



# Une dynamique de l'insignifiance

les médias, les citoyens et la chose publique  
dans la « société de l'information »

Bertrand Labasse

Collection « Référence »

**Presses de l'enssib**  
école nationale supérieure  
des sciences de l'informati  
et des bibliothèques

Une dynamique de l'insignifiance

Les médias, les citoyens et la chose publique  
dans la « société de l'information »

Presses de l'enssib

Déjà paru dans la collection Référence, dirigée par Pascal Durand

**La communication scientifique à l'épreuve de l'Internet,  
l'émergence d'un modèle**

Josette F. de la Vega

UNE DYNAMIQUE DE L'INSIGNIFIANCE

Presses de l'enssib

# Une dynamique de l'insignifiance

Les médias, les citoyens et la chose  
publique dans la « société  
de l'information »

Bertrand Labasse

*Préface de*

*François Dupuigrenet Desroussilles*

*Collection Référence*

L'auteur

**Bertrand Labasse**

Consultant éditorial et enseignant en méthodologie de l'information à L'École Supérieure de Journalisme de Lille, responsable pédagogique d'un diplôme universitaire à l'Université Lyon 1 et professeur associé à l'Université Laval (Québec), Bertrand Labasse, a été journaliste pendant vingt ans, dont dix comme rédacteur en chef de divers magazines d'information générale ou spécialisée et d'une agence de presse. Spécialiste de la didactique de l'écrit, à laquelle il a notamment consacré sa thèse de doctorat, il est l'auteur d'un rapport sur la médiation des informations complexes pour la Commission Européenne (1999) et de « La communication scientifique », publié par l'Université de Lyon (2001).

Presses de l'És

# Sommaire

<b>Préface</b>	<b>7</b>
----------------	----------

<b>Avant-propos</b>	<b>11</b>
---------------------	-----------

## **Première partie – Quelles « informations » ?**

Introduction : L'illusion assistée par ordinateur	21
1. L'« explosion » des informations : mythes certains et possibles réalités	27
2. Le grand public, les connaissances et la chose publique	35
3. Que savons-nous des savoirs ?	45
<i>a– Les connaissances scientifiques, technologiques et médicales</i>	47
<i>b– Les connaissances économiques, politiques et civiques</i>	53
<i>c– Les connaissances générales</i>	61
4. Y a-t-il une vie après l'école ?	67
5. La diffusion sociale des connaissances	77
6. « Société du savoir » ou non-société des micro-savoirs ?	95
<i>La diffusion des connaissances comme un jeu à somme nulle</i>	102

## **Deuxième partie – Des missionnaires démissionnaires**

Introduction	115
7. Un système médiatique désemparé	119
8. L'adversaire introuvable	139
9. Prend-on vraiment l'information au sérieux ?	157
10. Des problèmes en question	183
11. D'autres approches	209
Conclusion : L'espace public est-il important ?	227

<b>Annexe</b>	<b>237</b>
---------------	------------

<b>Bibliographie</b>	<b>245</b>
----------------------	------------

## Tables et figures

<b>Fig. 1</b> « Explosion de l'information » : quelques repères	30
<b>Fig. 2</b> Rapport entre connaissances et évaluation d'une perspective technoscientifique	52
<b>Fig. 3</b> Rapport entre niveau de formation et évaluation d'une perspective technoscientifique	53
<b>Fig. 4</b> Évolution des réponses à quatre questions factuelles concernant l'euro	55
<b>Fig. 5</b> Évolution des attitudes et opinions concernant l'euro	56
<b>Fig. 6</b> Compréhension de quelques notions économiques courantes	60
<b>Fig. 7</b> Évolution de la part d'une génération obtenant le baccalauréat	68
<b>Fig. 8</b> Évolution des performances aux tests psychométriques (États-Unis, 1932-1990)	71
<b>Fig. 9</b> Le « Cycle socioculturel de base » selon A. Moles	78
<b>Fig. 10</b> Quotidiens nationaux d'information générale (1914-1991) en nombre de titres	88
<b>Fig. 11</b> Magazines de loisirs (1982-1999) en nombre de titres	89
<b>Fig. 12</b> Évolution de la diffusion : 1985-1999	91
<b>Fig. 13</b> Bonnes appréciations d'une question d'actualité (1949-1965) d'après Tichenor et al. (1970)	98
<b>Fig. 14</b> Taux de possesseurs de télévision et de lecteurs quotidiens de la presse (1973-1997)	141
<b>Fig. 15</b> Utilisateurs d'Internet et lecteurs de quotidiens en Europe	142
<b>Fig. 16</b> Évolution de l'abstention aux élections municipales et aux élections professionnelles	152
<b>Table 1</b> Connaissances des Français et des Européens au sujet de « faits scientifiques fondamentaux »	49
<b>Table 2</b> Connaissances relatives à des notions de « culture générale »	63
<b>Table 3</b> Variations dans le rapport à l'information en Europe	145
<b>Table 4</b> Relations entre scientifiques et journalistes	175

# Préface

## Du bon usage de la transgression

On a trop souvent dit d'un ouvrage qu'il était inclassable pour que l'adjectif n'ait tourné au cliché... Pourtant, il n'est guère de terme qui résume mieux ce livre, inclassable non par hasard mais bien par une volonté assumée de questionner certaines classifications.

Qu'il soit édité en partenariat par l'Enssib et la Mission prospective de la Communauté urbaine de Lyon est, en soi, significatif. Issu d'études commandées par la seconde, ce document relève initialement du registre de l'expertise, plus que de celui de la recherche. Mais dans le même temps, remanié et complété en vue de cette édition, sa portée dépasse clairement celle d'un travail de circonstance. Il soutient avec vigueur des hypothèses importantes, clairement énoncées et justifie sans nul doute sa publication dans une collection académique, d'autant que l'ouvrage, s'il confronte des sources multiples, veille à ne pas mélanger les genres, recherchant la mixité mais refusant la confusion.

Une autre frontière bousculée est simplement territoriale. Que le service compétent d'une grande métropole puisse se saisir d'un problème national et contribuer à éclairer le débat public à cette même échelle peut encore surprendre, dans un pays où la tradition centralisatrice est si longue à s'estomper. Or c'est bien de problèmes globaux qu'il est question ici, et c'est bien un éclairage national original qui leur est apporté. À elle seule, cette remontée de la réflexion, à contre-courant des usages, mérite d'être soulignée.

Elle le mérite d'autant plus que cette réflexion, bien qu'entreprise de longue date, se trouve arriver à point au moment où le désintérêt des Français pour les échéances électorales, et plus généralement pour l'information commune, semble s'aggraver chaque jour. Cette désaffection apparente pour la sphère du débat public va-t-elle se poursuivre ? C'est l'enjeu majeur auquel est consacré ce livre qui, s'il aborde des thèmes souvent évoqués, leur apporte un questionnement très différent et pour le moins déran-



geant. Pour autant, l'ouvrage ne se situe aucunement parmi les critiques, parfois radicales, que suscitent souvent ces questions. Sa cause, s'il en a une, est celle de l'information publique, abordée comme d'autres parleraient de la santé publique, c'est-à-dire envisagée non comme un moyen mais comme une fin : ni un simple gagne pain ou un marché, ni un sujet abstrait et encore moins une tribune à instrumentaliser mais plutôt un espace à respecter et préserver.

Voici donc une étude sur les médias qui ne craint pas de suggérer que la nature des médias, anciens ou nouveaux, *n'est pas la question*. Voici aussi une analyse qui affirme, sur la base d'un très large travail documentaire, que la collectivité – y compris les professionnels les plus directement concernés – a omis et omet toujours de s'intéresser à certains des aspects les plus indispensables à la compréhension réelle des évolutions en cours. Voici, enfin, une approche qui prétend lire l'avenir de la « société de l'information » dans l'examen de la diffusion de la presse écrite, ou encore relier l'évolution des taux d'abstention aux préceptes des manuels de journalisme.

Mais en tirant résolument l'attention vers le rôle éminent des « producteurs de sens », plutôt que celui des ingénieurs et des technologies, ce travail stimulant ne rend pas nécessairement service aux premiers. En effet il tend *de facto* à leur dénier le statut de victimes d'évolutions inéluctables, et même à suggérer que leur « démission » pourrait être l'une des principales causes de leurs propres problèmes. Elle n'est toutefois pas la seule : pour l'auteur, toutes les communautés concernées par la production des informations, notamment les éditeurs, les pouvoirs publics et le monde académique, partagent la responsabilité de laisser se perpétuer, voire s'aggraver, ce déclin de l'espace public de la communication si souvent dénoncé ou redouté.

En somme, la thèse de l'ouvrage pourrait peut-être se résumer par une formule : « on ne prend pas la pratique de l'information au sérieux ». Il faut plus que de l'audace pour avancer une telle proposition, surtout lorsque, comme l'auteur, on n'ignore rien de l'attention que les professionnels et les chercheurs accordent à cette question. Et pourtant, les nombreux éléments avan-

cés à l'appui de ce propos ont de quoi ébranler. N'aurait-on pas laissé, entre le champ des pratiques et celui des recherches, s'étendre une friche où se perd le sens de l'information commune et où disparaissent lecteurs et électeurs ?

De cette analyse, rigoureuse dans sa démarche mais volontiers foisonnante dans ses développements, l'important, de l'avis même de l'auteur, réside autant, si ce n'est plus, dans les questions posées ou reposées que dans les réponses esquissées. De fait, ce sont là des questions essentielles, qu'il était urgent de revivifier ainsi et dont les « travailleurs du sens », qu'ils soient responsables politiques ou journalistes, chercheurs ou bibliothécaires, ne peuvent plus faire l'économie.

François Dupuigrenet Desroussilles, directeur de l'École nationale supérieure des sciences de l'information et des bibliothèques



## Avant-propos

Presses de l'enssib

À la mémoire de Jean Labasse (1918-2002)  
*Professeur émérite, père de même.*

Presses de l'enssib

*Qu'une civilisation s'évante peut-être, qu'en tout cas nous soyons aujourd'hui dans notre langage social comme dans une raison (ou un système) dont la raison ne nous apparaît plus, il ne faut pas conclure à une absence de l'homme à lui-même ou la disparition des références fondamentales qui organisent la conscience collective et les vies personnelles, mais plutôt un manque de coordination entre ces références et le fonctionnement des « autorités » socioculturelles. Celles-ci deviennent insensées dans la mesure où elles ne correspondent plus à la géographie réelle du sens.*

*Michel de Certeau, La culture au pluriel.*

## **Ceci n'est pas un livre sur Internet**

Un livre, en principe, se suffit à lui-même. Pourtant celui-ci, parce qu'il n'était pas, à l'origine, destiné à le devenir, réclame bel et bien quelques mots d'explication. Loin des canons d'une démarche soigneusement balisée, il résulte en effet de deux études successives demandées par la Mission prospective de la Communauté urbaine de Lyon.

La première, très informelle, faisait suite à une simple discussion fortuite, il y a quatre ans. La conversation, comme souvent, avait roulé sur la « société de l'information ». L'auteur de ces lignes ayant souligné que si l'on voulait bien rapprocher les mots « société » et « information » en tenant compte de quelques-unes des données et de certains des travaux disponibles à leur propos, le résultat ne correspondrait pas, loin de là, à ce que l'on entend communément par « société de l'information », son interlocuteur l'a aussitôt invité à le démontrer. Le défi n'était pas sur le fond : d'autres, et de plus qualifiés, avaient déjà questionné ce concept (si concept il y a). Le défi était sur la forme, sur la méthode et sur le sujet.

---

1— Seuil, 1993 (édition originale : 1974). 1— Seuil, 1993 (édition originale : 1974).

• *Le sujet*, tout d'abord. Cette première partie, même si on n'a pu éviter ici ou là quelques allusions fugitives aux « nouvelles technologies de l'information et de la communication », ne leur est nullement consacrée (pas plus, d'ailleurs, que la seconde). On y parle en effet de la « société » et de « l'information », ce qui est fort différent et concerne au moins autant les médias dits classiques, en particulier la presse écrite et audiovisuelle. On en parle justement en tentant de s'affranchir résolument de l'angle de vue technologique, et en se risquant même à suggérer – horresco referens – que le critère « ancien » ou « nouveau » média n'est pas forcément déterminant. On parle tout simplement du public – des publics, plutôt – et de leurs rapports évanescents à l'information. À ce propos, son titre peut être trompeur : le terme « insignifiance » n'implique ici aucune critique sur le fond (insignifiance = sans valeur), mais simplement une interrogation sur le sens (insignifiant = qui ne fait pas sens). Il nous a été suggéré, presque imposé, par cette observation de Michel de Certeau :

*Derrière ces décors politiques ou ces liturgies de la répétition, s'opère pourtant un immense travail intérieur que, par une politique à courte vue, trop de pouvoirs s'attachent à ne pas introduire dans la discussion publique et se félicitent de ne pas entendre. L'abstention, résultat d'une marginalisation de ce travail, manifeste plutôt de la part de tant de ruraux, de travailleurs et de jeunes, un refus de l'insignifiance. (Ibid.)*

• *La méthode*, ensuite, était liée à un double objectif. D'une part fournir de la visibilité en réalisant une synthèse documentaire, une sorte de tableau de bord « factuel » rassemblant diverses données pertinentes, mais mentionnant aussi quelques travaux pouvant aider à interpréter celles-ci ou à les relativiser. Et, d'autre part, observer dans quelle mesure le rapprochement de ces éléments était compatible avec le modèle fusionnel de la « société de l'information », l'hypothèse étant qu'ils permettraient tout aussi bien, si ce n'est mieux, d'augurer l'inverse. Confronter un grand nombre de données et d'auteurs aussi hétérogènes n'était évidemment pas sans risques (ce n'est pas pour rien que « synthétique » signifie aussi « artificiel »). Du moins avons-nous tenté de

rendre les raccords visibles, les transpositions ostensibles et les raccourcis manifestes.

- *La forme*, enfin, n'était pas la moindre difficulté. Sur ce point se rejoignaient, d'un côté, l'accablement originel de l'auteur (et de bien d'autres) devant le peu d'influence que les scientifiques compétents<sup>2</sup> avaient sur les discours et les politiques publiques et, de l'autre, la mission du commanditaire de l'étude, qui était précisément de contribuer à éclairer celles-ci sans pour autant donner la migraine à leurs responsables. Ainsi fallait-il impérativement réaliser un document aussi simple, bref et stimulant que possible. Dans cette optique, nous avons choisi de laisser « le choix des armes » aux prophètes de l'innovation, de rester sur le terrain des discours technocentriques, que n'atteignent pas les méta-analyses sophistiquées des spécialistes. Invoque-t-on à tour de bras Condorcet<sup>3</sup>? Soit, voyons ce qu'il dit vraiment. Augure-t-on de transformations prodigieuses? D'accord : regardons ce qu'il en est. Avance-t-on des chiffres? En voici d'autres, et de meilleurs. Veut-on du spectaculaire? Il y en aura. Mais le choix des armes n'est pas le choix des thèmes : loin de s'en tenir aux problématiques restreintes qui verrouillent si souvent cette question, ce travail vise à les situer parmi d'autres, plus anciennes, certes, mais non moins importantes.

Cette première étude, dont il était convenu pour des raisons de disponibilité qu'elle serait réalisée « à temps perdu », a été rendue au milieu de l'année 2000, mais écrite pour l'essentiel en 1999 à partir d'éléments rassemblés (sans visée d'exhaustivité) un an plus tôt. La version présentée ici a été significativement revue pour cette édition, tant pour réactualiser les données que pour développer certains points, tenter de dissiper quelques-unes (mais pas toutes) des ambiguïtés remarquées par divers lecteurs, et reti-

---

2– Au nombre desquels il ne prétend pas se compter, faisant surtout ici œuvre de greffier ou de glossateur.

3– Mais l'insistance sur ce point n'est pas simplement dialectique : c'est au contraire parce que Condorcet occupait une place particulière dans notre panthéon personnel (sous bénéfice d'inventaire, évidemment) que son évocation récurrente nous a tant frappés. De fait, nous préférons ici accorder par principe une certaine valeur à l'idée de raison, sans être dupe de ses limites, que nous prétendre dégagé de toute forme d'idéologie. Ainsi, la citation qui, un peu plus loin, ouvre cette étude est-elle bien ce qui, à nos yeux, se rapproche le plus de son programme. D'autres positions, plus instrumentales, se dégageront assez clairement du texte pour qu'il ne soit pas nécessaire de s'y attarder ici.



rer quelques remarques qui, en fin de compte, ne s'imposaient pas.

En revanche, nous avons renoncé à y incorporer des travaux lus ultérieurement, en particulier sur la « question » des nouveaux médias. En effet, plus nous complétions le texte originel, plus nous avions le sentiment de l'alourdir et, de ce fait, de le couper de sa vocation première. Mais, dès lors que tant de travaux éclairants<sup>4</sup> étaient parus pendant ou après sa rédaction et que, donc, sa raison d'être initiale s'était en partie estompée, fallait-il vraiment ressusciter cette étude ? Au-delà de divers encouragements complaisants, quelques raisons peuvent expliquer ce choix. La première est que son approche assez positiviste (« voyons donc une bonne fois ce qu'il en est ») conserve son utilité documentaire, d'autant que la remise à jour des données à quelques années d'écart nous a réservé l'agréable<sup>5</sup> surprise de confirmer et parfois de renforcer l'analyse initiale. Du reste, son apport documentaire réside tout autant dans les données dont elle constate l'absence que dans celles qu'elle réunit. Comment comprendre, par exemple, que dans une société où l'information et la communication ont, paraît-il, tant d'importance civique et commerciale, les pouvoirs publics et les éditeurs acceptent de ne pratiquement rien savoir de ceux à qui ils s'adressent ? Si elle peut aider à réaliser tout ce qu'impliquent ces lacunes, et ce à quoi elles conduisent, cette première partie continue à se justifier. La seconde raison est que ce travail, même s'il converge avec d'autres sur divers points, n'en est pas moins différent à bien des égards, y compris dans ses présupposés. La troisième, enfin, est que cette étude a eu une suite qui n'aurait pas de sens si on la coupait de son origine.

De cette suite, qui forme la seconde partie, la plus importante à nos yeux, nous ne dirons pas grand-chose ici : on trouvera les explications nécessaires là où elles se justifient. Précisons simplement qu'elle parle de ceux, qui passé le temps de l'école, ont une influence sur la diffusion du sens, en particulier les journalistes, les pouvoirs publics et les chercheurs. Et, à dire vrai, qu'elle

4— On songe, non exclusivement, aux ouvrages de P. Breton (2000), Y. Jeanneret (2000), P. Flichy (2001) et A. Matte lart (2001).

5— Agréable d'un point de vue théorique, bien entendu. D'un point de vue civique, nombre de ces nouvelles données n'ont vraiment rien d'agréable. Mais celles-ci ne sont pas des surprises.

essaye tant bien que mal de leur parler. C'est un livre dont ils sont les héros et non les cibles. Mais il n'y a pas de héros sans épreuves, et celles qui se dressent sont trop sérieuses pour que l'on puisse écrire la fin de l'histoire. Fin qui, en tout état de cause, dépendra essentiellement d'eux, qu'ils le veuillent ou non.

Presses de l'enssib



Première partie

Quelles « informations » ?

Presses de l'enssib



## Première partie

### Quelles « informations » ?

*Épueisez toutes les combinaisons possibles pour assurer la liberté ;  
si elles n'embrassent pas un moyen d'éclairer la masse  
des citoyens, tous vos efforts seront inutiles.*

*Condorcet, Quatrième mémoire sur l'instruction publique*

#### **Introduction**

#### **L'illusion assistée par ordinateur**

Pour qui sait s'en servir, les « nouvelles technologies de l'information » permettent de produire de belles et fortes images, comme celles du village global (ou planétaire), de l'homme numérique (ou symbiotique) ou encore de la troisième vague<sup>6</sup>. À leur suite, les discours et rapports se sont multipliés pour dénoncer un retard français dans ce domaine, présenté comme capital. Les réserves de la communauté scientifique n'ont que peu d'échos. Celles-ci mériteraient pourtant d'être écoutées<sup>7</sup>. Pour annoncer une nouvelle révolution, les prophètes se fondent toujours en effet sur le postulat d'une influence directe, mécanique et prévisible, des techniques de communication – et des techniques en général – sur l'évolution de la société. C'est, du reste, ce qu'affirmait McLuhan (1964) : « Toutes les technologies créent peu à peu un milieu humain totalement nouveau. » « Nouveau », sans aucun doute : l'adjectif est trop tautologique pour être contesté (toute nouveauté, par exemple le magnétoscope, apporte du nouveau), mais « totalement » ? Rien n'est plus discutable.

6– Images dues respectivement à M. McLuhan (1964), N. Negroponte (1995), J. de Rosnay (1995) et A. Toffler (1980).

7– On pourra notamment se reporter à P. Breton (1992), P. Breton et S. Proulx (1996), B. Miège (1996, 1997) et E. Neveu (1997).

En réalité, l'influence effective des nouvelles techniques est beaucoup plus diffuse, plus subtile, et souvent moins fondamentale que ne le donne à croire leur visibilité immédiate. La fameuse formule de Marx selon laquelle le moulin à bras conduit immanquablement au système féodal, si elle survit encore – justement à propos d'Internet – dans certains discours officiels<sup>8</sup>, ne convainc plus guère. Patrice Flichy (1995) remarque, du reste, que le système féodal a également été attribué à l'étrier, tandis qu'une autre innovation dans le harnachement du cheval a été présentée comme la cause de la fin de l'esclavage. Tautologie pour tautologie, il serait sans doute préférable de souligner que c'est essentiellement... la société qui fait évoluer la société.

