon des règles, des mots d'ordre, des incitations à se mobiliser. Son efficacité suppose que soient réunies des

³ Pour une synthèse méthodologique très complète sur la cellule de crise, voir M. Gabay, *La nouvelle communication de crise*, Issy-les-Moulineaux, Editions Stratégies, 2001, pp. 174 et seq. Voir également P. Lagadec, *Cellules de crise*, Paris, Les Editions d'Organisation, 1995.

⁴ De nombreux travaux en sociologie des organisations (Midler, 1996, Chatzis *et al.*, 1999, Courpasson, 2000, Alter, 2001) viennent étayer cette hypothèse.

conditions de co-présence et de temps. L'équipe exprime surtout, de façon transitoire, l'anxiété du management devant une telle évolution : il s'agit de maintenir coûte que coûte le principe de l'esprit communautaire au prix d'un discours repérable dans de très nombreux ouvrages de conseil. Il convient de créer un environnement mobilisateur, de susciter intérêt et passion pour le projet, de faire partager une vision des enjeux, signifier, par un discours *ad hoc*, les valeurs spécifiques au projet. En se changeant en **cellule** (dont le modèle est celui de la cellule de crise), le collectif restreint est moins sensible aux injonctions du management : seule compte la pertinence du contact, la finesse de la jonction « connectique » pour le succès de la tâche opérationnelle. Enfin, avec l'avènement des TIC, la cellule s'apparente à une composition (ou recomposition) provisoire d'acteurs convoqués sur-le-champ en raison d'événements critiques : activité ponctuelle, coup de feu, gestion d'un risque, résolution d'un problème, etc. L'expertise requise est mobilisée et ajustée selon des configurations structurelles variables ; elle circule dans des réseaux techniques sous le statut codifié de l'information. Son champ psychologique est structurable, certes, mais par le truchement de moyens « connectiques » et dans ce cas, évidemment, la co-présence n'est plus requise.

Dans la cellule, le « périmètre d'appartenance » s'est resserré aux dimensions du projet : « *le moteur, c'est le projet* », dit l'un de nos interviewés, ingénieur à EADS. Autrement dit, le projet comme système qui, en tant que tel, vaut autant que ce vers quoi il tend : la réalisation physique et l'événement du lancement. A l'amour de la technique dans la complicité symbolique et implicite des échanges, au périmètre social plus large, couvrant un large et calme territoire hiérarchique, se serait donc substitué l'amour du formalisme limité à la sphère restreinte, mais turbulente, du projet. De fait, la gestion des ruptures de rythme de travail liées à l'événement plutôt qu'à des contraintes hiérarchiques est un facteur de motivation des salariés. La multiplicité de leur parcours et leur mobilité, tant sur divers sites que dans divers métiers, si elles résultent des contraintes de la restructuration, sont constitutives d'un jeu rationnel, explicite, contractuel, dans lequel l'individu y trouve finalement son compte. Ce sont là les caractéristiques du management cellulaire : le respect rigoureux de règles instrumentales face à ce qui constitue l'enjeu explicite d'action cellulaire : la prévention d'un risque à court terme (le sentiment d'appartenance à un groupement est assurément très abstrait). Ce sont par exemple, en cas d'échec, la perte de la confiance du client, les surcoûts liés aux contraintes de délai de livraison d'un produit opérationnel imposés par le client.

Le groupe forge son identité selon ses propres conditions et parfois au prix de conflits sociaux. « *L'histoire industrielle a pourtant prouvé que râler, se battre et travailler ne sont pas des attitudes*

incompatibles », dit justement Pierre Veltz⁵. En revanche, peut-on dire d'une équipe qu'elle « forge » ou « construit » son identité ? Ce serait confondre deux conceptions du pouvoir : un pouvoir organisé « de l'intérieur », conformément à des normes de groupe spécifiques, explicites, solides et « engageantes », et un pouvoir désigné (ou identifié) de l'extérieur selon un protocole, une charte ou encore vision politique aux accents rhétoriques (selon l'acceptation de Laufer). Dans le cas du groupe, le pouvoir ne protège (et il protège réellement) que ceux qui s'en sont appropriés les conditions ; dans le cas de l'équipe, il résulte d'un mandat, d'une responsabilité déléguée, d'une convention en somme, qui définit un espace-relais d'autonomie dans la chaîne productive. Mais qu'en est-il alors de la cellule ? Rien ne changerait, sur le fond, sinon le passage au second plan de l'argumentaire éthique du management au profit de logiques de conception et de coordination plus fortes, qui sont celles, précisément, de la cellule au sens du dictionnaire. S'il y a glissement de l'équipe à la cellule, c'est au titre d'impératifs de survie économique et de leur corollaire technique et gestionnaire : le traitement de flux massifs d'informations multi-sources et multi-cibles dans le temps le plus court et le budget le plus ajusté. L'horizon de la cellule n'est pas sûr : le client, mondialisé, est moins identifiable, les choix techniques relèvent de cycles courts et coûteux et de puissantes et imprévisibles logiques financières font et défont les stratégies.

De l'infra-technique

A la vision élargie de l'action cellulaire, celle qui implique, au niveau *macro*, l'individu, à son niveau de compétence, dans la gestion d'une crise, dans la résolution d'un problème complexe, s'oppose une vision analytique, restreinte, infra-technique de son action. Ces deux pôles sont complémentaires : l'individu cellulaire doit s'affirmer comme un acteur décisif et critique de la stratégie, il le sait, il est « convoqué » à ce titre ; en même temps, ce poids stratégique et ce qu'il en sait, lui est conféré par sa capacité de résolution technique au cœur des « boîtes noires ». La cellule est située sur un vaste processus de conception ; elle en régule les incidents opérationnels pour les reconvertir en séquences d'activités. Ces incidents (ou événements) convertis en informations, sont des éléments *infra* dans la structure de relations de la cellule ; c'est dire que leur taille, leur durée de vie, leur pertinence, ne sont pas en mesure, pour peu qu'ils soient bien gérés, de déborder et de corrompre les mécanismes d'organisation. C'est dans l'ordonnancement de ces séquences infra-techniques que se nouent les liens si particuliers entre les acteurs cellulaires. Il s'agit d'une solidarité factuelle, fondée sur le fait que constitue le traitement de l'information, et non d'une solidarité relationnelle construite sur l'analyse réflexive des relations interindividuelles (qui

⁵ Op. cit., p. 309.

est l'une des conditions spécifiques de la genèse des groupes).

La *coopération infra-technique* se développe au cœur de processus de développement en quête d'ajustements fonctionnels ininterrompus. C'est ce que, en son temps, Gilbert Simondon appelait un « procédé hypertélique »⁶. Le groupe cellulaire entre ainsi dans une spirale de conception dont il amplifie la dynamique en suscitant, à chaque palier de réponse fonctionnelle (le « saut incrémental » de l'innovation), de nouveaux champs de besoins et de nouvelles opportunités de marché. Se profile ainsi un univers de conception qui engendre sa propre incertitude liée, comme le souligne Arlette Bouzon, « à des fonctionnalités et des performances insuffisantes par rapport à celles qui étaient attendues dans les conditions d'utilisation prévues [...], à des dégradations de l'environnement engendrées par l'utilisation du produit jugées inacceptables (pollution, perturbation électronique...) ou à des risques occasionnés par celle-ci relatifs à la sécurité des personnes ou des biens »⁷.

Dans l'organisation cellulaire, les critères de structures passent au premier plan. La finalité est de construire les dispositifs les plus flexibles et les plus performants possibles dans des contextes de marché qu'on sait maintenant diversifiés, mondialisés et par conséquent fortement concurrentiels. Il s'agit de faire preuve d'imagination structurelle dans des situations au plus près du client, de concevoir les solutions organisationnelles qui réclament le plus d'ajustements mutuels : cet esprit « PME » réintègre des disciplines de support (qualité, maintenance, estimation...) jusqu'à présent distribuées dans des organisations fonctionnelles et plus hiérarchisées⁸. C'est en ce sens qu'il faut définir l'autonomie, la responsabilité, le pouvoir de délégation : ce ne sont pas, évidemment, des faveurs managériales mais des libertés de mouvement accordées aux acteurs pour leur permettre de gérer des processus dans les délais les plus courts. L'acteur cellulaire définit sa compétence par sa capacité d'intervention dans des situations où l'urgence commande. Si sa capacité d'analyse rationnelle est limitée, elle l'est d'abord par le temps. Encore s'agit-il d'un temps calculé au format d'une matrice, ramenant incessamment à la référence temporelle des indicateurs de coûts et d'avancement. Cette capacité d'intervention est donc une capacité de mesure dans des situations où rien n'importe autant que de valider au plus tôt une solution technique auprès d'un client largement maître du terrain : c'est le sens que nous donnions plus haut à la logique infra-technique conditionnant

dans l'urgence, le stress, voire la panique des conduites de coopération qui font passer au compte du gaspillage toute analyse de type relationnel.

Revenons au groupe...

Alors que dans le groupe le lien social n'est pas affaire de culpabilité, c'est le contraire qui se produit dans l'équipe et dans la cellule. Dans le groupe associatif par exemple, qui est le lieu où se construit la forme la plus actuelle du don, l'individu peut être d'emblée reconnu et admis, alors qu'il émerge dans la relation par la proposition la plus modeste ou par le simple fait d'être présent aux réunions. Son silence, son absence, voire sa démission, pourront, au mieux, se justifier par de bonnes raisons. La parole et la présence ne se monnaient pas puisque chacun sait, au sein du groupe, que l'action collective s'inscrit dans un ordre qu'elle contrôle non pas en son centre, mais aux contours toujours modifiés et toujours irréversibles d'une expérience démocratique de changement. Dans l'équipe, ce centre est désigné, les missions sont tracées, les objectifs sont définis. Le cercle, qui est la forme paranoïaque de l'équipe, assujettit chacun de ses membres à la contrainte de la mesure : d'une progression, d'une efficacité, d'un rendement bien sûr, mais aussi de la mesure au sens de retenue, de réserve, de tout ce qui pourrait subvertir l'ordre convenu de la mission. Dans la cellule, l'individu passe au premier plan, qui est celui de sa responsabilité directe dans la gestion d'une opération à risque : c'est l'individu monadique de Philippe Zarifian. Sa sphère d'action, qui est aussi son espace de liberté, est à la fois la « boîte noire » socio-technique (un plateau de projet, par exemple) et les multiples points de connexion ou interfaces qui en modifient constamment la géométrie, la figure réticulaire. Mais il s'agit d'une liberté déléguée, concédée, qui impose au pouvoir instrumental du management cette seule force de loi.

Il faut alors en revenir au groupe, sans nostalgie particulière, pour retrouver les traces du grand Sujet de Touraine : parce qu'il constitue le lieu où se construisent et se valorisent des rapports sociaux autonomes, le groupe est la forme collective du sujet dissident⁹. Dans le groupe, l'individu est souverain d'être là, maître de son degré de présence ou de son degré d'engagement. La cohésion du groupe se fonde même sur le foisonnement et la variation de ces degrés et non sur la notion culpabilisante d'un pouvoir central chargé d'évaluer chacun à l'aune de critères d'efficacité. « *Le Sujet ne se forme plus, comme dans le modèle classique, en assumant des rôles sociaux, en conquérant des droits et des moyens de participation ; il se construit en imposant à la société instrumentalisée, marchande et technicienne, des principes d'organisation et des limites conformes*

⁶ G. Simondon, *Du mode d'existence des objets techniques*, Aubier, 1969.

⁷ A. Bouzon, op. cit., p. 65.

⁸ Ce type d'organisation a fait l'objet d'études très à jour en sociologie du travail. Voir par exemple P. Zarifian, *Travail et communication*, PUF, 1996, p. 71.

⁹ A. Touraine, *Pourrons-nous vivre ensemble ?* Fayard, 1997, p. 100

à son désir de liberté et à sa volonté de créer des formes de vie sociale favorables à l'affirmation de soi-même et à la reconnaissance de l'Autre comme Sujet »¹⁰, dit Touraine. C'est à l'intérieur du groupe que se définissent de tels principes d'organisation et de telles limites et que se discutent les conditions de la reconnaissance de l'Autre comme Sujet. Le groupe ne se soumet pas à la discipline communautaire de l'équipe et ne se soumet pas davantage à la contrainte irréductible du faire cellulaire. Les individus qui le composent imaginent en commun les conditions de leur liberté d'agir, à la fois au sein du groupe, dans ses constructions relationnelles parfois douloureuses, complexes, incertaines, et dans la relation de ce collectif « dissident » au monde instrumental et au monde communautaire. Le groupe se soustrait au vain sacrifice utilitaire de la cellule et à l'idéal communautaire de l'équipe ; il conteste, dans la cellule, l'absurdité de tâches techniques qui n'ont d'autre finalité que d'intégrer entre eux des systèmes de plus en plus complexes et reste sourd aux incantations, sans doute parce qu'elles sont maintenant d'un autre âge, d'un management pressé de confondre, parce que là est son intérêt, la grandeur du récit épique et les appétits d'une « société instrumentalisée, marchande et technicienne ». La notion de communauté d'action trouve-t-elle sa place dans ce raisonnement ? Pardon à Philippe Zarifian d'avoir sans doute trituré son analyse.

