



HAL
open science

Journalisme : retour aux sources. Présentation du dossier

Nicolas Kaciaf, Jérémie Nollet

► **To cite this version:**

Nicolas Kaciaf, Jérémie Nollet. Journalisme : retour aux sources. Présentation du dossier. Politiques de communication, 2013, Politiques de communication, 1, pp.5-34. 10.3917/pdc.001.0005. hal-02551777

HAL Id: hal-02551777

<https://hal.univ-lille.fr/hal-02551777>

Submitted on 25 Jan 2024

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

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

JOURNALISME : RETOUR AUX SOURCES

présentation

Nicolas KACIAF et Jérémie NOLLET

Les « sources » d'information ont acquis, depuis une quarantaine d'années, une place centrale dans l'analyse sociologique de la fabrique de l'actualité. Il est désormais impossible d'étudier l'activité journalistique et, au-delà, les dynamiques de médiatisation sans prendre en compte les stratégies d'accès aux médias mises en œuvre par les organisations, leurs représentants, ainsi que par les communicants chargés de gérer leurs « relations presse »¹. Mais, si ce mot d'ordre a été particulièrement fécond dans les travaux anglo-américains et canadiens, il s'est longtemps réduit en France à l'évocation de concepts-écrans, au premier rang desquels figure cette métaphore des « sources » et la référence à leur récente « professionnalisation »². Le dossier présenté ici ambitionne d'appréhender les processus de mise en visibilité médiatique, en se focalisant sur les interactions entre les journalistes et leurs interlocuteurs, que ces derniers soient ou non cités en tant qu'informateurs et/ou érigés en protagonistes de l'actualité. Il s'agit donc de se pencher sur cette large diversité d'acteurs qui tantôt s'efforcent de susciter l'attention des entreprises médiatiques, tantôt sont amenés à répondre à leurs sollicitations, tantôt cherchent à se protéger contre leur intrusion. Cette introduction vise, quant à elle, à rappeler l'évolution des modalités de construction et de problématisation scientifique d'un tel objet, et à souligner en quoi celui-ci demeure l'objet d'interrogations primordiales, malgré les transformations récentes de l'espace public médiatique. C'est donc bien à un retour aux sources que convie ce premier numéro de *Politiques de communication*³.

Aux sources d'une problématique

Si les analyses des productions journalistiques prennent en compte le rôle des sources⁴ d'information depuis les années 1960, il faut attendre les années 1980 et 1990 pour que les chercheurs systématisent cette réflexion en se préoccupant des pratiques communicationnelles des groupes et de leurs leaders, ainsi que des

¹ Pour une récente mise en perspective théorique de l'articulation entre « sources » et « flux » des nouvelles, voir Lagneau et *al.*, 2013.

² Pour une discussion critique de ce processus de « professionnalisation », voir Lilleker, Negrine, 2002 ; Legavre, 2007, p. 145 *sq.*

³ Les articles réunis dans ce dossier ont initialement fait l'objet d'une communication orale lors du colloque « Communication et journalisme : nouvelles frontières, nouvelles interdépendances ? » (Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, 19 et 20 janvier 2012).

⁴ Si cette notion mérite d'être mise à distance tant elle renvoie à des réalités floues et hétérogènes, nous abandonnons à présent les prudents guillemets par commodité de lecture.

conditions et ressources qui rendent possibles l'accès aux médias et permettent d'y imposer informations et représentations.

Quand la sociologie du newsmaking découvre les sources

Au cours des années 1950 et 1960 se développe une sociologie du journalisme qui met de côté la question des effets sociaux des médias pour celle de la fabrique de l'information (*newsmaking*)⁵. Observant le travail journalistique, ces chercheurs – principalement nord-américains – s'efforcent de rendre compte des pratiques des rédacteurs et des déterminants de leurs productions : organisation du travail individuel et collectif, contraintes marchandes, idéologies professionnelles, biais cognitifs liés à la socialisation des rédacteurs, etc. (par exemple White, 1950 ; Gieber, 1964). Entreprises dans une période de forte concentration de l'espace médiatique, notamment audiovisuel (Delli Caprini, Williams, 2011, p. 55), ces recherches tendent à partager certains des présupposés qui légitiment le travail journalistique et attribuent à ses praticiens un réel rôle démocratique. Armés de compétences et de responsabilités professionnelles spécifiques, les journalistes constitueraient les « *gatekeepers* » de l'espace public, autrement dit des intermédiaires autonomes chargés de gérer l'accès à la publicité médiatique et de rendre visible auprès des citoyens ordinaires l'activité des élites et des institutions (*ibid.*, p. 61). Il s'agit alors pour les chercheurs d'interroger les principes qui conduisent les rédactions à évaluer la prévalence respective des informations et des thèmes d'actualité. Ces travaux ont offert une précieuse remise en cause des postulats naturalistes qui sous-tendent la prétention à l'objectivité journalistique (leurs récits constitueraient un « miroir » de la réalité). Mais, en se focalisant de la sorte sur les *biais* générés par les procédures de recueil et de formatage des nouvelles, ils suggèrent implicitement qu'il pourrait exister une couverture non biaisée de l'actualité. Pour le dire autrement, ces recherches laissent entendre que les productions journalistiques s'écarteraient de faits qui existeraient indépendamment de leurs comptes-rendus et ainsi d'une réalité qui, elle, ne serait pas socialement construite⁶.

Or, les « journalistes ne sont pas connectés avec des faits mais avec des paroles » (Mouillaud, Tétu, 1989, p. 5). C'est un constat similaire qui traverse la production scientifique anglo-américaine des années 1970 et 1980. Défendant une approche plus résolument constructiviste, inscrits dans une perspective critique soucieuse de mettre au jour et d'expliquer les orientations tendanciellement conservatrices des *mass media* états-unis, ces chercheurs vont accorder aux sources d'information un rôle actif dans la fabrique des récits journalistiques. Leurs travaux tendent à reformuler la problématique de l'agenda médiatique : celui-ci n'est plus seulement appréhendé comme le produit d'une sélection déterminée par les jugements professionnels des rédacteurs mais comme le résultat d'une compétition entre un ensemble d'acteurs et d'institutions, inégalement capables

⁵ Pour une synthèse de ces travaux, voir par exemple Schudson, 2000.

⁶ Pour une discussion critique de la notion de « biais médiatiques », voir Schudson, 2003, p. 33 sq.

d'enrôler les journalistes et de peser sur leurs productions. L'analyse des logiques discriminant cet accès apparaît désormais comme l'un des problèmes primordiaux de la sociologie du journalisme. Elle est alors analysée « dans les deux sens : l'accès de la presse et l'accès à la presse » (Sigal, 1973, p. 193)⁷. Cette perspective conduit Leon Sigal à observer les « tactiques » mises en œuvre par les protagonistes des affrontements politiques et administratifs pour susciter l'attention des correspondants à Washington et ainsi mobiliser à leur profit les ressources offertes par la médiatisation (*ibid.*, p. 131 *sq.*).

Dans son enquête sur les rédactions de quatre grands médias américains, Herbert Gans systématise cette réflexion. Pour lui, la valeur journalistique d'une nouvelle n'émane pas seulement de sa *pertinence* supposée auprès des audiences. Elle dépend également de sa *disponibilité*, autrement dit de la capacité des rédacteurs et de leurs sources à accéder les uns aux autres (Gans, 1979 : p. 80)⁸. Gans montre ainsi à quel point l'accès constitue « le reflet de la structure sociale » : tandis que « le pouvoir politique et économique permet d'obtenir un accès facile aux journalistes », « ceux qui manquent de pouvoir ne sont généralement pas recherchés par les journalistes à moins que leur activité ne produise du désordre social ou moral » (*ibid.*, p. 82). Comme le souligne Gaye Tuchman, les rédactions sont en effet organisées pour « routiniser l'inattendu » (1973), c'est-à-dire qu'elles affectent leurs reporters auprès des organisations susceptibles de leur fournir la matière première des récits d'actualité⁹. Mark Fishman prolonge cette analyse en montrant à quel point « le monde est bureaucratiquement organisé pour les journalistes » (1980, p. 51) : comme les rédacteurs sollicitent prioritairement les sources jugées loquaces et crédibles (police et justice dans le cas qu'il étudie), ils tendent à « voir » et à « cadrer » l'actualité à travers les lunettes de ces organismes officiels.

Ces différents travaux offrent des résultats paradoxaux. D'un côté, à rebours de l'image valorisée du *gatekeeper* autonome et responsable, ils décrivent des journalistes plus passifs, chargés moins de *recueillir* l'information que de *mettre en forme* des discours produits à leur attention par les porte-parole des institutions dominantes¹⁰. Ce formatage des nouvelles apparaît d'ailleurs lui aussi comme le

⁷ Sigal signale ainsi le double enjeu démocratique de l'analyse des conditions de la rencontre entre les journalistes et les acteurs de la vie publique : « L'accès de la presse est essentiel pour que les gouvernés puissent exercer leur contrôle sur les gouvernants. L'accès à la presse (...) est essentiel pour que la liberté d'expression puisse avoir une vraie signification » (1973, p. 193).