Reportons-nous donc une quarantaine d'années en arrière afin d'imaginer l'extraordinaire futur qu'aurait pu annoncer un écrivain visionnaire : des distributeurs automatiques de billets (donc plus d'agences bancaires), des machines à télécopier (donc plus de lettres, ni de Poste), des cartes à puces (plus de portemonnaie, ni de portefeuille), des cassettes enregistrables (plus de maisons de disques, ni de distributeurs), des terminaux Minitel (plus de journaux, ni de bibliothèques), des baladeurs (plus de dialogue), des systèmes de téléconférence (plus de voyages d'affaires, ni de salles de cours) et mille autres choses prodigieuses : téléphones portables, fours à micro-ondes et aliments surgelés, jeux électroniques, avions de ligne supersoniques, ordinateurs individuels... Même en ne retenant que ces prédictions avérées sur le plan technique, et qui ont toutes exercé une certaine influence, on voit que la capacité de transformation sociale qu'aurait pu leur attribuer l'homme de 1960 était considérablement exagérée : notre monde est-il devenu si différent ? Et dans les nombreux changements qui viennent à l'esprit – évolution de la structure familiale et des normes sociales, effondrement des régimes communistes, montée des intégrismes, etc. –, quelle est la part réelle des techniques ?

---

8– « L'avènement de la société de l'information nous pose aujourd'hui un défi fondamental. "Donnez-moi le moulin à vent et je vous donnerai la société féodale", disait Marx. L'Internet et la société de l'information sont aujourd'hui les outils techniques qui correspondent aux mutations de nos économies et de nos sociétés » Extrait du discours de Dominique Strauss-Kahn, ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, à l'université d'été de la Communication (Hourtin, août 1998).

Comme le rappelle Carey (1999), « Toutes les valeurs prêtées à l'électricité et à la communication électrique, jusqu'à l'ordinateur, le câble et la télévision par satellite, le furent d'abord au télégraphe avec un identique mélange de fantaisie, de propagande et de vérité. » On sait en outre que, dans le cas des médias et autres modes d'expression, le schéma implicite selon lequel tout nouveau venu remplace purement et simplement un mode plus ancien (c'est bien le sens du mot « révolution ») constitue l'exception plutôt que la règle<sup>9</sup> : contrairement aux prédictions, la photo n'a pas supprimé la peinture, le cinéma n'a pas anéanti le théâtre, la radio n'a pas tué les concerts, la télévision n'a éliminé ni le cinéma ni la radio, et rien de ce qui précède n'a empêché la chose écrite de se maintenir, voire de se développer.

Il serait difficile de nier pour autant l'importance considérable du développement de l'informatique et des nouveaux médias, ou de leur contester, ce qui serait absurde, la possibilité de contribuer de façon très significative aux évolutions de la société<sup>10</sup>. Mais devant la fascination qu'ils exercent sur la plupart des responsables et des commentateurs, il est plus nécessaire que jamais de prendre du recul pour considérer de façon globale la question de la diffusion sociale des informations et des connaissances, dont nous tenterons de montrer (après Condorcet et bien d'autres) qu'elle est infiniment plus fondamentale, et peut-être plus urgente, que les préoccupations technico-commerciales déguisées en choix de société par les nouvelles machines à communiquer.

Mais quand il s'agit de revenir sur les « crédulités qui habitent nos rationalités techniciennes » (Durand, 1999), les analyses des chercheurs en sciences de l'information et de la communication, qui exigent parfois du lecteur non spécialiste un effort irritant, l'en récompensent souvent bien mal : réduit à sa plus simple expression, leur premier enseignement est que tout ceci est beaucoup plus compliqué qu'on ne le pense, et l'est trop en tout cas

9— Ce qui n'exclut pas que, pour une forme donnée, un procédé technique puisse en supplanter un autre : la vidéo contre le super 8, l'offset contre le plomb, le CD contre le disque vinyle...

10— Les réactions à chaud de quelques lecteurs d'une précédente version nous incitent d'une part à insister sur le fait que mettre un phénomène en perspective ne revient pas pour autant à le nier et, d'autre part, à préciser qu'en tant qu'utilisateur intensif et gourmand des « nouvelles technologies de l'information », tant dans notre vie professionnelle que privée, nous ne nous comptons certes pas parmi les personnes réfractaires ou hostiles à celles-ci, du moins tant que l'intérêt qu'elles soulèvent ne conduit pas à ignorer les problèmes de fond.



pour proférer des verdicts définitifs sur la place publique. La question est en outre d'un abord délicat : comment éviter le « faux débat entre “technophile” ou “technophobe”, ou sa variante qui consiste à être “pour ou contre” les médias et les nouveaux réseaux » (Breton, 1992) ? Comment ne pas sombrer dans l'« idéologie de la communication » (*ibid.*), voire dans un rationalisme étroit, en soutenant, comme cette étude entend le faire, l'idée que l'échange public d'informations, de connaissances et d'opinions fondées en raison est non seulement l'un des problèmes majeurs auxquels est confrontée notre société, mais aussi l'un de ceux qu'elle perçoit le plus mal ?

La confusion ambiante résulte peut-être aussi d'une impossibilité théorique. Les sciences de l'information et de la communication ont aujourd'hui peu d'espoir de parvenir à une connaissance globale et positive des phénomènes qu'elles analysent<sup>11</sup>. En raffinant des problématiques qui semblaient jadis si simples – par exemple la question de la réception de l'information par le public –, elles ont, par la force des choses, condamné à la superficialité toute tentative de retour vers le champ des pratiques. De fait, le terrain est particulièrement complexe, incertain, et ne laisse, pour cette brève étude, guère d'autre possibilité qu'une démarche dangereusement proche de l'essai, c'est-à-dire le recours à un mélange *ad hoc* de vérités premières et d'hypothèses. Il nous semble, pour autant, que traiter le mal par le mal, opposer l'essai à l'essai, la futurologie à la futurologie, les chiffres aux chiffres, n'est pas une solution en soi : le pari de ce travail est au contraire qu'il est possible de développer une étude consistante<sup>12</sup> et documentée, donnant prise à la réfutation (ô combien...), tout en conservant un ton suffisamment vif et en adoptant des positions suffisamment stimulantes pour que tous ceux qui se sentent

11– Notamment sous l'impulsion de Bernard Miège (1996) qui souligne l'échec des théories généralisantes prétendant « rendre compte de toute la communication à partir d'une problématique particulière ».

12– Au-delà du travail de synthèse d'indicateurs, qui était la vocation première de cette étude, l'hypothèse est que les données, non seulement ne soutiennent pas les discours publics concernant la « société de l'information » mais peuvent suggérer d'accorder de l'importance, voire la priorité, à des problématiques non technologiques. La démarche, ostensiblement multiréférentielle (au risque, assumé, de la profusion), consiste à confronter les « données » quantitatives et les discours, tout en les jalonnant d'un certain nombre d'apports théoriques, utilisés non comme des cadres conceptuels fusionnés en un fatras syncrétique, mais simplement comme des repères.

concernés par l'avenir de ce domaine puissent y trouver un certain intérêt, voire quelques surprises, bonnes ou mauvaises.

La démarche que nous proposons ici ne vise, *en s'appuyant aussi souvent que possible sur des données quantitatives*, qu'à proposer une visite (guidée, mais au pas de charge) des soubassements sur lesquels doit s'édifier la cité communicative de demain, visite au cours de laquelle on pourra se demander si les innombrables architectes de celle-ci n'ont pas négligé quelques détails capitaux<sup>13</sup>.

Les fondations dont il est question ne doivent rien aux nouveaux médias : nous rappellerons, au contraire, que ces artefacts spectaculaires ne constituent en aucun cas une cause et encore moins une condition, mais tout au plus une circonstance de ce que l'on désigne ici et là comme la « société de l'information ». Transformée par un usage machinal, cette expression paraît en effet avoir gommé le sens des termes qui la composent. Or ce sont précisément ces derniers, « société » et « information », qui retiendront notre attention. Les observations qui suivent, toutes de seconde main, recourent aux travaux antérieurs de multiples chercheurs, ainsi que d'experts variés, de statisticiens et de sondeurs. Elles n'apprendront donc pas nécessairement grand-chose aux spécialistes. Ce n'est d'ailleurs pas le but de cette synthèse, qui ne revendique qu'un éclairage spécifique à partir de ces indications.

Il faut en outre souligner très clairement que, s'il évoque parfois l'avenir – ce qui, pour un travail demandé par un service de prospective, est la moindre des choses – ce document...

*... ne cautionne pas l'idée d'une prédictibilité de l'avenir social : tout au plus peut-on, en matière de « prospective », établir des scénarios probabilistes en formulant diverses hypothèses successives ; certaines de ces hypothèses sont plus plausibles que d'autres [...] mais la prévision ne peut guère dépasser le stade de conjectures plus ou moins bien argumentées. (Javeau, 1986)*

---

13– Rappelons que le sujet exige apparemment une certaine emphase, que ce soit dans l'enthousiasme ou dans le catastrophisme, et profitons-en pour nous excuser, sans nous exonérer d'une responsabilité assumée, d'avoir dû sacrifier une bonne partie des nuances et précisions infinies que réclamerait chaque phrase, au nom de la lisibilité qui nous était demandée pour cette synthèse devant, selon la lettre de mission, être « accessible à des décideurs politiques et économiques non spécialistes des sciences humaines ».

Un dernier mot, toutefois. La question du réchauffement global a familiarisé le principe de l'hypothèse « no regrets », c'est-à-dire d'une hypothèse probable, mais d'une nature telle que, même si elle s'avérait par la suite pessimiste, ses conséquences n'en demeureraient pas moins positives<sup>14</sup>. C'est aussi dans cette optique que nous suggérons de lire cette étude : nous estimons, bien sûr, que les éléments rassemblés en soutiennent l'analyse, mais nous sommes plus confiants encore dans le fait que l'attention qu'elle suggère de porter à un certain nombre de points est nécessaire.

---

14— Par exemple, dans le cas du réchauffement global, un effort de réduction de la pollution atmosphérique. Bien entendu, cet aspect est sans valeur d'un point de vue scientifique, mais il n'est pas indifférent d'un point de vue praxéologique.

## 1. L'« explosion » des informations : mythes certains et possibles réalités

Le point de départ qui s'impose est la tendance manifeste, étudiée en particulier par Abraham Moles<sup>15</sup> (1986), vers une « opulence communicationnelle » due à la surabondance des messages véhiculés par les médias de toute nature, qu'ils soient de masse ou interpersonnels. De la même façon, souligne Baudrillard (1981), « nous vivons dans un monde où il y a de plus en plus d'informations et de moins en moins de sens ». Ces analyses, toutes deux antérieures au développement des nouveaux réseaux dans le grand public, constituent une première alerte.

La pensée humaine serait-elle donc menacée par une crise « écologique » majeure, qui la condamnera à s'étouffer sous l'excès de sa propre production ? L'avertissement n'est pas sans précédent. Platon, déjà, dénonçait l'envahissement de la tradition orale par l'écrit, notamment coupable à ses yeux d'atrophyer la mémoire et d'interdire le dialogue (*Phèdre*, 274c-275e). Le déterminisme technomédiatique repose donc sur une solide tradition. « Un des fléaux de cette époque est la multiplication des livres, ils surchargent tant le public qu'il ne lui est pas possible d'assimiler l'abondance de sujets inutiles produits et disséminés chaque jour », protestait... en 1613 l'écrivain anglais Barnaby Rich. Toutefois, les tendances modernes méritent d'être prises au sérieux.

Les premières observations contemporaines sur l'« explosion » de l'information remontent au début des années 60 et résultent d'analyses très différentes. Derek de Solla Price, physicien de formation et l'un des pères de la scientométrie<sup>16</sup>, avait observé que le nombre des revues scientifiques doublait tous les dix ou quinze ans : elles étaient environ cent en 1800, mille en 1850, dix

15— Chercheur lui-même extraordinairement prolifique : une vingtaine de livres et plus de 800 articles.

16— On doit à Price une autre estimation impressionnante : 90 % des scientifiques de toute l'histoire de l'humanité vivaient dans la seconde moitié du xxe siècle. Pour une analyse très complète de ses travaux, de leur apport et de leurs limites, voir Xavier Polanco (1995) : « Aux sources de la scientométrie », in Dossier : Les sciences de l'information : bibliométrie, scientométrie, infométrie. Solaris, 2.

mille en 1900, et approchaient des cent mille titres en 1950. La courbe exponentielle ne peut naturellement être prolongée sans tomber dans le ridicule (dix millions de revues savantes en l'an 2050 !), mais elle témoigne de la formidable progression des savoirs et, surtout, de leur spécialisation accélérée qui isole les chercheurs, décourage les enseignants et consterne les bibliothécaires.

Une approche très différente a été développée, également à partir des années 60, par plusieurs économistes américains et japonais<sup>17</sup>. En reprenant les statistiques économiques américaines, Fritz Machlup a notamment calculé, dès 1962, que « la production totale de connaissances en 1958 représentait près de 29 % du produit national brut ajusté » (1984, *notre trad.*). Ces travaux ont été suivis par la thèse retentissante de Marc Uri Porat, qui estimait que les activités liées à l'information et à la communication représentaient, vers 1965, près de la moitié des emplois aux États-Unis, contre moins de 10 % un siècle plus tôt [voir fig. 1]. L'économie industrielle connaissait ainsi, à moins d'un siècle d'écart, le sort de l'économie agricole : la « société de l'information » était née.

Ces travaux ne sont pas à l'abri de toute critique. On a pu, en particulier, souligner que les critères retenus pour définir ces activités étaient particulièrement conciliants : ils englobaient tous les secteurs industriels concernés de près ou de loin par ce domaine, comme la fabrication de machines à écrire, et une très large part du secteur tertiaire. Mais la question du périmètre de référence présente beaucoup moins d'intérêt que la tendance générale observée par tous les chercheurs. Celle-ci paraît d'autant plus significative qu'elle s'est établie avant la généralisation de l'informatique et des nouvelles technologies de la communication, qui n'a pu que la conforter.

Ainsi la réduction de la notion de « société de l'information » à ce qu'il vaudrait mieux appeler, si l'on accepte l'optique de ses hérauts, une « société de l'informatique », traduit-elle une perception pour le moins hâtive des phénomènes en jeu, perception d'autant plus frappante qu'elle inspire la majorité des études

17— En particulier Daniel Bell, Tadeo Umesato, Fritz Machlup (*The Production and distribution of knowledge in the United States, 1962*) et Marc Uri Porat (*The Information economy, 1977*).

officielles. Le rapport parlementaire *La France et la société de l'information* (Laffite, 1997), plus justement sous-titré *Rapport sur les réseaux grands débits et l'entrée dans la société de l'information*, voit dans le développement des réseaux et services en ligne la condition essentielle de cette entrée, laquelle, bien entendu, reste à venir. De la même façon, le rapport *Vers une société mondiale de l'information* publié en 1998 par l'OCDE et aimablement destiné à aider les gouvernements à définir « les politiques requises », considère que « les réseaux de communication et les applications multimédias interactives forment l'assise de la transformation des rapports économiques et sociaux existants en une société de l'information ». De ce point de vue, les prophéties de McLuhan s'avèrent remarquablement autoréalisatrices : en matière de communication, le médium est bien le seul message qui vaille<sup>18</sup>.

Or, un point essentiel réside justement dans le fait que l'emballage apparent de la production et de la diffusion des connaissances (notion à prendre ici dans un sens large<sup>19</sup>) s'inscrit non seulement dans un processus plus ancien, mais, surtout, ne semble absolument pas lié au type de support, ou de médium. Quelques indicateurs permettront de s'en faire une idée :

- L'édition de livres en France représentait en 2000 plus de 51 000 titres différents (dont près de 26 000 livres nouveaux) contre quelque 45 000 titres en 1996 (dont 20 000 nouveaux), moins de 30 000 au début des années 80, et moins de 10 000 au XIX<sup>e</sup> siècle.

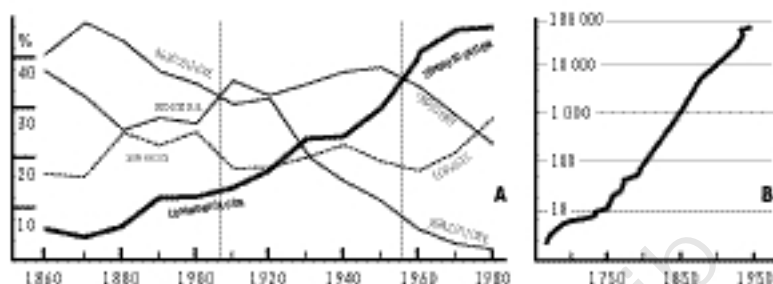
- La « prolifération des textes juridiques » a conduit le Conseil d'État à lancer en 1991 un avertissement solennel : « Le citoyen français est supposé se conformer à près de 150 000 textes de portée générale [...]. Or, ce stock continue de s'accroître : toutes choses égales d'ailleurs, notre *Journal Officiel* est passé de 7 000

---

18— Il est particulièrement significatif de constater que, malgré l'ambition que révèle son titre (Des pyramides du pouvoir aux réseaux de savoirs), la minutieuse étude conduite par la Commission des finances du Sénat (Trégouët, 1998), échoue à prendre en compte la question du public, malgré une remarquable volonté de recul réflexif et une tentative sincère de replacer le développement des techniques de communication dans leur historicité. On voit ici l'étonnante capacité des nouveaux médias à imposer des problématiques centrées sur la technique et à occulter les questions de fond.

19— Peu soucieux de légiférer là où de plus savants que nous ont renoncé, et prenant acte de la polysémie des termes « information », « communication », « connaissances » et « savoirs », nous nous résignons à les employer selon le contexte, invitant le lecteur à les interpréter en fonction de ce même contexte.

## "Société de l'information": quelques repères. Fig. 1

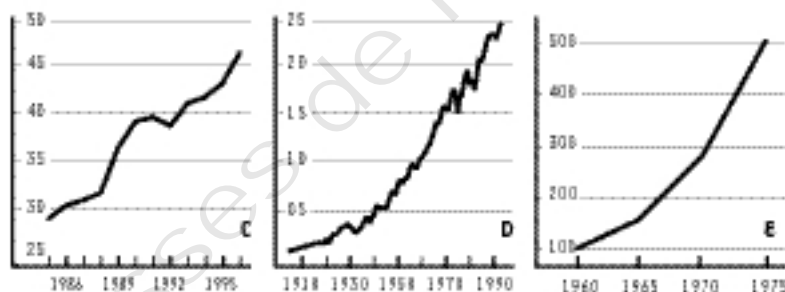


### RÉPARTITION DE LA POPULATION ACTIVE (U.S.A.) en % des emplois

D'après Lemoine, P. (1978). Société d'information et nouvelle croissance : examen de certaines approches étrangères, in Minc, A., & Nora, S. (1980). L'Informativité de la société. Paris : La Documentation Française. Données : Marc Uri Parat [période 1860-1970] et Bureau des statistiques du travail [estimations 1980]

### NOMBRE DE PÉRIODIQUES SCIENTIFIQUES (Mondial)

D'après Sola Price, D.J. (1961) Science Since Babylon. New Haven : Yale University Press.



### ÉDITION DE LIVRES (France) nombre de titres produits x 1000

D'après : Ministère de la Culture et de la Communication (1998). Statistiques de la culture ; chiffres clés 1997. Paris : Ministère de la Culture et de la Communication et Syndicat National de l'Édition (1996). Statistiques 1994. Paris : S.N.E.

### CONSOMMATION DE PAPIER (USA) en millions de tonnes \*

D'après Merrick, I. K., Herron, R., Gownd, S. & Ausubel, J. H. (1996). Materialization and Dematerialization: Measures and Trends. Daedalus 125(3):171-198  
\* hors papiers emballage et aéronautiques

### VOLUME D'INFORMATION FOURNI PAR LES MASS-MEDIA (Japan)

Base 100 en 1960 - D'après le Research Institute of Telecommunications and Economics (1979), cit. in Moles, A. (1986). Théorie structurale de la communication. Paris : Masson.

Malgré l'hétérogénéité des périodes de référence et des échelles, la plupart des indicateurs témoignent d'une progression spectaculaire de la production d'informations, indépendante du développement des réseaux numériques. Les travaux de Marc Uri Parat, repris dans le graphique A, font remonter la primauté de l'économie industrielle aux environs de 1905 (période où les emplois industriels dépassent les emplois agricoles) et celle de l'économie de l'information vers 1955. Signalons toutefois que l'emballage apparent que montrent ces courbes n'exclut en rien la possibilité d'un infléchissement logarithmique.

pages en 1976 à 17 000 pages aujourd'hui [...], quant aux circulaires, en dix ans, leur volume annuel s'est accru de 50 à 450 % selon les ministères étudiés.» En outre, la longueur moyenne des textes de loi a plus que doublé en quelques décennies, tandis que la banale notice explicative pour la déclaration des revenus s'allongeait de 600 % en dix ans.

- Le nombre des services de radiodiffusion et télédiffusion destinés au grand public a été, comme on le sait, multiplié environ par cent depuis le début des années 80, à la suite de l'ouverture de la bande FM, de l'autorisation des chaînes de télévision privées nationales, puis du développement de la diffusion par câble et satellite.

- La consommation de papier en Europe est passée de plus de 40 millions de tonnes en 1983 à plus de 70 millions de tonnes en 1996 (CEPI, 1997) et 84 millions en 2000 (CEPI, 2001). Les papiers d'impression et d'écriture, ainsi que le papier journal, représentent approximativement la moitié de ce total. De même, la consommation de papier aux États-Unis a été multipliée par 5 ou 10, selon les critères retenus, entre les années 50 et les années 90 (Wernick et al., 1996).