Gino Gramaccia

• Pour appel à réactions et débats.

Par Bertrand Cabedoche (Irutic-Larès de Rennes 2, et G.I.S. Marsouin de Brest),

« *Éléments de repérage théorique pour la construction de formations aux métiers de l'information*¹¹ »

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 (A. Mattelart). 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 :

- familiarité/opacité du champ professionnel ;
- vérité/fiction de la construction d'information médiatique ;
- puissance/fragilité de la pratique de l'information ;
- homogénéité/hétérogénéité des représentations médiatiques ;

¹¹Conférence prononcée au colloque international «Les métiers de la communication, enjeux et potentialités», Université La Manouba, Institut de Presse et des Sciences de l'Information, 23-25 octobre 2003.

¹⁰ Idem, p. 107.

- objectivité/médiacentrisme du positionnement discursif ;
- ouverture/clôture du discours d'information médiatique.

1 – 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 aiguïlé 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'appriivoiser 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) quand il n'organise pas sciemment l'instrumentalisation médiatique de ses travaux, parfois déterminante pour l'attribution des crédits publics¹².

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 d'étude et de formation mystérieux

¹² 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 de cesse de réduire les budgets ?* » ; cf. « La recherche européenne oubliée », *Le Monde*, 22 août 2002.

Largement gouvernés par des logiques relevant aussi du symbolique, les médias organisent leur propre opacité. Jusqu'à la fin du XX^e 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, a pu être reconnue 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).

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). 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, *Le discours*). 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, 1997). 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). Enfin, les communautés scientifiques ont quelques freins 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).

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, Boë, Iranzo...), lesquels ne se dissiperaient que récemment et de manière fort timide (Deleforce, 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). Il aura fallu attendre 2003 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).

2 – 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'inquisiteur¹³. 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'écritures sont alors disponibles, comme *la règle des 5 W* édictée 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

¹³ 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*...

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 (Wolton, 1991).

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 XIX^e 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). 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). Parler de *journalisme d'investigation* est ainsi devenu un pléonasme, 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 Bernstein¹⁴, vainqueur de Richard Nixon et immédiatement promu au rang de mythe dans l'affaire du Watergate, comme le relèvent de nombreux auteurs (Schlesinger, Derville, Le Bohec...). 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 ; Cabedoche, *Ce nucléaire*..., p. 189).

¹⁴ Cf. Bob Woodward, Carl Bernstein, *All the president's men*, Londres, Coronet, 1981.

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, *Le discours...*, pp. 48-49). 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, *Ce nucléaire...*, pp. 327 et s.). 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, p. 28). 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 France¹⁵. 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...), 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, « *Historicité...* »). 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).

Parallèlement, le journaliste n'a pas toujours perçu que certains de ses dispositifs et mises en scène agaçaient. Tel 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). 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, pp. 37 et s.). Et si la lecture *bénéficiaire* (de Cheveigné) 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, « Le journaliste... »). Certaines pratiques laxistes ont ainsi pu engendrer 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 (Edgar Morin).

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, p. 207). 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, « Le journaliste ... », p.167).

L'offre de formation ne peut donc se limiter à l'apprentissage du terrain, pourtant si valorisé dans la profession (Pépin, p. 5), 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).

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, pp. 38 et 288).

Pour le moins peut-on espérer que l'élévation constatée du niveau culturel des jeunes journalistes (Ruellan) 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

¹⁵ 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*.

conservatisme social, ou du sensationnalisme promoteur (Bourdieu « Journalisme... », pp. 14-15). Voilà bien là un troisième paradoxe.

3 – 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), dont l'action caractériserait la nature démocratique d'un régime en renforçant l'équilibre classique défini par Montesquieu entre exécutif-législatif-juridictionnel.

Objet de toutes les attentions, la presse est aussi objet de toutes les méfiances. Avec les années cinquante-soixante, 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). 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), 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 » (Proulx ; Cabedoche, *Ce nucléaire...*).

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, « Discours... »), 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, p. 77), 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 (Gabay, p. 191). Le silence ne peut agir que comme points de suspension (Gomez Mont). Sa persistance suffit à alimenter les rumeurs, lesquelles ne font que précipiter la crise¹⁶. 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, p. 71). 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, p. 45). Lesquelles peuvent aller jusqu'à l'OPA et la tentation de la vampirisation de l'empire de presse¹⁷.

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 environnement¹⁸. 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 conformisme¹⁹.

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, pp. 129-134). Au point que certains journalistes ont cru bon de construire le pléonasmisme de *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

¹⁶ 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, *Rumeurs. Le plus vieux métier du monde*, Paris, Seuil, 1987.

¹⁷ Cf. Airy Routier, « Ces grands patrons qui tiennent les médias », *Le Nouvel Observateur*, 1^{er} au 7 juillet 1999.

¹⁸ Cf. Philippe Descamps, dénonce « La misère féodale du journalisme de province », *Le Monde Diplomatique*, novembre 1996 ; l'auteur parle de « presse docile, dans une France féodale ».

¹⁹ C'est notamment l'un des éléments critiques de la dénonciation du *Monde* par Pierre Péan et Philippe Cohen.

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 politique²⁰. 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, p. 338). Et lorsque comme aujourd'hui les entreprises de presse subissent une crise de *fidélisation*²¹ 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, « *Le "journalisme..."* », p. 112). Et de financement s'agissant des annonceurs (Le Bohec, p. 327).

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). 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*²². La tendance n'aurait fait que s'accroître depuis²³. 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, « *Le "journalisme..."* », p. 117). 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 (Péan, Cohen ; Mathien, « *Reprendre...* », p. 18). S'agissant par exemple de certaines références trop rapides au *principe de précaution* (Cabedoche, *Ce nucléaire...*, pp. 201 et s.).

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 externe²⁴, 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 *changement de légitimité* au sein des entreprises de presse (Mathien, « *Essai...* » ; Watine, Beauchamps). 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, « *Le "journaliste..."* », p. 153). Cette problématique autorise une meilleure compréhension des contraintes énormes liées à l'exercice de la profession (Derville, « *Le journaliste...* », p. 171).

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, *Le discours...*, p. 7).

4 – 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

²⁰ Cf. Alain Salles, Nicole Vulser, « Les médias et l'industrie continuent à entretenir des liaisons dangereuses », *Le Monde*, 17 novembre 1997. Airy Routier, « Ces grands patrons qui tiennent les médias », et Jean-Michel Gaillard, « Cent ans de servitude », *Le Nouvel Observateur*, n° 1808, 1-7 juillet 1999.

²¹ La difficulté qu'éprouvent de nombreux journaux à restaurer leur *contrat de lecture* l'illustre ; cf. Pierre Gonzalès, « Production journalistique et contrat de lecture autour d'un entretien avec Élisée Véron », *Quaderni* n° 29, printemps 1996, p. 54.

²² Cf. Pierre Bourdieu, « L'emprise du journalisme », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1994.

²³ Cf. Alain Salles et Nicole Vulser, « Les médias et l'industrie continuent à entretenir des relations dangereuses », *Le Monde*, 15 novembre 1997 ; Jean-Michel Gaillard, « Cent ans de servitude », *Le Nouvel Observateur*, n° 1808, du 1^{er} et 7 juillet 1999 ; « "L'Humanité" : mutation capitaliste en vue », *Le Figaro économie*, 27-28 janvier 2001...

²⁴ 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.

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. (de La Haye ; Freund ; Bourdieu, « L'emprise... » ; Martin...).

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). C'est ainsi que l'on avait parlé d'*effets de champ journalistique à champ journalistique* (Champagne, Marchetti, p. 49). 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, p. 161 ; Derville, « Le journaliste... », pp.166-168).

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 (Champagne, « Le traitement... » ; Mouchon, Bourdieu, Casanova...). 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, p. 54). 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), variété spécifique de *l'homo biographicus* (Forster) souvent limité à une idée ou un trait uniques, généralement chargés (Cabedoche, *Ce nucléaire...*, pp. 368-372). 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, « La construction... »).

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, *Le discours...*). 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). 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, pp. 14-15). 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, « Reprendre... », pp. 22-23. 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 (Mathien, « Essai... », p. 217).

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, p. 165). 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 (Mathien, « Les journalistes, p. 12 ; Alix).

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 la fonctionnement médiatique, est loin d'être aussi homogène qu'on voudrait bien le dire* » (Delforce, Noyer).

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, *L'environnement...*, p. 34). Nous ne sommes plus en effet à l'époque où, du point de vue méthodologique, l'étude quantitative imposait la vérification statistique (Berelson). 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 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), des destinées individuelles les plus baroques et des tensions les plus contradictoires (Wolton, Charon, Mercier, Neveu, Leteinturier...). 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.

5 – 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 enraceriner 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).

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 (Wolton, « De la vulgarisation... » ; Le Bohec, p. 45 ; Cabedoche, « Historicité... »). 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 (Cabedoche, *Ce nucléaire...*, pp. 313-440) : incapable alors de répondre à sa fonction *métonymique*, l'image devient *métaphorique* (Sanders Pierce).

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, « Le combat... », p. 609).

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 rumeur médiatique (Kapferer, Moirand, Véron, Boë et Iranza, Bougnoux). 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, pp. 64-64).

Ces mises à distance ont mis à mal la thèse des *effets 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). 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, pp. 30-31. 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 (Breton). L'événement social ne se réduit pas à l'événement médiatique (Simmonin). Réagir au *médiacentrisme* revient désormais à replacer le rôle social des médias dans une logique d'interdépendance et de réseaux d'acteurs (Neveu).

6 – 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'étrangéité²⁵, 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). 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, « La construction... »).

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 (Misse, Mostefaoui, Madani, Lavodrama, Paterson, Wrong, Boëtsch, Villain-Gaindossi, Serdareglu, Savaresse..., *Les Cahiers du journalisme*, n° 4). 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 (Chevé, Berting, Cauquelin), n'a été analysée, voire seulement évoquée, que par quelques rares auteurs (Villain-Gandossi, Lahmar, Ferrié...). « *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 (Serdareglu, pp. 187 et s.). En particulier lorsque ces derniers se présentent transnationaux, les capacités de production du Nord écraseraient les tentatives du Sud de réappropriation de la représentation de soi (Basfao).

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.

²⁵ Patrick Charaudeau parle de construction de « l'étrangéité » 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 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, 2001, (coll. « médias recherches. « Études »).

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

1 - 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, « Repenser... », p. 93).

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 de « *Le 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). 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, p. 12 ; Fabien et Padioleau).

Cette confrontation pacifique gagne parallèlement la réflexion sur la formation aux métiers de l'information et l'ouvre 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.

2 – 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, Ruellan et Péliissier). Par ailleurs, ce type de formation n'échappera pas à l'accusation de conditionnement qui prépare au « *journalisme de communication* » (Ruffin ; Charon et Mercier, p. 26 ; Blanchot et Padioleau ; Augey ; A. Mattelart, M. Mattelart et Delcourt, pp. 18-19) et contribue à enfermer dans le « *moule positiviste* » (Ruellan et Péliissier ; Mathien, « Les journalistes et le pacte... », p. 123 ; A. Mattelart), que les syndicats n'ouvrent pas, si ce n'est à situer le débat sur le terrain de la déontologie (Da Lage).

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 (Charaudeau, pp. 12-13). 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), même si l'influence publique des chercheurs de la discipline est encore réduite (Schlesinger, « Recherche... ») 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.

3 – 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'autre²⁶ : 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 préexistante 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.

4 – L'étude des conditions de production du discours de presse

²⁶ Cf. François-Bernard Huyghe, « La presse ne veut plus s'en laisser compter », interview publiée dans *Télérama* n°2776, 26 mars 2003.

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, p. 12). 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 (Charaudeau).

Il s'agit aussi de mieux comprendre les dispositifs de réalisation du produit médiatique (format d'émission, genre journalistique, mise en page...), 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, « Le combat... »).

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).

5 – 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 quarante (Shannon, Weaver). Après la vague structuraliste des années soixante, qui avait ouvert un certain nombre de perspectives intéressantes aux théoriciens de la communication (Parret), les années soixante-dix avaient marqué un changement radical. Avec l'évolution de la réflexion apportée par Jakobson, Greimas, Barthes..., le structuralisme s'était effondré, miné, selon certains, par ses dérivés 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). 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, p. 45) 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).

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, Tristan Mattelart, Ferjani), 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).

6 – 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* » (Bernard Delforce et Jean Noyer, pp. 15-16). 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, p. 12) 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, « La construction... »). 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).

7 – 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 dominantes²⁷, ou d'engagements contradictoires ou divisés, parfois au sein des propres directions des entreprises de presse²⁸. 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, « Le "journalisme de communication" ... »)²⁹. 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 déviances de ceux-ci, comme à leurs propres déviances. 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, « Le "journalisme de communication" ... »). 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

²⁷ 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, *La presse en France, de 1945 à nos jours*, Paris, Seuil, 1991 (Coll. "Points politique"), pp. 129-134.