⁸ Pour Gans, les sources sont « les acteurs que les journalistes observent ou interrogent, que les interviewés apparaissent anonymement ou soient cités dans les articles, ainsi que ceux qui fournissent uniquement des informations de contexte ou des suggestions d'articles » (1979, p. 80).

⁹ La division du travail journalistique ne repose donc pas sur un principe de « couverture » mais sur un principe de « filet » dont les mailles seraient ajustées à la nature des faits auxquels les entreprises de presse espèrent accéder (Tuchman, 1978, p. 23).

¹⁰ Il existe d'évidents contre-exemples. Ainsi, Tunstall (1971, p. 185-186), Sigal (1973, p. 140 *sq.*) et Gans (1979, p. 117 *sq.*) portent une attention plus soutenue aux efforts des journalistes pour contrecarrer les stratégies de promotion ou de rétention d'information de leurs interlocuteurs. La convergence d'intérêts entre les rédacteurs et leurs sources ne semble donc pas automatique à la lecture de ces travaux. La mise au jour du caractère ambivalent de telles interactions n'étonne guère dans le cas de Tunstall qui, à travers son concept de « competitor-colleagues », montre que des spécialistes affectés aux mêmes rubriques peuvent entretenir à *la fois* des relations de concurrence et de collaboration.

produit de procédures standardisées qui ne laissent que de faibles marges de manœuvre aux rédacteurs. Ces derniers disposeraient en effet de règles d'écriture destinées à la fois à satisfaire leurs audiences et minimiser les risques professionnels (Tuchman, 1972, p. 662)¹¹. Mais, d'un autre côté, malgré ce constat de relative passivité, les investigations empiriques entreprises par ces chercheurs demeurent toujours principalement conduites aux côtés des journalistes, plus qu'auprès de leurs informateurs.

L'appréhension des entreprises médiatiques comme simple réceptacle des activités communicationnelles est particulièrement prononcée chez Harvey Molotch et Marilyn Lester (1974). En croisant deux dimensions du processus de production des nouvelles (la réalisation intentionnel ou non d'un fait, et l'identité du promoteur de l'information auprès des médias), ils élaborent une typologie des « événements publics » vis-à-vis desquels les journalistes, réduits au statut « d'assembleurs », ne sont qu'épisodiquement en recherche active d'informations. Constituant le type le plus fréquent, les « événements de routine » sont principalement promus par les groupes qui disposent d'un « accès habituel » aux médias en raison de leur « richesse » et de leurs « sources institutionnelles de pouvoir ». Quant aux autres groupes, ils doivent s'en remettre à la « perturbation » : ils sont contraints de « créer » des événements, parfois violents, qui ne deviennent événements que parce qu'ils « représente[nt] un problème pour les relativement puissants ». Focalisée sur la « façon de traiter les dissidents » plus que sur « les questions que ceux-ci soulèvent », la couverture journalistique échappe généralement aux porte-parole de ces groupes¹².

Ce sont des résultats convergents, mais à partir d'une autre tradition intellectuelle, que va mettre au jour l'équipe de Birmingham dirigée par Stuart Hall (Hall et al., 1978). Défendant une approche néo-gramscienne de l'hégémonie culturelle, ces derniers montrent que la construction médiatique des « problèmes » sociaux résulte des inégalités structurelles entre les sources. En effet, certaines sources « officielles » disposent d'un accès privilégié aux médias et parviennent à imposer durablement leurs cadrages interprétatifs. Le ministère de l'Intérieur et la police britanniques ont ici un quasi-monopole dans la problématisation de la montée de la délinquance. Ils s'imposent ainsi comme les « définisseurs primaires » des problèmes de sécurité, les journalistes construisant leurs récits à partir de leur vision des événements.

¹¹ Pour Tuchman (1972), l'objectivité journalistique résiderait dans le respect de procédures « ritualisées » qui repose davantage sur un usage tactique des citations (à travers notamment le respect d'une relative polyphonie) que dans la recherche d'une description réaliste du monde social. Pour une critique de cette approche stratégiste, voir Lagneau, 2010, p. 18 *sq.*

¹² Dans son étude sur le traitement médiatique de la Nouvelle gauche américaine des années 1960, Todd Gitlin montre avec acuité comment les leaders d'une organisation dépourvue de ressources institutionnelles telle que le Students for a Democratic Society ne parviennent pas à être reconnus par les journalistes comme des interlocuteurs crédibles et légitimes (Gitlin, 1980).

Les apories du « médiacentrisme »

À rebours de ces approches structurales des relations entre sources et médias, les années 1980 et 1990 voient la montée en puissance de travaux plus attentifs aux singularités organisationnelles et conjoncturelles des secteurs au sein desquels se recrutent les interlocuteurs des journalistes et les protagonistes des débats publics. Ils sont, surtout, plus qu'autrefois soucieux d'analyser ces rapports du point de vue des sources elles-mêmes, de leurs activités communicationnelles et de leurs oppositions. L'enjeu est moins d'observer ce que les médias font aux sources que d'analyser ce que les sources font aux médias.

Dans son étude sur l'évolution de la couverture médiatique de la guerre du Vietnam, Daniel Hallin montre ainsi dans quelle mesure les postures adoptées par les journalistes vis-à-vis du conflit sont redevables de l'état des rivalités parmi les élites politico-administratives américaines. « Dans les situations où le consensus politique semble prévaloir, les journalistes tendent à agir comme des membres "responsables" de l'establishment politique, endossant les perspectives politiques dominantes et transmettant plus ou moins rigoureusement le point de vue des autorités (...). En situation de conflit politique, ils deviennent plus détachés voire oppositionnels, bien qu'ils restent habituellement à l'intérieur des frontières du débat qui se déroule parmi les élites politiques et continuent de garantir un écho privilégié aux officiels les plus hauts placés dans les sphères de l'exécutif (...). Les nouvelles "reflètent" ces divisions, pour utiliser l'analogie du miroir » (Hallin, 1986, p. 10).

Ainsi, l'agencement d'un univers organisationnel donné conditionne l'identité des sources accessibles, leurs modalités de communication (des communiqués de presse aux confidences anonymes) et la nature des informations qu'elles cherchent à promouvoir, autant d'éléments déterminant ce que les journalistes peuvent « voir », « entendre » et légitimement intégrer dans leurs récits. Comme le soulignait déjà Fishman, « chaque rubrique nécessite (...) des façons différentes de travailler, adaptées à l'activité particulière du territoire couvert par la rubrique » (1980, p. 36). Il ne suffit donc pas de postuler le caractère stratégique de l'action des sources d'information, il faut également analyser dans quelle mesure le travail de promotion ou de rétention est rendu possible par les spécificités des secteurs auxquels appartiennent les interlocuteurs des journalistes. C'est cette perspective que s'efforcent de suivre Ericson, Baranek et Chan (1989) dans leur analyse des sources des informations relatives aux questions de criminalité. Ils y montrent notamment à quel point les acteurs concernés par cet enjeu (milieu judiciaire, police, législateurs, acteurs privés) entretiennent des rapports hétérogènes à la publicité médiatique : ils délimitent différemment les frontières entre la scène et les coulisses, mettent en place des dispositifs de communication variés et s'avèrent inégalement capables de promouvoir un discours unifié et de l'imposer aux journalistes (*ibid.*, p. 7-16 et 377-392). Les nouvelles apparaissent ainsi comme le produit du degré d'ouverture des institutions, cette ouverture étant elle-même en jeu dans les « négociations » que mènent les journalistes et leurs sources pour définir les informations auxquelles les premiers peuvent accéder et rendre publiables.

Comprendre la fabrique de l'actualité et des visions du monde qu'elle incorpore suppose donc d'observer ce qui se passe à l'intérieur même des organisations, officielles ou non, en matière de relations aux médias. Cette démarche est notamment défendue par Philip Schlesinger lorsqu'il propose de partir « du point de vue des sources elles-mêmes » (1992, p. 77). Selon lui, « la sociologie des médias s'est montrée excessivement média-centrique » jusqu'alors, puisque elle « a eu pour principal – mais certainement pas unique – centre d'intérêt la manière dont les organismes de médias (...) utilisent les sources d'information » (*ibid.*, p. 78). S'il reconnaît la contribution décisive de Hall et de ses collègues, il critique aussitôt leur structuralisme qui tend à figer l'hégémonie des sources officielles. Il leur reproche de négliger les luttes qui les déchirent, de sous-estimer l'existence en leur sein de porte-parole officieux, de ne pas suffisamment prendre en compte les changements à long terme dans la structure de l'accès aux médias, et d'avoir promu un modèle unidirectionnel qui omet le pouvoir d'initiative des journalistes dans la production de l'information. En d'autres termes, Schlesinger invite les chercheurs à mieux analyser les stratégies, les intérêts et les pratiques des agents sociaux en matière d'accès aux médias.