- En France, le rythme des versements aux Archives nationales, que l'on peut tenir pour un indicateur grossier de la production d'information par le secteur public, a progressé de plus de 400 % en trente ans. Ces 3 000 kilomètres de rayonnages (soit 150 000 tonnes de papier, dont 90 % sont contemporains) avançaient à la vitesse de 18 km/an en 1950, et de 75 km/an en 1978 (ministère de la Culture et de la Communication, 1980).

- Selon une étude menée auprès des principales entreprises américaines (les Fortune 1000), les salariés occupant des emplois de bureau – cadres et employés confondus – recevraient ou émettraient en moyenne 178 « messages » par jour. « Le trafic s'est spectaculairement accru ces dernières années, et continue de s'accroître », notent les responsables de l'étude (Pitney Bowes, Institute for the Future), qui soulignent que l'effet des nouveaux moyens



de communication est cumulatif: ils ajoutent aux flux antérieurs sans s'y substituer<sup>20</sup>.

On pourrait ainsi multiplier à l'infini les exemples disparates: chacun d'entre eux est contestable en soi, mais leur rapprochement dessine – à défaut de la prouver – une ou plusieurs évolutions beaucoup plus profondes et anciennes que ce que la fascination pour les technologies numériques laisse entrevoir. Du reste, il serait bien imprudent d'affirmer que ces accélérations vont se poursuivre indéfiniment pour tous les canaux considérés. Une hypothèse tout aussi plausible est celle de la croissance logistique (ou courbe en S): une croissance d'abord exponentielle, puis qui ralentit progressivement en se rapprochant d'un seuil de saturation.

Seul paraît échapper à cette tendance inflationniste le vaste bric-à-brac des impasses technomédiatiques, qui comprend notamment, par ordre d'apparition sur la scène publique, le sémaphore, le télégraphe électrique, le pneumatique, le télex et sans doute le Minitel.

En revanche, la presse écrite, dont le nombre de titres et la diffusion globale s'étaient montrés assez constants dans un passé récent (2 738 titres et 5,44 milliards d'exemplaires diffusés en France en 1982, 2 720 titres contre 5,21 milliards d'exemplaires en 1994<sup>21</sup>) manifeste elle aussi ce phénomène. En 1999, elle atteignait ainsi 3 460 titres édités et 5,20 milliards d'exemplaires diffusés<sup>22</sup>. Toutefois, ces données de surface masquent en réalité des différences internes très importantes, sur lesquelles il conviendra de revenir en détail. On verra en effet (voir chap. 5) que ces distorsions croissantes pourraient être beaucoup plus significatives que toute autre considération quant aux évolutions en cours et à leurs enjeux pour la société et pour l'« information », quelle que soit la forme sous laquelle cette information est échangée.

20– IFTF-Pitney Bowes-Gallup (1996). Corporate Communications. Cit. in IFTF (1998) Ten-year forecast. Menlo Park, CA: IFTF. Précisons que ce chiffre englobe un périmètre assez large (y compris les Post it) et résulte d'une enquête mi-quantitative, mi-qualitative qui pourrait être discutée.

21– Selon le Service juridique et technique de l'information (SJT), 1996). D'autres méthodes d'évaluation peuvent conduire à des chiffres différents, sans transformer significativement le constat général.

22– Direction du développement des médias, anciennement SJTI (DDM, 2001). Même remarque.

Mais il convient auparavant, afin de mieux apprécier ces enjeux, de reprendre les termes du problème – « société » et « information » – en les abordant par une tout autre porte.

Presses de l'enssib



## 2. Le grand public, les connaissances et la chose publique

L'une des nombreuses limites des données quantitatives sur la communication réside précisément dans le fait qu'elles ne sont pas qualitatives (l'inverse, hélas, est également vrai, surtout en France). Ainsi, les chiffres, qui racontent si bien l'explosion de l'information sous toutes ses formes<sup>23</sup>, sont quasiment muets sur la nature des informations transmises et, plus encore, sur la façon dont ces informations peuvent être reçues, intégrées ou rejetées par les individus.

Si l'on se replace dans l'optique de Condorcet<sup>24</sup>, cette lacune est un peu ennuyeuse. Le principe démocratique qui sous-tend les sociétés occidentales, qu'elles soient ou non « de l'information », repose en effet lui-même sur un postulat cognitif fondamental : il implique que les citoyens puissent se prononcer sur les affaires de la Cité, directement ou non mais autant que possible en connaissance de cause.

Ce principe, certes idéaliste mais non surpassé à notre connaissance, mérite d'autant plus d'être rappelé que le système parlementaire est de plus en plus concurrencé par d'autres formes d'expression de la volonté populaire, officieux (sondages), officiels (conférences de consensus) ou institutionnels (référendums). En outre, ces derniers portent généralement sur des questions extrêmement complexes et incertaines, comme on l'a vu pour la ratification du traité de Maastricht et, plus récemment, en France ou en Suisse, à propos des organismes génétiquement modifiés.

L'expérience de la Suisse, dont on connaît la forte tradition référendaire, constitue la meilleure illustration possible des enjeux de la diffusion sociale des connaissances. Une étude systé-

---

23— Si nous avons insisté ici sur les données n'ayant pas de rapport avec les médias numériques, il est bien évident que les chiffres concernant ces derniers, même s'ils sont notoirement douteux, montrent des croissances encore plus rapides.

24— « ... d'instruire les hommes des faits qu'il leur importe de connaître, de mettre sous leurs yeux les discussions qui intéressent leurs droits ou leur bonheur, et de leur offrir les secours nécessaires pour qu'ils puissent se décider par eux-mêmes. » (Premier mémoire sur l'instruction publique).

matique après chaque scrutin<sup>25</sup> a en effet montré que, sur les 41 votations fédérales qui se sont déroulées de 1970 à 1980, seuls 19 % des votants avaient une connaissance « bonne ou assez bonne » de l'objet du scrutin, 57 % « vague » et 24 % « nulle » (moyenne des résultats). On comprend que, dans les débats publics, la discussion sur le fond, qui implique la compréhension des termes du problème, s'efface devant la conquête des opinions et des impressions. Ou, dans une acception classique de ces termes, que la communication l'emporte sur l'information.

Une démonstration en a été fournie par un groupe de scientifiques britanniques: ils ont interrogé leurs concitoyens à propos d'un composé chimique largement utilisé dans l'industrie, le dihydrogène monoxyde, précisant qu'il s'agissait d'un composant majeur des pluies acides, qui contribue largement à l'effet de serre, peut être mortel s'il est inhalé en trop grande quantité, et se trouve en quantité significative dans les tumeurs cancéreuses. Plus des trois quarts des personnes interviewées ont réclamé son interdiction ou un contrôle très strict, et seules 5 % d'entre elles se sont assez souvenues de leur bagage scolaire pour réaliser que cette description correspondait tout simplement à celle de l'eau (H<sub>2</sub>O). La farce, habilement montée et discrètement orientée, est évidemment outrancière: on peut être fort érudit – ou simplement sensé – et ne pas déceler le piège, mais elle illustre par l'absurde l'un des liens directs entre *savoirs et cité*.

Le modèle parlementaire, qui est précisément censé compenser l'ignorance du peuple par la sagesse de ses délégués, change-t-il vraiment quelque chose? Passons sur le fait que, selon un sondage ABC News de 1996, près des trois quarts (72 %) des parlementaires américains pensent que les voyants peuvent prédire le futur, pour en venir, dans ce même pays, à une étude autrement plus substantielle, pour laquelle s'étaient associés plusieurs organismes, dont l'Université de Harvard. Détaillé par le *Washington Post* dans une série d'articles au surtitre évocateur, « Reality check » (un examen de la réalité), cet ensemble d'enquêtes menées au cours de l'année 1996 visait à évaluer la perception que les citoyens avaient des questions économiques et politiques.

25— Rapportée in Girod, 1991.

Selon ses constats, les Américains évaluaient en moyenne le taux d'inflation à 13,5 % (alors qu'il était de 2,9 %), et le taux de chômage à 20,6 %, soit un niveau beaucoup plus comparable à la crise de 1929 (maximum : 24,9 % en 1933) qu'à la réalité de 1996 (taux officiel : 5,4 %). Alors que le déficit budgétaire avait été divisé par 2,5 au cours des cinq années précédant l'enquête, 70 % des personnes interrogées estimaient qu'il s'était accru pendant la même période. L'enquête a également montré que la « mauvaise santé » de l'économie américaine était largement attribuée à des causes comme les salaires excessifs des hauts responsables, les crédits consacrés à l'aide internationale et à la protection sociale.

Si l'on songe que, dans tous les pays occidentaux, l'issue des élections législatives (ou présidentielles) tient généralement à un très faible pourcentage des voix<sup>26</sup>, et que l'évaluation de la politique économique exerce une influence considérable sur ces suffrages, on peut légitimement s'interroger sur le sens même du processus électoral. Mais il y a dans une telle interrogation quelque chose de si insupportable qu'il vaut sans doute mieux, à l'instar de Dominique Wolton (1997), ne pas regarder les chiffres et postuler par principe l'intelligence du public<sup>27</sup> :

*Comment d'un côté admettre l'intelligence des citoyens au point d'en faire la source de la légitimité démocratique à travers le suffrage universel, et de l'autre supposer le public des médias influençable et idiot ? [...] Il faut donc choisir ? Si le citoyen est assez intelligent pour distinguer les messages politiques et l'origine de la légitimité, il l'est également pour distinguer les messages de communication ! La communication est ici inséparable du suffrage universel.*

Le raisonnement vise ici la tradition critique de l'école de Francfort, prompt à considérer tout média comme une entreprise

26— Précisons que ces lignes, ayant été écrites deux ans avant l'élection de George W. Bush, ne s'y référaient évidemment pas (même si celle-ci illustre a posteriori celles-là).

27— Jean-Marie Albertini (1997) adopte lui aussi une approche optimiste en dénonçant l'attitude qui « tend à considérer le non-spécialiste comme les somnambules ou les paumés des sociétés techniques et scientifiques contemporaines. En réalité, les non-spécialistes se constituent des systèmes d'analyse de l'environnement dans lequel ils vivent. Ces systèmes sont cohérents par rapport aux problèmes qu'ils ont à résoudre, aux informations qu'ils ont à utiliser ». De même, en matière économique, « ... les gens normaux ne sont pas des idiots, [ils] ont une manière de connaître l'économie qui est tout à fait adéquate aux objectifs qu'ils poursuivent ».

d'oppression et de manipulation. Toutefois, fonder, comme le fait Dominique Wolton, la légitimité de l'information, et même de la communication, sur une vision idéaliste du processus démocratique est à double tranchant, puisque s'il s'avérait que celui-ci est moins satisfaisant qu'on ne pourrait l'espérer, celles-là se trouveraient directement mises en cause. On peut au contraire, comme nous le verrons, estimer que ce sont les limites de l'un qui justifient l'importance des autres, sans pour autant contester en rien les capacités individuelles et collectives des citoyens.

Mais ces dernières sont bien souvent soumises à rude épreuve, comme le rappelle une anecdote rapportée par Gilbert de Landsheere (1976).

*En 1974, les Italiens ont dû répondre à la question : « Souhaitez-vous l'abrogation de la loi actuelle autorisant le divorce ? » Paradoxalement, il fallait voter « non » si l'on était partisan du divorce et « oui » si l'on y était opposé. En outre, un sondage effectué à l'époque a révélé que près de 23 % d'Italiens ignoraient la signification du mot « abrogation »...*

En l'occurrence, compte tenu du thème et du pays, il est difficile de mesurer la part de naïveté et la part de calcul qui ont conduit à la curieuse rédaction de cette question. Celle-ci se ramène toutefois, dans les deux cas, à une spéculation assez douteuse sur la compréhension du public. Or on doit se demander si la totalité de la communication sociale – et *a fortiori* les « prophéties béates » (Sfez, 1999) saluant l'essor de la société de l'information – ne repose pas, dans une bien moindre mesure, sur une spéculation du même type, sans doute moins par machiavélisme que par une très faible compréhension des processus en jeu.

En tout état de cause, le peu d'intérêt porté par les pouvoirs publics et la classe politique française, de même que les médias et la communauté savante, à la question inconfortable mais fondamentale de la diffusion sociale des informations et des savoirs, quelle que soit leur nature (économiques, scientifiques, juridiques, artistiques...), reste surprenante<sup>28</sup>. Il est vrai que plusieurs raisons empêchent de prendre réellement la mesure du problème. L'une d'entre elles tient à l'auto-verrouillage de ce thème : pour en percevoir l'importance, il faut le connaître, mais pour le

connaître, c'est-à-dire entreprendre des travaux sérieux et approfondis, il faut en percevoir l'importance.

Une autre raison, plus épistémologique, réside dans la méfiance traditionnelle des sciences sociales françaises vis-à-vis des travaux susceptibles de servir le pouvoir politique ou économique, mais aussi vis-à-vis des approches à prétentions objectives (quantitatives) et singulièrement des sondages. Comme le souligne inlassablement – et à juste titre – Patrick Champagne (1990), poursuivant la célèbre critique de Pierre Bourdieu (1973-1984), ces outils peuvent en effet donner une vision biaisée et tronquée, en un mot parfaitement artificielle, de la réalité sociale<sup>29</sup>. L'ennui est qu'en abandonnant cette approche à des prestataires spécialisés dans l'actualité politique et le marketing, plutôt que de contribuer à l'affiner, la communauté scientifique se prive, et prive la collectivité, de toute visibilité sur nombre de questions de fond, dont celle de la diffusion extra-scolaire des connaissances. Du reste, au-delà des limites indiscutables de cet outil particulier, le témoignage de Michel Souchon (1993) suggère que ce sont les méthodes d'enquête quantitatives en général, qu'elles soient sérieuses ou non, qui suscitent la méfiance de la majorité des chercheurs français<sup>30</sup>. Il est vrai que le dénuement dans lequel sont maintenues

28– Il serait, du reste, très instructif, bien qu'un peu fastidieux, de tenter d'esquisser une évaluation comparée des problèmes qui retiennent l'attention du monde politique. Les indicateurs possibles ne manquent pas, par exemple le nombre d'études officielles commandées sur tel ou tel thème, le nombre de lignes s'y rapportant dans les comptes rendus des débats de l'Assemblée nationale et, naturellement, le montant des crédits accordés. D'après les éléments fragmentaires dont nous disposons actuellement (pré-étude heuristique menée au sein du GeV par Annie Finand, non publiée), la question qui nous intéresse ici semble demeurer totalement inaperçue des responsables français : si les citoyens ne comprennent pas les politiques, l'inverse est également vrai, et ceci explicite peut-être cela.

29– Mentionnons à titre d'exemple le questionnaire d'un institut anglo-saxon qui imposait de choisir entre des propositions extraordinairement tranchées, sans que celles-ci soient forcément antinomiques, par exemple « la réglementation du commerce par le gouvernement est nécessaire pour protéger le public » versus « la réglementation du commerce par le gouvernement fait souvent plus de mal que de bien ». Dans un tout autre registre, bien malin qui pourrait interpréter les résultats d'un récent sondage (IFOP/EDJ, 30 juillet 1998) qui, impavide, nous apprend d'abord que 53 % des Français sont « persuadés » [sic] que nous entrerons un jour en contact avec des extraterrestres et, un peu plus loin, que seuls 37 % croient à l'existence de ces derniers. Ne reculant devant aucune contradiction, le sondage indique ensuite que 24 % pensent que les extraterrestres se sont déjà manifestés à nous et... 32 % qu'on nous l'a caché jusqu'à maintenant. Les frontières du réel sont effectivement franchies.

30– Au sein des sciences de l'information et de la communication, les termes dans lesquels Mattelart (1997) dénonce la « dérive vers le comptage » des empiristes américains des années 50 et leur « sociologie appliquée qui se définit comme apolitique et est incapable de prendre de la distance par rapport à son objet d'étude » résumait cette position mieux que nous ne le pourrions.



les sciences sociales (que, contrairement aux sciences de la nature, on ne songe guère à doter d'équipements de recherche à la mesure des enjeux qu'elles ont à aborder<sup>31</sup>) contribue peut-être à ce retrait dans lequel il est bien difficile de distinguer ce qui est cause et ce qui est conséquence.

Il existe certes de rares équipes (outre l'Insee) recourant volontiers à ces méthodes, mais leurs problématiques procèdent logiquement des entités auxquelles elles sont liées (économie, sciences politiques) : les opinions oui, les connaissances non. C'est peut-être pourquoi, comme le remarque Roger Girod (1991), « la culture est la grande oubliée des sondages<sup>32</sup> ». Alors que l'on en produit chaque année en France près de 500, dont la plupart se proposent péremptoirement de nous apprendre « ce que les Français pensent de... », il paraît presque saugrenu de se demander « ce que les Français comprennent de... ».

On ne connaît que deux grandes exceptions à ce désintérêt collectif, et la nature de chacune d'elle est révélatrice en soi. La première, très complète et sur laquelle nous reviendrons, concerne les *Pratiques culturelles des Français*. Réalisée tous les huit ans par le Département des études et de la prospective du ministère de la Culture et de la Communication, cette enquête détaille exactement ce qu'annonce son titre : la fréquentation des cinémas et des musées, la lecture des journaux et des livres, etc. Toutefois – outre le biais de surévaluation évident qu'implique, surtout en matière de culture, une enquête fondée sur les déclarations des personnes interviewées<sup>33</sup> – cette étude s'inscrit elle aussi

31– On songe par exemple au General Social Survey du National Opinion Research Center (NORC) américain, qui joue, en matière de production de données quantitatives « ouvertes » un rôle assez équivalent à celui des grands accélérateurs de particules en physique, alimentant des centaines d'équipes de recherche. Précisons toutefois que le début d'un intérêt des pouvoirs publics pour cette question s'est récemment manifesté avec le rapport sur les données en sciences sociales confié à Roxane Silberman (1999) – dont les constats sont éloquentes.

32– À nuancer avec, notamment, l'ouvrage que Bréchon et al. (2000) ont consacré à ce thème, tout en remarquant, justement, que la question des connaissances est symptomatiquement absente de « cet ouvrage [qui] fait le point sur l'état des cultures politiques des Français » : il s'agit bien des cultures politiques (attitudes), mais non de la culture politique (compréhension).

33– Biais inévitable, si scrupuleux que soient les auteurs de cette étude et si attentifs qu'ils soient à le réduire. On peut en évaluer l'importance par un exemple : quand on leur demande quel est le type de musique qu'elles préfèrent, les personnes interrogées placent la musique classique en seconde position (39 %), derrière la variété française (58 %) mais devant le pop-rock (30 %) (Ifop pour L'Express, 2 février 2001 – choix multiples possibles). En l'espèce, il suffit, pour évaluer ces déclarations, de se reporter aux ventes réelles de disques : variété française 55 %, variétés internationales 38 %, musique classique... 7 % (Min. Culture, 2000).

clairement dans ce que l'on pourrait appeler une « logique média-centrique » ou, plus brutalement, une « logique du tuyau ». En d'autres termes, elle décrit aussi bien que possible le débit des grands vecteurs culturels, mais n'aborde pas la façon dont le public en intègre les contenus, ce qui renvoie à l'interrogation déjà formulée à propos des indices de production de livres ou de consommation de papier. Il ne s'agit en aucun cas de contester l'importance et la qualité de ces travaux, ni de nous engager, à l'instar de Baillargeon (1998), dans une discussion sur leurs fondements théoriques, mais simplement de remarquer que le principal indicateur culturel français demeure, par nature, focalisé sur les transmetteurs et indifférent aux destinataires (et de noter incidemment que financer une enquête tous les huit ans seulement en dit long sur l'attention publique accordée à cette question).

Le second domaine où les connaissances du public bénéficient d'une certaine attention concerne les sujets scientifiques (notion implicitement restreinte aux sciences dites « dures »). Sur ce point, responsables publiques, médias et scientifiques multiplient les alertes. Comme le notait le Rapport sur la recherche française publié en 1994 par le ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, « on sent sourdre un doute sur la capacité réelle de la recherche à demeurer un cœur de rationalité intelligible au sein de nos sociétés », ce que traduit bien la vigueur des parasciences. Signalons par exemple que, si l'on en croit un sondage<sup>34</sup> réalisé en 1992 au Québec, 66 % des personnes interrogées (et 59 % des étudiants) croient à la télépathie, 45 % à l'astrologie (étudiants 21 %) et 38 % aux revenants (étudiants 43 %). Sachant qu'il est toujours un peu gênant d'être sincère quand on est interrogé sur ce genre de sujet, ces données ont plus de chance de sous-évaluer que de surévaluer la réalité. De même, les Français, et les Européens en général, sont plus nombreux à juger l'astrologie « plutôt scientifique » (Fr: 48,6 % – Eu: 52,7 %) que l'économie (Fr: 30,9 % – Eu: 42,3 %) et l'histoire (Fr: 19,3 % – Eu: 33,1 %) (Eurobaromètre 55.2, 1991).

Toutefois, la lutte contre « la négation des fondements de la culture moderne » (*Rapport sur la recherche française*) et la néces-

---

34– Cit. in Québec Sceptique, n° 22 (juin 1992).

sité, rappelée en 1996 par le Comité d'éthique pour les sciences (COMETS) du CNRS, de «contribuer à développer sens critique et repères de vie, de pensée, d'action et d'adaptation à un environnement de moins en moins stable et saisissable», ne sont pas les seules raisons pour lesquelles la question de la culture scientifique et technique suscite beaucoup plus d'intérêt, et en tout cas plus de sondages, que les autres formes de connaissance. La relation, souvent évoquée, entre le niveau scientifique et technique d'une population et sa compétitivité industrielle intervient également dans une large mesure<sup>35</sup>, ainsi qu'une préoccupation *pro domo* clairement perceptible : «La diffusion de la culture scientifique est le garant de l'adhésion de la nation à l'effort de recherche.» (Ibid.)