²⁸ Cf. Airy Routier, « Ces grands patrons qui tiennent les médias », *Le Nouvel Observateur*, 1^{er} au 7 juillet 1999.

²⁹ Cf. Michel Mathien, *loc. cit.*, pp. 112 et 116 ; Airy Routier, *loc. cit.* et Jean-Michel Gaillard, « Cent ans de servitude » *Le Nouvel Observateur*, n° 1808, du 1^{er} au 7 juillet 1999.

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). Mais le métier conserve sa légitimité (Wolton, 2003, p. 16).

8 – Le dépassement des seules logiques d'affrontement dans la construction du sens social

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* (Gans), ou simplement de *défiance réciproque*, (Ruellan, « Une médiation... »). 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, *Ce nucléaire...*, pp. 265-266) ; de l'*alliance* (Molotch et Lester) ; de la *complicité* (Derville, « Le combat... », p. 624), 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, *Construire...*, p. 170 ; Minet ; de Cheveigné, *L'environnement...*, p. 119 ; Chervin...). 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*³⁰, 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, « La médiatisation... », p. 74). 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 ouvrirait à l'accueil de plusieurs séries d'acteurs : la science, la politique, le public, la communication (Wolton, « De la vulgarisation... »).

Alors doit-on reconnaître qu'il n'y a pas de façon idéale de communiquer médiatiquement une information (de Cheveigné, « La science... », p. 105) et qu'il faut se résoudre à considérer que les discours journalistiques se présenteront toujours pluridimensionnels par rapport 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.

Bibliographie

- Michel Abescat, « Le Monde. Enquête journalistique ou jeu de massacre ? », *Télérama*, n°2773, 5 mars 2003.
- François-Xavier Alix, « Informer, un métier mal défini : le journaliste en quête d'identité », *Les Cahiers du journalisme*, n° 7, juin 2000, p. 52.
- Frédéric Antoine, « Les péri-récits de la météo radiotélévisée », *Sciences de la société*. « La médiatisation de l'information scientifique », n° 41, mai 1997, pp. 122 et s.
- Dominique Auger, « Les journalistes : petits maillons au bout de la chaîne industrielle », in

³⁰ 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.

- Dominique Wolton (sous la direction de), *Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ?*, n° 35, CNRS éditions, 2003, pp. 73-79.
- Roland Barthes, *S/Z*, Paris, Seuil, 1970, pp. 14-15.
 - Kacem Basfao, « Appel à la conquête du Maroc, ou des stéréotypes comme machine à influencer », *Rives Nord/Méditerranéennes*, n° 10, 1995, pp. 75-98.
 - Bernard Berelson, *Content analysis in communication research*, Glencoe, The Free Press, 1952.
 - Jan Berting, « Identités collectives et images de l'autre : les pièges de la pensée collectiviste », in Gilles Boetsch et Christiane Villain-Gandossi (sous la direction de), *Les stéréotypes dans les relations Nord-Sud, Hermès*, n° 30, CNRS éditions, 2001, p. 41.
 - Fabien Blanchot, Jean-Gustave Padioleau, « Une économie politique du travail journalistique », in Dominique Wolton (sous la direction de), *Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ?*, n° 35, CNRS éditions, 2003, pp. 63-79.
 - Gilles Boëtsch, Christian Villain-Gaindossi (dir.), *Les stéréotypes dans les relations Nord-Sud, Hermès*, n° 30, CNRS éditions, 2001.
 - Daniel Bougnoux, 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, 1994.
 - Pierre Bourdieu, « L'emprise du journalisme », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1994.
 - Pierre Bourdieu, *Sur la télévision*, Raisons d'agir, Liber éditions, 1996.
 - Arlette Bouzon, « Communication de crise et maîtrise des risques dans les organisations », *Communication organisation ; "Crise et communication"*, n° 16, 2^e semestre 1999, pp. 45 et s.
 - Philippe Breton, *Le culte de l'Internet. Une menace pour le lien social*, Paris, La Découverte, 2000.
 - Bertrand Cabedoche, synthèse du colloque « Regards sur la presse écrite », Médiathèque de Lorient et Université de Bretagne Sud, 12 et 13 mars 1997.
 - Bertrand Cabedoche, « Historicité, scientificité et didacticité du discours d'information médiatique ? La construction du récit commémoratif dans la presse magazine », conférence prononcée au 1^{er} colloque francophone des sciences de l'information et de la communication, Bucarest, juillet 2003.
 - Bertrand Cabedoche, *Ce nucléaire qu'on nous montre. Construire la socialité dans le débat sur les énergies*, Paris, L'Harmattan, 2003.
 - Bertrand Cabedoche, « Discours scientifiques et discours des scientifiques : quand l'institution doit défendre sa légitimité au sein de l'espace public », in Claude Lebœuf et Nicolas Péliissier, *Communiquer l'information scientifique*, Paris, L'Harmattan, (Coll. "Communication et technologie"), 2003, pp. 75-105.
 - Bertrand Cabedoche, « Le journaliste, acteur disqualifié de la communication de l'information scientifique et technique ? », in Claude Lebœuf et Nicolas Péliissier, *Communiquer l'information scientifique*, Paris, L'Harmattan, (Coll. "Communication et technologie"), 2003, pp. 213-250.
 - Bertrand Cabedoche, « 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 novembre 2003.
 - Béatrice Casanova, « 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) », in *Les Cahiers du journalisme*, n° 1, 1996, pp. 160-167.
 - Anne Cauquelin, *L'art du lieu commun*, Paris, Seuil, 1999, p. 37.
 - Patrick Champagne, « Pour une meilleure maîtrise collective de la médiatisation », *Les Cahiers du journalisme*, n° 3, juin 1997, pp. 58-68.
 - Patrick Champagne, « Le traitement médiatique des malaises sociaux », *Les Cahiers du journalisme*, n° 2, pp. 11 et s.
 - Patrick Champagne, Dominique Marchetti, « L'information médicale sous contrainte. À propos du "scandale du sang contaminé" », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n° 101-102, mars 1994, pp. 46 et s.
 - Patrick Charaudeau, *Langage et discours*, Paris, Hachette, 1983.
 - Patrick Charaudeau, « La médiatisation de l'espace public », *Études de communication. "La médiatisation des problèmes publics"*, n° 22, décembre 1999, p. 87.
 - Patrick Charaudeau, *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Paris, Nathan, INA, 1997 (Coll. "Médias-Recherches").
 - Patrick Charaudeau, « 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, 2001, (coll. « médias recherches. «Études»).
 - Jean Charron, Jean de Bonville, « Le paradigme de journalisme de communication :

- essai de définition », *Communication*, vol. 17, n° 2, décembre 1996, pp. 50-97.
- Jean-Marie Charon, *La presse en France, de 1945 à nos jours*, Paris, Seuil, 1991 (Coll. "Points politique"), pp. 129-134.
 - Jean-Marie Charon, *Cartes de presse. Enquête sur les journalistes*, Paris, Stock, 1993.
 - Jean-Marie Charon, Arnaud Mercier, « Pour en finir avec le pouvoir des journalistes ? », in Dominique Wolton (sous la direction de), *Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ?*, n° 35, CNRS éditions, 2003, pp. 23-31.
 - Jacqueline Chervin, « Est-ce que vous avez la bonne image sur votre écran ? », *Hermès* n° 21, 1997, pp. 67-77.
 - Dominique Chevé, « 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, 2001, pp. 202 et s.
 - Suzanne de Cheveigné, « La science médiatisée : le discours des publics », *Hermès*, "Sciences et médias", n° 21, 1997, pp. 98 et s.
 - Suzanne de Cheveigné, *L'environnement dans les journaux télévisés, médiateurs et visions du monde*, Paris, CNRS éditions (coll. « CNRS Communication »), 2000.
 - Olivier Da Lage, « Les combats syndicaux », Dominique Wolton (sous la direction de), *Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ?*, n° 35, CNRS éditions, 2003, pp. 215-222.
 - Bernard Delforce, « Les journalistes et l'évolution des instruments de connaissance du public : crise d'identité et de pouvoir », *Les Cahiers du journalisme*, n° 1, juin 1996, pp. 45-53.
 - Bernard Delforce et Jacques Noyer « Constructivisme et discursivité sociale », *Etudes de communication. La médiatisation des problèmes publics*, n° 22, décembre 1999, pp. 30-36.
 - Grégory Derville, *Le pouvoir des médias. Mythes et réalités*, Grenoble, PUG, 1997.
 - Grégory Derville, « Le journaliste et ses contraintes », *Les Cahiers du journalisme*, n° 6, octobre 1999, pp. 167 et s.
 - Grégory Derville, « Le combat singulier Greenpeace-Sirpa », *Revue française de science politique*, n° 5, octobre 1997, pp. 589-624.
 - Riadh Ferjani, « 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, 2002, (coll. « médias recherches. Études »), pp. 153-175.
 - Jean-Noël Ferrié, « 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, 2001, pp. 73-83.
 - Edward Morgan Forster, *Aspects du roman*, Paris, Christian Bourgeois, 1993.
 - Andréas Freund, *Journalisme et mésinformation*, Paris, La Pensée Sauvage, 1991.
 - Michèle Gabay, *La nouvelle communication de crise, concepts et outils*, Paris, éditions Stratégie, 2001.
 - Laurent Gerverau, *Histoire du visuel au XX^e siècle*, Paris, Seuil, 2003 (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 2003, p. 23.
 - Carmen Gomez Mont, « Médias et néozapatisme dans la crise mexicaine », *Communication organisation ; "Crise et communication"*, n° 16, 2^e semestre 1999, pp. 174 et s.
 - Jules Gritti, « Les années cinquante », *Recherches en communication*, "Un demi-siècle en communication", n° 11, 1999, pp. 21-42.
 - Mark Hunter, *Le journalisme d'investigation*, Paris, PUF (collection "Que sais-je ?"), n° 3239, 1997.
 - Yves Jeanneret, « Les sciences de l'information et de la communication : une discipline méconnue en charge d'enjeux cruciaux », *La lettre d'inforcom*, n° 60, hiver 2001-2002, pp. 3 et s.
 - Jean-Noël Kapferer, *Rumeurs. Le plus vieux métier du monde*, Paris, Seuil, 1987.
 - Yves de La Haye, *Journalisme, mode d'emploi*, Paris, Ellug et La Pensée Sauvage, 1995.
 - Mouldi Lahmar, « Genèse et usage d'un stéréotype populaire tunisien dans un contexte colonial et son évolution », in Gilles Boëtsch et Christiane Villain-Gandossi (sous la direction de), *Les stéréotypes dans les relations Nord-Sud*, *Hermès*, n° 30, CNRS éditions, 2001, pp. 59-72.
 - Thierry Lancien, Hélène Cardy, Janine Delatte, Gilles Delavaud, Pascal Froissart, Anilga Rodionoff, Marie Thonon, Patricio Tupper, « La recherche en communication en France. Tendances et carences », in *Recherche et communication*, *MEI*, n° 14, 2001, pp. 37-63.
 - Philippe Lavodrama, « Vénération africaine devant les médias du Nord », *Regards africains*, n° 443, printemps 1999, pp. 32-34.
 - Jacques Le Bohec, *Les mythes professionnels des journalistes*, Paris, L'Harmattan, 2000.
 - Cyril Lemieux, « Les formats de l'égalitarisme. Transformations et limites de la