Il s'efforce alors de définir un modèle qui puisse servir de programme de recherche¹³. Son objectif est de « mettre au point un système capable de rendre compte des activités des sources non-officielles sous une forme qui ne les exclut pas de la théorie et ne se contente pas non plus de les prendre en considération du seul point de vue média-centrique des producteurs de l'information » (*ibid.*, p. 91). Pour ce faire, il invite à prendre pour objet « l'action stratégique » par laquelle les sources parviennent à s'imposer comme définisseur primaire (plutôt que par l'effet mécanique de leur position). Il s'approprie alors la théorie des champs de Bourdieu, en raison de la place qu'elle accorde à la mobilisation de différentes formes de capital dans l'accès aux positions dominantes. Soucieux d'évaluer « dans quelle mesure l'action de la source d'information se conforme à un calcul utilitaire en fonction duquel l'information est façonnée dans l'optique d'une utilisation par les médias » (*ibidem*), Schlesinger identifie différentes conditions de possibilité à la reprise d'un message par les médias : la source doit 1) promouvoir un message bien défini et construit selon les critères de la *newsworthiness*, 2) cibler ses publics et les médias pertinents, et 3) anticiper les prises de position médiatiques des concurrents. Il devient alors possible d'objectiver trois types de ressources mobilisées par les sources : les ressources institutionnelles (en vertu desquelles se distinguent les institutions étatiques, les groupes d'intérêts et les groupes *ad hoc*), financières (et organisationnelles), et enfin culturelles (légitimité et autorité sociale).

Il n'est sans doute pas fortuit que ces redéfinitions conceptuelles et méthodologiques des relations entre sources et médias aient lieu au cours des années 1980. Outre les effets d'une conjoncture politico-intellectuelle marquée par l'essoufflement des théories critiques, ces reproblématisations émergent parallèlement à de profonds changements dans les univers des médias et de la communication. Le prodigieux développement des relations publiques (Davis,

¹³ Pour une mise à l'épreuve empirique d'un tel modèle, Schlesinger et Tumber, 1994.

2000), articulé – selon les contextes nationaux – à une dérégulation des marchés audiovisuels et à l'entrée dans une situation d'hyperconcurrence entre médias (Brin, Charron, De Bonville, 2004), contribue à réévaluer le poids des logiques commerciales et industrielles dans la production de l'information médiatique. Plus qu'autrefois, les institutions publiques et les acteurs de la « société civile » doivent ajuster leur communication aux attentes journalistiques en termes de formats et de capacité à capter l'attention des audiences. Cette nouvelle configuration amène certains chercheurs à en analyser les incidences sur le fonctionnement des institutions politiques (Cook, 1998), sur les modalités de production et de circulation des informations politiques (à l'image des « fuites » étudiées par Negrine, 1996, p. 23 *sq.*), ou sur le poids croissant du « capital médiatique » dans la production des hiérarchies internes au champ politique (Davis et Seymour, 2010)¹⁴.

Pour certains auteurs, c'est la notion même de source et les problématiques qu'elle engage qui sont aujourd'hui mises à mal par les bouleversements technologiques et leur impact sur la publicité des luttes partisans et idéologiques. Partant du constat d'un effacement croissant des frontières entre information et divertissement, producteurs et consommateurs de contenus médiatiques, communication de masse et communication interpersonnelle, Bruce Williams et Michael Delli Caprini (2011) appréhendent ces évolutions comme la fin de l'âge des « nouvelles diffusées », autrement dit comme la mise en cause d'un système où les élites journalistiques et politiques négociaient l'accès à un espace public fortement centralisé. Leur démonstration s'appuie sur le concept de « régime médiatique », qu'ils définissent comme « un ensemble, historiquement spécifique et relativement stable, d'institutions, de normes, de mécanismes et d'acteurs qui façonnent les attentes et les pratiques des producteurs et des consommateurs de médias » (*ibid.*, p. 16). Si les spécificités d'un régime médiatique résultent des luttes autour du rôle démocratique des médias, celui-ci détermine en retour les voies à travers lesquelles les informations circulent, façonnant de la sorte « l'environnement discursif » des citoyens. L'âge des « nouvelles diffusées » apparaît ainsi comme le produit d'arrangements institutionnels, formalisés en réponse aux évolutions médiatiques du début du XX^e siècle. Or, depuis les années 1990, ce régime est profondément bousculé par un ensemble de mutations techniques et industrielles (explosion du nombre de chaînes de télévision, développement d'Internet) qui multiplierait les sources d'information, renforcerait la concurrence entre médias, rendrait possible de nouveaux usages (militants notamment) et brouillerait la frontière entre producteurs et consommateurs de contenus médiatiques. Si les contours du nouveau régime restent pour l'heure indéterminés, l'environnement informationnel actuel serait dominé par une situation de fluidité et d'instabilité plus forte du pouvoir politique que les auteurs qualifient de « multiaxialité » : la multiplication des points d'entrée dans l'espace médiatique aurait conduit à une diversification des acteurs qui participent aux luttes pour façonner l'environnement discursif de la vie politique (*ibid.*, p. 147). Mais si les élites politiques et journalistiques traditionnelles ont perdu le monopole du contrôle de l'information politique, les structures du

¹⁴ Sur l'ensemble de ces thèmes, voir le récent numéro consacré à la « médiatisation du politique » par la revue *Communication Theory*, n°23, 2013.

pouvoir n'ont pas été soudainement abolies par les nouveaux médias : tous les groupes ne disposent évidemment pas des mêmes opportunités pour influencer les débats publics. La couverture médiatique du « 11 septembre 2001 » rappelle ainsi que ce nouvel environnement médiatique n'empêche aucunement des circonstances d'hégémonie idéologique (*ibid.*, p. 275).

Perspectives et points aveugles de la littérature française

Ce programme de recherche, centré sur les relations entre les journalistes et leurs sources, a été tardivement investi en France¹⁵. La relative rareté des travaux directement consacrés aux stratégies d'accès aux médias et/ou aux pratiques des « relations presse » tranche avec le fort développement de la sociologie du journalisme au cours des deux dernières décennies.

Une tradition « journalistico-centrée »

Sans analyser directement l'activité des sources, les premiers spécialistes du travail et de l'écriture journalistique ont pourtant bien montré à quel point les contenus médiatiques étaient conditionnés par la nature des relations entre les rédacteurs et leurs interlocuteurs privilégiés. Dès 1976, Jean-Gustave Padioleau s'est efforcé d'analyser les rhétoriques journalistiques comme « le produit de pratiques inscrites dans des contextes d'interaction spécifiques dont les caractéristiques influencent l'occurrence et l'opportunité des dites rhétoriques » (1976, p. 268) : ce qui distingue alors le journalisme « d'expertise critique » du « journalisme de routines », c'est bien l'ambition de s'afficher auprès des audiences et des sources comme des spécialistes compétents et autonomes, capables de mettre à distance les messages promus à leur attention par ces dernières. De même, l'étude de Rémy Rieffel sur l'élite des journalistes met l'accent sur l'importance du carnet d'adresses et de la constitution d'un réseau au sein de l'*establishment* pour être reconnu comme un bon professionnel (1984, p. 65 *sq.*). La pauvreté des liens entretenus avec les représentants des autres groupes sociaux favorise, chez ces journalistes, une « tendance intégratrice » (*ibid.*, p. 182) qui ne les prédispose pas à s'approprier les discours critiques à l'encontre de l'ordre établi. Enfin, une autre perspective centrale dans l'espace académique français des années 1970 et 1980 est l'approche fonctionnaliste des discours de presse défendue par Yves de la Haye (1985). Pour lui, l'analyse de la confection des messages journalistiques « n'a de sens que dans le rapport aux sources qui l'alimentent, aux politiques de communication ou de secret qui l'insèrent, aux institutions qui le surveillent » (*ibid.*, p. 65). De fait, le journalisme est historiquement et structurellement inscrit dans des rapports de pouvoir et de domination qui délimitent les frontières du dicible et de

¹⁵ Contrairement au Canada où les travaux qui analysent la production médiatique en intégrant l'activité des sources au cœur de l'investigation ne manquent pas (Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991 ; Charron, 1994 ; Bernier, 2000).

l'indicible : « le ressort de l'information est l'intérêt qu'un groupe social y attache » (*ibid.*, p. 68). Chaque rubrique s'est ainsi institutionnalisée en réponse à de nouvelles attentes sociales et, surtout, en réponse aux intentions des pouvoirs dont elles mettent en scène les activités et relaient la communication.