Ces raisons ne suffisent pas, selon nous, à expliquer que la question de la culture scientifique du grand public soit si dominante (des didacticiens aussi avertis que Giordan et De Vecchi (1987) ne songent, par exemple, qu'aux sciences quand ils se félicitent que «le problème de la transmission des connaissances se pose enfin au grand jour»), quand les autres domaines de connaissances demeurent inexplorés, en particulier en France<sup>36</sup>.

On peut émettre l'hypothèse que les savoirs scientifiques, dont chacun ressent le caractère hermétique, constituent une sorte de symbole collectif, et fort pratique, chargé à lui seul du poids de la complexité des connaissances. Dire «Le grand public ne comprend rien à la science», c'est sous-entendre à bon compte que les autres domaines ne posent pas de problèmes<sup>37</sup>. Il est à cet égard significatif de remarquer que le terme «vulgarisation» (mot abominable mais inévitable) est toujours accolé instinctivement à «scientifique». Est-il donc moins important que les citoyens distinguent entre justice civile, pénale et administrative ? entre pre-

35— Argument que l'on retrouve dans les nombreux plans successifs visant à développer la place de l'informatique, puis celle d'Internet, dans les établissements scolaires.

36— Il existe par exemple un département de la vulgarisation et de l'information juridique au sein du ministère canadien de la justice.

37— On pourrait reprendre à rebours la formule de George Berkeley, qui remarque que pour «la majorité illettrée de l'humanité qui emprunte la grand-route du simple bon sens [...] rien de ce qui est familier ne semble inexplicable ou difficile à comprendre» (Principles of human knowledge, 1710, notre trad.). A contrario, donc, seul ce qui n'est pas familier (et la science, à l'évidence, ne l'est pas) apparaîtrait comme difficile à comprendre.

mière instance, appel et cassation ? entre mis en cause et mis en examen ? C'est à chacun de répondre, mais le fait que le ministère de la Justice (contrairement au ministère de la Recherche en ce qui le concerne) n'ait absolument aucune idée de la façon dont ses administrés perçoivent ce type de nuances, constitue un indice intéressant.

De façon plus générale, la tentation de réduire la question de la diffusion des connaissances à celle des seules connaissances en sciences de la nature est sœur de la tendance consistant à réduire l'« explosion de l'information » à l'« explosion de l'informatique ». Là comme ailleurs, qui fixe son regard sur les apparences les plus évidentes des choses se condamne à ne rien voir du tout.

Presses de l'ensjdo



### 3. Que savons-nous des savoirs ?

Après tant d'alertes, il est sans doute temps d'en venir à une rapide synthèse des quelques données disponibles sur les connaissances du public. Soulignons cependant que cette dernière, si elle peut fournir des éléments de réflexion pour tout décideur ou simple citoyen concerné par la chose publique, et *a fortiori* pour tout journaliste ou communicateur, ne constitue en rien une radiographie de ce que nos concitoyens ont dans le crâne.

Certes les sondages culturels échappent très largement aux critiques que l'on peut adresser aux sondages d'opinion. Alors que ces derniers (pour ou contre la peine de mort ? l'action du premier ministre ? les biotechnologies ?) imposent de prendre parti de façon tranchée sur des questions que les répondants ne se posent pas forcément – ou ne se posent pas en ces termes – et suscitent souvent des réponses stéréotypées, les questions de connaissances bénéficient d'une simplicité binaire : on connaît le chef-lieu de la Meuse, la masse du proton et l'auteur de *Guerre et Paix*, ou on ne les connaît pas, et la présence de l'interviewer n'y change rien. Toutefois, cette simplicité est elle-même trompeuse.

- D'une part, parce qu'il n'existe pas de limite précise entre connaissance et ignorance : si je ne sais pas bien ce qu'est un rayonnement électromagnétique, j'ai tout de même une idée de ce qu'est la lumière ou une onde radio. Si j'ai du mal à situer le Guatemala et Philippe le Bel, je sais tout de même qu'il s'agit respectivement d'un pays d'Amérique latine et d'un roi de France... C'est pourquoi il est beaucoup plus approprié de raisonner en termes de représentations plus ou moins exactes. Mais il est nettement plus facile de mesurer des connaissances factuelles – la méthodologie est à peu près celle du jeu des Mille francs – que d'évaluer globalement les représentations cognitives.

- D'autre part, parce que le choix même des questions posées est toujours discutable. Il se réfère nécessairement à des savoirs considérés comme légitimes et nécessaires, et constitue donc une prise de position arbitraire sur « ce que tout le monde devrait savoir ». Or ces normes sont, par définition, des constructions sociales : il y a quelques décennies, par exemple, quelqu'un qui ne

« savait pas ses départements » risquait de passer pour ignare, alors qu'une légère défaillance aujourd'hui dans la localisation de Bar-le-Duc ou de La-Roche-sur-Yon bénéficierait probablement de plus de mansuétude. Mais cette évolution diachronique pose bien entendu moins de problèmes que les évidentes variabilités synchroniques. En effet, la notion de savoirs de référence, avec toutes les valeurs qu'elle implique, se heurte directement à celle de multiculturalité qui est, elle aussi, généralement présentée comme souhaitable. Ainsi des chercheurs et des représentants de minorités culturelles nord-américaines ont-ils pu s'élever contre le fait que les indicateurs culturels – notamment les études en milieu scolaire – instituaient un « deficit model ». Ils conduiraient, en d'autres termes, à représenter les jeunes issus de ces minorités comme déficients par rapport à une norme qui ne leur correspond pas. Même dépouillée de sa pesante rhétorique post-moderne ou politiquement correcte, la question du sens à donner au fait que, par exemple, moins de 45 % des Français<sup>38</sup> savent qui était Rodin, reste posée avec insistance.

Pour ces raisons, il doit être clair que nous ne parlons pas vraiment ici de « culture » mais de « connaissances » : si le lien entre celles-ci et celle-là est évident, il n'est pas moins évident que celle-là est très loin de se réduire à celles-ci<sup>39</sup>.

38– Quand nous accolons « les Français » ou « les Américains » à un résultat quantitatif (n %), il faut évidemment lire « les répondants d'un échantillon d'adultes de la population considérée, présenté comme représentatif de celle-ci ».

39– Edward Taylor soulignait déjà, il y a plus d'un siècle, que la culture « est ce tout complexe qui comprend la connaissance, les croyances, l'art, la morale, le droit, les coutumes et les autres capacités ou habitudes acquises par l'homme en tant que membre de la société » (Cuche, 1996). Michel de Certeau (1974/1993) relève pour sa part sept sens différents de cette même notion.

## a – Les connaissances scientifiques, technologiques et médicales

Comme nous l'avons déjà indiqué, le thème de la culture scientifique et technique est de très loin le mieux connu, grâce aux sondages ou aux études réalisés pour les pouvoirs publics (en particulier la Communauté européenne, le ministère français de la Recherche et la National Science Foundation aux États-Unis), à ceux commandités par les instances directement concernées par une problématique précise (par exemple un consortium CEA, COGEMA, EDF et Framatome dans le cas du nucléaire), ainsi qu'à ceux publiés par les magazines de vulgarisation scientifique (*Sciences et avenir, Science & vie, Eurêka...*).

La question la plus fréquemment posée suffit à planter le décor : sondage après sondage, un Français sur quatre (22 à 25 % selon les études) persiste à penser que le Soleil tourne autour de la Terre. C'est le cas d'un peu moins d'un ouvrier sur trois, mais aussi d'un cadre supérieur sur sept. Des résultats du même ordre (19 à 38 %) ont été relevés aux États-Unis, au Canada, en Grande-Bretagne et pour l'Europe entière. On notera que cette notion, qui est l'un des monuments les plus célèbres des progrès du savoir (Copernic, Galilée...), présente a priori très peu de difficultés conceptuelles : se représenter la Terre tournant autour du Soleil ne met pas forcément en jeu des connaissances très élaborées (il en faut beaucoup plus pour la réfuter en remarquant, à l'instar de l'astrophysicien Étienne Klein, que « ce n'est jamais qu'une question de référentiel »).

En règle générale, et dans tous les pays pour lesquels nous disposons de statistiques, les questions concrètes, en particulier celles concernant la géologie – dérive des continents, centre de la terre très chaud... – obtiennent les meilleurs scores, avec, le plus souvent, moins de 20 % de mauvaises réponses (ce qui n'est tout de même pas rien). En revanche, les notions scientifiques de base, comme l'atome, la molécule..., demeurent particulièrement mal connues, bien qu'elles soient utilisées en permanence. Ainsi, seuls 47 % des Français, 71 % des cadres et, curieusement, 78 % des étudiants scientifiques, répondaient oui à la question « La matière est formée d'atomes composés d'électrons et d'un noyau. Ce noyau



peut-il être cassé ? » (Huet et Jouary, 1989), qui, il est vrai, demandait un petit effort d'attention, mais renvoyait à un concept mille fois expliqué, et d'une certaine importance collective, celui de la fission nucléaire.

La vaste étude Eurobaromètre, commanditée par la Commission européenne, constitue un bon exemple des indications disponibles, non seulement sur les connaissances factuelles, mais aussi sur les attitudes à l'égard des sujets et des pratiques scientifiques.

Presses de l'enssib

**Table 1****Connaissances des Européens et Français  
au sujet de « faits scientifiques fondamentaux »**

Bonnes réponses, en %	Enquête 2001		Rappel 1992		
	Europe (global)	Europe (cadres)	France (global)	Europe (global)	France (global)
Les lasers fonctionnent en faisant converger des ondes sonores	35,3	54,3	36,2	36	36
Les antibiotiques tuent les virus ainsi que les bactéries	39,7	54,7	41,6	27	28
Les électrons sont plus petits que les atomes	41,3	56,8	46,4	*	48
Les gènes du père déterminent si le bébé est un garçon ou une fille	48,1	48,7	54,2	49	56
Toute radioactivité résulte de l'action de l'homme	52,6	74	48,8	53	60
La Terre fait le tour du Soleil en un mois	56,3	66,8	60,3	**	**
Les premiers êtres humains vivaient à la même époque que les dinosaures	59,4	76,8	61,3	50	54
Le lait radioactif peut être rendu sain en le faisant bouillir	64,2	79,5	61	66	66
Le Soleil tourne autour de la Terre	66,8	80,6	62	**	**
L'être humain s'est développé à partir d'espèces animales plus anciennes	68,6	75,8	74,4	65	71
L'oxygène que nous respirons vient des plantes	79,7	82,9	76,6	80	79
Les continents se déplacent depuis des millions d'années et continueront à se déplacer dans le futur	81,8	92,4	86,5	82	91
Le centre de la Terre est très chaud	88,4	93,8	88,9	86	87
Effectifs interrogés	16029	1439	1004	±13000	±1000

Données : Eurobarometer 55.2 (2001) : Europeans, science and technology. Bruxelles : Commission européenne (colonne n° 1) ; European Opinion Research Group (2001). Breakdown sociodemo, id. (Colonne n° 2) European Opinion Research Group (2001) ; Breadkown by country, id. (colonne 3) ; Eurobarometer 38.1 (1993) : Europeans, Science and Technology. id. (colonnes 4 et 5).

Notes : \* Chiffre apparemment erroné dans le document publié. \*\* Questions non posées en 1992.

Une bonne partie des questions reprises dans le tableau ci-dessus fait partie d'une sorte de lot standard<sup>40</sup>, utilisé dans plusieurs pays, et permettant donc des comparaisons internationales. Celles-ci montrent peu de différences d'un pays occidental à l'autre : les Américains étaient, en 2000, environ 46 % à avoir au moins une petite idée de ce que sont les électrons et les atomes (Canadiens : 46,7 % en 1990<sup>41</sup>), et 51 % à savoir que jamais un humain n'avait vu un dinosaure (Canadiens : 45,9 %)<sup>42</sup>. Les mêmes sont 13 % à « comprendre » le terme molécule (c'est-à-dire à être un tant soit peu plus précis qu'« un truc tout petit »), et 29 % celui d'ADN (NSF, 2000).

Au-delà du vain bêtisier que l'on pourrait être tenté d'établir, on peut distinguer dans ces résultats quelques enjeux directs de la diffusion des savoirs, non seulement en ce qui concerne les choix politiques (par exemple en matière de stratégie énergétique), mais aussi en termes de santé publique. On sait en effet que l'un des plus grands problèmes actuels vient de la résistance croissante des bactéries aux antibiotiques. Or celle-ci est notamment liée aux prescriptions abusives d'antibiotiques sous la pression des patients, qui en réclament pour des infections virales (grippe...) où ceux-ci ne servent à rien. D'où, du reste, un effort d'information accru de la part du corps médical, mais aussi des journaux et des pouvoirs publics, qui pourrait expliquer l'une des seules progressions significatives du tableau ci-dessus (de 27 % de bonnes réponses en 1992 à 39,7 % en 2001).

L'autre évolution notable est plus intéressante encore, car elle illustre à quel point la diffusion sociale des connaissances emprunte des chemins différents de ceux qu'imaginent les instances scientifiques : tandis que tous les efforts publics n'ont guère fait progresser les autres connaissances factuelles, celles concernant

40— Là comme ailleurs, les questions ne sont pas à l'abri de toute critique. La proposition selon laquelle « l'oxygène que nous respirons vient des plantes », pour laquelle la bonne réponse attendue est oui, est parfaitement contestable : l'oxygène est originellement produit par les étoiles (nucléosynthèse). Les plantes se contentent de le séparer ou, si l'on veut, de le recycler.

41— Einsiedel, E.F. (1990). Scientific literacy : A Survey of adult Canadians, Calgary : University of Calgary, Cit. in Freedman, R. (n.d.), « Les Canadiens et les sciences » in Manuel de référence pour les consultations sur les sciences et la technologie. Vol. II, Industrie Canada.

42— On notera que la cohérence synchronique de ces résultats est un solide argument en leur faveur.

les dinosaures ont bondi de près de 10 points. C'est qu'entre l'enquête de 1992 et celle de 2001, il y a eu, en 1993, la sortie de *Jurassic Park*. Le film seul, évidemment, ne saurait directement expliquer cette évolution. Mais il a provoqué un large intérêt pour ce sujet et, notamment, dans tous les organes d'information, une multitude d'articles et de dossiers sur ce thème<sup>43</sup>.

Les connaissances sur les dinosaures ont, a priori, peu d'incidence sur la vie de la Cité. Mais il en va autrement pour d'autres domaines, tels que la physique nucléaire. Quant au débat sur les biotechnologies, que nous avons déjà évoqué, il prend un tout autre aspect si l'on précise que, selon une autre étude de la Communauté européenne, seuls 35 % des répondants reconnaissent que la proposition «les tomates ordinaires ne contiennent pas de gènes, alors que les tomates modifiées génétiquement en contiennent» est fautive (Eurobaromètre 52.I, 1999).

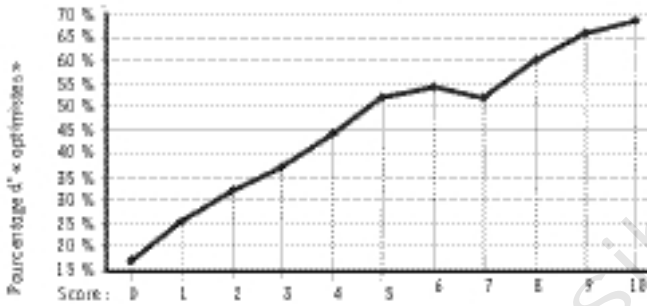
Une crainte alimentée par l'ignorance n'est pas forcément moins légitime qu'une crainte fondée sur une compréhension approfondie du dossier (après tout, le célèbre «principe de précaution» n'est jamais que le nom que l'on donne à une crainte résultant de l'ignorance dans laquelle se trouve la communauté savante), mais il est certain qu'elle ne facilite pas l'instauration d'un débat public fondé sur des arguments sérieux. Il existe en outre une très forte corrélation apparente entre la connaissance des répondants et leur appréhension des problèmes complexes (*fig.2*)

Il faut souligner – bien que nous ne disposions pas de données à ce propos – que la méconnaissance des notions en jeu ne conduit pas forcément à surestimer un risque collectif ou individuel: elle peut, exactement de la même façon, conduire à le sous-estimer. Ce pourrait par exemple être le cas à propos des antibiotiques évoqués plus haut, mais aussi de très nombreux domaines

---

43– On pourra, pour un développement de ce point, se reporter à une communication (6th International Meeting on Public Communication of Science and Technology, Genève, 1er au 3 février 2001) où nous proposons de considérer les faits de communication scientifique non plus en termes d'intention ou de conformité normative, mais en termes d'effets sociocognitifs globaux, de façon à mieux prendre en compte le poids des formes non institutionnelles de diffusion. Un heureux hasard ayant justement voulu que nous prenions comme exemple abstrait *Jurassic Park* (sans songer que cette hypothèse était empiriquement testable), il nous semble que le résultat de ce sondage, réanalysé ultérieurement (sur un échantillon particulièrement large) et publié en décembre 2001, constitue un élément inespéré en faveur de cette proposition.

### Rapport entre connaissances et évaluation d'une perspective technoscientifique. Fig. 2



Les personnes n'ayant pu donner aucune bonne réponse à dix questions factuelles sur les biotechnologies sont 17 % à estimer que celles-ci amélioreraient notre vie, contre 52 % pour celles ayant donné 5 bonnes réponses et 67 % de celles ayant donné 10 bonnes réponses.

D'après Eurabaremeter45.1

comme l'hydrologie (construction en zone dangereuse), les loisirs (mer, montagne), l'alimentation, etc.<sup>44</sup>

Le rapport savoirs/attitudes se constate également si l'on se fonde non sur la connaissance réelle du dossier, mais simplement sur le niveau d'études (supérieures ou non), sans distinguer entre « littéraires » et « scientifiques ».

En revanche, il est très possible que le bon sens populaire corresponde, ici ou là, à une évaluation, certes infondée mais somme toute assez juste, de telle ou telle possibilité scientifique. On l'a vu dans le cas de la zoopathie dite « de la vache folle » où bien des experts affirmaient que l'agent responsable ne pouvait en aucun cas franchir la « barrière des espèces » entre la vache et l'homme, certitude aujourd'hui bien ébranlée. De leur côté, les consommateurs – tout ignorants qu'ils fussent que « la vache et l'homme ont des ancêtres communs<sup>45</sup> » – étaient beaucoup moins

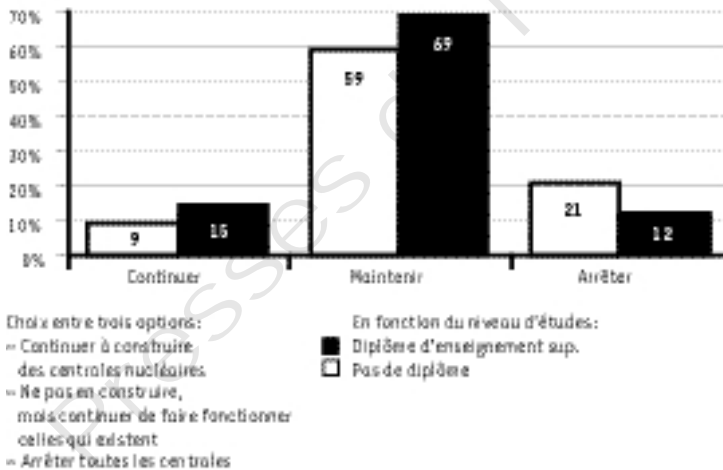
44– On ne doit toutefois pas réduire l'appréhension du risque à la seule connaissance « objective » de celui-ci : beaucoup de médecins fument, et un navigateur aussi expérimenté qu'Éric Tabarly s'est délibérément exposé pendant des années à un facteur de risque (absence de harnais) dont il n'ignorait rien et qui a causé sa perte.

45– Selon un sondage (sans aucun lien avec la question de la vache folle et antérieur à celle-ci), seuls 21 % des Français, 48 % des cadres et 89 % des étudiants scientifiques admettaient que la vache et l'homme aient eu des ancêtres communs (Huet et Jouary, 1989).

persuadés de l'efficacité de cette barrière. Ainsi le grand public pourrait avoir eu raison sur le plan scientifique, tout en surestimant (peut-être) beaucoup le risque effectif pour la santé publique.

Remarquons également que, selon le psychiatre Jean-Marie Abgrall (1998), la clientèle type des pseudo-médecines se compose « d'abord de cadres supérieurs et de personnes exerçant une profession libérale. [...] Les ouvriers et les agriculteurs accordent en majorité leur confiance à la médecine officielle ». De fait, une étude menée aux États-Unis a confirmé l'existence d'un rapport paradoxal entre le niveau d'éducation et la tendance à recourir à ce type de pratiques (Astin, 1998).