- figure du journaliste-justicier dans la France contemporaine », *Quaderni*, n° 45, automne 2001, pp. 57-58.
- Christine Leteinturier, « L'hétérogénéité des journalistes », in Dominique Wolton (sous la direction de), *Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ?*, n° 35, CNRS éditions, 2003, pp. 35-48.
 - Jean Lohisse, « La construction de la communication », *Recherches en communication. "Un demi-siècle en communication"*, n° 11, 1999, pp. 59-80.
 - Lotfi Madani, « 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, 2002, (coll. « Médias recherches. Études »). pp. 177-210.
 - Dominique Marchetti, « Les ajustements du marché scolaire au marchz journalistique » in Dominique Wolton (sous la direction de), *Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ?*, n° 35, CNRS éditions, 2003, pp. 81-89.
 - Marc Martin (dir.), *Histoire et médias. Journalisme et journalistes français, 1950-1990*, Paris, Albin Michel, 1991 (Coll. "Bibliothèque des idées").
 - Jesús Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Mexico, Gustavo Gili, 1987.
 - Michel Mathien, « Le "journalisme de communication" : critique d'un paradigme spéculatif de la représentation du journalisme professionnel », *Quaderni*, n° 45, automne 2001, pp. 112 et s.
 - Michel Mathien, « Reprendre le pouvoir sur son objet social. L'information journalistique au cœur d'un débat paradoxal », *Les Cahiers du journalisme*, n° 8, décembre 2000, pp. 18 et s.
 - Michel Mathien, « 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 2002, pp. 212-213.
 - Michel Mathien, *Les journalistes*, PUF, 1995, (Coll. "Que sais-je ?").
 - Michel Mathien, « Les journalistes et le pacte républicain. Les fondements historiques de la professionnalisation », in Dominique Wolton (sous la direction de), *Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ?*, n° 35, CNRS éditions, 2003, pp. 121-129.
 - Armand Mattelart, (entretiens avec), par Thierry Lancien et Marie Thonon, Recherche et communication, MEI, n° 14, 2001, pp. 11-36.
 - Armand Mattelart, Michèle Mattelart, Xavier Delcourt, *La culture contre la démocratie*, Paris, La Découverte, 1983 (Coll. "Cahiers libres", 381).
 - Tristan Mattelart, *La mondialisation des médias contre la censure. Tiers monde et audiovisuel sans frontières*, Bruxelles, de Boeck université, 2002, (coll. « médias recherches. Études »).
 - Marió Mesquita, « Le personnage journalistique », *Recherches en communication*, n° 11, 1999, pp. 179 et s.
 - Pierre Minet, « Le contrat de lecture dans les journaux télévisés belges : comparaison entre science et football », *Hermès*, n° 21, 1997, pp. 223-231.
 - Misse Misse, « 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, 2002, (coll. « Médias recherches. Études »). pp. 103-122.
 - Sophie Moirand, « Formes discursives dans la diffusion des savoirs dans les médias », *Hermès* n° 21, 1997, pp. 33-43.
 - Harvey Molotch, Marilyn Lester, « Informer, une conduite délibérée de l'usage stratégique des événements », *Réseaux*, n° 75, janvier-février 1996, pp. 23-41.
 - Edgar Morin, *Une année Sisyphes*, Paris, Seuil, 1995.
 - Edgar Morin et Jean-Louis Le Moigne, *L'intelligence de la complexité*, Paris, L'Harmattan, 1999.
 - Belkacem Mostefaoui, *La télévision française au Maghreb. Structures, stratégies et enjeux*, Paris, L'Harmattan, 1995.
 - Jean Mouchon, « L'information politique en champ et contre-champ », *Hermès*, CNRS éditions, 13-14 juillet 1994, p. 270.
 - Erik Neveu, « L'approche constructiviste des problèmes publics », *Études de communication. La médiatisation des problèmes publics*, n° 22, décembre 1999, pp. 53 et s.
 - Erik Neveu, *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte, 2001 (Coll. "Repères").
 - Herman Parret, « Approches sémiologiques », *Recherches en communication, "Un demi-siècle en communication"*, n° 11, 1999, pp. 43-58.
 - Chris A. Paterson, « Reform or Re-colonisation? The overhaul of African Television », *Review of African Political Economy*, vol. 25, n° 78, décembre 1998, p. 581.
 - Pierre Péan et Philippe Cohen, *La face du cachée du « Monde ». Du contre-pouvoir aux abus de pouvoir*, Paris, Éd. Mille et Une Nuits, 2003.
 - Patrick Pépin, éditorial, *Les Cahiers du journalisme*, n° 1, 1996, p. 5.

- Jean Peytard, « Français technique et scientifique à reformuler » et « Problématique de l'altération des discours : reformulation et transcodage », *Langue Française*, n° 64, 1984, pp. 5-27.
- Serge Proulx, « La pensée communicationnelle dans les années soixante-dix : critique des médias et émergence de nouvelles pratiques alternatives », *Recherches en communication*, n° 11, pp. 67-79.
- Rémy Rieffel, « Vers un journalisme mobile et polyvalent ? », *Quaderni*, n° 45, automne 2001, p. 155.
- Rémy Rieffel, « La profession de journaliste entre 1950 et 2000 », in Dominique Wolton (sous la direction de), *Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ?*, n° 35, CNRS éditions, 2003, pp. 49-60.
- Denis Ruellan, *Les pro du journalisme. De l'état au statut, la construction d'un espace professionnel*, Rennes, PUR, 1997 (Coll. "Res publica").
- Denis Ruellan, « Une médiation pour une médiatisation », *Hermès*, "Science et médias", n° 21, 1997, pp. 145 et s.
- Denis Ruellan, Nicolas Péliissier, « Les journalistes contre leur formation ? », in Dominique Wolton (sous la direction de), *Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ?*, n° 35, CNRS éditions, 2003, pp. 91-98.
- François Ruffin, *Les petits soldats du journalisme*, Paris, éditions des Arènes, 2003.
- Charles Sanders Pierce, *Textes fondamentaux de sémiotique*, Paris, Méridiens Klincksieck, 1987
- Charles Sanders Pierce, *Ecrits sur le signe*, Paris, Seuil, 1978.
- Éric Savaresse, « Réinventer l'autre : le corps des maghrébins dans le cinéma français de 1962 à nos jours », in Gilles Boetsch et Christiane Villain-Gandossi (sous la direction de), *Les stéréotypes dans les relations Nord-Sud*, *Hermès*, n° 30, CNRS éditions, 2001, pp. 177-185.
- Philip Schlesinger, « Repenser la sociologie du journalisme. Les stratégies de la source d'information et les limites du médiacentrisme », *Réseaux* n° 51, CNET, 1992, pp. 93 et s.
- Philip Schlesinger, « Recherche sur les médias et culture de l'audit », in *Recherche et communication*, MEL, n° 14, 2001, pp. 65-79.
- Ozan Serdareglu, « 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 (sous la direction de), *Les stéréotypes dans les relations Nord-Sud*, *Hermès*, n° 30, CNRS éditions, 2001.
- Jean-Louis Servan-Schreiber, *Le pouvoir d'informer*, Paris, Laffont, 1972.
- Marie-Noëlle Sicard, « Pratiques journalistiques et enjeux de la communication scientifique et technique », *Hermès* n° 21, 1997, pp. 151 et s.
- Claude Shannon, Warren Weaver, *The Mathematical theory of communication*, (1949) traduit en français sous le titre : *Théorie mathématique de la communication*, Paris, Retz, 1975.
- Jacques Simonnin, « Pour une anthropologie empirique de l'événement », *Études de communication*. "La médiatisation des problèmes publics", n° 22, décembre 1999, pp. 110-111.
- Éliséo Véron, *Les médias et l'accident de Three Mile Island*, Paris, Editions de Minuit, 1981.
- Christiane Villain-Gandossi, « 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, 2001, pp. 27-40.
- Thierry Watine, Michel Beauchamp, « La nouvelle responsabilité des médias et des journalistes. Synthèse des travaux du groupe de réflexion NORSOM », *Les Cahiers du journalisme*, n° 2, pp. 108-127.
- Thierry Watine, « Journalistes, une profession en quête d'utilité sociale », *Les Cahiers du journalisme*, n° 2, décembre 1996, pp. 16-21.
- Michel Wieviorka, *La différence*, Paris, Balland, 2001 (Coll. « Voix et Regards »).
- Dominique Wolton, « Le journalisme victime de son succès », *Médiapouvoirs*, janvier 1989, pp. 51 et s.
- Dominique Wolton, « 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, 1991 (Coll. "Bibliothèque des idées").
- Dominique Wolton, « Journalistes, une si fragile victoire... », in Dominique Wolton (sous la direction de), *Les journalistes ont-ils encore du pouvoir ?*, n° 35, CNRS éditions, 2003, pp. 9-22.
- Michela Wrong, « L'Afrique sans voix et sans image », *Financial Times*, *Courrier International*, n° 322, 13-19 mars 1997, p. 37.

Céline Ségur (doctorante CREM – Université de Metz)

« Les rapports entre les recherches professionnelles et académiques sur les publics de télévision : interactions ou impasse ? »

En France, il existe une distinction d'ordre méthodologique lorsqu'il s'agit d'étudier les téléspectateurs. D'une part, le milieu dit professionnel s'attache à produire des sondages et des statistiques offrant une connaissance chiffrée de ceux qui regardent la télévision : qui ? (âge, sexe, CSP, etc.), quoi ? (chaîne privée, publique, variétés, documentaires, sports, etc.) et comment ? (le programme entier, plusieurs émissions au même moment, etc.)³¹ D'autre part, les chercheurs, issus du milieu scientifique – universitaire ou académique – étudient la constitution empirique des publics de télévision et les pratiques de réception, et ils analysent des comportements. Cependant, les travaux menés par des services spécialisés d'étude des téléspectateurs sont nécessaires à l'organisation télévisuelle, parce qu'elle doit pouvoir proposer la programmation la plus rentable ; en effet, on parle de l'industrie audiovisuelle. Dès lors, comment les rapports entre les deux milieux professionnels s'orchestrent-ils ?

Évolution du croisement entre des connaissances quantitatives et qualitatives

Les premiers questionnaires à destination des téléspectateurs (dans les années 50-60, en France) ont constitué les débuts d'un terrain d'études consacré à la réception télévisuelle. L'industrie audiovisuelle a rapidement récupéré ce type de travaux, pour la mise en place des services marketing (qui vont, dès lors, calculer des parts de marché, coûts d'espaces publicitaires, etc.). Le courant des études quantitatives ainsi constitué, a souffert d'une image négative aux yeux des tenants de la recherche universitaire. Michel Souchon (1998a :96) évoque un « divorce existant, en France, à la différence d'autres pays, entre les recherches académiques et les recherches professionnelles sur la télévision ». Ceci dit, nombre de travaux de type quantitatif participent depuis plusieurs années au débat académique sur la réception télévisuelle. Le « hiatus » (Souchon, 1998b : 47) serait-il dépassé ?

³¹ Un dossier complet, comportant la généalogie et une présentation détaillée des enquêtes d'audience se trouve dans : *Quaderni* 35, 1998.

Plusieurs chercheurs mettent un point d'honneur à souligner la présence, empirique et dans les textes, des études d'audience au sein du champ scientifique ; ils insistent sur les apports de ces enquêtes à la connaissance des publics³². Dans l'introduction d'un dossier consacré « à la recherche du public » (*Hermès*, 1993)³³, Daniel Dayan (1993 : 21) indique au lecteur que « bien entendu, il serait futile de partir "à la recherche du public" sans tenir compte de la pratique quotidienne des mesures d'audience ». Serge Proulx (1998 : 11) tente, quant à lui, de réunir dans un même ouvrage « deux approches *a priori* opposées », à l'aide de comparaisons entre « usagers en chiffres » et « usagers en actes ».

De plus, des professionnels de la télévision circulent entre le champ de l'industrie et celui de la science. Figures emblématiques de la recherche quantitative, Michel Souchon et Jacques Durand³⁴ mobilisent leurs savoirs au service de la connaissance universitaire des publics. Les apports de leurs travaux sont validés par l'industrie télévisuelle et par le monde académique : on parle d'une interaction.

Téléspectateurs-consommateurs et pratiques de réception : un strict parallèle

Les tentatives de rapprochements, opérées par certains, ne masquent cependant pas un parallèle parfois latent : les deux approches évoluent côte à côte. Un problème de vocabulaire, spécifique à la langue française, l'illustre : les uns calculent des audiences, tandis que les autres cherchent des publics (voir Souchon, 1997 : 909 ; Souchon, 1998a : 94 ; Rieffel, 2001 : 118). Ceci signifie que les travaux sont menés à des fins différentes. L'étude de l'émergence et de l'évolution des outils de quantification des téléspectateurs nous apprend que l'utilisation des sondages et autres statistiques dépasse l'ambition première et naïve d'une connaissance précise de ceux qui regardent la télévision³⁵. Différents acteurs, issus du milieu industriel, interviennent dans la mise en place de sondages auprès d'échantillons d'usagers. Par exemple, l'industrie publicitaire se doit de connaître avec précision le profil des téléspectateurs, afin de rentabiliser au maximum des investissements

³² Il est impossible ici de recenser la totalité des ouvrages collectifs, manuels et revues qui proposent d'associer recherches professionnelles et universitaires. Les deux exemples qui suivent illustrent l'idée ici présentée.

³³ Trois contributions, sur un total de vingt et une, au sujet des enquêtes d'audience, figurent dans l'ouvrage.

³⁴ Michel Souchon est un ancien directeur du service des études de TF1 et d'Antenne 2, Jacques Durand est un ancien directeur du CEO – Centre d'étude d'opinion.

³⁵ A ce sujet, voir : Méadel C., 2001, « Naissance d'une science de l'audience : premiers travaux sur les téléspectateurs », pp. 123-132, in : Georgakakis D., Utard J.-M., dirs., *Sciences des médias. Jalons pour une histoire politique*, Paris, éd. L'Harmattan. Également : Durand J., 1998, « Les études sur l'audience de la radiotélévision en France », *Quaderni*, 35, pp. 79-92.

considérables (achat d'espace, réalisation de spots, etc.).

Les tenants des études de réception s'attachent à définir des pratiques de réception (et non des types de consommateurs), en terme de comportements. De plus en plus, les chercheurs ont souhaité mener des investigations auprès de téléspectateurs en chair et en os : des enquêtes de type ethnographique sont mises en place afin d'écouter les individus au sujet de la relation privilégiée qu'ils entretiennent avec le média. Cette direction, empruntée par les travaux empiriques, illustre une volonté de se détacher des chiffres.

L'audience au service de la programmation ?