Armés de ces problématiques initiales, la sociologie française du journalisme s'est enrichie depuis vingt ans de nombreux travaux portant sur les « sous-champs spécialisés du journalisme » (Marchetti, 2002). Ces études ont permis d'explorer, dans une perspective souvent sociohistorique, le travail et l'environnement des rédacteurs spécialisés sur les questions médicales (Marchetti, 2010), économiques (Duval, 2004), sociales (Lévêque, 2000), européennes (Baisnée, 2003 ; Bastin, 2003), politiques (Neveu, 1993 ; Saitta, 2005 ; Legavre, 2005 ; Kaciaf, 2013), locales (Frisque, 2002), ou encore politico-judiciaires¹⁶. Si les sources ne sont pas totalement absentes de ces recherches, elles ne sont généralement convoquées que comme éclairage secondaire de l'activité journalistique. Les constructions événementielles privilégiées par ces rédacteurs sont ainsi en partie redevables des caractéristiques des univers qu'ils sont amenés à couvrir : les propriétés sociologiques de leurs états-majors ; les préconstructions de la réalité et les *illusio* partagés dans ces secteurs ; leur perméabilité à l'intrusion des logiques communicationnelles ; les spécificités organisationnelles qui déterminent enfin la diversité des porte-parole, l'intérêt à accéder aux médias, la nature des informations qu'ils cherchent à promouvoir ou à taire, les modalités de communication publique et d'interactions plus informelles avec les acteurs médiatiques. Il n'en demeure pas moins que peu de ces travaux abordent frontalement la question de l'accès *aux / des* médias. D'une part, l'identité des sources privilégiées par les rédacteurs apparaît plus souvent comme une variable explicative que comme un objet à expliquer. D'autre part, focalisés sur les rhétoriques et les cadrages, ces recherches ont rarement investi l'examen des mécanismes de circulation et de publicisation des informations dans ces différents univers sociaux.

Six voies d'accès aux sources

Si la sociologie française du journalisme n'a donc pas toujours placé l'activité des sources au cœur de son questionnement, la multiplication récente des recherches abordant cet objet a permis que les logiques et conditions d'accès à la visibilité médiatique soient désormais relativement bien documentées. Malgré d'inévitables convergences, six perspectives peuvent ainsi être distinguées.

(1) Une première série de travaux se sont focalisés, dès la fin des années 1980, sur l'institutionnalisation de la fonction « communication » dans les organisations et notamment dans les institutions publiques (Lévêque, 1993) et politiques (Legavre, 1993). Cette démarche a notamment permis de sortir l'analyse de la communication politique du seul examen des discours et de se préoccuper de ses acteurs et de leurs efforts visant à justifier leur présence auprès des élus et/ou

¹⁶ Sur les journalistes dits d'investigation, voir Marchetti, 2001 ; Lemieux, 2001 ; Charon et Furet, 2000.

des responsables administratifs (Champagne, 1990 ; Legavre, 1993 et 2007 ; Ollivier-Yaniv, 2000 et 2008 ; Marchetti, 2008; Gatien, 2009 ; Aldrin et *al.*, 2013). Plusieurs auteurs soulignent notamment l'affinité élective entre le développement de la communication et l'évolution des fondements de la légitimité politique (Champagne, 1984 ; Neveu, 1994). L'institutionnalisation de la communication apparaît alors comme un indice d'une perte d'autonomie des organisations face à la montée en puissance du couple médias-sondages. Elle se développe en effet en réponse, d'une part, à la prise en compte croissante de cette « opinion publique » que les sondages prétendent mesurer et, d'autre part, à l'« emprise » d'un journalisme davantage soumis qu'autrefois aux logiques commerciales. L'accès à l'espace médiatique tend à être perçu par un nombre croissant d'institutions gouvernementales et de groupes d'intérêts comme un enjeu stratégique, qui les oblige à développer leurs dispositifs communicationnels. Ce processus a été mis en évidence au sujet d'enjeux sectoriels, tels que la sécurité alimentaire (Nollet, 2010), le changement climatique (Comby, 2008) ou la question des « banlieues » (Sedel, 2009)¹⁷.

L'institutionnalisation de la communication n'épuise cependant pas la réflexion sur les sources : d'une part, les interlocuteurs des journalistes ne sont évidemment pas tous des professionnels de la communication ; d'autre part, l'activité communicationnelle des organisations ne se réduit jamais aux seules « relations presse ». Le travail des conseillers en communication reste cependant un terrain fécond pour l'analyse des sources d'information, à condition d'améliorer les connaissances sur leurs positions dans les organisations, leurs relations avec ceux dont ils sont chargés de fabriquer l'image, ou leur contribution propre à la construction de contenus médiatiques.

(2) Un deuxième ensemble de recherches s'efforce de comprendre le réglage des relations entre les journalistes et leurs sources. Ici, force est de constater la forte hétérogénéité des échelles d'analyse et des paradigmes sociologiques mobilisés. D'un côté, à travers notamment l'examen des usages journalistiques et politiques du « off », Jean-Baptiste Legavre (1992 ; 2011) met en scène des « associés-rivaux » stratèges, soumis à la dialectique de la proximité et de la distance, et dont les marges de manœuvre sont contraintes par les ressources et les exigences associées à leurs rôles respectifs¹⁸. De l'autre, défendant une analyse grammaticale attentive aux spécificités des contextes d'interactions, Cyril Lemieux (2000) décrit les règles qui gouvernent différenciellement les relations, publiques ou privées, entre les journalistes et leurs interlocuteurs. D'autres auteurs proposent, quant à eux, une approche plus structurale de ces chaînes d'interdépendances : c'est le cas de Jacques Le Bohec (1997) qui identifie cinq idéaltypes des rapports presse-politique ou de Cégolène Frisque (2010) qui met au jour les transformations des

¹⁷ Étudiant quatre ONG humanitaires, Pascal Dauvin et Johanna Siméant (2002) montrent également les tensions suscitées par la professionnalisation de la communication dans une organisation où la légitimité se fondait d'abord sur l'action de terrain.

¹⁸ Sur le « off » et les transactions informelles d'information, voir aussi Haegel, 1992 ; Marine, 1995 ; Aldrin, 2005.

relations entre pouvoirs locaux et rédacteurs de la presse quotidienne régionale. D'autres travaux reposent enfin sur des observations ethnographiques minutieuses des échanges au sein des « mondes de l'information » (Bastin, 2003). Mais, faute de se plonger complètement du côté des sources, ils nous apprennent finalement peu sur ce qui se passe *en amont* de ces interactions, à l'intérieur même de la machinerie organisationnelle.

(3) Il faut ensuite se tourner du côté de la sociologie des mobilisations pour identifier des travaux inscrits dans la continuité des problématiques anglo-américaines précédemment mentionnées (Lagneau et Lefébure, 2001 ; Juhem 2001). Analysant les stratégies d'accès aux médias d'Act up Paris au prisme de la mobilisation des ressources, Dominique Marchetti (1998) met l'accent sur les mécanismes d'accumulation et de conversion du « capital médiatique ». Grégory Derville (1997) s'approprie, quant à lui, la critique de la notion de « définisseurs primaires » en montrant comment les stratégies communicationnelles de Greenpeace lui permettent, pendant un temps, de faire jeu égal dans la bataille symbolique qui l'oppose au service de presse des armées, à l'occasion de la reprise des essais nucléaires français dans le Pacifique.

(4) Bien que tardivement introduite en France (Cefaï, 1996 ; Neveu 1999), la sociologie des problèmes publics (Blumer, 1971 ; Gusfield, 1981) a également permis de penser les interdépendances entre les journalistes et les espaces politique, administratif, experts, militants, etc. C'est sans doute Emmanuel Henry (2007) qui, à propos de la construction de l'amiante comme problème de santé publique, va le plus loin dans décloisonnement entre les sociologies du journalisme, des problèmes publics et de l'action publique. Le recours aux médias apparaît ici comme l'un des éléments de répertoire d'action utilisés avec succès par les groupes mobilisés dont les journalistes se sont sentis les plus proches, socialement parlant.

(5) Si beaucoup reste encore à faire sur ce terrain, quelques travaux en sociologie des institutions (notamment partisanes) ont eux aussi étudié ce que la médiatisation met en jeu dans ces espaces. La mise en place de dispositifs de communication et l'institutionnalisation du porte-parolat au sein du PS sont ainsi l'occasion de luttes internes complexes... que certains protagonistes n'hésitent d'ailleurs pas à publiciser (Bachelot, 2008). De même, le recours à des stratégies d'accès aux médias au sein des institutions ministérielles, notamment à l'occasion de « crises » très médiatisées, permet à certains hauts fonctionnaires aux propriétés sociales atypiques d'accéder à des positions dominantes en renversant les modalités routinières de reproduction des hiérarchies administratives (Nollet, 2010).

(6) Enfin, les recherches focalisées sur les flux d'informations, à l'échelle nationale ou transnationale, permettent de déplacer les questionnements (pour une revue de cette littérature, voir Lagneau et al., 2013). À travers l'adoption d'une conception plus extensive de la notion de sources, c'est l'ensemble des supports d'information auxquels se connectent les journalistes qui sont pris pour objet. Ces approches s'avèrent évidemment sensibles aux transformations technologiques et

socioéconomiques de l'univers médiatique (réseaux sociaux, *data journalism*, etc.) et à leur impact sur la nature même des informations que peuvent mobiliser les rédacteurs (Parasie et Dagiral, 2013). L'avènement du web 2.0. complexifie les pratiques communicationnelles des sources et bouscule les frontières traditionnelles entre acteurs de la vie publique, médias et publics : d'une part, les journalistes ont perdu une partie de leur capacité à « certifier l'information » (Schudson, 2003) et à négocier l'accès à l'espace public médiatique ; d'autre part, désormais ouverte à une plus large diversité de contributeurs, la parole publique s'énonce à présent sur des scènes hétérogènes en termes de situation de communication et de degré de publicité (Cardon, 2010).