**Rapport entre niveau de formation et évaluation d'une perspective technoscientifique. Fig. 3**



D'après : Baromètre du Nucléaire (CER - COGEMA - EDF - FRAMATOME / BVA) 1997

## b – Les connaissances économiques, politiques et civiques

Si les enjeux de la diffusion des connaissances scientifiques sont considérables, ils ne le sont pas plus – et sans doute moins – que ceux des connaissances directement liées à l'organisation et au

fonctionnement de la société. Mais cet aspect est curieusement abandonné à la seule responsabilité des individus, comme l'illustre le principe absurde et pourtant nécessaire selon lequel « nul n'est censé ignorer la loi », auquel on aimerait toutefois adjoindre « nul responsable public n'est censé ignorer le citoyen ». Cette dernière ignorance ne semble pourtant pas moins profonde que la précédente, mais elle n'a jamais été étudiée à notre connaissance. Pour le reste, les indications disponibles en matière politique sont très minces et pour le moins fragmentaires. Savoir que 90 % des Français connaissent la durée du mandat présidentiel, 36 % le nom du président de l'Assemblée nationale et 33 % les termes correspondant au sigle RPR (données 1990) n'apprend pas grand-chose sur le fonctionnement de notre démocratie. Les exemples suisse (voir *supra*), américain (où un électeur sur deux ne peut dire qui, du parti démocrate ou du parti républicain, est le plus conservateur) et allemand<sup>46</sup> sont plus édifiants, mais rien ne prouve qu'ils peuvent être transposés à la France, même si l'on n'a aucune raison d'en douter. Commentant un sondage Ipsos réalisé pour *Le Monde* (14 mars 1988), André Laurens note qu'il « révèle l'extraordinaire déperdition du discours politique entre son émission et sa réception ».

De façon générale, le niveau de compréhension des citoyens concernant les grands thèmes du débat public semble constituer une inquiétante « boîte noire », surtout si l'on songe au rapport connaissances-attitudes que nous avons évoqué plus haut. En outre, remarque Girod (op. cit.), l'influence des partis politiques sur les intentions de vote est infiniment plus faible que ceux-ci ne pourraient le penser. En Suisse toujours, plus d'un tiers des votants qui se disaient sympathisants d'un parti ignoraient la position de ce parti quant à l'objet du vote. On imagine ce qu'il en est pour les électeurs ne se reconnaissant dans aucune famille politique...

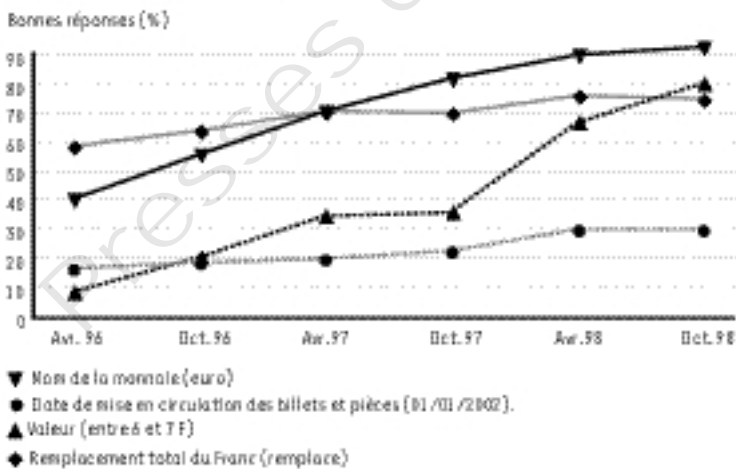
L'exemple de la mise en place de l'euro mérite que l'on s'y attarde un instant. Il illustre assez clairement la perplexité des pou-

---

46— Seuls 29 % des Allemands interrogés savent ce qu'est la séparation des pouvoirs, 27 % ce qu'est le fédéralisme, et 44 % si leur système politique est une démocratie directe ou parlementaire (Al-lensbacher Jahrbuch der Demoskopie, 1993-1997).

voirs publics dès que surgit la question du public. Compte tenu des enjeux de ce dossier, le gouvernement était bien décidé à « arrêter toutes les dispositions qui permettront à chaque citoyen français d'avoir une pleine et entière confiance dans l'euro » et à « aider chacun à se préparer aux changements qu'apportera l'arrivée de l'euro dans sa vie quotidienne » (ministère de l'Économie et des finances, 1997). Le ministère de l'Économie et des finances a donc mis sur pied un ambitieux plan de communication, couplé à un dispositif d'évaluation alimenté par des sondages réguliers sur ce thème (semestriel les premières années, mensuel à la fin)<sup>47</sup>. Le postulat implicite – dont nous avons vu qu'il n'avait rien d'absurde – était que plus les citoyens seraient informés sur cette mutation, moins ils se montreraient inquiets à son propos. Au terme de trois ans d'efforts, les résultats disponibles montraient effectivement une nette progression des connaissances factuelles.

#### Évolution des réponses à quatre questions factuelles concernant l'euro. Fig. 4



Synthèse d'après : Ministère de l'Économie et des Finances / 5 d'avis

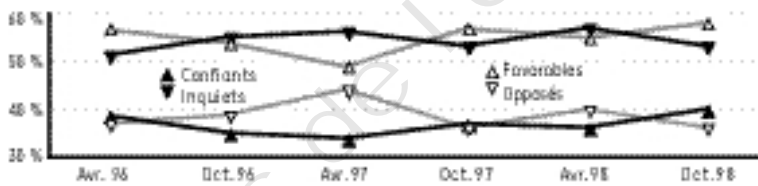
47— La Commission européenne conduit également une surveillance sur ce thème, mais cette initiative est beaucoup moins inhabituelle pour Bruxelles, traditionnellement – et par nécessité – plus attentive aux questions touchant à la perception du public.



Dans le même temps, le taux des personnes se déclarant bien informées (cumul « très bien » + « assez bien ») passait de 22 à 53 % des répondants, ce qui constitue une évolution spectaculaire, même si cette majorité restait mince et si les « très bien informés » culminaient à 5 %.

Des changements intervenus en 1999 dans la réalisation du sondage ne permettent pas de prolonger ces courbes<sup>48</sup>. Mais l'intéressant est surtout de remarquer que, contrairement à ce que l'on aurait pu attendre, la progression des connaissances factuelles n'a eu strictement aucune influence sur la perception globale de cette mutation par les personnes interrogées.

Évolution des attitudes et opinions concernant l'euro. Fig. 5



Synthèse d'après : Ministère de l'Économie et des Finances / Sofrès

Au terme de cette période, les « confiants » sont ainsi passés de 39 à 40 % et les « inquiets » de 51 à 53 %. De même, l'évolution des « favorables » et des « défavorables » ne représentait qu'un petit pour cent, ce qui signifie qu'il n'y a pas eu, pour autant que l'on sache, d'évolution du tout. Ces tressaillements sont, en effet, très largement inférieurs à la précision technique d'un sondage de ce

48— On peut cependant y noter que les bonnes réponses concernant le remplacement total du franc par l'euro ont plafonné à partir d'avril 1998 aux alentours de 80 % ( $\pm 5$  %), décroissant même un peu (77 % en avril 2001), tandis que celles concernant la date de mise en circulation des billets ont logiquement progressé (76 % en octobre 2000) au fur et mesure que cette date se rapprochait. Par ailleurs, le taux des personnes s'estimant plutôt bien informées atteignait 60 % en avril 2001, dont 8 % s'estimant très bien informées (Baromètre CSA opinion / Ministère de l'Économie, mai 2001).

type, soit plus ou moins 3 %<sup>49</sup>. La suite a même montré une certaine dégradation des indicateurs<sup>50</sup>, mais celle-ci peut être liée au rapprochement de l'échéance. Quoi qu'il en soit, la campagne ne paraît pas s'être soldée par un grand effet sur les opinions. D'avril 1996 à avril 2001, le nombre des « indifférents » est même passé de 8 % à 13 %.

Ce constat surprendra les communicateurs. Il n'étonnera (probablement) pas les vulgarisateurs ou les didacticiens. En effet, le plan de communication et les documents qui en découlent n'ont apparemment pas tenu compte de la question centrale : le sens de cette mutation pour le public. On s'est, en d'autres termes, attaché à informer en priorité sur ses modalités (à quelle date ? à quel taux ? de quelle manière ? ...), ce qui est évidemment indispensable, mais on ne s'est guère soucié d'indiquer *pourquoi* cette monnaie unique était nécessaire. Les propos tenus, à l'issue du second sondage, par le ministre de l'époque sont éclairants :

*On observe tout d'abord une légère décroissance du nombre de personnes favorables à la mise en place de la monnaie unique : 54 % contre 57 % en avril dernier. Mais l'adhésion de nos compatriotes demeure largement majoritaire [...]. Les Français estiment, à juste raison, que l'arrivée de l'euro apportera des effets favorables sur nos échanges extérieurs, sur la compétitivité des entreprises, pour notre secteur bancaire, pour l'économie française en général et la stabilité des prix. Au fur et à mesure que l'échéance se rapproche, on observe cependant une montée des inquiétudes, s'agissant notamment des éléments les plus concrets, comme les problèmes de conversion par exemple. Ceci démontre l'urgence qui*

49— Rappelons à toutes fins utiles que pour un échantillon d'environ 1 000 personnes, ce qui est le cas ici, la marge d'erreur statistique est de 6,4 % (soit 3,2 % en plus ou en moins du chiffre indiqué) lorsque la répartition des réponses est proche de l'équilibre (50 % de « pour » et 50 % de « contre »). Elle se réduit lorsque l'on s'éloigne de cet équilibre, par exemple à 5 % lorsque la répartition des réponses est 80 % contre 20 %. Enfin cette marge ne correspond qu'à une probabilité de 0.95. Ce qui veut dire qu'un résultat de 50 % doit se lire : « Il y a 95 chances sur cent pour que la bonne valeur se situe entre 46,8 % et 53,2 %, et 5 chances sur cent pour qu'elle sorte de cette fourchette, à supposer par ailleurs qu'il n'existe strictement aucun biais dans la sélection de l'échantillon ni dans le choix, l'ordre et la formulation des questions. » Cette incertitude technique, incompressible sauf à accroître l'échantillon, est en effet indépendante des problèmes inévitables liés au sondage lui-même.

50— En avril 2001, mais avec une formulation légèrement différente, les « confiants » étaient 32 % et les « inquiets » 52 %, tandis que les « favorables » étaient 45 % et les « opposés » 47 % (CSA/Min Éco, op. cit.).

*s'attache à la mise en place d'une stratégie de communication active, orientée sur les aspects concrets et matériels du passage à l'euro, comme le calendrier, les mécanismes de conversion, le double affichage des prix. (Conférence de presse de Jean Arthuis le 30 juin 1996, souligné par nous.)*

Voici donc les Français promus experts en macro-économie. La réalité est hélas toute autre : au lieu de leur demander quelles étaient, à leur avis, les raisons pouvant ou non justifier le passage à l'euro (mais ce type de questions, dites ouvertes, impose un post-codage, c'est-à-dire un délicat traitement a posteriori), on leur a proposé une liste de réponses en leur demandant pour chacune s'ils étaient d'accord ou non. Beaucoup ont dû découvrir à cette occasion les arguments du débat.

La suite de l'intervention du ministre traduit, malgré une volonté didactique sans doute sincère à défaut d'être très inspirée, la logique du tuyau entrevue précédemment : pour simplifier grossièrement, le plan vise à « injecter » dans le corps social (outre quelques mots d'ordre péremptaires) des informations essentiellement pratiques. Certes, ce plan, longuement réfléchi, prévoyait que « dans un second temps, les aspects économiques seront abordés » (min. de l'Économie et des finances, op. cit.), mais ceux-ci semblent n'avoir bénéficié que d'un traitement fort désinvolte, en particulier dans les brochures qui constituaient le premier étage du dispositif.

Curieusement, cette attitude évoque, à grande échelle, celle observée à petite échelle dans le comportement individuel de personnes (intervenants sociaux par exemple) s'adressant à des interlocuteurs moins avertis ou présentant des troubles de la cognition.

*Voilà un paradoxe qui donne à réfléchir : des individus s'adressent à des gens moins compétents qu'eux sur le plan verbo-intellectuel ; ils manifestent des efforts adaptatifs qui paraissent tendre à ce que ces gens puissent accéder à la compréhension ; mais dans le même temps, le contenu de ce qu'ils communiquent se restreint et paraît se limiter aux questions opératoires et normatives. (Rimé, 1984)*

Si le paradoxe peut « donner à réfléchir » en milieu psychiatrique, qu'en penser à l'échelle de la communication publique ? En fin de compte, l'observation ci-dessus revient tout simplement à expliciter ce que signifie, en langage familier, l'expression « parler à quelqu'un *comme à un taré* ». On se gardera bien de l'étendre à la façon dont on s'adresse à un peuple, mais le fait est que le contenu communiqué à celui-ci paraissait effectivement se concentrer sur les « questions opératoires et normatives ».

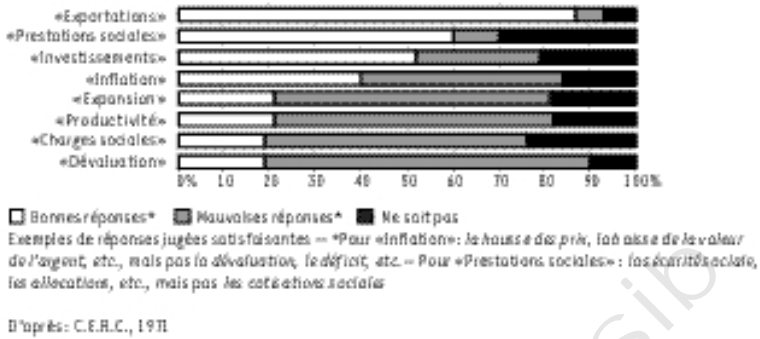
Ce n'est que dans sa toute dernière double page que la brochure de 1997 aborde la question « L'euro, ça nous apporte quoi ? » Bonne question. Malheureusement, les réponses proposées sont tantôt si anecdotiques, tantôt si vagues (« il y aura dynamisation des échanges », « c'est le retour de l'Europe comme acteur majeur de la scène internationale »...), que même un partisan convaincu hésiterait à les faire siennes. En revanche, la seconde brochure (novembre 1998) échappe à ce genre de critique : elle ne consacre pas une seule ligne à la question... Peut-être celle-ci devait-elle être évoquée plus tard<sup>51</sup>. Mais cette stratégie aurait été pour le moins curieuse : le comment avant le pourquoi. Dès lors qu'ils se piquaient d'une « démarche pédagogique » et d'une « tonalité informative » (une tonalité ?), les responsables de l'opération auraient peut-être dû varier leurs lectures en feuilletant, outre les oracles du marketing, quelques spécialistes des sciences cognitives, tels que Jerome Bruner (1960) : « À moins d'être intégré à un système structuré, tout détail est rapidement oublié. »

Mais en matière économique – pour en finir avec le cas particulier de l'euro et en revenir à la question globale des connaissances –, on doit se demander dans quelle mesure les citoyens peuvent vraiment édifier un système structuré<sup>52</sup> à partir des informations qui leur sont proposées. Si l'on souhaitait réellement « l'instauration d'un débat national » (min. de l'Économie et des finances, *op. cit.*), il n'aurait pas été inutile de réveiller quelques indications, un peu anciennes mais toujours vivifiantes, relevées en 1970 par le Centre d'étude des revenus et des coûts (*fig. 6*).

51 – La suite n'a pas montré d'évolution notable sur ce point.

52 – Dans la mesure où un tel modèle peut exister, compte tenu des difficultés que rencontre l'analyse économique.

Compréhension de quelques notions économiques courantes. Fig. 6



Compte tenu du caractère très qualitatif de cette étude (et notamment des jugements vrai-faux qu'elle implique, même en « notant large »), ses valeurs quantitatives précises doivent être prises avec plus de prudence encore que d'habitude. En revanche, les grandes tendances qu'elle indique sont d'autant plus intéressantes que les répondants ne pouvaient choisir dans une liste de réponses pré-établies. Le fait qu'à peine 40 % des personnes interrogées pouvaient donner le sens ou indiquer un équivalent du terme « inflation », et que moins de 20 % maîtrisaient un tant soit peu les notions de « charges sociales » et de « dévaluation », jette à nouveau une déplaisante lumière sur les fondements du débat public. Il incite également à relire la presse d'un œil nouveau et à s'interroger sur le sens de ses articles politiques et économiques.

Des connaissances aux attitudes, il n'y a, ici aussi, qu'un pas : 51 % des répondants (35 % des cadres supérieurs, 59 % des ouvriers) estimaient, par exemple, que le développement des investissements augmente le chômage à l'échelle de la nation. Voilà un point qui devrait susciter l'intérêt des hommes politiques et des chefs d'entreprises : quand vous dites « investissement », ils entendent « chômage »... Le peuple est-il donc si stupide qu'on ne puisse lui parler ? Certainement pas. Mais l'utilisation systématique de termes sciemment vidés de leur sens (restructuration, compétitivité...) a pu le rendre légitimement suspicieux : s'il ne

comprend pas les concepts eux-mêmes, il comprend sans doute fort bien le sens dans lequel ils sont si souvent employés.

Avant d'être supprimé, victime de son irrépressible tendance à soulever des questions grinçantes, le Centre d'étude des revenus et des coûts avait commencé à dresser les plans d'un vaste chantier : « Des enquêtes tendant à mesurer le degré de compréhension de l'information économique par ceux qui la reçoivent [...] ont été effectuées en divers pays étrangers [...] Des recherches analogues pourraient être tentées en France... » Outre la façon polie avec laquelle il soulignait notre différence sur ce plan, l'organisme évoquait les efforts à fournir par les médias mais aussi par « les administrations, les organismes professionnels, syndicaux et sociaux, les personnalités politiques et les dirigeants de l'économie [...] C'est dans ces directions qu'il paraît nécessaire de s'engager si l'on veut permettre à la population tout entière de mieux comprendre les phénomènes économiques et par là de juger de manière plus lucide et plus objective les décisions de politique économique. » (CERC, 1971)

Un quart de siècle plus tard, la seule initiative notable en la matière (outre la fermeture du CERC) est la réorganisation-fermeture de l'IRPEACS, l'unique centre de recherche qui se soit consacré à cette question. Comme on le voit, la construction la société de l'information n'implique pas plus de réfléchir sur l'information que la construction de la société du savoir (concept à la fois synonyme et antonyme du précédent) n'a, semble-t-il, besoin de se soucier de la diffusion sociale de ces savoirs.

### c – Les connaissances générales

La question de la culture générale est plus subtile et, en première analyse, moins directement politique que les précédentes. Elle est pourtant d'une grande importance, tant en soi que pour son rôle dans le processus informatif, de même que pour ce qu'elle peut nous apprendre de ce processus en général. Toutefois, les indications en la matière sont très anecdotiques. Elles résultent invariablement de sondages de portée limitée, réalisés à l'initiative d'organes de presse. Le problème tient moins au choix des questions

elles-mêmes qu'au fait que ces initiatives autonomes ne permettent pas d'assurer la cohérence des données :

- l'échantillonnage habituel (env. 1 000 personnes) est trop faible pour permettre une segmentation sérieuse par âge, niveau d'études, de revenus, etc. ;

- la coupure, également habituelle, entre culture scientifique et culture tout court interdit de se demander si les lacunes dans ces deux domaines sont associées ou opposées (ceux qui ne connaissent pas Newton sont-ils ou non les mêmes que ceux qui ne connaissent pas Diderot ?) ;

- enfin, les questions étant différentes d'un sondage à l'autre, on ne peut en retirer aucune indication d'évolution à moyen terme et, a fortiori, à long terme.

La culture du public constitue donc bien, d'un point de vue quantitatif, une véritable tache aveugle dans la connaissance que nous pouvons avoir de notre société, tache d'autant plus curieuse que cette notion est par ailleurs l'objet d'abondants travaux sociologiques ou ethnologiques.

Voyons, faute de mieux, les indications que fournissent les sondages de presse. En première analyse, l'impression générale qui s'en dégage est accablante (*table 2*).

**Table 2****Connaissances relatives à des notions de « culture générale »  
Peuvent indiquer...**

La fonction de la Bastille avant sa prise en 1789	80,8 %
L'auteur de L'Étranger*	71,0 %
L'auteur de la Joconde	66,4 %
Une défaite de Napoléon	65,8 %
L'auteur de la Marseillaise	63,7 %
La population de la France	51,0 %
Qui était Rodin	44,4 %
La note que donne le diapason	43,5 %
La 4e ville française (après Paris, Lyon et Marseille)*	42,0 %
Le siècle où vivait Voltaire*	41,0 %
Ce qui s'est passé à Diên Biên Phu	40,6 %
L'auteur de La Nausée*	38,0 %
Le premier port de marchandises français*	33,0 %
Ce qu'est un alexandrin	28,6 %
L'auteur de À la recherche du temps perdu*	22,0 %
Un grand écrivain italien	16,3 %

\* Réponse à choisir dans une liste (QCM), d'où surévaluation probable des bonnes réponses. Résultats arrondis.

Données extraites de : Infométrie-Le Point (1983), Ipsos-Atlas-France Soir (1991), IFOP-Science & Vie (1998).



Là plus qu'ailleurs, il convient de faire la part du relativisme culturel, sans, du reste, le réduire systématiquement à une question de générations ou d'immigration. Si l'on peut, à juste titre, s'étonner de ce qu'un Français sur cinq ignore ce qu'était la Bastille et que près de huit sur dix (!) ne relie pas Proust à *La Recherche du temps perdu*, qui s'effarerait d'apprendre qu'un quart des répondants ne sait pas ce qui s'est passé en 1066, que plus des trois quarts ne peuvent nommer les belligérants de la bataille de Naseby, et qu'un grand nombre d'entre eux ignore qui était Capability Brown ? Mais en Grande-Bretagne, où ces trois questions avaient été posées, ces résultats ont dû être accueillis différemment. D'autre part, l'appréciation de ces résultats diffère selon que l'on chausse des lunettes optimistes ou pessimistes : après tout, plus de 70 % de bonnes attributions de L'Étranger à Camus, même en étant beaucoup aidé par la question et sa liste (les deux autres choix proposés étaient Tahar Ben Jelloun et Jean d'Ormesson), ce n'est pas si mal.