Ainsi les travaux menés interagissent-ils dans les discours, mais pas dans les faits. Pourtant, Éric Maigret (2003 : 186) parle d'un « triomphe de la mesure d'audience », qui a « représenté un affranchissement à l'égard de la représentation étatique antérieure : le téléspectateur-consommateur est désormais reconnu comme un acteur à part entière ». Ceci n'est pas sans conséquence pour l'organisation télévisuelle. L'« acteur » est désormais placé au centre de toute programmation, c'est pourquoi on use de la formule très connue : « dictature de l'audimat ». Cependant, on peut s'interroger sur la fonction de l'industrie télévisuelle dans nos sociétés : est-elle une réponse stricte aux attentes des individus ou doit-elle élargir son offre dans un objectif de découverte ?

Références

- Dayan D., 1993, « Raconter le public », *Hermès*, 11-12, pp. 15-21.
- Maigret É., 2003, *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, A. Colin.
- Proulx S., 1998, « Introduction », pp. 9-12, in : Proulx S., dir., *Accusé de réception*, Laval, Éd. L'Harmattan.
- Rieffel R., 2001, *Sociologie des médias*, Paris, Éd. Ellipses.
- Souchon M., 1997, « L'audience de la télévision », pp. 907-914, in : Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs., *Sociologie de la communication*, Paris, CNET.
- Souchon M., 1998a, « Histoire des indicateurs de l'audience », *Quaderni*, 35, pp. 93-106.
- Souchon M., 1998b, « Les recherches sur l'audience au service de la programmation », pp. 47-65, in : Proulx S.,

Compte-rendu des journées doctorales

Elles se sont déroulées les 22 et 23 novembre 2004, à l'université Paris 12 Val de Marne.

Les journées doctorales sont un des temps forts des initiatives scientifiques mises en place par la SFSIC.

Une réunion des directeurs de recherche a eu lieu le 21 novembre autour notamment de l'organisation nouvelle des formations doctorales.

Lors de la séance d'information ouverte aux doctorants, autour du devenir des docteurs et des carrières d'enseignants-chercheurs, J.F.Têtu a expliqué les démarches pour devenir enseignant-chercheur et comment sont examinés les dossiers au CNU lors de la demande de qualification.

Ont été ensuite présentées des maquettes de masters 2 recherche en voie d'élaboration par les porteurs de projets concernés, puis les résultats d'une enquête réalisée par S.Bonnafous et Y. Jeanneret sur le devenir des docteurs en SIC dans 4 universités de la région parisienne (1995-2000) avec les principaux débouchés identifiés.

6 ateliers ont ensuite été animés le samedi 22 novembre dont l'objectif était de mettre en évidence les problèmes scientifiques traités actuellement et de fournir aux doctorants l'occasion de présenter publiquement leur travail en étant aidés dans leur réflexion par la discussion

(seules certaines contributions plus proches de nos préoccupations sont ici détaillées)

- atelier 1 : communication, réception, socialisation, animatrice I.Pailliar

6 contributions

- .B. Padilla-Villarreal : les stratégies de communication de crise : une analyse comparative et modélisation
- . C.Poncin : les enjeux de la réception dans la communication de prévention
- . S.Romano : Les enfants de 4 à 6 ans dans les musées : promenade ou parcours culturel
- . C.Séguir : la construction du champ des études de réception télévisuelle. Le cas de la revue « réseaux »
- . J.Tassel : Vers une approche communicationnelle de la mémoire collective et des usages sociaux du passé dans les organisations. L'exemple des caisses d'Épargne
- .I.Yakovenko : La production cinématographique russe confrontée à la mondialisation : stéréotypes et évolutions

- Atelier 2 : Presse, information, nouveaux médias, nouveaux usages, animateur : Rémy Rieffel

4 contributions

- M.Prodhomme : La place de l'éthique dans la construction discursive de l'espace professionnel des journalistes
- **Atelier 3 : nouveaux médias, organisations, secteur marchand, animateur Françoise Bernard**
- . M.Carmes : Intranet et nouvelles formes organisationnelles : analyse documentaire et approche empirique des discours managériaux sur les intranets RH

- . B.Parent : Les systèmes d'information organisationnels et la structuration des collectifs de travail : une étude de cas dans l'industrie
- . JP. Selic : Anthropologie de la communication et rapports marchands : le cas des marchés urbains de St Etienne

- Atelier 4 : Textes, discours, structures, animateur

Jean Mouchon

6 contributions

. C. de Montety : Le magazine de marque :
métamorphoses d'une promesse

- Atelier 5 : espace privé, espace urbain, espace public, animateur Jean Jacobi

5 contributions

- Atelier 6 : communication politique, nouveaux médias, nouveaux enjeux, animateur P. Maarek

4 contributions

Appel à communications

- « Les organisations culturelles, une communication spécifique ? »

Colloque les 18 et 19 mars 2004, en Avignon

Ce Colloque s'inscrit dans une double tradition de la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication : celle des journées d'études des groupes d'études et de recherches -le groupe "Culture et médiations" et le groupe de recherches et d'études sur les "communications organisationnelles" (Org & Co)- ainsi que celle des journées inter-groupes, dont la première édition a eu lieu en janvier à l'initiative du groupe Réseaux.

Les journées soutenues par la Commission Recherche de la SFSIC, co-organisées par les groupes Culture et médiation et Org&Co, répondent à trois objectifs : ouvrir les problématiques des deux groupes concernés, croiser les approches privilégiées par chaque groupe, partager des références épistémologiques, méthodologiques et des études empiriques.

La communication des organisations fait aujourd'hui l'objet d'une attention particulière de la part des chercheurs, qui s'intéressent autant à sa signification qu'aux moyens mis en œuvre ou aux phénomènes cognitifs et sociaux qui s'y rattachent. Dans ce cadre, les problématiques communicationnelles portant sur l'organisation culturelle sont multiples. Elles peuvent aussi bien porter sur les modalités des actes de communication que chercher à comprendre le rôle de ces derniers dans les situations sociales et professionnelles.

Dans ce cadre, les présentations, confrontations et discussions s'organiseront autour de trois axes de réflexion :

AXE 1 : Une spécificité de la communication des organisations culturelles ?

Les organisations du champ de la culture appartiennent aussi bien au secteur public que privé, relèvent des

industries culturelles, du spectacle vivant ou des institutions patrimoniales. L'objectif de ce premier thème est d'élaborer un panorama des formes de communication des organisations culturelles en soulignant leurs convergences ou leurs spécificités par rapport à d'autres types d'organisation. Cela suppose une première entente sur la définition de l'expression "organisation culturelle". A ce propos, faut-il retenir le sens donné par le groupe "Culture et médiations", à savoir "organisations dont la spécificité est la diffusion ou la distribution des biens et services culturels" ?

Il s'agit ensuite d'identifier les formes des organisations et les formes de la communication qui relèvent du champ de la culture. Etant donné la diversité des structures concernées, une hypothèse est que les enjeux de la communication diffèrent selon les cas, tout en présentant des analogies. Dans le cas de la culture non institutionnelle par exemple, connue sous l'expression « culture off », les petites structures recourent-elles plus souvent que d'autres à des formes de médiation endogènes (colloque St Etienne, 1999), c'est-à-dire émanant des producteurs culturels ?

AXE 2 : La communication des organisations culturelles : pratiques et objets

La communication à la frontière des organisations et entre les organisations, au sein d'alliances et de réseaux, a également ouvert aux chercheurs un champ de recherches où de nouvelles problématiques sont à inventorier. Un premier questionnaire concerne les modèles culturels et communicationnels sous-jacents.

L'objectif est aussi de questionner les nouvelles formes de communication culturelle selon des perspectives sociales et politiques, comme du point de vue de la signification. Comment se construit et évolue l'identité des institutions concernées, notamment avec le développement des technologies d'information et de communication ? Quels changements des représentations induisent-elles ?

Nous chercherons aussi à comprendre quelles sont les transformations actuelles des mondes sociaux concernés et l'émergence éventuelle de nouveaux métiers. L'activité de communicant présente-elle des caractéristiques professionnelles spécifiques quand elle est exercée dans une organisation culturelle ?

Les contributions pourront également aborder l'étude située des pratiques des acteurs concernés dans les univers de travail correspondants.

AXE 3 : Communication et industries culturelles / "marchés" de la culture

La communication est au cœur des dispositifs industriels de la culture, notamment avec l'édition des médias numérisés (Internet, multimédia, etc). Comment rendre compte des pratiques dans ce domaine, ce qui nécessite une approche pluridisciplinaire (communication, économie politique, sociologie) ? Quelles sont les politiques de communication sous-jacentes et les techniques de communication utilisées ? Quels sont les nouveaux contenus et formes nouvelles de messages qui émergent actuellement ? À quels discours le développement du mécénat donne-t-il lieu ?

Est-il possible de penser certaines formes de communication en fonction des trois marchés des organisations culturelles (marché de la consommation, marché de l'Etat [valorisation de la culture quel que soit l'échelon concerné : national, collectivités territoriales], marché des parrains (mécénat, sponsoring) ?

Coordination scientifique :

Françoise Bernard, Bernadette Dufrene

Comité scientifique : Françoise Bernard, Arlette Bouzon, Bernadette Dufrene, Marie-Pierre Fourquet, Michèle Gellereau, Axel Gryspeerdt, Yves Jeaneret, Pascal Sanson

Comité d'organisation :

Arlette Bouzon, Jean Davallon, Bernadette Dufrene, Marie-Pierre Fourquet, Daniel Jacobi

Ce colloque, qui se déroulera sur deux journées, articulera quelques communications invitées et une série de communications sélectionnées sur la base de l'appel à communiquer.

L'inscription est de 90 euros pour les chercheurs et 30 euros pour les étudiants

Les personnes souhaitant présenter une contribution fourniront à l'une des deux coordinatrices (bernadette.dufrene@upmf-grenoble.fr ;

Francoise.Bernard@up.univ-mrs.fr), avant le 20 janvier 2004, une proposition en français sous forme numérique (Word, RTF) de 3000 signes maximum (espaces compris). Ce résumé sera envoyé par mél et précisera le plan de la communication retenu.

La proposition devra impérativement suivre la structure décrite ci-dessous (critère de sélection). En particulier, les titres des rubriques devront y apparaître à l'identique.

Page 1 : renseignements généraux

- Titre : le plus court et le plus informatif possible.
- Nom du ou des auteurs : souligner l'auteur principal.
- Affiliation ou institution de rattachement et coordonnées du ou des auteurs : université, laboratoire, adresse, téléphone, fax, mail.
- La thématique (axe concerné) dans laquelle il souhaite inscrire la communication

Page 2 et suivantes :

- Résumé du texte (3000 caractères au plus espaces compris) en français et en anglais.
- Quatre mots clés, en français et en anglais, en évitant les termes communication et information.
- Références bibliographiques (une dizaine)

Soumission et évaluation :

Un accusé de réception électronique sera envoyé dès réception à chaque auteur.

Chaque proposition de communication fera l'objet d'une évaluation en aveugle par au moins deux membres du comité scientifique.

Les acceptations seront adressées à partir du 7 janvier 2003, accompagnées d'un document précisant toutes les normes typographiques à respecter pour l'édition dans les actes.

Les textes définitifs (20 000 signes espaces compris), devront parvenir avant le 20 février 2004 pour être inclus dans les actes. Ils seront accompagnés d'un

résumé du texte (1000 caractères environ) en français et en anglais, et de quatre mots clés, également en français et en anglais, en évitant les termes communication et information.

La durée prévue pour chaque communication est de 20 minutes. Les contributions paraîtront dans un premier temps sur le site Internet en version en ligne et seront ensuite présentées dans une publication papier.

Calendrier :

Date limite de réception des résumés : 10 Décembre 2003

Notification aux auteurs : 7 janvier 2004

Diffusion du programme provisoire : 10 janvier 2004

Réception des textes complets : 20 février 2004

Toutes les propositions de communication devront être adressées par courrier électronique à l'une des deux adresses suivantes :

bernadette.dufrene@upmf-grenoble.fr

Francoise.Bernard@up.univ-mrs.fr

- « TIC et relations de services dans une économie globalisée : Enjeux pour les entreprises européennes »

XIV^{ème} Conférence Internationale du RESER

jeudi 23, vendredi 24 Septembre 2004 - Castres

Organisée depuis plus de 10 ans, la conférence annuelle du RESER est désormais le lieu de rencontre des chercheurs et de tous ceux qui s'intéressent au développement des activités de services en Europe. RESER est un réseau interdisciplinaire de chercheurs en sciences sociales qui travaillent sur le champ des "services", dans une perspective économique, géographique, communicationnelle ou gestionnaire. La conférence annuelle du réseau est l'occasion de confronter les résultats et les méthodologies des recherches récentes. Elle est largement ouverte vers le monde de la recherche mais aussi vers tous les acteurs économiques.

Thème et réflexions proposées

Les entreprises de service, notamment les plus importantes, mais pas exclusivement, sont désormais multi-localisées et souvent internationalisées. Elles travaillent pour des clients proches ou lointains, eux-mêmes inscrits dans l'économie globalisée contemporaine.