Les sources : une métaphore opaque

Malgré – ou peut-être à cause – de cette diversité d'usages dans la littérature académique, la notion de source est mobilisée d'une façon à ce point routinisée qu'il importe d'en clarifier les acceptions. Erik Neveu (2004, p. 55) souligne que cette métaphore, qui renvoie littéralement à *l'origine* des informations que les journalistes exploitent dans leurs comptes-rendus, récits, analyses et commentaires de l'actualité, est « grosse de malentendus » : l'image de rédacteurs allant s'approvisionner à la source suggère un comportement excessivement actif, alors même que ceux-ci sont souvent « submergés d'un déluge d'informations ». Au-delà de cette question, déjà évoquée, de l'initiative journalistique, la notion de source interroge sur l'identité des acteurs placés sous un tel label.

Ces limites peuvent être facilement perçues si l'on prend deux illustrations des plus banales. Imaginons tout d'abord le cas d'un document administratif confidentiel auquel un journaliste accéderait par l'intermédiaire d'une « fuite » : le terme de source désigne ici à la fois le document à partir duquel le journaliste va s'appuyer pour construire son récit et la personne qui lui a transmis ce document. Or, ces deux dimensions ne se recoupent pas nécessairement ; elles renvoient même le plus souvent à des agents sociaux différents (l'auteur du document et celui de la « fuite ») et à des problématiques distinctes (la question du référencement de l'information et celle du cheminement de ce document jusqu'au journaliste). Prenons maintenant l'exemple d'une manifestation ponctuée de prises de parole publiques (donc officielles), telle la conférence de presse d'un ministre à laquelle assiste le journaliste. Son compte rendu est constitué de discours rapportés, mais dans quelle mesure le ministre peut-il être identifié comme une source ? Tout dépend ce qui est considéré comme information par les journalistes : est-ce le contenu de la prise de parole (par exemple, la diminution du chômage) ou la prise de parole elle-même (ici, une communication ministérielle appréhendée en tant que « coup » dans l'espace politique) ? En d'autres termes, la source est-elle la personne qui s'exprime et dont le journaliste va rapporter les propos (*i.e.* l'acteur mis en scène dans le compte rendu journalistique) ou l'ensemble d'agents sociaux plus ou moins spécialisés qui organisent la manifestation.

Ce questionnement renvoie à la distinction entre « discours rapportés » (en tant qu'événements discursifs) et « informations » (imputées – ou non – à un informateur donné), ce qui sous-tend des enjeux divergents : d'un côté la question

de savoir qui a la capacité de s'exprimer au sein des médias d'information (pour participer aux débats publics ou valoriser sa propre image), de l'autre la question de savoir qui est reconnu comme un informateur suffisamment crédible et/ou impartial pour que les faits qu'ils rapportent aux journalistes soient relayés par ces derniers comme des descriptions « vraies » de la réalité.

La notion de « source » navigue ainsi entre des approches focalisées sur les luttes symboliques que mènent les personnalités et les groupes par médias interposés et des approches plus attentives aux enjeux de citation et d'indexicalisation des discours à partir desquels les journalistes construisent leur description des événements et des phénomènes sociaux. Cette ambiguïté renvoie plus généralement à l'insuffisant dialogue entre sciences du langage et sciences sociales du journalisme. Tandis que les premières s'efforcent, par exemple, d'analyser la mécanique de l'intertextualité dans les contenus journalistiques (par exemple, Charaudeau, 1998 ; Esquenazi, 2002 ; Tavernier, 2004), les secondes restent trop souvent confinées à l'analyse des cadres de la pratique journalistique. Ainsi, peu de travaux confrontent, avec un même étayage empirique, les logiques sociales et discursives qui conditionnent, en amont, le rapport plus ou moins distancié des journalistes à leurs interlocuteurs et, en aval, les pratiques d'écriture destinées à définir le statut de ces derniers (expert impartial, témoin, acteur du débat public, etc.) et à marquer cette plus ou moins grande distanciation à l'égard de leurs propos¹⁹.

Questions de recherche

L'ambition de ce dossier consiste à poursuivre ces investigations afin d'améliorer la compréhension des processus de mise en visibilité médiatique, sans succomber à la tentation de produire un modèle théorique qui écraserait la singularité des cas et des contextes spatio-temporels. En effet, les objets, les échelles d'analyse et les terrains défrichés par les contributeurs s'avèrent ici particulièrement diversifiés. Le lecteur naviguera ainsi en Suisse, en France et en Colombie, au côté de policiers (David Pichonnaz, Michel Meyer), de diplomates (Yves Buchet de Neuilly), de protagonistes d'un « conflit armé interne »²⁰ (Yeni Serrano), de conseillers ministériels (Jérémie Nollet), d'organisations agricoles (Ivan Chupin et Pierre Mayance), de footballeurs professionnels (Nicolas Kaciak et Eric Lagneau), de spécialistes du plaidoyer lors d'un contre-sommet altermondialiste (Etienne Ollion). Cette pluralité des acteurs qui cherchent à peser sur le débat public et des secteurs au sein desquels se recrutent les sources des journalistes se redouble d'une hétérogénéité des entreprises médiatiques et des spécialités rédactionnelles amenées à couvrir ces univers. La confrontation des articles permet de rappeler qu'on ne saurait totalement confondre les logiques propres aux localiers, aux faits

¹⁹ Voir par exemple Charron, 2002 ; Kaciak, 2007 ; ou encore le récent numéro de *Communication et langages* (2011), sur les « petites phrases » en politique, coordonné par Alice Krieg-Planque et Caroline Ollivier-Yanniv.

²⁰ Les guillemets se justifient ici puisque la désignation même des affrontements armés en Colombie constitue l'un des enjeux des luttes symboliques qui accompagnent les actions militaires.

diversiers, aux journalistes politiques, agricoles, économiques, sportifs, aux membres enfin des services *International*. Mais au-delà des spécificités de ces différents cas et des problématiques retenues par les auteurs pour les analyser, ces travaux offrent des pistes, empiriquement étayées, pour répondre aux principales questions soulevées par la littérature. Nous en retiendrons quatre, étroitement articulées les unes aux autres.

Qui sont les sources ?

Différentes contributions ont pour objectif de se réapproprier l'une des questions fondamentales en sociologie du journalisme : quels acteurs parviennent à communiquer par l'intermédiaire des médias, soit en tant qu'informateurs privilégiés des journalistes, soit en tant que protagonistes du débat public ? Renvoyant à l'identification et à l'explication des logiques discriminant l'accès à l'espace public médiatique, l'interrogation soulève en réalité deux ensembles de problèmes relativement distincts.

Il s'agit, d'un côté, d'étudier les effets de la concurrence entre stratégies de communication sur la production médiatique. Cette perspective est notamment défendue par Yeni Serrano. Mobilisant une pluralité d'outils pour analyser le contenu des reportages consacrés aux affrontements entre armée, guérillas et groupes paramilitaires au sein des principaux journaux télévisés colombiens, elle s'efforce de repérer l'origine des informations et des discours rapportés par ces médias. Elle parvient ainsi à objectiver statistiquement et qualitativement la surreprésentation des acteurs étatiques dans l'actualité : davantage cités en tant que sources, bénéficiant de plus importantes reprises des déclarations publiques de leurs porte-parole, sujets d'un plus grand nombre de reportages, ces derniers parviennent à imposer leurs représentations et désignations du conflit.

D'un autre côté, et suivant en cela les suggestions de Schlesinger, la plupart des articles réunis dans ce dossier ne se focalisent pas seulement sur les luttes symboliques *entre* fractions objectivées de l'univers social, mais cherchent à analyser ce qui se passe *à l'intérieur* de ces espaces organisés dans leurs relations aux médias. Il s'agit alors d'analyser l'évolution de la division du travail communicationnel, ainsi que les compétitions intra-organisationnelles pour se voir reconnaître le statut de porte-parole et/ou définir les stratégies, savoir-faire et discours médiatiques. Plusieurs auteurs reconnaissent ainsi le poids croissant des professionnels de la communication dans l'élaboration de l'image et des messages des institutions. Ce processus est particulièrement net dans le cas des services de police suisses étudiés par Michael Meyer. Il distingue ainsi trois étapes dans cette « professionnalisation » de la communication policière. Avant les années 1980, domine une communication publique « informelle », qui s'effectue « au bon vouloir des membres du corps de police » et sans rationalisation explicite autre que les règlements relatifs à la confidentialité des activités. Puis, dès le milieu des années 1980, « la communication est officiellement déléguée à un petit nombre de membres du corps de police », choisis comme porte-parole et « vitrine de l'institution ». C'est enfin au cours des années 2000 qu'un « tournant proactif et stratégique » est envisagé dans les rapports aux médias et à la population : il s'observe via « l'entrée

en scène de personnels civils issus du journalisme et de la communication », la formalisation explicite de savoir-faire empruntés à l'écriture journalistique, et l'intégration des préoccupations communicationnelles dans la formation même des policiers. Travaillant lui aussi sur la communication des institutions policières suisses mais à partir des communiqués adressés chaque année aux médias, David Pichonnaz complète ce panorama en montrant une évolution sensible des « modalités d'énonciation » : les catégories pénales, révélatrices des logiques spécifiques au monde policier, se voient progressivement remplacés par des labels externes, issues de la communication politique (« violences urbaines », « délinquance juvénile »).