Mais toutes les précautions nécessaires n'enlèvent rien au fait que la majorité de nos concitoyens (ou le tiers, le quart..., peu importe) ne maîtrisent apparemment pas certains concepts indispensables à la compréhension du monde moderne, par exemple le siècle des Lumières, dont Voltaire est pourtant probablement le représentant le plus accessible.

Par ailleurs, toutes ces questions correspondent à des notions scolaires très classiques et, en principe, réputées acquises pour tout un chacun sans qu'il y ait à y revenir. C'est donc à l'ensemble des savoirs qu'il faut étendre ce que Giordan et De Vecchi (*op. cit.*) notaient à propos des sciences :

*Actuellement, la plus grande partie du savoir scientifique, enseigné durant la scolarité, est oublié au cours de quelques années, voire de quelques semaines... quand parfois il a été réellement acquis. Son transfert est laborieux et il n'assure pas de rôle intégrateur, en particulier vis-à-vis du flux d'informations qui nous vient des médias.*

Tout ceci est-il si dramatique ? Peut-être, si l'on en croit, par exemple, les auteurs du livre blanc *Vers la société cognitive* (Communauté européenne, 1995 :

*La compréhension du monde est possible, si l'on peut percevoir son sens, comprendre son fonctionnement et y trouver son chemin. Là se trouve la fonction principale de l'école. On pourrait particulièrement appliquer cette observation à la construction européenne. En donnant aux jeunes une culture générale leur permettant à la fois d'en démêler la complexité et d'en discuter la finalité et la dimension historique, c'est l'école qui dressera les fondations de la conscience et de la citoyenneté européenne. De même, le développement de la culture générale, c'est-à-dire de la capacité à saisir la signification des choses, à comprendre et à porter un jugement, est le premier facteur d'adaptation à l'évolution de l'économie et à celle de l'emploi.*



## 4. Y a-t-il une vie après l'école ?

Malgré leur fragilité, l'ensemble des données que nous venons d'évoquer paraît converger vers un bien amer portrait du citoyen dont Condorcet attendait tant<sup>53</sup>, et que les plombiers des nouvelles technologies de l'information raccordent à marche forcée à ce qui doit être une version high-tech de l'*Aufklärung*. Cancre irrémédiable, s'intéressant moins que jamais au monde qui l'entoure ou qui l'a précédé, le peuple souverain des nations les plus riches et les plus éclairées de la planète ne serait donc qu'une vaine populace. La vérité, on s'en doute, est bien différente, mais elle conduit à un paradoxe assez manifeste.

- Si l'on considère la différence entre l'ensemble des connaissances disponibles et celles que maîtrise effectivement une personne donnée, force est de constater que *nous n'avons jamais été aussi ignorants*. Du reste, cette proposition sera tout aussi vraie dans le futur : les prochaines générations seront – relativement – plus ignorantes que la nôtre, et ainsi de suite.

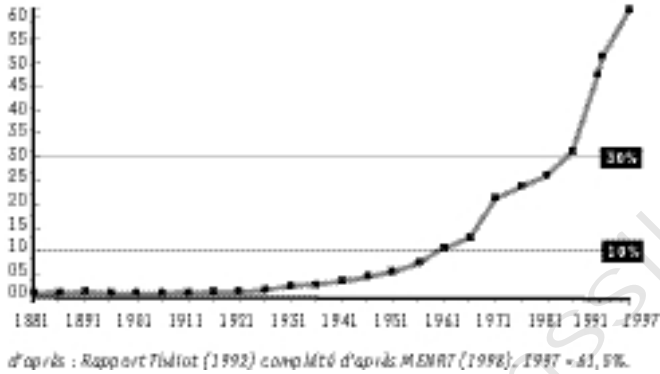
- Si l'on s'en tient, en revanche, à l'ensemble des connaissances que maîtrise chaque personne, il n'est pas moins vrai que *nous n'avons jamais été aussi savants*. Il suffirait, pour s'en convaincre, de comparer mentalement les résultats des enquêtes actuelles à ceux que l'on aurait pu recueillir un ou deux siècles plus tôt avec des questions du même genre, mais adaptées à leur temps. Ceux qui dénoncent l'effondrement de l'intelligence, de la culture et des valeurs (cris d'alarme récurrents depuis l'Antiquité<sup>54</sup>) oublient que le lettré de jadis peut difficilement passer pour représentatif de la masse du peuple de son époque.

---

53– « Nous n'avons pas voulu qu'un seul homme [...] pût dire désormais : la loi m'assurait une entière égalité des droits, mais on me refuse les moyens de les connaître » (1792). Voir aussi Rousseau (1762) : « Quelque faible influence que puisse avoir ma voix dans les affaires publiques, le droit d'y voter suffit pour m'imposer le devoir de m'en instruire » – sans pour autant sombrer dans un angélisme que même lui ne partageait pas : « S'il y avait un peuple de dieux, il se gouvernerait démocratiquement. Un gouvernement si parfait ne convient pas à des hommes. » (Ibid.)

54– Comme le rappelle Levenson (1973), on a retrouvé des inscriptions chaldéennes ou égyptiennes dans ce sens, et le poète grec Hésiode se lamentait six siècles avant notre ère de la « frivolité des jeunes d'aujourd'hui ».

Évolution de la part d'une génération obtenant le baccalauréat. En %. Fig. 7



La seule évolution vraiment incontestable – celle du taux et de la durée de la scolarisation – constitue évidemment un facteur essentiel, même compte tenu des critiques s'inquiétant légitimement d'une éventuelle simplification du baccalauréat.

Toujours dans le cadre scolaire, quelques comparaisons ont pu être tentées à partir de textes miraculeusement conservés – dictées de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle ou copies du certificat d'études primaires des années 20 –, mais leurs résultats ne font pas apparaître d'évolutions très probantes : les élèves actuels sont moins bons ici, meilleurs là, mais paraissent grosso modo équivalents à leurs aïeux. Par ailleurs, ces comparaisons posent, comme on s'en doute, des problèmes méthodologiques considérables.

On comprend que la question de l'évolution du niveau scolaire, obscurcie en outre par « ...le caractère approximatif, inadéquat voire arbitraire de la notion elle-même » (Baudelot et Establet, 1999), puisse demeurer indéfiniment controversée. Même si la synthèse réalisée par ces auteurs montre de façon convaincante qu'« une évaluation sereine de l'évolution du niveau dans la pluralité de ses aspects infirme pour l'essentiel les visions alarmistes traditionnelles » (*op. cit.*), les angles de vue surdéterminent largement les opinions sur ce point, comme l'illustrent les introduc-

tions de deux rapports officiels, radicalement opposées en apparence sans être nécessairement inconciliables dans les faits :

*Rien n'est plus convenu que la plainte d'une partie des élites ou des pédagogues sur la baisse du niveau des élèves. [...] Trop peu de mesures directes de l'évolution des connaissances au cours du temps sont disponibles et elles portent principalement sur des savoirs de base. Mais de toutes, la même première conclusion se dégage : en moyenne, les jeunes ont, dans ces savoirs, des connaissances au moins aussi étendues et souvent plus qu'autrefois [...] Il n'y a donc aucun doute : même si à court terme des fluctuations diverses peuvent se manifester, dans tous ces savoirs de base les connaissances n'ont pas diminué et, en réalité, ont le plus souvent augmenté sur le long terme, et ceci éclaire les progrès de la productivité apparente du travail. Bien entendu, cet accroissement n'est pas à porter au seul crédit de l'école : les connaissances scolaires – ou de base – des élèves sont susceptibles d'avoir été acquises ailleurs qu'en classe [...] Comment douter que les connaissances des élèves s'accroissent – les connaissances dans de nouveaux domaines, c'est une évidence, mais aussi les connaissances de base, celles sur lesquelles s'est construite l'école du XIX<sup>e</sup> siècle et de la première moitié du XX<sup>e</sup> ? Il faudrait supposer qu'à l'extraordinaire croissance des diplômés répondit une extraordinaire diminution du niveau attaché à chacun. Rapport Thélot (1992)*

*Il est politiquement correct de dire que le niveau monte, mais ce n'est qu'une vérité superficielle. De décennie en décennie, de plus en plus d'adolescents scolarisés pendant une durée de plus en plus longue ont de plus en plus de connaissances. Mais est-ce bien à l'École qu'ils les acquièrent, et à quoi leur servent-elles ? Il est donc politiquement incorrect de dire que pendant que le niveau monte beaucoup de savoirs primordiaux s'étiolent, et pourtant c'est vrai. Au terme de la scolarité dite obligatoire, et quel que soit leur parcours, collégiens et lycéens maîtrisent souvent mal et trop souvent pas du tout les savoirs de base, transversaux aux disciplines, que dix ans – en réalité treize ans – de fréquentation de l'École auraient dû leur inculquer, qu'ils soient « bons » ou « mauvais » élèves. Il est politiquement correct de dire que 86 % des élèves entrant*

*en sixième maîtrisent au moins les compétences de base en lecture. Il est malséant de relever que, donc, 14 % des élèves entrant en sixième ne savent pas vraiment lire. Il est politiquement très incorrect de demander pourquoi ils entrent en sixième s'ils ne savent pas lire. Cette anomalie est si colossale que nul ne la perçoit. Là où chacun devrait ressentir comme un échec collectif et personnel l'insuffisance des résultats, on s'empresse de stigmatiser l'arrière-pensée – inexistante – du retour à une sélection précoce. C'est ainsi que l'on fuit les faits, et que la connaissance devient inutile au sein de l'École elle-même. Rapport Fauroux (1996)*

On remarque en outre (*soulignée par nous*) une reconnaissance assez nouvelle du rôle de l'environnement extrascolaire dans l'acquisition des connaissances, sur lequel nous reviendrons.

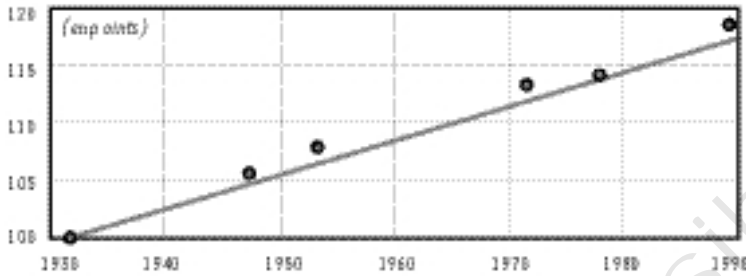
Il est manifeste, en tout état de cause, que le niveau des jeunes adultes progresse de façon assez régulière, ce que traduit l'évolution sur un quart de siècle du niveau général des conscrits<sup>55</sup> : leur score moyen (sur 110 points) était de 61 en 1971, de 64 en 1981 et de 76 en 1995 (ministère de l'Éducation nationale, 1997). Toutefois, ce résultat traduit plutôt des capacités intellectuelles que des connaissances factuelles.

À propos de capacités intellectuelles, un phénomène beaucoup plus troublant encore est le « Flynn effect » (du nom du chercheur néo-zélandais qui l'a mis en évidence) : la croissance spectaculaire et continue des résultats aux tests psychométriques depuis les débuts de l'utilisation de ces derniers. Longtemps masquée par l'évolution des protocoles utilisés, cette croissance à peu près linéaire – environ 3 points tous les 10 ans – se retrouve dans tous les pays industrialisés, quels que soient la tranche d'âge étudiée et le test utilisé. Sans aborder ici la question de la portée réelle de ces tests (QI), souvent bien mal compris et encore plus mal employés, il est impossible de nier cette évolution. Quant à l'expliquer...

---

55– Les résultats des tests de sélection constituent un bon exemple des problèmes d'interprétation (optimiste/pessimiste) dans ce domaine. On constate en effet, avec un certain malaise, que 8,1 % de l'ensemble des appelés et pas moins de 62 % des appelés sans qualifications se révélaient incapables de comprendre le sens d'un texte simple et court (Ministère de la Défense, Insee, 1997).

Évolution des performances  
aux tests psychométriques (USA 1932-1990). Fig. 8



Source : Neisser, 1997, d'après Flynn, 1984

Le rapport de la commission instituée à ce propos par la prestigieuse American Psychological Association souligne que ces gains, aujourd'hui bien documentés, « sont trop importants pour résulter simplement de l'accroissement de la sophistication des tests. Leur cause est actuellement inconnue ». Parmi les explications qu'évoquent toutefois les rapporteurs,

*... celle qui est sans doute la plus plausible est fondée sur les différences culturelles frappantes entre les générations successives. La vie quotidienne et l'expérience professionnelle semblent plus « complexes » aujourd'hui que du temps de nos parents et grands-parents. La population est de plus en plus urbanisée ; la télévision nous expose à plus d'information et à plus de perspectives sur plus de sujets que jamais ; les enfants restent plus longtemps à l'école ; tout le monde, ou presque, semble confronté à de nouvelles formes d'expérience. Ces changements dans la complexité de la vie pourraient avoir produit des changements correspondants dans la complexité de l'esprit, et, par conséquent, dans certaines aptitudes psychométriques. (APA, 1995, notre trad.)*

On retrouve ici une forme inversée, mais effectivement très « plausible » (sinon suffisante) du déterminisme dont nous avons évoqué à plusieurs reprises l'intérêt mais aussi les limites : le flux d'informations reçues et mises en œuvre dans la vie quotidienne



développerait nos capacités à jongler avec ces informations<sup>56</sup>. Il est toutefois douteux que cette évolution permette vraiment de nous assurer la maîtrise de l'explosion quantitative des informations : se dire que la montée des eaux produit peut-être – peut-être – des nageurs un peu mieux entraînés ne constitue qu'un assez relatif motif de satisfaction. On remarque par ailleurs que l'analyse de l'APA accorde elle aussi un rôle considérable aux facteurs extrascolaires. Or cette influence, que l'on ne songe plus guère à contester, reste très difficile à concilier avec le modèle implicite qui fait de l'institution scolaire (et, à la rigueur, des instances parascolaires, associatives, culturelles...) la seule dispensatrice légitime des savoirs : l'école de Jules Ferry contre le reste du monde.

Cette conception est doublement pernicieuse : d'une part, elle fait *ipso facto* reposer sur l'école des attentes très supérieures à ce que celle-ci peut effectivement assumer (d'où, sans doute, la brutalité des attaques qui la visent périodiquement) ; d'autre part, elle conduit à méconnaître ou à réfuter les sources non scolaires d'acquisition des connaissances, qui demeurent peu ou mal prises en compte par les sciences de l'éducation<sup>57</sup>. Il est vrai que ces sources relèvent d'un univers « sauvage », où le schéma didactique usuel (savoirs savants → savoirs à enseigner → savoirs enseignés → savoirs reçus) n'a pas cours, et dont les logiques réelles demeurent inconnues des pédagogues. Comme le soulignait Geneviève Jacquinot (1981) :

*Il faut reconnaître que les théories de l'apprentissage n'ont guère apporté d'aide jusqu'à présent à ceux qui veulent aborder sérieusement – osons le dire : scientifiquement – les problèmes d'apprentissage par les médias. Qu'on le veuille ou non, des gens, massivement, apprennent des médias. Ce qu'il est urgent de savoir, c'est ce qu'ils apprennent, comment ils apprennent, et si on ne peut pas les*

56– Dans une autre optique, mais dans le même sens, un spécialiste de la télévision comme Philippe Viallon suggère que les jeunes téléspectateurs pourraient avoir développé une plus grande promptitude dans la perception des images télévisuelles (due à une plus grande exposition à ce média), associée à une tendance à des séquences et à des plans de plus en plus brefs.

57– Nous ne parlons pas ici de l'utilisation circonspecte des médias – nouveaux ou non – à l'école, mais de la compréhension de leur influence hors de l'école et, surtout, après celle-ci. Il est par ailleurs bien certain que l'un des rôles de l'école est précisément d'apprendre à utiliser – avec du recul – les sources d'information, mais il faudrait pour cela les comprendre beaucoup mieux.

*aider à apprendre mieux. Des recherches nouvelles sont à entreprendre [...]*

Près de vingt ans plus tard, l'analyse n'a rien perdu de son actualité, en particulier en ce qui concerne le rôle (bon ou mauvais) des médias de masse dans la formation des citoyens.

Pour en avoir une idée, il nous faut à nouveau citer à comparaître l'homme de 1960, celui-là même que nous avons invoqué au tout début de ce document. Né, par exemple, vers 1940, il approcherait aujourd'hui de l'âge de la retraite, et aurait quitté le giron de l'école, bac en poche, sous la quatrième République. Quelle serait donc sa vie aujourd'hui si ses connaissances s'étaient figées à cette date (à supposer, ce qui est très optimiste, qu'il ait au moins conservé ses savoirs scolaires)? Si l'on y songe, mis à part les quelques musées qu'il a éventuellement traversés, tout, ou presque tout<sup>58</sup> ce qu'il a appris du monde qui l'entoure lui vient – directement ou non – des médias. Et ces connaissances sont mobilisées non seulement dans sa vie sociale et familiale, mais aussi dans son comportement sanitaire (prévention), économique (consommation, épargne), politique (scrutins) et, naturellement, dans sa vie professionnelle.

Plus généralement, l'enjeu fondamental est

*l'élaboration de la signification, qui assigne un sens aux choses selon différentes dispositions et dans des circonstances données. Créer des significations implique que l'on situe les rencontres avec le monde dans leurs contextes culturels appropriés afin de savoir «de quoi il s'agit». [...] La signification fournit une assise à l'échange culturel. De ce point de vue, savoir et communiquer sont par nature éminemment interdépendants, et même virtuellement inséparables. (Bruner, 1996)*

---

58– D'un point de vue qualitatif, on ne doit pas ignorer l'incidence de la formation continue, des apprentissages professionnels en situation, ni celle des interactions directes avec les spécialistes (médecin, avocat, voire moniteur sportif, garagiste, etc.), bien que celles-ci puissent paraître négligeables face au poids global des médias de masse (notion à prendre ici dans son sens le plus large, en incluant le livre, le cinéma, etc.). En revanche, les interactions avec des non-spécialistes – famille, relations, etc. – constituent généralement une diffusion médiatique indirecte, puisque ces derniers ont eux-mêmes dû puiser quelque part les connaissances qu'ils rediffusent. Nous verrons toutefois que ce processus, créateur de sens, ne peut se réduire à un simple rôle de relais passif.

On ne saurait affirmer que la question de la diffusion post-scolaire des connaissances ne suscite jamais aucun intérêt de la part des responsables administratifs et politiques. Toutefois celle-ci n'est jamais envisagée, semble-t-il, à partir de la réalité même des processus de diffusion sociale des connaissances. Lorsque la pensée n'est pas captivée par la nouveauté d'un outil technique (hier le câble, aujourd'hui Internet), elle est automatiquement attirée et étouffée par les deux pôles institutionnels de référence : la Culture et l'Éducation. Toute réponse doit en effet, autant que possible, relever d'un cadre connu ou concevable : instances culturelles (musées, MJC, CCST, réseaux associatifs) ou dispositifs éducatifs (formation continue, université ouverte...).

En revanche, il est très difficile de penser ce que l'on pourrait appeler « l'économie souterraine de la connaissance », le secteur informel, d'où procède l'essentiel des échanges dans ce domaine, mais qui ne relève d'aucun cadre institutionnel. D'où l'impression de confusion que laissent de nombreux rapports : comment oser prétendre prendre en compte les nouveaux médias quand on n'a pas su tenir compte des anciens, pourtant infiniment moins chaotiques ? C'est, par exemple, ce que montre clairement la vaste croisade entreprise par la Communauté européenne en faveur de la « lifelong education » (notion laborieusement traduite en français par « éducation tout au long de la vie »). Pour lancer l'année européenne consacrée à ce thème, Édith Cresson citait un auteur auquel on ne saurait trop se référer :

*Souvenons-nous de ce que disait déjà Condorcet, il y a plus de deux siècles : « Nous avons observé que l'instruction ne devait pas abandonner les individus au sortir de l'école, qu'elle devait embrasser tous les âges, qu'il n'y en avait aucun où il ne fût possible et utile d'apprendre ».*

Toutefois, les études, propositions et mesures communautaires destinées à aller au-delà des positions de principe portent – à l'instar des travaux d'autres instances officielles – la marque d'un désintérêt obstiné pour la réalité de la communication sociale. Le document pivot de cette réflexion<sup>59</sup> développe longuement, et sans doute à juste titre, l'idée que « la société du futur sera [...] »

59 – Le livre blanc Enseigner et apprendre : vers la société cognitive, publié en 1996.

une société cognitive», dans laquelle «l'éducation et la formation deviendront encore davantage les principaux vecteurs d'identification, d'appartenance, de promotion sociale et d'épanouissement personnel». Il souligne en outre qu'il existe «un risque que la société européenne se divise entre ceux qui peuvent interpréter, ceux qui ne peuvent qu'utiliser, et ceux qui sont marginalisés dans une société qui les assiste : autrement dit, entre ceux qui savent et ceux qui ne savent pas».