Ces entreprises combinent diversement, selon leur activité, leur histoire, les acteurs et partenaires en présence, des communications de face-à-face et des communications médiatisées, des relations de proximité et des relations avec des « autres absents ».

Dans ce contexte, la dynamique des échanges internationaux et le développement des TIC font naître de nouvelles questions. Ce sera principalement le thème de nos débats :

Relation de service, TIC et confiance :

1. La relation de service médiatisée soulève la question de la production de confiance : confiance dans les dispositifs techniques utilisés dans une relation à distance avec ces « autrui absents », dans la qualité des liens ainsi initiés ou maintenus via les TIC. Comment susciter la confiance dans une relation médiatisée ? Quel est le rôle des TIC dans la construction de la réputation des entreprises et de la fidélisation des clients ? Y a-t-il, en la matière, des différences culturelles ?

Dynamique des délocalisations et re-localisations :

2. Réalisés à l'échelle mondiale, les processus de standardisation de la production d'information, les tentatives de rationalisation des activités de communication participent aux dynamiques de délocalisation. Pourtant, comme le montre A. Giddens, des formes de re-localisation s'avèrent nécessaires pour la mise en œuvre des activités ; elles s'appuient sur des liens sociaux, sur des ancrages territoriaux, sur des histoires situées. Le second thème proposé concerne donc les tensions et synergies entre le local et le global, dans la relation aux clients et au sein des entreprises de service ou des réseaux d'entreprise de service. Comment sont développées, utilisées, essayées et abandonnées les TIC dans une telle perspective ?

Quel est le rôle des TIC dans l'externalisation de services, qu'il s'agisse de travail faiblement qualifié (centres d'appels) ou hautement qualifiés (services informatiques) ? Quels sont les enjeux lorsque cette externalisation prend le chemin des pays à bas coûts de main d'œuvre tels que l'Inde ou la Chine ?

3. Les TIC ne sont pas utilisées uniquement pour des relations distantes, elles contribuent à des relations de proximité. Cette proximité n'est pas nécessairement géographique (Torres, 2000). Le concept de proximité a été envisagé selon différentes dimensions, puisqu'on a pu parler de proximité organisationnelle. Quel est le rôle du territoire, et des TIC dans ces territoires, dans le développement des relations de services ? En quoi les TIC participent-elles à la mobilisation de formes diverses de proximité pour initier et mener les relations de service ? En quoi les dominantes entre formes de proximité évoluent-elles en relation avec les utilisations des TIC, dans le contexte de globalisation de l'économie ?

4. Peut-on évaluer les impacts micro et macro économiques des TIC ? Quel est le rôle des TIC dans le secteur des services ? Les différences d'usage des TIC dans le secteur des services peuvent-elles expliquer les différences enregistrées entre les taux de croissance des économies européennes et nord américaines ? Quel est le rôle des TIC dans les PME et pour les créateurs d'entreprise ?

Conception et gestion d'une relation de service à distance.

5. Les formes de co-production de services à distance se développent en interne et avec les clients, à travers différents outils et dispositifs : groupeware, intranet, extranet, portails, vidéo-conférence, etc. Quelles combinaisons d'outils et de modes de gestion de la communication sont identifiables dans la production de

service ? Peut-on repérer des choix préférentiels et de bonnes pratiques d'utilisation des TIC pour assurer le déroulement efficace d'une telle relation de service ? Observe-t-on des évolutions associées à une distanciation de la relation de service et des services rendus ? Observe-t-on une évolution des formes de proximité avec l'utilisation des TIC, dans le contexte général de la globalisation de l'économie ? Peut-on dire que les TIC contribuent au renouvellement stratégique, et au développement de stratégies d'innovation compétitive ?

6. L'économie globalisée est de plus en plus une économie pluri-culturelle. La communication médiatisée ne permet de mobiliser que partiellement tout un jeu de signes et d'indices associés à la communication de face-à-face, sur lequel peuvent prendre appui des interlocuteurs en situation de relations inter-culturelles. Comment les prestataires de service opèrent-ils pour mettre en place des relations de service de confiance, approfondies, en relations pluri-culturelles et en tout ou partie médiatisées ? Les entreprises de service internationalisées combinent-elles diverses conceptions de la relation de service et de la mobilisation des TIC ? Parviennent-elles à des formes d'homogénéisation, et dans quelle mesure ?

7. Une partie du savoir-faire des entreprises de service a trait aux modalités de gestion de la relation de service combinant du face-à-face et du médiatisé, de l'inter-individuel et du collectif, du proche et du lointain. Observe-t-on une formalisation de ces savoir-faire dans certaines entreprises, selon quelles modalités, avec quelles limites ou difficultés ?

Les entreprises de service multi-localisées lorsqu'elles veulent assurer une capitalisation des connaissances doivent prendre en compte cette multi-localisation, et cette combinatoire d'expériences dont certaines participent de l'économie globalisée, alors que d'autres sont plus étroitement délimitées quant à leur champ ou condition de pertinence. Observe-t-on des évolutions dans la gestion des connaissances, son partage et sa capitalisation, qui tentent de prendre en compte la globalisation de l'économie, et les transformations liées du social, de la construction identitaire, des formes de collectifs ? Comment et selon quels principes ? Quels sont les contraintes et freins qu'occasionne l'utilisation des TIC en la matière ?

Enfin et ceci concerne peut être davantage les responsables d'entreprise, ou les acteurs économiques :

8. Quel est le rôle des organisations professionnelles dans la promotion de l'utilisation des TIC dans les services ? Quelles incitations politiques ou administratives mettre en œuvre pour dynamiser l'usage des TIC dans les entreprises de services ?

Des propositions concernant d'autres aspects de la recherche sur les services seront aussi les bienvenues.

Les propositions de communication peuvent être aussi bien orientées sur une démarche conceptuelle, méthodologique ou empirique. Notre pluridisciplinarité nous conduit à être réceptifs aux approches géographiques, économiques, sociologiques,

communicationnelles ou gestionnaires, et à apprécier le regard interdisciplinaire. Les avancées des recherches doctorales sont les bienvenues (voir ci dessous).

Comme pour les conférences passées du RESER, une sélection des papiers présentés lors du Congrès seront publiés dans «*Economies et Sociétés*» série «*Economie et Gestion des Services*» EGS, et dans «*The Service Industries Journal*» SIJ, dans l'année qui suivra le Congrès.

Soumission des propositions

Votre proposition, formulée en 300 mots, devra parvenir aux organisateurs avant le 28 février 2004. Elle comportera le thème de la communication, la méthodologie et les principaux résultats attendus. Vous la ferez parvenir au secrétariat scientifique de la conférence par courrier électronique (angelique.roux@iut-tlse3.fr).

Vous n'oublierez pas de faire figurer le nom du ou des auteurs, et leurs coordonnées (téléphone, fax, courriel, adresse postale). Les propositions seront étudiées et sélectionnées par un Conseil scientifique composé de personnalités européennes (voir ci-après). La notification aux auteurs sera réalisée le 26 mars 2004.

Le programme définitif sera organisé en s'appuyant sur

- *Des papiers de recherche : ils ont pour but d'apporter une contribution significative d'un point de vue théorique et/ou empirique.*

- *Des recherches en cours : elles présentent un propos d'étape d'une recherche non encore achevée, originale et prometteuse.*

- *Une table ronde à laquelle participeront des membres du comité scientifique*

Un programme préliminaire sera disponible et adressé aux participants à la mi-mai 2004. Il inclura les instructions relatives au paiement de l'inscription à la conférence et les informations relatives à l'hébergement, et à l'ensemble des activités annexes.

Langues officielles

Les langues officielles de la conférence sont le français et l'anglais. Une traduction simultanée sera organisée.

A l'attention des doctorants

Pour encourager la participation des doctorants à la recherche sur les services, une allocation couvrant les frais de transport (en train) vers Castres et Toulouse sera accordée aux étudiants dont les papiers seront sélectionnés. La proposition de communication devra être accompagnée d'une lettre de recommandation de leur directeur de thèse.

Comité d'organisation:

Sylvie Bourdin (Université de Toulouse 3-IUT), Anne-Marie Dartiailh, (Université de Toulouse 3- IUT), Anne Mayère (Université de Toulouse 3-IUT), Marie-Christine Monnoyer (Université Toulouse 1), Oanh Quack, Doctorante (Université de Toulouse 3), Angélique Roux (Université de Toulouse 3- IUT)

Comité scientifique:

Laurence Bancel-Charenon (Université Marne La Vallée), William B. Beyers (Université de Washington), Françoise Bernard (Université Provence, Aix-Marseille 1), Louis-Marie Boulianne (Lausanne), Jean Luc Bouillon (Université Toulouse 3), Martine Boutary (ESC Toulouse), José A. Camacho (Université de Grenade), Pedro Costa (ISCTE, Lisbonne), Peter Daniels (Université de Birmingham), Jean-Louis Darréon (Université Toulouse 3- IUT), Jacques Erschler (LAAS, Université Toulouse 3), Emmanuel Eveno (Université Toulouse 2), Faiz Gallouj (Université de Lille 1)

Carole Groleau (Université de Montréal), Jean Houard (Belgique), Sven Illeris (Université de Roskilde), Patrick Laurens (Université Toulouse 3, IUT), Ronald Mackay (DG Entreprise, Commission Européenne), Marie Christine Monnoyer (Université Toulouse 1), Laurence Moyard (FUCAM, Belgique) Jean Philippe (Université de Aix-Marseille 3), Luis Rubalcab (Université d'Alcala, Espagne), Markus Scheuer (RWI Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung), Jean-Luc Soubie (IRIT, Université Toulouse 3), Metka Stare (Faculté de Sciences Sociales, Slovénie), Gilbert de Terssac (CERTOP, Université Toulouse 2).

Frais d'admission à la conférence

Les frais d'inscription incluent la remise des actes (papier et numérique), les repas (déjeuners, pause-café et cocktail) et le dîner de gala du jeudi

	Avant le 1/07/2004	Après le 1/07/2004
Auditeurs	260 €	350 €
Auteurs	230 €	300 €
Membres RESER	180 €	250 €
Doctorants ³⁶	100 €	150 €

Cotisation annuelle au RESER (2004)

Il est préférable de payer la cotisation annuelle 2004 au réseau en même temps que l'inscription à la conférence, mais de façon distincte. Toutefois la cotisation annuelle pourra être réglée à l'arrivée sur place à Castres par chèque, ou en liquide.

	Cotisation RESER 2004
Membre individuel	50 €
Cotisation institutionnelle	500 €

Calendrier

Remise des propositions: 28 Février 2004

Notification aux auteurs : 26 Mars 2004

date limite de réception des communications : 1^{er} Juillet 2004

Inscription et information :

³⁶ Une allocation couvrant les frais de transport (en train) sera accordée aux doctorants ayant proposé des papiers sélectionnés.

Secrétariat scientifique de la conférence :
angelique.roux@iut-tlse3.fr
Question d'ordre scientifique :
marie-christine.monnoyer@univ-tlse1.fr, tel 33 5 61
29 82 88
Question d'ordre pratique :
Joelle.fonquerne@iut-tlse3.fr, Tel : 05 63 62 11 67,
Fax : 05 63 35 63 88
Département SeRéCom, IUT Paul Sabatier, Avenue
Georges Pompidou, BP 258
81104 Castres, site web [http:// www.Reser.net](http://www.Reser.net)

- **«Sciences, médias et société»**
Ecole Normale Supérieure Lettres et Sciences
Humaines, 15-17 juin 2004, à Lyon

Du 15 au 17 juin 2004, se tiendra à l'Ecole Normale Supérieure Lettres et Sciences humaines (Lyon), un colloque dont l'objectif est de présenter des recherches en cours sur le thème des relations entre sciences, médias et société.

Les recherches sur la circulation sociale des savoirs ou sur les discours médiatiques à propos de science ont subi une série de transformation au cours de ces trente dernières années. Il est temps de prendre acte du fait que les approches de la vulgarisation centrées sur le «troisième homme » ou sur la transmission d'un savoir savant en direction d'une sphère profane ne rendent pas compte de la complexité des processus mis en oeuvre : ceux-ci se déploient en effet dans la durée, dans des contextes historiques, au sein de dispositifs institutionnels, matériels et symboliques, mettent en oeuvre un certain type de rapport aux publics, interfèrent avec des politiques publiques et des champs structurés.