Étudiant la fabrique des interviews ministérielles en France, Jérémie Nollet écarte la notion de « professionnalisation » pour mettre avant tout l'accent sur « un approfondissement de la division du travail visant une rationalisation des activités de communication ». Son enquête permet ainsi de rappeler que la figure du « communicant » n'est pas monolithique. Ce label regroupe en effet des rôles hiérarchisés et potentiellement antagonistes : conseillers en communication, écrivains, chargés de « relations presse » mais aussi d'autres membres des cabinets. Requirant des compétences et dispositions spécifiques, ces rôles n'offrent pas à leurs titulaires la même capacité à façonner la parole politique et/ou à influencer la production journalistique. Incarnation de la parole gouvernementale auprès des médias, arbitres en dernier ressort dans cette entreprise collective, les ministres ne peuvent alors être réduits au statut de « comédiens » qui joueraient une partition écrite par d'autres. Nicolas Kaciaf et Éric Lagneau tendent à confirmer que les secteurs dont les acteurs sont placés sous haute surveillance médiatique ne sont pas automatiquement dominés par les professionnels de la communication. Étudiant la couverture médiatique de l'équipe de France à l'occasion de la Coupe du Monde 2010, ils montrent à quel point les responsables des « relations presse » de la Fédération française de football sont demeurés confinés à des tâches logistiques, sans capacité à pouvoir réellement peser sur la fabrique de l'information médiatique. Les journalistes sportifs, d'ailleurs, ne s'y trompent pas. Pour eux, les sources les plus pertinentes demeurent les joueurs eux-mêmes et leurs entourages. Il s'avèrerait donc problématique de réifier l'institution « Fédération française de football » et de l'appréhender comme une source à part entière : les usages de la communication médiatique y sont à ce point individualisés que la recherche doit avant tout mettre au jour les règles du jeu qui structurent cet espace, ainsi que les logiques qui président aux prises de position respectives de ses membres.

Quels sont les « pouvoirs » des sources ?

Déterminer l'identité des acteurs qui parviennent – plus que d'autres – à susciter l'attention des journalistes ne suffit pas : il faut ensuite expliquer cette asymétrie et comprendre ce qui se joue dans ces interactions. Or la question de la capacité d'influence des sources sur la production médiatique soulève indirectement l'enjeu de l'autonomie rédactionnelle des journalistes. Cette problématique se déploie elle aussi à travers deux échelles d'analyse : une approche structurale qui interroge les logiques de différenciation sociale et d'interdépendance

entre acteurs, une approche situationnelle qui questionne la capacité des rédacteurs à résister, en pratique, aux stratégies d'enrôlement mises en œuvre par leurs partenaires d'action.

D'une part, différents contributeurs réinvestissent la question de la porosité des frontières entre les journalistes spécialisés et les acteurs qu'ils sont amenés à côtoyer au quotidien, des protagonistes de l'actualité médiatique aux communicants qui les entourent. Les situations analysées sont ici particulièrement contrastées. D'un côté, certains rédacteurs s'avèrent clairement subordonnés aux organisations dominantes de leurs secteurs d'attribution. L'enquête d'Ivan Chupin et de Pierre Mayance sur les journalistes de la presse agricole met en évidence cette faible autonomie professionnelle. Les auteurs notent à quel point, dans cet univers, les rôles de communicants et de journalistes sont faiblement différenciés. Naviguant d'une position à l'autre au gré des opportunités de carrière, bien plus « associés » que « rivaux » lors de leurs interactions, « communicants et journalistes commencent dans une célébration des valeurs de la profession agricole qui estompent la plupart de leurs oppositions ». Différents facteurs permettent de comprendre cette convergence de vues entre les rédacteurs et leurs principaux interlocuteurs du monde agricole. Dans une configuration où actionnaires, annonceurs, informateurs et lecteurs sont en étroite interdépendance, le travail journalistique ne peut être gouverné par les règles de distanciation que promeut la presse généraliste. Étudiant la production de l'information diplomatique dans les médias *omnibus*, Yves Buchet de Neuilly observe, à l'inverse, un système de relations beaucoup moins asymétrique. Malgré la proximité sociale et la fréquence des interactions, les rôles sont ici clairement différenciés et les journalistes ne sont pas voués à subir la communication diplomatique : selon leurs rédactions d'appartenance et selon la densité de leurs carnets d'adresse, ils disposent de ressources susceptibles de garantir leur autonomie professionnelle et de mettre à distance les versions officielles que défendent les porte-parole du Quai d'Orsay.

Mais la question de l'autonomie des journalistes vis-à-vis de leurs sources renvoie, d'autre part, à l'analyse des stratégies mises en œuvre pour faire agir le partenaire dans un sens voulu. De ce point de vue, les organisations analysées par les différents auteurs ont affiné leur savoir-faire communicationnels pour anticiper les attentes des journalistes, en termes de saillance des informations, d'ajustement aux formats rédactionnels, de minimisation des coûts de production. Il ne s'agit pas seulement d'adapter son discours aux « canons » journalistiques. Les communicants s'efforcent également de s'affranchir des risques associés à la prise de parole publique. Par exemple, « permettant aux agents politiques de développer une communication qui apparaît plus spontanée, moins contrôlée », les interviews analysées par Jérémie Nollet soumettent la parole politique à un questionnement journalistique potentiellement déstabilisateur. L'auteur montre ainsi l'important travail de préparation et de négociation mis en place au sein des cabinets ministériels pour contourner ce risque et restreindre l'initiative des interviewers. À partir d'un travail d'observation ethnographique du centre de presse d'un sommet intergouvernemental, Étienne Ollion met, quant à lui, en évidence une situation de brouillage des frontières entre journalistes et lobbyistes. En effet, de nombreux responsables d'ONG s'efforcent de faciliter leur accès aux médias en s'inscrivant

auprès des organisateurs du sommet en tant que... journalistes. Leur présence est acceptée par les « véritables » rédacteurs, dès lors qu'ils savent répondre à certaines de leurs attentes. Ces salariés associatifs jouent ainsi un double rôle : acteurs des négociations internationales soucieux de publiciser leurs prises de position, « experts » sollicités par les journalistes pour décrypter les enjeux et détails du sommet.

Quels sont les enjeux de la médiatisation ?

Il ne faudrait pas présupposer de ce qui précède que tous les groupes sont en quête de médiatisation et cherchent à peser sur la production médiatique pour les mêmes raisons. Les analyses focalisées sur les enjeux d'accès à l'espace public médiatique ne peuvent omettre, d'une part, que l'efficacité d'une stratégie de communication ne peut s'évaluer qu'au regard des objectifs définis par la source et, d'autre part, que tous les interlocuteurs des journalistes n'interagissent pas avec eux dans une démarche stratégique explicitement formulée. Il faut aussi garder en tête que si la médiatisation peut offrir aux agents sociaux des ressources déterminantes dans leurs champs respectifs, elle peut s'avérer dans d'autres circonstances particulièrement contraignante, coûteuse, contreproductive.