Face à tant de défis, les auteurs parviennent aux propositions suivantes, particulièrement représentatives de l'approche usuelle de cette question :

- 1 – *Encourager l'acquisition de connaissances nouvelles (la reconnaissance des compétences; la mobilité; les logiciels éducatifs multimédias).*
- 2 – *Rapprocher l'école et l'entreprise (l'apprentissage; la formation professionnelle).*
- 3 – *Lutter contre l'exclusion (les écoles de la deuxième chance; le service volontaire européen).*
- 4 – *Maîtriser trois langues communautaires.*
- 5 – *Traiter sur un plan égal l'investissement physique et l'investissement en formation (mesurer l'investissement dans l'éducation et la formation; promouvoir l'investissement en ressources humaines).*

Tous ces objectifs sont évidemment fort recommandables, mais il est permis de se demander (surtout après avoir noté la citation de Condorcet que les auteurs n'ont pas manqué de placer en exergue : «Il faut oser tout examiner, tout discuter, tout enseigner même») si l'éducation «tout au long de la vie» n'est vraiment qu'une question de formation continue et d'adaptation à l'emploi, comme ces propositions le suggèrent<sup>60</sup>...

Auraient-ils parcouru plus attentivement les *Mémoires sur l'instruction publique* que les auteurs auraient pu s'inspirer d'une vision moins étriquée de la diffusion sociale des connaissances : «Il faut des livres, [...] des dictionnaires, des almanachs, des jour-

---

60– Nous n'entrerons pas ici dans les débats terminologiques et les distinguos subtils (mais sans consensus) entre «lifelong education», «lifelong training», «adult education», «informal education», etc., pas plus que dans les polémiques – parfois surréalistes – sur ce qui entre ou non légitimement dans ce champ. La seule question qui se pose à nous est : comment les gens apprennent-ils ce qu'ils savent du monde, et qui leur permet d'y vivre ?

naux, [...] des bibliothèques, [...] des musées.» Mais, comme le soulignait Moles (1986), adopter une approche réaliste de cette question suppose de dépasser bien des automatismes institutionnels :

*Il semble temps de prendre conscience de cet aspect autodidactique de la vie quotidienne bien reconnu dans le flux comportemental par les psychologues, mais ignoré par les systèmes institutionnels puisque, par définition, il est aux antipodes des institutions [...]*

Presses de l'enssib

## 5. La diffusion sociale des connaissances

La question des processus par lesquels les connaissances sur le monde (mais aussi les opinions, etc.) se diffusent et s'échangent dans la société fait partie de ces redoutables problèmes, sur lesquels tant a été dit et tant reste à comprendre qu'il serait présomptueux de prétendre en faire le tour ici. Mais, contrairement à d'autres grandes questions que nous n'avions évoquées brièvement que pour mieux les esquiver, il n'est pas possible de se soustraire entièrement à celle-ci, sauf à accepter la cécité que nous avons précédemment relevée dans de nombreuses approches actuelles de la société de l'information.

Précisons tout de suite, au risque de surprendre, qu'il n'existe pas de modèle consistant rendant compte des divers canaux et interactions qui forment le système global de diffusion des connaissances, et moins encore sous l'angle de leur impact respectif<sup>61</sup>. Ainsi la tentative de Moles (*fig. 9*), pourtant l'un des auteurs les plus enclins à affronter cette difficulté (au prix d'une certaine vulnérabilité sur le fond), demeure-t-elle loin de rendre compte de cette complexité, face à laquelle la plupart des auteurs ont préféré baisser les bras.

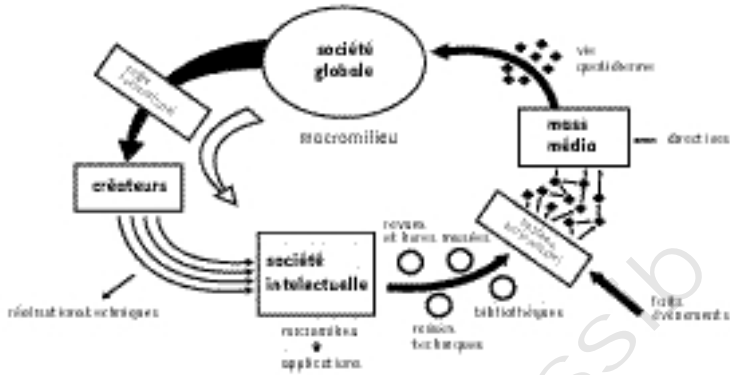
En revanche, pour s'en tenir au cas dominant des médias de masse et de leurs effets, soixante-dix ans de recherches ont permis de dégager, à défaut de certitudes, des points de repères importants.

Si ces médias constituent de façon difficilement discutable l'instance par laquelle l'essentiel des connaissances se diffuse dans

---

61— Rappelons que, selon Miège et d'autres, l'élaboration d'un modèle positif de ce type est peut-être impossible. Mais tout dépend évidemment de la qualité et de la précision de l'information que l'on veut en retirer. Comme le notait Condorcet dans l'éloge de d'Alembert : « Dans les sciences dont le but est d'enseigner comment on doit agir, l'homme peut, comme dans la conduite de la vie, se contenter de probabilités plus ou moins fortes, et qu'alors la véritable méthode consiste moins à chercher des vérités plus ou moins prouvées qu'à choisir entre des propositions probables... » (cit. in Badinter, 1998).

Le "Cycle socio-culturel de base". Fig. 9



Selon A. Moles (1967) *Sociodynamique de la culture*

la société<sup>62</sup>, leur contribution ne peut nullement s'assimiler à une sorte d'injection directe de notions, et encore moins d'opinions ou d'attitudes. Cette conception primitive – le « modèle de la seringue » (« hypodermic needle ») – conserve certes son attrait pour bien des communicateurs et pour leurs clients industriels ou politiques, mais elle a été cent fois invalidée par les études de terrain : le public n'est pas le récepteur homogène, docile et modelable dont d'aucuns rêvent ou s'inquiètent. Lors du référendum de 1962, rappelle par exemple Francis Balle (1999), aucune différence de vote significative n'avait pu être observée entre les possesseurs et les non possesseurs de télévision, malgré l'ardeur avec laquelle l'ORTF avait soutenu le *oui*. « En dégageant une nouvelle image du spectateur de télévision, les études de réception offrent [...] un démenti aux discours qui présentaient ce spectateur comme pas-

62– Faute, une fois de plus, de synthèse disponible sur ce thème, on se bornera à remarquer – dans le cas de la culture scientifique – que l'ordre de grandeur du total des billets vendus dans l'année par la Cité des sciences et de l'industrie et les musées scientifiques du ministère de l'Éducation nationale (dont le Palais de la découverte, le musée de l'Homme et une bonne cinquantaine de musées d'histoire naturelle dans toute la France), correspond approximativement au nombre d'exemplaires vendus dans le même temps par le seul magazine *Science & vie* (suppléments et édition junior compris), lequel ne représente qu'une goutte d'eau dans l'ensemble du traitement médiatique des sujets scientifiques et technologiques (presse généraliste, radio, télévision...).

sif, comme immature et comme éternellement en quête de protection<sup>63</sup>. » (Dayan, 1993).

Sans développer plus ici la question de l'influence des médias – sur laquelle de nombreuses synthèses sont disponibles<sup>64</sup> – on remarquera que le simple fait que le public, ou une partie significative de celui-ci, résiste aux injonctions collectives, même dans les rares cas où elles bénéficient du soutien quasi unanime et répétitif des médias de masse (ne pas fumer, rejeter le racisme, s'intéresser au cinéma d'auteur, à la science, respecter les limitations de vitesse...), donne une première idée des limites de cette conception. Les sondages que nous avons rapportés plus haut (comme la méconnaissance des électeurs suisses sur les consignes de votes de leur parti) en donnent une autre. Bref, l'intégration individuelle et collective des messages médiatisés résulte de processus complexes de reconstruction – à la fois individuels et collectifs, eux aussi – au cours desquels la chose exprimée est adaptée, parfois radicalement transformée et souvent abandonnée, voire rejetée.

Mais si le rôle des médias – notion, rappelons-le, prise ici dans son sens large – est, à l'échelle d'une information quelconque, moins direct et moins déterministe qu'on ne le pense souvent, il n'en est pas moins capital pour le processus général de diffusion sociale des informations et des connaissances. Pour utiliser une analogie sommaire, une roulette n'est – en principe – pas déterministe pour la trajectoire des boules (messages) et leur valeur finale, mais elle est capitale pour le processus général, dans la mesure où sa destruction entraîne l'impossibilité de la partie. C'est sous cet angle, en réalité très classique et même très banal<sup>65</sup> – les médias comme nécessaire agora de la société moderne – que la question de la société de l'information se pose le plus nettement. Quelques approches fort éloignées peuvent permettre d'éclairer brièvement ce schéma.

63– Mais dans la mesure où « l'on généralise à tous les spectateurs la capacité de résistance manifestée, dans des conditions spécifiques, par certains d'entre eux ». (Ibid.)

64– Pour des présentations très accessibles, on pourra notamment se reporter à Judith Lazar (1991), Armand et Michèle Mattelart (1995), Gregory Derville (1997) et Francis Balle (1999).

65– Il mériterait cependant, lui aussi, d'être précisé et nuancé sous divers aspects (notamment les notions d'« agora » et, supra, de « forum »). Contentons-nous, pour aller plus vite, de le poser comme une hypothèse, mais sans prétendre à la neutralité topologique que suggère ce terme.



La première – dite fonctionnaliste – visait à préciser le rôle social des actes de communication de masse. Ainsi, Harold Lasswell, dans sa tentative de « considérer l'acte [de communication] comme un tout en relation avec la totalité du processus social » (1948, *notre trad.*), lui attribue-t-il :

- une fonction de surveillance collective des risques (le traitement des aliments transgéniques, de la crise financière asiatique, etc.),
- une fonction de mise en relation des composantes de la société pour produire une réponse aux transformations de son environnement (voir les articles comminatoires sur l'adoption d'Internet),
- une fonction de transmission de l'héritage social, tendant à assimiler les individus.

Le fait que ce modèle soit né dans l'après-guerre<sup>66</sup> explique peut-être son orientation très défensive (en somme : alerter, organiser la riposte du groupe et sa cohésion). Lasswell « n'avait même pas mentionné la distraction comme l'une des fonctions premières de la communication », pas plus qu'une autre fonction manifeste, la « contribution au système économique » (Schramm, 1971, *notre trad.*). Ainsi, d'autres chercheurs tenteront de perfectionner cette approche<sup>67</sup>, mais l'exercice est passé de mode : l'esprit de finesse a aisément triomphé de l'esprit de géométrie. De ce fait, toutefois, les modèles de référence se dérobent là encore<sup>68</sup>, et on ne saurait affirmer que l'on dispose aujourd'hui d'une vision globale et relativement consensuelle, même approximative, des grandes fonctions sociales de la communication en général ou des

66– Le désir d'assigner spécifiquement ces fonctions (aux diplomates et correspondants à l'étranger la surveillance, aux journalistes la mise en relation et aux éducateurs la transmission de l'héritage) peut aussi expliquer cette tripartition, de même que l'analogie biologique qu'opère Lasswell avec les organismes uni ou pluricellulaires, lesquels doivent eux aussi surveiller l'environnement, réagir et se reproduire.

67– D'autre encore – également discutés – ont pris le problème par l'autre bout en s'interrogeant sur l'utilité des médias non pour la société, mais pour les individus eux-mêmes : cette approche des « usages et gratifications » souligne par exemple l'importance du rôle de support de la communication interpersonnelle (« Tu as vu hier à la TV... ? »).

68– En ce sens qu'aucun modèle n'a recueilli un accord suffisant pour constituer un paradigme exploitable, l'utilité même d'une telle division étant par ailleurs largement contestée (voir, par exemple, Quéré, *op. cit.*, contre les « prétentions positivistes à rapporter le savoir correspondant à l'information à des motivations empiriques »). Le modèle systémique proposé par Michel Mathien (1989) constitue une des dernières tentatives d'une réelle ampleur en France. Toutefois, les sept fonctions qu'il propose pour le système médiatique demeurent assez peu détaillées.

médias en particulier. Dès lors, toute prédiction sur les effets possibles de l'évolution des médias se trouve singulièrement fragilisée par une absence de repères qui favorise des approches auto-centriques sous des dehors globalisants (par exemple prétendre traiter du tout à partir d'un angle essentiellement commercial, pédagogique ou technologique, etc., selon que l'on appartient au monde des affaires, de l'enseignement ou encore de l'informatique<sup>69</sup>).

Il n'en reste pas moins admis, tacitement ou non, que ces fonctions (si on les considère non comme des missions sacrées, mais comme des rôles joués de fait) existent, qu'elles sont importantes et que le système médiatique, pris au sens le plus large, constitue un organe (ou un ensemble d'organes) essentiel de la société moderne. D'où il résulte qu'une réflexion sur les transformations actuelles du paysage médiatique pourrait utilement tenter de préciser explicitement – au-delà des cas d'espèce, des prédictions et des mots d'ordre – la façon dont ces grandes fonctions pourraient en être affectées.

Parmi celles-ci, la plus éminente est sans doute, pour emprunter plus ou moins librement une tout autre approche<sup>70</sup>, le concept d'« espace public » développé par Habermas. On sait que le philosophe a montré comment l'ère moderne, celle des Lumières, s'était caractérisée par le développement d'un espace commun d'échange et de débat, la « sphère publique bourgeoise » où se construisait une opinion collective (l'opinion publique) guidée par la raison et appelée à s'opposer au pouvoir monarchique. Le développement de cette thèse, naturellement beaucoup plus riche que cette réduction, n'entre ni dans l'objet ni dans les possibilités de cette étude<sup>71</sup>. Mais, même en se détachant de ce modèle, plus politique qu'épistémique (« culturel »), pour n'en retenir que le cadre général, voire la coquille, il est patent que la prégnance d'un

69– Il va sans dire que la présente étude ne saurait sans imposture se prétendre immune de toute surdétermination, notamment dans la mesure où elle envisage clairement cette même question à partir d'une problématique « informationnelle ».

70– Il y a sans doute quelque chose d'incongru à rapprocher Habermas des fonctionnalistes américains. Toutefois, ce dernier rappellera lui-même qu'il était « sous l'influence » de la tradition de recherche américaine de Lazarsfeld et de ses successeurs (préface de la réédition de 1990).

71– Pas plus qu'une discussion sur la réalité de la décomposition ultérieure de cet espace public telle que la dénonce Habermas. On pourra notamment se reporter à l'ouvrage dirigé par Isabelle Pailliant (1995), ainsi qu'aux divers auteurs cités supra.

espace public de la communication devenu général constitue un caractère essentiel de la vie sociale contemporaine (Raboy, 1998). Celui-ci n'a naturellement plus qu'une lointaine parenté avec le petit club raisonnant et résonnant auquel se référait Habermas. Le journal télévisé de 20 h 30 en représente l'une des manifestations les plus visibles et, dans une certaine mesure, les plus typiques. Tel ou tel groupe d'intérêt qui, hier, se serait rué à l'Assemblée nationale toutes piques au vent pour faire valoir ses vues aux représentants de la Nation (faute d'avoir pu s'exprimer dans la sphère publique bourgeoise), bloquerait aujourd'hui un axe routier ou saccagerait quelque bâtiment pour accéder au « forum » civique que constituent les médias d'actualité généralistes, à moins qu'il ne recoure dans le même but aux services de prestataires en communication.

On peut manquer d'enthousiasme face à ce mode de dialogue (?) social et souligner – on ne s'en prive pas – les évidentes et nombreuses limites du système dans lequel il s'insère, mais, outre qu'il n'est pas nécessairement pire que les précédents<sup>72</sup>, il s'avère bien difficile de concevoir aujourd'hui une société de type occidental pouvant rester cohérente et perdurer dans le silence total des moyens de communication de masse ou, plus généralement, dans l'absence d'un quelconque forum collectif assurant tant bien que mal non seulement le débat et l'échange des informations et des opinions, mais aussi une certaine forme de centralisation, de « mise en commun » de celles-ci.

« Permettez-moi simplement de vous suggérer un instant de penser le monde sans la presse, remarquait déjà Weber<sup>73</sup> en 1910, que serait la vie moderne sans le caractère public spécifique engendré par la presse ? » Beaucoup plus tôt encore, Tocqueville<sup>74</sup>

72– Non seulement parce que l'agora grecque et la sphère bourgeoise des Lumières étaient toutes deux très élitistes, mais aussi parce qu'elles étaient également impuissantes face à la manipulation démagogique (comme en témoignent les suicides de Socrate et de Condorcet en leurs prisons respectives).

73– Dans, cette allocution, prononcée devant ses pairs, Weber désignait la presse comme le « premier sujet » à étudier scientifiquement par les sociologues. On notera que, si l'on peut tenir cette question comme un simple procédé argumentatif, on peut tout autant (si ce n'est plus, compte tenu d'une part du statut de la « Gedankenexperiment » chez cet auteur et, d'autre part, de la redondance de la question) penser qu'il s'agit bel et bien d'une invitation à une « expérience mentale », expérience plus que délicate, mais qui mérite d'être tentée à titre heuristique.

74– Cit. in Balle, 1987.

avançait une réponse lyrique : « Les journaux deviennent donc plus nécessaires à mesure que les hommes sont plus égaux et l'individualisme plus à craindre. Ce serait diminuer leur importance que de croire qu'ils ne servent qu'à garantir la liberté ; ils maintiennent la civilisation. » Cet ordre d'idées, on s'en doute, recueille l'adhésion des professionnels : « ...Le journaliste est "mainteneur" d'un espace social ouvert, re-créateur d'un dialogue vrai et d'abord d'une connaissance, tout simplement entre couches sociales qui s'ignorent ou se méconnaissent. » (Hervouet, 1996)

Sans méconnaître les bénéfices symboliques de telles positions<sup>75</sup> en termes de légitimité des médias d'information, force est de reconnaître que, si elles donnent prise à la discussion, elles sont difficilement réfutables en bloc. Or c'est justement cet « espace social ouvert », ou cet « espace public » global (ou globalisant) qui, après n'avoir cessé de gonfler, envahissant toujours plus la sphère privée, paraît soudain menacé de dislocation. Signe de ce malaise, les attaques rageuses et sans risque des années 60 et 70 contre l'hégémonie de la culture de masse, cette « déploration continue qui situe la culture de masse dans une atmosphère de cataclysme [...] » (Dayan, 1993), ont soudain perdu leur vigueur, laissant sourdre une sourde inquiétude : et si celle-ci disparaissait ? Il n'est pas jusqu'à la critique radicale de Debord (1967) contre la « société du spectacle » qui ne se trouve remise en cause :

*Les terminaux relationnels de la téléphonie mobile, d'Internet, des jeux vidéo ou des nouvelles télévisions ne relèvent guère du spectacle [...]. Cette dérégulation du capital symbolique n'est pas forcément une catastrophe, et elle accompagne partout la montée de l'individualisme – que les spectacles retardent. (Bougnoux, 1999)*

De très nombreux auteurs ont souligné, sous un angle ou sous un autre, ce risque de morcellement de la sphère publique, en le liant en particulier à l'évolution des technologies de l'information.

---

75– Ce qui n'est d'ailleurs pas univoque, remarque Le Bohec (2000) : selon les convictions de chacun, la défense de la démocratie peut conduire à des conceptions très différentes du rôle du journaliste.

*L'idéologie de la micro-informatique [...] un projet de convivialité sociale grâce au tissage de nouveaux liens entre les usagers. Or force est de reconnaître [...] que la pratique de l'informatique est essentiellement solitaire, voire conduit à un effet de bulle. (Jouët, 1992)*

À l'opposé des médias de masse traditionnels, les outils électroniques sont, par excellence, les outils d'une information « sur mesure », où chacun dispose de la possibilité de sélectionner les thèmes d'information qui l'intéressent, à l'exclusion de tout autre, et de se retirer ainsi de l'agora commune. Cette possibilité n'est pas seulement offerte par la profusion de sites spécialisés, consacrés aux sujets les plus variés, et souvent les plus étroits, mais aussi par de grands fournisseurs généralistes qui proposent à leurs consommateurs de choisir une fois pour toutes, en sélectionnant des mots clés, le type de contenus qu'ils veulent voire apparaître. C'est la préfiguration fruste du « Daily me », le quotidien électronique individualisé annoncé par Nicholas Negroponte<sup>76</sup>, dont le contenu se composera en fonction des intérêts explicites ou implicites de son abonné.

Il n'est pas besoin d'être grand clerc pour remarquer que cette évolution paraît aller très exactement en sens inverse de la « société du savoir » tant vantée, du moins si l'on entend « savoir » dans un sens humaniste (ou condorciste), celui de connaissances d'une relative universalité, investies d'une certaine importance collective – qu'elle soit artistique, civique, technique... – et porteuses d'un sens commun. Certes, face à la profusion des connaissances, cette conception humaniste du savoir repose plus que ja-

76– Directeur du Media Lab du Massachusetts Institute of Technology, où un système de sélection « intelligent » nommé FishWrap (allusion pleine de délicatesse à la fonction ultime des journaux : emballer le poisson) fonctionne depuis 1993.

77– « Penser que nous pourrions construire une arche contenant le "principal" serait justement céder à l'illusion de la totalité. Nous avons tous besoin, institutions, communautés, groupes humains, individus, de construire du sens, de nous aménager des zones de familiarité, d'approprier le chaos ambiant. Mais, d'une part, chacun doit reconstruire des totalités partielles à sa manière, suivant ses propres critères de pertinence. D'autre part, ces zones de signification appropriées devront forcément être mobiles, changeantes, en devenir. Si bien qu'à l'image de la grande Arche nous devons substituer celle d'une flottille de petites arches, barques ou sampans, une myriade de petites totalités, différentes, ouvertes et provisoires, sécrétées par filtrage actif, perpétuellement remises sur le métier par les collectifs intelligents qui se croisent, se hèlent, se heurtent ou se mêlent sur les grandes eaux du Déluge informationnel. » (Lévy, 1998)

mais sur une utopie – celle de la totalité à laquelle Pierre Lévy, héraut de la « cyberculture », appelle<sup>77</sup> à renoncer sans regrets – mais l'utopie d'une valeur ne suffit pas à l'invalider.