Ce colloque permettra la confrontation de recherches liées à la circulation sociale des savoirs et aux discours médiatiques à propos de science : histoire des processus de diffusion des sciences et des techniques, étude des publics de la science, analyse des politiques publiques, recherches sur les médias et les institutions liées au savoir (musées, bibliothèques, secteur éducatif, etc.), études des interactions entre la recherche scientifique et le champ de la communication. Il s'agit de rendre compte de l'actualité des questionnements, des méthodes et des résultats, et de contribuer à l'activité d'un champ qui a toujours eu du mal à se structurer en France (le champ « STS »), et ce en dépit des nombreuses avancées que l'on doit à une communauté très active depuis plus de trente ans. Nos objectifs sont tout d'abord scientifiques. Mais nous sommes également très soucieux du rôle social de ces travaux qui pourraient intervenir dans les processus de décision concernant les rapports sciences-société : comment sont-ils lus par les acteurs et les politiques en charge de ce type de politique culturelle ? Modifient-ils

leur appréhension des problèmes ? A l'évidence, la communauté « STS » ne peut pas faire l'impasse sur la dimension politique des enjeux et des éventuelles répercussions de ses recherches. Les présentations, confrontations et discussions s'organiseront autour de trois axes transversaux :
- Légitimité : comment évoluent les rapports de légitimité entre les acteurs et institutions mis en présence dans les dispositifs et processus de circulation sociale des savoirs
- Publics : il s'agit à la fois de rendre compte des travaux d'enquête sur la réception et les pratiques, et d'analyser la manière dont la notion de public est un élément rhétorique dans les discours et l'action
- Représentations : il s'agit à la fois des représentations associées aux thèmes scientifiques et sociaux, et du cadrage général opéré par les représentations de la science, de la rationalité et des institutions, dans les discours publics

Ce colloque s'inscrit dans un contexte très actif de manifestations scientifiques et d'organisation de programmes de recherche sur la thématique des savoirs et de leur communication dans la société. Au terme d'un travail de recherche mené par l'équipe de l'Action Concertée incitative « Sciences, médias et société » qui a débuté en 2000, qui se poursuivra jusqu'en 2006, nous souhaitons confronter nos résultats à ceux de recherches en cours dans diverses disciplines des sciences humaines et sociales : sciences de l'information et de la communication, histoire et sociologie des sciences, anthropologie, sciences du langage, sciences de l'éducation, etc. Ce colloque, qui se déroulera sur trois journées, articulera une série de communications invitées, une série de communications sélectionnées sur la base d'un appel à communiquer, et une journée de table ronde entre chercheurs et professionnels de la diffusion scientifique.

L'appel à communiquer s'adresse à de jeunes chercheurs répondant aux critères suivants :
- Jeunes docteurs ou chercheurs en poste depuis moins de 5 ans

- Travaux menés sur une base à la fois théorique et empirique (corpus et/ou terrain sociologique)

La durée prévue par communication est de 20 minutes.

Instructions pour les résumés

Nous vous prions d'envoyer votre proposition d'intervention et votre résumé (2000 signes espaces compris au maximum), avant le 1er mars, uniquement par courrier électronique, en fichiers joints (au format RTF) à l'adresse suivante : sciences-medias@ens-lsh.fr
<<mailto:sciences-medias@ens-lsh.fr>>

Nous vous prions d'envoyer avec votre message deux fichiers joints :

- le 1er fichier dont l'intitulé sera votre nom et votre prénom comportera votre nom, votre prénom, votre adresse postale, votre adresse e-mail, ainsi que votre affiliation ou institution de rattachement, et le titre du résumé.

- le 2e fichier, anonyme, dont l'intitulé sera le titre de

28

vosre communication comportera le titre du résumé et le résumé lui-même. Les personnes qui auront soumis un texte seront averties de la décision du comité scientifique entre le 15 et le 30 mars (uniquement par courrier électronique).

<http://sciences-medias.ens-lsh.fr>

- « **COMMUNICATION DES ORGANISATIONS, TIC ET RELATIONS AU TRAVAIL** »

Proposition de table ronde en communication organisationnelle, Congrès AIERI - Porto Alegre, 26-30 juillet 2004

Le sujet retenu (un peu modifié par rapport à notre proposition initiale précisée dans le numéro de septembre 2003) lors de la réunion des vices-présidents de la SFSIC (C.Loneux et P.Maarek) avec les organisateurs IAERI est "*communication organisationnelle, TIC et relations au travail*". Il entrerait dans la rubrique "*communication internationale*".

P.Maarek et C.Loneux indiquent qu'il faut rapidement composer des tables rondes comportant un président de séance, quatre à six communications, et un discutant. Les quatre à sept personnes impliquées doivent toutes s'engager à venir (sauf problème de dernière minute, bien sûr, et donc disposer d'un financement).

Les conditions d'inscription et de logement sont sur le site du congrès à <http://www.pucrs.br/famecos/iamcr/>. (Attention c'est très onéreux !) Compte tenu de ces données, les chercheurs intéressés par faire partie de la table ronde sont priés de se manifester rapidement. Ceux qui souhaitent présenter une communication doivent impérativement proposer un résumé en français d'ici début février (les indications ne sont pas encore données pour la section de communication internationale <http://www.iamcr.net/portoalegro/callpaperpa.html> mais il semblerait que ce soit un résumé de 400 à 500 mots).

La réponse définitive des présidents de section parviendra d'ici le 30 avril au maximum, ce qui veut dire que les collègues doivent s'engager à rester disponibles jusqu'à cette date. La bonne nouvelle est que si ces indications sont suivies, il est vraisemblable que la quasi-totalité des propositions aboutiront, comme cela a été le cas au congrès précédent de Barcelone.

Les sessions seront programmées entre le 26 et le 29 juillet, et il faut donc prévoir d'arriver le 25 au soir (cérémonie d'ouverture), pour les séances du 26 au matin, et de repartir au minimum le 30 au matin (le 30, seule se déroule l'Assemblée Générale de l'AIERI, et il n'y a pas d'activités scientifiques).

Projet actuel de table ronde en communication organisationnelle

Discours institutionnel ou commercial et fruit de l'interaction permanente entre ses membres ou partenaires, la communication des organisations (entreprises, associations, Etat, collectivités...) fait aujourd'hui l'objet d'une attention particulière de la part des chercheurs. Ceux-ci s'intéressent autant à sa signification qu'aux moyens mis en œuvre (TIC) ou aux phénomènes cognitifs et sociaux qui s'y rattachent. Ce faisant, ils développent des modèles explicatifs parfois inspirés d'autres disciplines, qui se révèlent fortement dépendants de leur culture propre.

Ainsi, une école francophone de la communication organisationnelle semble aujourd'hui émerger dans une production jusqu'alors majoritairement anglo-saxonne. Cette proposition de table ronde sur la communication organisationnelle s'inscrit dans ce cadre, et vise à poursuivre les échanges initiés entre chercheurs de diverses origines lors du précédent congrès de l'IAERI à Barcelone.

Problématique

Les problématiques communicationnelles portant sur l'organisation sont multiples. Elles peuvent ainsi porter sur le contenu ou les modalités des actes de communication ou chercher à comprendre le rôle de cette dernière dans les situations de travail. Elles peuvent aussi porter sur la construction discursive du contexte et de la situation au travail, celui-ci étant alors défini comme une action située, une activité communicationnelle en soi (exemples : activités de service, enseignement...).

L'organisation est composée d'acteurs aux compétences, motivations, et stratégies multiples qu'elle cherche à harmoniser. D'une mosaïque de rôles et de statuts, l'entreprise tente d'obtenir une dynamique d'ensemble en valorisant son potentiel humain tout en favorisant l'innovation. En effet, plus que des capacités de production, ce sont les capacités à innover qui caractérisent l'entreprise d'aujourd'hui. Elle devient un espace de connaissances structuré et hiérarchisé dans lequel la communication intervient en permanence pour créer des savoirs et expérimenter des processus de travail nouveaux. Son fonctionnement et sa gestion ont, par ailleurs, été profondément affectés par la dilution des frontières organisationnelles, les exigences grandissantes du client et le développement des nouvelles technologies d'information et de communication. La communication à la frontière des organisations et entre les organisations au sein d'alliances et de réseaux a ainsi ouvert aux chercheurs un champ de recherches plus rare où de nouvelles problématiques sont à inventorier.

Par communication, nous entendons la mise en relation des individus les uns avec les autres et pas seulement avec des faits (information). Elle est un produit de l'entreprise quand elle résulte d'un choix délibéré de s'adresser à des publics externes (relations publiques, création d'événement, publicité, promotion, marketing direct...) ou internes (journal interne, Intranet,

29

réunions...). Toutes les organisations doivent aujourd'hui disposer en permanence d'informations utiles et fiables émanant de sources diverses, tant internes ou externes, en vue d'assurer la préparation des décisions stratégiques, le développement des savoirs et des compétences des personnels, la préservation de leur patrimoine et finalement la pérennisation de l'entité concernée. Les TIC constituent un des moyens privilégiés pour y parvenir même si ces technologies peuvent présenter des limites, des inconvénients ou des dangers.

Mais l'organisation est aussi un produit de la communication. En effet, cette dernière participe au processus d'interaction entre les individus et contribue à construire de la signification; la réalité étant coconstruite par des acteurs pourvus de capacités cognitives, affectives et stratégiques. Elle n'est pas seulement un acte ponctuel de transmission de message, mais aussi une instance d'actualisation des représentations individuelles et collectives qui fait intervenir des significations élaborées antérieurement. Elle est aussi le lieu où se négocient les enjeux du travail et les identités des acteurs. Par elle, le collectif humain se régule, s'institutionnalise ou, au contraire, se remet en question et se transforme. Là encore, les TIC ont un rôle prépondérant à jouer.

La communication apparaît ainsi un processus complexe dans lequel la signification des messages n'est pas une donnée antérieure à l'interaction mais une construction en situation culturellement marquée qui dépend du déroulement du processus lui-même, dans le temps et dans l'espace.

Objectif de la table ronde

L'ambition de cette table ronde est d'identifier et de confronter les problématiques de communication organisationnelle et les méthodologies retenues au sein de la communauté scientifique francophone et anglo-saxonne. Ce tour d'horizon devrait permettre de souligner les différences d'approche et favoriser une réflexion sur les perspectives de recherche en prenant en compte les évolutions enregistrées ces dernières années. Il devrait également montrer le poids grandissant des TIC de la communication dans les organisations même si celle-ci constitue une dimension parfois oubliée, instrumentalisée voire malmenée.

Cette table ronde regroupera un ensemble de chercheurs francophones (Belgique, Brésil, Canada, France, Maroc, Roumanie), autour de l'analyse des phénomènes de communication interne et externe, stratégique ou spontanée, formelle et informelle. Chacun des participants présentera l'état de la recherche en communication organisationnelle dans son pays en développant ses problématiques, méthodologie et principaux résultats. Cette rencontre apportera une meilleure visibilité sur les recherches en cours dans les différents laboratoires concernés, et la discussion sur leurs orientations scientifiques favorisera les fertilisations croisées.

Contenu

Le domaine couvert par cette table ronde est volontairement peu restrictif. Plusieurs dimensions pourront être présentées. Nous avons cependant retenu trois grandes problématiques, les politiques, les processus et les situations de communication, qui nous semblent fédératrices et qui peuvent être décrites comme suit :

- les politiques de communication : examen des pratiques et des techniques de communication et leurs effets attendus ou non,
- les processus de communication : étude des phénomènes communicationnels observés au niveau des collectifs de travail avec le développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication et l'avènement de nouvelles organisations productives
- les situations de communication : analyse des relations interpersonnelles au travail, co-construction de sens dans les interactions.

Après confrontation des expériences, une discussion sur les pratiques scientifiques et les conditions de la recherche dans chacun des pays sera menée. Elle devrait déboucher sur une vision transversale de la communication éventuellement en marge des développements disciplinaires traditionnels mettant en évidence les caractéristiques d'une école francophone de la communication organisationnelle.

Les résultats feront l'objet d'un compte-rendu dans le bulletin de liaison bimestriel du groupe Org & Co de la SFSIC.

Agenda de manifestations à venir

- « *Sciences et écritures, Dispositifs d'écriture et production, certification, diffusion des savoirs* »

Colloque international pluridisciplinaire 13-14 mai 2004 Besançon

Université de Franche-Comté, LASELDI (EA 2281)

Objectif

L'importance de l'écriture et des documents graphiques dans la production des connaissances scientifiques, dans leur certification et dans les processus de médiation de savoirs scientifiques a depuis longtemps été mise en évidence par les travaux du champ /Science, Technologie et Société/ (STS). Il n'en reste pas moins qu'il paraît opportun de développer des recherches françaises spécifiquement centrées sur l'écriture scientifique en cherchant à approfondir conjointement ces différentes thématiques. L'écrit scientifique ne peut pas, en effet, être réduit au seul article publié dans une revue reconnue. Le travail scientifique s'organise autour de dispositifs de

communication qui génèrent la production et l'interprétation de signes graphiques de natures diverses (supports mais aussi registres sémiotiques utilisés). Les écritures intermédiaires qui précèdent toute publication méritent aussi d'être prises en compte. En quoi ces dispositifs sont-ils constitutifs de la recherche et participent-ils aux processus de conceptualisation ? L'écrit assure la circulation et la diffusion du savoir scientifique mais l'activité d'inscription et de mise en forme matérielle n'est-elle pas essentielle à l'élaboration du savoir scientifique ? L'écriture constitue également un outil de certification des connaissances scientifiques. Pour être publiés, les textes scientifiques adoptent une mise en forme spécifique ou format scientifique. Doit-on alors parler de "genres" scientifiques ? Quelles en sont les caractéristiques (rhétorique, structure argumentative...) ? Quelle place y occupe l'auteur ? Dans quelle mesure peut-il apposer sa marque ou son style sur un texte standardisé ? Plus fondamentalement, que signifie la notion d'auteur en science alors que dans certaines sciences (physique des particules par exemple) la publication est co-signée par 50 chercheurs ?