Les contributions réunies dans ce dossier invitent également à se préoccuper des enjeux – hétérogènes – que représente l'accès aux médias pour les différentes catégories d'acteurs, ainsi que les usages que ces derniers en font. Car l'enrôlement des journalistes ne représente jamais une fin en soi : ces derniers ne sont sollicités que parce qu'ils permettent d'atteindre des publics, plus ou moins circonscrits, d'agir sur leurs représentations et/ou d'escompter certaines réactions. La fonction prioritaire de la communication médiatique reste évidemment d'opérer un travail de légitimation de son organisation, dans un contexte de concurrence et à face à la possible circulation d'informations et d'images négatives. Il peut également s'agir de « porter des causes » sans nécessairement chercher à valoriser son groupe ou mettre en scène ses leaders. Les ONG étudiées par Etienne Ollion entreprennent ainsi « une stratégie d'influence intermédiée », clairement dirigée vers des responsables politiques qu'ils ne peuvent atteindre directement. Elles tiennent compte de la sensibilité de ces derniers aux « mouvements d'opinion » que les débats médiatiques sont susceptibles d'activer. De la même manière, la prévalence des « cadrages alarmistes » dans les communiqués policiers analysés par David Pichonnaz vise à satisfaire des enjeux « corporatistes » : un diagnostic pessimiste permet de légitimer, auprès des autorités politiques, la revendication de moyens supplémentaires pour faire face à l'augmentation de la délinquance

La médiatisation peut d'ailleurs susciter des usages hétérogènes dans un même secteur d'action publique. Constatant que la majeure partie de la politique étrangère ne bénéficie d'aucun écho journalistique en raison d'une indifférence réciproque de la part des diplomates et des rédacteurs, Yves Buchet de Neuilly s'attache à montrer que la notion de sources recouvre des pratiques et des investissements variables, qui ne peuvent être uniquement envisagés à l'aune de calculs stratégiques. De fait, « seuls certains acteurs du champ diplomatique ont intérêt, en raison de leur position (les communicants, les ministres) ou de leur

implication dans des dossiers saillants (...), à jouer le rôle de source. » Son article s'efforce alors de distinguer les usages intra-sectoriels (utiliser les médias pour communiquer auprès des autres chancelleries) des usages extra-sectoriels (utiliser les médias pour construire, auprès du public, des représentations positives de la politique étrangère et de l'activité du ministre).

Il ne faut pas non plus perdre de vue que la visibilité médiatique est consubstantielle à certaines activités. Placés *de facto* sous une intense surveillance journalistique, les institutions policières ou footballistiques ne peuvent pas *ne pas* communiquer. Michael Meyer appréhende ainsi la communication de la police comme une nécessaire symbolisation de l'action de l'État liée à la « croissance des médias ». Mais il y a plus : les relations publiques doivent être analysées comme « des composantes essentielles du pouvoir policier, de sa légitimité et de son efficacité perçue par le public et les décideurs politiques. Visibilité et efficacité policières sont imbriquées, au point que la première devient condition de la seconde. » Dans l'univers footballistique qu'étudient Nicolas Kaciaf et Eric Lagneau, la mise en spectacle forme aussi une condition *sine qua non* du succès économique du secteur et de ses organisations. Mais à côté de ces logiques institutionnelles de promotion des manifestations sportives, les acteurs (joueurs, sélectionneur, responsables de fédération) peuvent être également tentés d'utiliser les médias pour « prendre à témoin l'opinion publique », opérer un « coup » dans leurs espaces d'action respectifs, et obliger leurs partenaires à réagir. Faire « fuiter » une information auprès d'un journaliste (en l'occurrence une altercation entre un joueur et son entraîneur dans le huis-clos d'un vestiaire) ne résulte cependant pas automatiquement d'intentions agonistiques : il peut s'agir de partager une indignation ou, plus simplement, d'entretenir une relation par un don (ici, un « scoop ») qui appellera ultérieurement une rétribution sous forme de publicité médiatique.

Quels sont les effets de la publicité médiatique ?

Si la sociologie de la mise en visibilité médiatique étudie en priorité la fabrique des productions journalistiques, elle ne peut arrêter son investigation au moment où le produit fini est diffusé auprès des publics. Il faut en effet également s'intéresser à l'aval de la médiatisation, c'est-à-dire aux effets sociaux des récits médiatiques. Traditionnellement, l'évocation des « effets » sous-tend leur observation auprès des audiences et renvoie aux études de réception. Les contributions réunies ici ne relèvent pas de ce champ de recherche. Mais plusieurs d'entre elles invitent à déplacer cette problématique habituelle pour appréhender les incidences de la publicité médiatique, non pas sur les représentations des publics anonymes, mais sur les configurations auxquelles appartiennent les acteurs qui accèdent à la visibilité médiatique. Il s'agit donc d'évaluer l'impact des jeux communicationnels sur les dynamiques sociales des groupes qui y prennent part. Un tel questionnement doit à nouveau être décomposé.

Les effets peuvent en effet être appréciés à court terme, dès lors que l'enquête se focalise sur le traitement médiatique d'un événement ou d'une affaire donnée. Proposant une analyse « continuiste » de la mise en visibilité médiatique,

Nicolas Kaciaf et Éric Lagneau cherchent ainsi à montrer que la publication d'une querelle de vestiaire à la Une du journal *L'Équipe* a engendré une double incidence : elle a, d'une part, bousculé les définitions de la situation (en l'occurrence la gravité de l'altercation) et, d'autre part, provoqué une déssectorisation relative de la controverse (ici, la réaction d'une grande diversité d'interlocuteurs, ce qui élargit les chaînes d'interdépendance et impose de nouvelles contraintes de rôle et de justification). Mais les effets peuvent être également analysés à plus long terme, lorsque la recherche questionne l'impact structurel d'une redéfinition des savoir-faire communicationnels ou d'une transformation durable des conditions d'accès aux médias. Cette dernière perspective est notamment défendue par Michael Meyer. Celui-ci souligne à quel point l'institution policière est toute entière traversée par les enjeux communicationnels, à travers la redéfinition des formations, l'évolution des règles relatives aux attitudes à adopter dans la rue ou encore la transformation des logiques de recrutement et de carrière.

Bibliographie

- Aldrin Ph., *Sociologie politique des rumeurs*, PUF, 2005.
- Aldrin Ph., Hubé N., Ollivier-Yaniv C. et Utard J.-M. (dir.), *Les Mondes de la « communication publique »*, PUR, 2013.
- Bachelot C., « *Groupons-nous et demain* ». *Sociologie des dirigeants du Parti socialiste depuis 1993*, thèse de doctorat de science politique, IEP de Paris, 2008.
- Baisnée O., *La Production de l'actualité communautaire. Éléments d'une sociologie comparée du corps de presse accrédité auprès de l'Union européenne (France/Grande-Bretagne)*, thèse de doctorat de science politique, Université de Rennes I, 2003.
- Bastin G., *Les Professionnels de l'information européenne à Bruxelles. Sociologie d'un monde de l'information (territoires, carrières, dispositifs)*, thèse de sociologie, ENS Cachan, 2003.
- Bernier M.-F., *Les Fantômes du parlement. L'utilité des sources anonymes chez les courriéristes parlementaires*, Presses de l'université de Laval, 2000.
- Blumer H., « Social Problems as Collective Behaviour », *Social Problems*, 1971, vol. 18, n° 3.
- Brin C., Charron J., De Bonville J. (dir.), *Nature et transformation du journalisme. Théories et recherches empiriques*, Presses de l'Université de Laval, 2004.
- Cardon D., *La Démocratie Internet. Promesses et limites*, Le Seuil, 2010.
- Cefaï D., « La construction des problèmes publics. Définition de situations dans les arènes publiques », *Réseaux*, 1996, n° 75
- Champagne P., « La manifestation. La production de l'événement politique », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1984, n° 52-53.
- Champagne P., *Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique*, Minuit, 1990.
- Charaudeau P., *Le Discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, INA – Nathan, 1997.
- Charon J.-M., Furet C., *Un secret si bien violé. La loi, le juge et le journaliste*, Le Seuil, 2000
- Charron J., Lemieux J., Sauvageau F. (dir.), *Les Journalistes, les médias et leurs sources*, Gaëtan Morin, 1991.
- Charron J., *La Production de l'actualité. Une analyse stratégique des relations entre la presse parlementaire et les autorités politiques*, Éditions du Boréal, 1994.
- Charron J., « Parler de soi en faisant parler les autres. Identité journalistique et discours rapporté », in Rieffel R. et Watine T. (dir.), *Les Mutations du journalisme en France et au Québec*, Éditions Panthéon Assas, 2002.
- Comby J.-B., *Créer un climat favorable. Les enjeux liés aux changements climatiques : valorisation publique, médiatisation et appropriations au quotidien*, thèse de doctorat de sciences de l'information et de la communication, Université Paris II, 2008.
- Communication Theory*, n°23, 2013
- Cook T., *Governing with the News. The News Media as a Political Institution*, The University of Chicago Press, 1998 .

Dauvin P., Siméant J., *Le Travail humanitaire. Les acteurs des ONG, du siège au terrain*, Presses de Sciences Po, 2002.

Davis A., « Public relations, news production and changing patterns of source access in the British national media », *Media, Culture & Society*, 2000, vol. 22, n°1.

Davis A. et Seymour E., « Generating forms of media capital inside and outside a field : the strange case of David Cameron in the UK political field », *Media, Culture & Society*, 2010, vol. 32, n°5.

De la Haye Y., *Journalisme, mode d'emploi. Des manières d'écrire l'actualité*, Ellug-La pensée sauvage, 1985.

Delli Carpini M. et Williams B., *After Broadcast News : Media Regimes, Democracy, and the News Information Environment*, Cambridge University Press, 2011.

Derville G., « Le combat singulier Greenpeace-SIRPA. La compétition pour l'accès aux médias lors de la reprise des essais nucléaires français », *Revue française de science politique*, 1997, vol. 47, n° 5.

Ericson R., Baranek P. et Chan J., *Negotiating Control: A Study of News Sources*, University of Toronto Press, 1989.

Esquenazi, J.-P., *L'écriture de l'actualité. Pour une sociologie du discours médiatique*, PUG, 2002.

Fishman M., *Manufacturing the News*, University of Texas Press, 1980.

Frisque C., *L'Activité journalistique au quotidien. Travail relationnel, identitaire et rédactionnel des journalistes de la presse quotidienne régionale*, thèse de doctorat de science politique, Université Paris X, 2002.

Frisque C., « Une reconfiguration des espaces médiatique et politique locaux ? », *Revue française de science politique*, 2010, vol. 60, n°5.

Gans H., *Deciding What's News: A study of CBS Evening News, NBC Nightly News Newsweek and Time*, Pantheon Books, 1979.

Gatien E., « "Un peu comme la pluie". La co-production relative de la valeur d'information en temps de guerre », *Réseaux*, 2009, n°157-158.

Gieber W., « New Is What Newspaper Men Make It », in Dexter L. et White D. (dir.), *People, Society and Mass Communication*, The Free Press, 1964.

Gitlin T., *The Whole World is Watching: Mass Media and the Making and the Unmaking of the New Left*, University of California Press, 1980.

Gusfield J., *The Culture of Public Problems: Drinking-Driving and the Symbolic Order*, University of Chicago Press, 1981.

Haegel F., « Des journalistes pris dans leurs sources. Les accrédités à l'Hôtel de Ville de Paris », *Politix*, 1992, n°19.

Hall S., Crichton C., Jefferson T., Clarke J., Roberts B., *Policing the Crisis. Mugging the State and Law and Order*, MacMillan, 1978.

Hallin D., *The Uncensored War: The Media and Vietnam*, Oxford University Press, 1986.

Henry E., *Amiante : un scandale improbable. Sociologie d'un problème public*, PUR, 2007.

Juhem P., « Lutttes partisanses et fluctuation des cadres cognitifs des journalistes », in Gerstlé J. (dir.), *Les Effets d'information en politique*, L'Harmattan, 2001.

Kaciaf N., « L'objectivation du rapport aux sources dans les pages "Politique" des quotidiens », in Dauvin P. et Legavre J.-B. (dir.), *Les Publics des journalistes*, La Dispute, 2007.

Kaciaf N., *Les Pages « politique ». Une histoire du journalisme politique dans la presse française (1945-2006)*, PUR, 2013.

Lagneau E., Nicey J., Palmer M. et Rebillard F., « La dynamique sociale des sources et flux des nouvelles », *Sur le journalisme*, 2013, vol. 2, n°1.

Lagneau E. et Lefébure P., « Les mobilisations protestataires comme interactions entre acteurs sociaux et journalistes », in Gerstlé J. (dir.), *Les Effets d'information en politique*, L'Harmattan, 2001.

Le Bohec J., *Les Rapports presse – politique. Mise au point d'une typologie "idéale"*, L'Harmattan, 1997.

Legavre J.-B., « Off the record. Mode d'emploi d'un instrument de coordination », *Politix*, 1992, n° 19.

Legavre J.-B., *Conseiller en communication politique. L'institutionnalisation d'un rôle*, thèse de doctorat de science politique, Université Paris 1, 1993.

Legavre J.-B., « Les journalistes politiques : des spécialistes du jeu politique », in Matonti F. (dir.), *La Démobilisation politique*, La Dispute, 2005.

Legavre J.-B., « Je t'aime moi non plus ». *Les relations d'« associés-rivaux » entre journalistes et communicants*, mémoire pour l'habilitation à diriger les recherches en SIC, UVSQ, 2007.

Legavre J.-B., « Entre conflit et coopération. Les journalistes et les communicants comme "associés-rivaux" », *Communication et langages*, n°167, 2011.

Lemieux C., *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Métailié, 2000.

Lemieux C., « Heurs et malheurs du journalisme d'investigation en France », in Delporte C., Palmer M. et Ruellan D. (dir.), *Presse à scandale, scandale de presse*, L'Harmattan, 2001.

Levêque S., « La conférence de presse. Les transactions entre syndicalistes et journalistes sociaux », *Politix*, 1992, n° 19.

Levêque S., « L'invention de la communication : La mise en place d'un SICOM, au ministère de la Solidarité, de la Santé et de la protection sociale en 1990 », *Revue Française des Affaires Sociales*, 1993, n° 3.

Levêque S., *Les Journalistes sociaux. Histoire et sociologie d'une spécialité journalistique*, PUR, 2000.

Lilleker D. et Negrine R., « Professionalization: Of What? Since When? By Whom? », *Press/Politics*, 2002, vol. 7, n°4.

Marchetti D., « Les conditions de réussite d'une mobilisation médiatique et ses limites : l'exemple d'Act Up », in CURAPP, *La Politique ailleurs*, PUF, 1998.

Marchetti D., « Le "journalisme d'investigation". Genèse et consécration d'une spécialité journalistique », in Briquet J.-L. et Garraud P. (dir.), *Juger la politique. Entreprises et entrepreneurs critiques de la politique*, PUR, 2001.

Marchetti D., « Les sous-champs spécialisés du journalisme », *Réseaux*, 2002, n° 111.

Marchetti D. (dir.), *Communication et médiatisation de l'État. La politique invisible*, PUG, 2008.

Marchetti D., *Quand la santé devient médiatique. Les logiques de production de l'information dans la presse*, PUG, 2010.

Marine D., « Le "on" et le "off" ou les fausses confidences », in Accardo A. (dir.) *Journalistes au quotidien. Outils pour une socioanalyse des pratiques journalistiques*, Le Mascaret, 1995.

Molotch H. et Lester M., « News as Purposive Behavior: on the Strategic Use of Routine Events, Accidents and Scandals », *American Sociological Review*, 1974, vol. 39, n°1.

Mouillaud M. et Tetu J.-F., *Le Journal quotidien*, PUL, 1989.

Negrine R., *The Communication of Politics*, Sage, 1996.

Neveu É., « Pages "politique" », *Mots*, 1993, n° 3.

Neveu, É., *Une société de communication ?*, Paris : Montchrestien (Clefs), 2006 (1994), 160 p.

Neveu É., « L'approche constructiviste des "problèmes publics". Un aperçu des travaux anglo-saxons », *Études de communication*, 1999, n° 22.

Nollet J., *Des décisions publiques « médiatiques » ? Sociologie de l'emprise du journalisme sur les politiques de sécurité sanitaire des aliments*, Thèse pour le doctorat de science politique de l'Université de Lille 2, 2010.

Ollivier-Yaniv C., *L'État communicant*, PUF, 2000.

Ollivier-Yaniv C., *La Communication comme outil de gouvernement. Définition et enjeux de la politique du discours*, mémoire pour l'habilitation à diriger des recherches en SIC, Université Paris 12, 2008.

Padioleau J.-G., « Systèmes d'interaction et rhétoriques journalistiques », *Sociologie du travail*, 1976, vol. 18, n° 3.

Parasie S. et Dagiral E., « Des journalistes enfin libérés de leurs sources ? Promesse et réalité du "journalisme de données" », *Sur le journalisme*, 2013, vol. 2, n°1.

Rieffel R., *L'Elite des journalistes. Les hérauts de l'information*, PUF, 1984.

Riutort P., « Grandir l'événement : l'art et la manière de l'éditorialiste », *Réseaux*, 1996, vol. 14, n° 76.

Schlesinger P., « Repenser la sociologie du journalisme. Les stratégies de la source d'information et les limites du média-centrisme », *Réseaux*, 1992, vol. 10, n° 51.

Schlesinger P. et Tumber H., *Reporting Crime: the Media Politics of Criminal Justice*, Clarendon, 1994.

Schudson M., « The Sociology of News Production Revisited (Again) », in Curran J. et Gurevitch M. (dir.), *Mass Media and Society*, Arnold, 2000.

Schudson M., *The Sociology of News*, W. W. Norton, 2003.

Sedel J., *Les Médias et la banlieue*, Le bord de l'eau-INA, 2009.

Saitta E., « Le désenchantement des journalistes politiques. Une comparaison France/Italie », in Cohen A., Lacroix B. et Riutort P. (dir.), *Les Formes de l'activité politique. Éléments d'analyse sociologique (XVIII^e-XX^e siècles)*, PUF, 2006.

Sigal L., *Reporters and Officials: the Organization and Politics of Newsmaking*, Lexington Books, 1973.

Tuchman G. « Objectivity as Strategic Ritual: An examination of Newsmen's Notions of Objectivity », *American Journal of Sociology*, 1972, vol. 77, n°4.

Tuchman G., « Making News by Doing Work: Routinizing the Unexpected », *American Journal of Sociology*, 1973, vol. 79, n°1.

Tuchman G., *Making News: A Study in the Construction of Reality*, Free Press, 1978.

Tunstall J., *Journalists at Work*, Constable Sage, 1971.

White D. M., « The “Gate Keeper”: A Case Study in the Selection of News », *Journalism Quarterly*, 1950, vol. 27.