Tout texte scientifique devient également le support privilégié des processus de médiation des savoirs, que ce soit entre scientifiques ou vers un public de non-spécialistes. En quoi ces écrits scientifiques reformulés, transportés vers de nouveaux publics, constituent-ils cependant bien plus que de simples supports de communication ? Dans quelle mesure l'écriture se trouve-t-elle alors au coeur d'enjeux épistémiques, épistémologiques mais aussi politiques, économiques et socioculturels liés à toute tentative de médiation des savoirs ? Ce colloque sera l'occasion de confronter différentes approches disciplinaires de la problématique "sciences et écritures" : en mettant en présence des chercheurs issus des sciences de l'information et de la communication, de la sociologie et de l'histoire des sciences, des sciences du langage ou encore de la didactique.

L'objet de ce colloque sera d'étudier les multiples relations qu'entretiennent (et ont entretenues à travers l'histoire) la science et l'écriture, au travers des trois thématiques suivantes : Ecriture et production des savoirs, Ecriture et certification des savoirs, Ecriture et diffusion/médiation des savoirs.

Coordination scientifique
Muriel Lefebvre, LASELDI, Université de Franche Comté

Comité scientifique
Karine Chemla, REHSEIS, Claude Condé, LASELDI, Université de Franche Comté, Ulrike Felt, Université de Vienne, Autriche, Béatrice Fraenkel, EHESS, Daniel Jacobi, LCC, Université d'Avignon, Yves Jeanneret, CELSA, Université Paris IV, Baudouin Jurdant, CCI, Université Paris VII, Dominique Vinck, CRISTO, Université de Grenoble
Pour toute information : muriel.lefebvre@univ-

fcomte.fr

Tel: 03 81 66 54 08 ou 03 81 47 68 84

- « **Questionner l'internationalisation. Cultures, acteurs, organisations, machine** »

Istanbul, Université Galatasaray, 3, 4 & 5 juin 2004
14ème congrès de la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication

L'organisation et l'animation de colloques internationaux est une habitude acquise pour notre société scientifique, récemment la mobilisation de la SFSIC dans le cadre du colloque de Bucarest en témoigne. Cette fois, c'est le Congrès de notre société savante, auquel vous êtes tous attachés, qui se déroulera à l'étranger, et le Conseil d'Administration invite donc, à cette occasion, les membres de notre communauté scientifique des SIC à sortir des frontières.

Les objectifs sont de débattre des enjeux, des discours, des problématiques et des pratiques concernant l'internationalisation, de confronter des travaux qui, directement ou plus indirectement, apportent une contribution à un thème particulièrement sensible, d'inscrire ce questionnement dans des perspectives critique, historique et comparative. Choisir les rives du Bosphore et organiser l'accueil des congressistes à l'université Galatasaray, université publique laïque et francophone dans un pays qui compte principalement des universités privées et anglophones est donc un choix symbolique fort.

Axe 4 : organisations et politique(s).

L'internationalisation se joue également sur la scène de l'ensemble des organisations Elle est liée étroitement avec les sphères politique et économique. Elle résulte de choix politiques mais elle modifie aussi la manière d'exercer le pouvoir, au niveau international, national ou local. En quoi l'organisation politique, mais aussi la pratique militante, l'entreprise, la collectivité territoriale ou l'association sont-elles affectées ?

Aux dynamiques de reconfiguration et de changement répondent des logiques identitaires, de résistance et de clôture mais aussi de réorganisation des salaires et des syndicats. Les formes organisationnelles évoluent, les pratiques professionnelles et sociales de l'information et de la communication également.

A. Communication politique, gouvernance et citoyenneté

Nouvelles formes de la communication politique.
Le secteur non gouvernemental, (ONG), l'information et la communication.

Réseaux et mouvements internationaux.

Mythes et réalités d'une démocratie électronique et d'une cybermilitance.

B. Dispositifs et pratiques de l'information & de la communication pour les organisations.

Formes organisationnelles élargies et pratiques communicationnelles
Intégration de cultures différentes dans les organisations.
Circuits d'information, logiques d'innovation et pouvoir dans les organisations face à l'internationalisation.
Gestion de la différence (linguistique, culturelle, managériale...).

Partie I. De l'agir organisationnel
Partie II. Régulation du processus de travail : de l'autonomie au bien-être
Partie III. Apprentissage et changement

- Quelques publications

- « *De l'agir organisationnel. Un point de vue sur le travail, le bien-être, l'apprentissage* »

Bruno Maggi

ISBN 2-915346-02-X / 17x24 cm / 2003 / 271 p. / 25 euros

L'ouvrage présente un « point de vue » sur le phénomène organisationnel : la théorie de l'agir organisationnel.

L'organisation est conçue comme un processus d'actions et de décisions : processus permanent, jamais achevé, qui se déploie à tous les niveaux.

L'idée de processus souligne le temps comme dimension fondamentale. On ne sépare pas l'organisation et le sujet : celui-ci organise son action en agissant.

Ce livre situe ce point de vue en précisant ses relations avec des grandes théories, notamment celles de Max Weber, Herbert Simon, James Thompson et Anthony Giddens. Il montre qu'il s'agit d'un point de vue sur le travail - et particulièrement sur sa régulation -, sur les rapports entre travail et bien-être, sur les processus d'apprentissage..

Revendiquant son caractère interdisciplinaire, la théorie de l'agir organisationnel s'adresse à tous ceux qui étudient l'organisation, ou qui réfléchissent sur cette question dans leurs pratiques. Sont concernées comme disciplines, la sociologie, l'économie, la gestion, la psychologie, l'ergonomie, le droit.

Bruno Maggi est professeur de Théorie de l'Organisation à la Faculté d'Economie de l'Université de Bologne et à la Faculté de Droit de l'Université de Milan. Il dirige des recherches interdisciplinaires sur le changement organisationnel et sur les rapports entre travail et bien-être. En France, il a de nombreuses expériences en tant que professeur invité (Universités Paris I, Paris V et Toulouse II, HEC, CNAM, CSO-CNRS).

Avant-propos, Yves Schwartz

Hommage à Jean Devèze.

Quelques éléments biographiques, par Anne-Marie Laulan

Jean Devèze est né à Paris dans une famille de fonctionnaires ; durant la guerre et l'exode, il sera fortement influencé par son énergique grand-mère maternelle. Littéraire de goût, sa famille le poussera vers des études plus "réalistes". Il intègrera une école de chimie à Toulouse où il rencontrera son épouse Denise. Dès le Lycée, puis en Faculté, il pratiquera un militantisme social, d'abord chrétien (JEC) puis laïque: Education populaire, Ligue de l'enseignement, syndicalisme étudiant puis universitaire.

Nommé, très jeune, assistant, en Physique à ce qui n'était pas encore JUSSIEU, il sera appelé par le président ALLIOT pour contribuer à l'organisation et à l'élaboration des statuts. Des années plus tard, cette connaissance des textes juridiques et ce sens de l'administration le conduiront tout naturellement à siéger au Conseil National des Universités. Dans l'innovation effervescente des années 70, il créera le département audio-visuel à Jussieu, sera le co-fondateur avec Jean Meyriat, Robert Escarpit, Jacques Bertin, Roland Barthes et Anne-Marie Laulan de ce qui deviendra plus tard la 71^e section des Universités : les Sciences de l'information et de la communication. Animateur toujours, un moment Président, puis Président d'honneur de la Société française de Sciences de l'information et de la communication (SFSIC), il

32

plaidera constamment l'intérêt pour les formations professionnalisantes, le lien avec le monde de l'entreprise, l'importance des métiers de l'information (bibliothécaires, documentalistes...). Fortement influencé par Abraham Moles, sans doute par leur itinéraire commun de la Physique aux Sciences de l'Information, il se réclame de la sémiologie, préconise l'analyse systémique qu'il appliquera dans une thèse monumentale (17 Kilos !) à l'étude de la flèche, autour en particulier de la figure de Saint Sébastien: référence à méditer pour mieux comprendre son courage devant les obstacles rencontrés sur son parcours universitaire, du Havre à Marne la Vallée, toujours à la recherche de filières réconciliant la spéculation et le monde du travail.

A la retraite depuis quatre ans, en dépit de graves soucis de santé, il intervient avec une précision teintée d'humour lors des colloques ou journées d'études sur les thèmes variés où l'entraînait son insatiable curiosité, alimentée par un usage intensif de l'Internet. Pour tenter d'achever de dépeindre cette personnalité : c'est à lui que l'on doit, à Jussieu, la création officielle d'un enseignement pour les étudiants "empêchés", c'est à dire emprisonnés à Fresnes. Homme de courage et de générosité, en dépit des risques il n'avait pas omis, pendant la guerre d'Algérie, d'être "passeur" pour des collègues contraints à la clandestinité. Sa seule récompense sera la fidélité d'amis de tous âges, origines, milieux divers...

Quelques éléments bibliographiques

- *Le sens de la flèche*, thèse de doctorat d'Etat, Université Paris 7, 1986, 2561 p.
- Des tuyaux dans les câbles ou la Bourse à la portée de tous. in Actes du séminaire 1995-1996, *Ecrit, image, oral et nouvelles technologies*. SBS-Université Denis Diderot Paris 7.
- Le réseau et l'infini, in actes du séminaire 1995-1996 *Internet : vers quelle société ?*, SBS-Université Denis Diderot Paris 7.
- *Légitimité et légitimation par les discours professionnels*. Org & Co, SFSIC, juin 1996.
- *L'activisme communicationnel en situation de crise sociale*. 4^e colloque franco-brésilien de recherche en communication SFSIC-INTERCOM, novembre 1996.
- Les autoroutes de l'information existent : sur les rives de la méditerranée, former aujourd'hui la génération de demain. Colloque *Les autoroutes de l'information : un défi pour le Monde Arabe*. Beyrouth, 1997.
- « La raison graphique » et « la bombe du général ». *Revue de bibliologie, Schéma et schématisation*, n°47, SSB, Paris, 1997
- Le temps et les nouvelles technologies de l'information et de la communication. in Actes du séminaire 1997, *Ecrit, image, oral et nouvelles technologies*. SBS-Université Denis Diderot Paris 7.

FICHE D'IDENTIFICATION
DES CHERCHEURS EN COMMUNICATION ORGANISATIONNELLE

IDENTITE	
NOM Prénom	
Courriel	
Adresse postale	
Téléphone	
Portable	
Statut	

EQUIPE	
Laboratoire de rattachement	
Statut (CNRS, EA, JE, autre)	

FORMATION DISPENSEE		
1, 2, ou 3 cycle		
Thématique générale	En Information & Communication	En Communication & Organisation
Intitulé		
Autres		

TERRAINS D' ETUDES PRIVILEGIES	
Entreprises (publiques, privées, semi publiques)	
Administrations, Etat, collectivités locales	
Projet	
Autres	

TECHNIQUES D' INVESTIGATION	
Observation,	
Questionnaires,	
Documents	
Sources	
Autres	

MOTS CLES	
(Choisir 5 mots-clés parmi la liste + 2 ou 3 personnels supplémentaires le cas échéant. Cette liste ne préjuge pas de la scientificité des problématiques traitées, mais devrait permettre de tenter de mieux cerner les contours de la recherche en communication organisationnelle.)	
Action située	
Activité professionnelle	
Approche compréhensive	
Cognition distribuée	
Communication externe	
Communication interne	
Communication professionnelle	
Construction sociale	
Constructivisme	
Gestion symbolique	
Interaction	
Langage	
Modèle productif	
Outils techniques de communication	
Positiviste, réaliste	
Relations interpersonnelles	
Représentations sociales	
Théorie des organisations	
TIC	
Changement organisationnel	
Information	
Autres	

PUBLICATIONS JUGEES REPRESENTATIVES (3 ou 4 le cas échéant)

AUTORISATION DE MISE EN LIGNE SUR LE SITE ORG & CO

DE CONTRIBUTIONS PORTANT SUR LA COMMUNICATION ORGANISATIONNELLE

Si vous souhaitez que vos contributions d'Aix-en-Provence 1999, Castres 2001 et Rennes 2001 soient mises en ligne sur le site d'Org & Co (sans perdre vos droits d'auteur), vous êtes invités à retourner par courrier ou par mèl (à l'adresse du bulletin) cette autorisation type :

« Je déclare que ces données sont ma propriété intellectuelle. En archivant moi-même cette collection de fichiers et les données bibliographiques associées sous forme de métadonnées, je donne au coordinateur du groupe d'études et de recherches Org & Co, correspondant de la SFSIC, le droit de les stocker et de les rendre disponibles à tous publics de manière permanente pour permettre leur diffusion à titre gratuit en ligne. »