Naturellement, ce qui concerne Internet ne vaut, en tout cas pour le moment, que pour Internet. Toutefois, comme le souligne notamment Dominique Wolton (1990), une mutation de même tendance touche un média plus traditionnel, la télévision, à la suite de la multiplication des canaux disponibles. Notons que, là aussi, des discours prophétiques, s'appuyant sur quelques expériences locales, ont annoncé le temps du spectateur devenu maître des programmes, choisissant non seulement ses émissions mais aussi leur contenu et jusqu'aux angles de prise de vue. La réalité sera sans doute plus modeste – qui s'amuserait à assumer durablement le travail de la régie ? – mais la simple profusion des chaînes spécialisées constitue une transformation majeure car elle touche, à travers la télévision, ce qui constituait jusqu'alors le « forum » le plus collectif et le plus généraliste de notre société. Ce phénomène n'en est sans doute qu'à ses débuts : le prochain lancement du numérique hertzien doit permettre à lui seul de recevoir une trentaine, voire une quarantaine de canaux sur une antenne classique, ce qui amène certains à s'interroger sur l'avenir des grandes chaînes traditionnelles<sup>78</sup>. D'ores et déjà, le satellite a permis d'accroître la spécialisation de ce média dans une proportion inimaginable il y a peu. Il ne suffit pas qu'une chaîne soit spécialisée dans le sport, comme Eurosport, ou même dans un seul sport : la création d'OMTV a marqué l'apparition, en France, de « chaînes » consacrées à un unique club de football (elle comptait déjà 14 000 abonnés le jour de son lancement). À nouveau, les possibilités offertes par les nouvelles technologies semblent soudain conduire à une dislocation de l'espace informatif commun. C'est certainement faux et probablement vrai. Certainement faux

---

78– Comme le rapporte *Libération* (7 octobre 1999) à propos de France Télévision qui se propose d'utiliser nombre de ces canaux : « Le seul vrai problème pour France Télévision est d'arriver à justifier une opération qui conduira à la fragmentation de son public sur près de vingt chaînes (au menu : sports, aventure, information...), alors que, par essence, son rôle est d'être fédérateur. " Nous ne cherchons pas à faire éclater l'audience mais à proposer une offre globale de service public", se défend – faiblement – Marc Tessier. Le discours de Patrick Ballarin, qui va quitter la direction du marketing de France Télévision Publicité pour prendre la tête du projet numérique, n'est guère plus convaincant : " Les généralistes continueront de rassembler, tandis que les nouveaux programmes viseront à satisfaire la diversité des attentes ».

parce que, une fois encore, la radicale nouveauté n'en est pas une et le phénomène s'inscrit, en l'accélérant, dans une évolution plus profonde et bien plus ancienne. Probablement vrai parce que son résultat pourrait bien être le même.

L'évolution profonde dépasse la question des nouveaux médias, et même celle des médias tout court : elle est celle – déjà notée – de l'explosion de l'offre de connaissances et de centres d'action ou d'intérêt. De même que les disciplines scientifiques n'ont cessé de se multiplier et de se subdiviser, au point que deux ou trois physiciens tirés au hasard ont peu de chances d'avoir des domaines d'intérêt voisins ou même d'être capables de comprendre leurs travaux respectifs, de même dans la société dite civile, le phénomène de diversification et d'approfondissement thématique a atteint un point que l'on mesure souvent mal. Même en tentant de faire la part du réductionnisme historique (qui accentue avec le temps l'homogénéité apparente des catégories sociales), il semble peu risqué, et même banal, d'estimer que deux ou trois individus d'un niveau social comparable étaient professionnellement et culturellement beaucoup plus proches il y a un siècle qu'aujourd'hui.

Le secteur des loisirs constitue un bon indicateur de ce phénomène d'ultra-spécialisation. Le vélo ou le ski, par exemple, ont irrémédiablement perdu leur vague cohérence originelle pour se diviser en sous-catégories qui se sont progressivement instituées en domaines autonomes dotés d'une terminologie étendue, hermétique aux non-initiés, et d'un ensemble de normes dépassant de beaucoup la simple pratique sportive (comme en témoigne l'évocation, audacieuse mais récurrente, d'une « culture surf »). Le cas du ski illustre bien ce morcellement. Il n'y a pas si longtemps régnait essentiellement le ski tout court, que l'on nomme aujourd'hui « alpin ». Puis vint le ski de fond<sup>79</sup>, suivi du free-style, lui même divisé en ballet, bosses, saut acrobatique, puis le ski « extrême », le surf (lui-même divisé en sous-disciplines), etc., tandis que le ski de randonnée, devenu ski-alpinisme, connaissait ses premières compétitions (sans oublier d'autres spécialités comme

---

79– Certes fort ancien, mais qui n'a vraiment été pratiqué en tant que tel en France (matériel spécifique, compétitions...) que vers les années 70.

le kilomètre lancé et la renaissance du ski joring et du télémark). Bien que beaucoup de ces pratiques ne correspondent pas (pas encore ?) à des disciplines olympiques, ces dernières n'en ont pas moins connu une inflation considérable : en trois décennies, le nombre d'épreuves aux Jeux olympiques d'hiver est passé de 35 (Grenoble, 1968) à 78 (Salt Lake City, 2002) et celui des médailles de 105 à 234. Notre propos n'est certes pas d'écrire l'histoire du ski, bien que l'on puisse sans doute y trouver de très troublantes analogies<sup>80</sup> avec celle des médias : professionnalisation, massification, normalisation réglementaire, marchandisation, emprise croissante des artefacts et de la technicité, etc.

L'important réside dans le fait qu'un domaine d'intérêt tel que le ski ne présente plus de cohérence réelle ou, si l'on préfère, qu'un randonneur alpin, un surfeur et un pratiquant du ski de fond n'ont pas grand-chose à se dire, faute de références communes (il n'est pas jusqu'aux codes vestimentaires qui ne manifestent la plus grande différenciation possible). On pourrait trouver le même type d'éclatement sous la bannière, certes accueillante, de la culture : les neuf muses d'antan sont aujourd'hui innombrables et ne cessent de se subdiviser (ainsi la musique « techno », nous dit-on, recouvre une mosaïque de genres distincts – House, Drum'n bass, Garage, Goa, etc., etc., – dont chacun posséderait ses artistes, son public et, partant, ses « savoirs »).

Cette fragmentation apparaît donc comme un phénomène général. Pour mieux le percevoir, il faut ici reprendre la question, laissée en suspens, de l'évolution de la presse écrite, dont nous avons vu (*supra*, chap. 1) qu'elle ne semblait guère avoir évolué quantitativement. Il en va tout autrement dès lors que l'on considère les choses plus en détail.

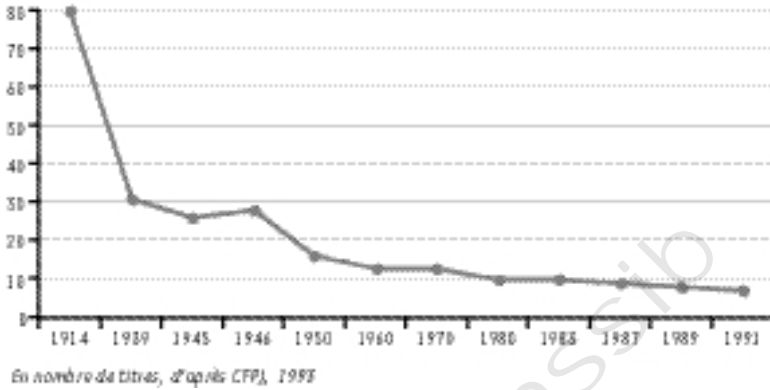
Si le long déclin historique des quotidiens nationaux d'information générale, spectaculaire en nombre de titres, est bien connu, l'évolution de la presse magazine est moins documentée et plus délicate. Cette famille a néanmoins montré sur cette période un remarquable développement, qui semble se poursuivre aujourd'hui avec une vigueur intacte.

---

80– La politique d'équipement enfiévrée qui a conduit à créer ex nihilo tant de stations de ski non rentables serait-elle la grande sœur du plan câble et des programmes NTIC actuels ?



Quotidiens nationaux d'information générale (1914-1991). Fig. 10



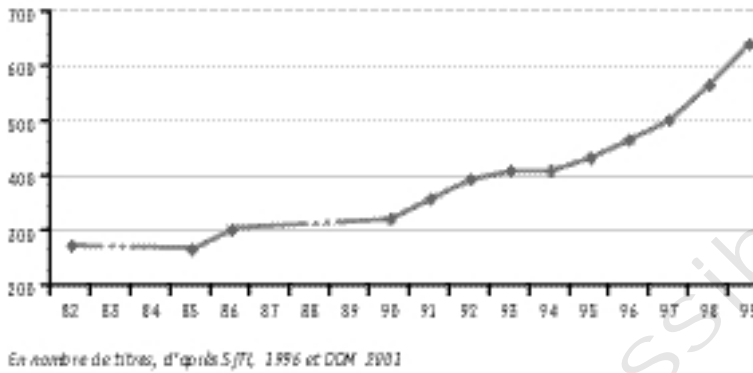
Il convient d'être particulièrement prudent dans l'exploitation des données quantitatives, qui sont rarement comparables entre elles et dont le sens diffère selon l'indicateur utilisé. Toutefois, tous paraissent aller dans la même direction. Les Nouvelles messageries de la presse parisienne diffusaient moins de 500 magazines (toutes catégories confondues) en 1950 contre 2 000 environ aujourd'hui, et ces derniers représentent désormais près de 80 % des ventes<sup>81</sup>. Encore ces chiffres ne tiennent-ils pas compte d'un autre service de messagerie, les MLP, qui diffusent aujourd'hui plus de 1 500 titres spécialisés, mais pratiquement aucun généraliste.

L'évolution est particulièrement manifeste, et significative dans le cas des magazines grand public dits « de loisirs<sup>82</sup> » : en moins de vingt ans, le nombre de titres de cette famille s'est accru de 133,82 %. Sur la même période, la presse sportive a connu une croissance de plus de 75 % du nombre de ses titres.

81— En prix public, pour l'année 1996 (source : NMPP, 1997 a,b). Compte tenu du fait que l'achat régulier d'un quotidien représente un montant beaucoup plus élevé que celui d'un magazine, on peut supposer que la différence en nombre de lecteurs réguliers est beaucoup plus importante en faveur des magazines.

82— Cette famille, issue de la nomenclature du SJTI, comprend par exemple la photo, le modélisme, le tourisme, etc., mais pas les sports, la décoration, la cuisine, la santé, etc., qui appartiennent à d'autres catégories.

Magazines de loisirs (1982-1999). Fig. 11



Mais, tandis que le nombre de magazines de la catégorie loisirs a plus que doublé, leur diffusion n'a nullement progressé à un rythme comparable : les titres sont simplement plus nombreux à se partager des parts de lectorat plus restreintes autour de thématiques plus spécifiques<sup>83</sup>. On peut donc affirmer sans grand risque que la presse écrite a connu, et connaît toujours, un morcellement spectaculaire. Dans le cas des magazines féminins, Charon (1999) note : « La décennie quatre-vingt-dix accompagne les pratiques de lectures de femmes recherchant des publications spécialisées, thématiques en fonction de centres d'intérêt, de loisirs, de sty-

83— L'exemple du domaine d'intérêt « motocyclisme » permet de confirmer que cette fragmentation ne s'exerce pas seulement par grands domaines (la moto contre le reste du monde), mais aussi à l'intérieur de chaque sous-ensemble. Après s'être détaché assez tôt du monde de l'automobile (de rares titres comme *Auto-moto* tentent de maintenir cette improbable union), ce domaine s'est d'abord développé autour de mensuels et même d'hebdomadaires généralistes. Une première grande séparation s'est produite entre les amateurs de motos tout-terrain et ceux de motos routières, qui représentent en effet des pratiques très différentes. Ce mouvement a bien été anticipé par les grands généralistes (les mensuels *Moto verte* et *Moto crampons* émanent respectivement des hebdomadaires *Moto revue* et *Moto journal*, qui n'en maintiennent pas moins de leur côté des rubriques tout-terrain). Mais cette segmentation s'est également opérée sur des critères plus fins tels que la cylindrée (il existe des magazines qui ne parlent que des 125 cm<sup>3</sup>), le militantisme (*Moto magazine* est le mensuel de la Fédération des motards en colère) et, surtout, le type de pratique et de machines : certains se consacrent aux motos anciennes, d'autres aux motos dites « custom », etc. La segmentation va encore beaucoup plus loin : dans le cas des « customs », les informations pertinentes pour ceux qui apprécient les machines japonaises et européennes ne le sont apparemment pas pour ceux qui préfèrent les modèles américains, et chaque groupe dispose de ses propres magazines.

les, etc. Ces dernières viennent compenser l'érosion régulière des féminins "généralistes". De même, le positionnement sur une classe d'âge, par exemple les seniors, ne serait plus suffisant : l'érosion des ventes du magazine *Notre temps* s'expliquerait ainsi par le fait qu'il « reste un généraliste » alors que, selon une spécialiste des études presse, « les titres seniors qui se portent le mieux sont ceux qui se thématisent » (Bozonnet, 2000). Ainsi l'évolution est-elle beaucoup moins favorable qu'on ne pourrait le croire pour la presse magazine : même si elle a bénéficié dans un premier temps de la possibilité de s'adresser spécifiquement à de grands segments de la population, la poursuite du phénomène la menace à son tour, dès lors que toute « niche » est susceptible de continuer à se diviser indéfiniment jusqu'à un émiettement total. Comme le résume Axel Ganz, président de Prisma Presse : « Le marché change. Il est de plus en plus segmenté, avec de plus en plus de titres sur les mêmes secteurs, et fragmenté par catégories de population. Nous savons qu'à l'avenir il y aura des titres encore plus spécialisés avec des diffusions inférieures à celles que nous avons connues dans le passé. » (Delberghe, 2000)

En somme, la distinction fondée sur la périodicité (quotidiens/périodiques) n'est pas l'axe d'analyse le plus pertinent, pas plus, du reste, que le nombre de titres pris isolément. L'axe essentiel est bien celui du degré de généralisation ou de spécialisation. C'est dans ce sens que nous avançons, à la fin du premier chapitre, que l'une des évolutions les plus parlantes pour la « société de l'information » était moins celle des ventes d'ordinateurs ou d'abonnements à Internet que celle de la diffusion de la presse. Cette indication est évidemment importante pour la presse elle-même (en tant que média), mais elle l'est aussi et surtout pour ce qu'elle suggère globalement (en tant que tendance générale). Si, donc, il fallait ne retenir qu'un indice, nous proposerions celui-ci : En moins de quinze ans, les journaux s'intéressant à l'actualité générale ont perdu, globalement, 15 % de leurs ventes, tandis que ceux se consacrant aux intérêts particuliers en ont gagné 15 %. Et rien n'indique que cette tendance pourrait être foncièrement différente pour d'autres formes de diffusion, numériques ou non.

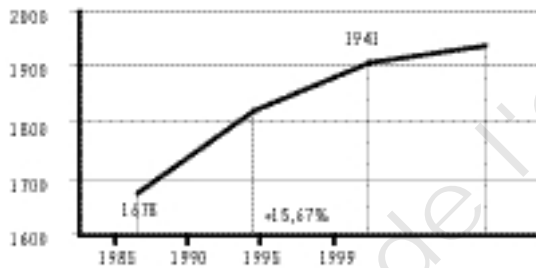
Dans l'édition de livres, par exemple, Bigourdan (1999) remarque qu'« une tendance lourde de la profession se confirme de-

### Presse nationale : évolution de la diffusion : 1985-1999. Fig.12

Diffusion annuelle totale, en millions d'exemplaires



Presse nationale d'information générale et politique (quot. & mag.)



Presse spécialisée grand public

D'après : DCN, 2007

puis une décennie : la baisse du tirage moyen par titre, laquelle se situait à 8 929 exemplaires en 1996 contre 11 331 en 1988 ». Cette baisse s'explique notamment par la propension à « augmenter sans cesse le nombre de titres publiés ». En 2000, ce même tirage moyen avait à nouveau baissé de près de 10 % (8 151 exemplaires ; Syndicat national de l'édition, 2001). La rapidité de cet émiettement est frappante, si l'on considère que la fiction, qui en principe se prête moins facilement à la spécialisation thématique que les discours sur le réel (et représente au moins un tiers<sup>84</sup> des ventes de livres) devrait être moins concernée.

84— 28 % si l'on ne retient que la catégorie Littérature, mais il convient de lui ajouter notamment une partie importante des Livres pour la jeunesse (catégorie non détaillée dans les statistiques du Syndicat national de l'édition).

Des stratégies éditoriales, favorisées par l'évolution des procédés de fabrication, interviennent aussi, là comme ailleurs, compliquant l'attribution de ce qui revient à l'offre et de ce qui revient à la demande. Il n'en reste pas moins qu'un livre, quelle que soit sa nature, intéresse en moyenne moins de lecteurs qu'avant. Dans les domaines des sciences et techniques et des sciences humaines et sociales, particulièrement touchée, une étude plus approfondie, portant sur la période 1989-1998, souligne la « fabuleuse augmentation du nombre de titres » et relève, parmi les raisons avancées par les éditeurs, « l'éclatement et la fragmentation des centres d'intérêt : les lecteurs se tournent vers l'hyper-spécialisation, et il deviendrait de plus en plus difficile de fédérer de larges lectorats » (de Toledo et Faibis, 2001), tandis que la baisse des tirages s'expliquerait notamment (mais pas exclusivement) par « l'épuisement des grands débats et des grands centres d'intérêt ». Il s'agit là d'édition savante ou intellectuelle, mais l'évocation de « replis identitaires correspondant plus profondément à un éclatement du social » (ibid.), qui peut tout aussi bien s'appliquer aux magazines de moto, paraît décidément posséder une certaine universalité.

Ainsi, les nouvelles technologies de l'information et de la communication semblent une nouvelle fois s'inscrire au sein de tendances qui ne leur doivent pas grand-chose<sup>85</sup>, mais qu'elles semblent en mesure d'amplifier considérablement. Et de toutes ces tendances, le morcellement du cadre commun de l'information et de la communication est peut-être la plus préoccupante. C'est, en tout cas, celle qui devrait inciter à s'interroger sur le sens accordé à la formule « société du savoir » : si, comme on l'a vu, les

85— Notons qu'une petite partie de cette tendance est toutefois bien d'ordre technologique : la publication assistée par ordinateur a permis de baisser significativement le coût de fabrication d'un journal, et donc de viser des niches jusqu'alors économiquement inaccessibles.

86— Faut-il d'ailleurs qu'elles le restent ? La vision d'une société universelle et gaiement fragmentée que décrit avec enthousiasme Pierre Lévy rappelle utilement que d'autres modèles sont possibles. On peut toutefois se demander si cet auteur a poussé jusqu'au bout les implications cognitives et sociales de ce modèle, et ne préjuge pas des qualités des citoyens du cybermonde. Ainsi, s'il est possible d'estimer avec lui : « Les médias de masse [...] poursuivent la lignée culturelle de l'universel totalisant initiée par l'écrit. Comme le message médiatique sera lu, écouté, regardé par des milliers ou des millions de personnes dispersées, on le compose de telle sorte qu'il rencontre le "commun dénominateur" mental de ses destinataires. Il vise les récepteurs au minimum de leur capacité interprétative », il est un peu difficile de concevoir que lesdits récepteurs, enfin libérés de cet asservissement, rejettent résolument de telles trivialités et se ruent spontanément vers les sommets de la pensée.

citoyens semblent infiniment moins informés des choses communes que ne le croient nos élites, dans quelle mesure ces choses leur resteront-elles communes<sup>86</sup> ?

On peut, à ce propos, revenir un instant à la question scolaire, où la réfutation par Baudelot et Establet (*op. cit.*) de la baisse du niveau s'accompagnait d'un avertissement important :

*Dans l'ensemble, le niveau monte, et l'on peut discerner les raisons de cette évolution. Le moteur de la dynamique est logé dans les étages supérieurs de l'appareil scolaire. Le niveau monte, mais non pour tous ni partout également.*

*Du coup surgissent des problèmes nouveaux : l'écart se creuse entre un peloton de tête plus étoffé, directement branché sur les courants les plus porteurs et les plus novateurs de la civilisation mondiale contemporaine, et la masse des autres.*

Ce point rappelle, s'il en était besoin, que le problème n'est pas seulement une question de médias, même si cet angle est celui privilégié ici. Il rappelle aussi qu'en cette matière, démêler les effets et les causes est à la limite du possible. Probablement du mauvais côté de cette limite. Mais en tout cas, il y a un problème.



## 6. « Société du savoir » ou « Non-société des micro-savoirs » ?

En édifiant son modèle de sphère publique, Habermas, qui s'inscrivait en cela dans une tradition toujours dominante, raisonnait avant tout en termes politiques, voire axiologiques. C'est généralement dans cette perspective qu'il est invoqué, comme l'est la communication elle-même.

Toutefois, comme on a pu le voir à propos de l'ignorance économique des électeurs américains, la dimension *politique*, censée être celle où s'exercent les choix collectifs, pose toujours comme allant de soi la dimension cognitive, celle où les éléments de ces choix prennent, ou non, sens pour les citoyens. Nous soutenons que ce présupposé est abusif, dangereux, et que le modèle usuel d'espace public politique et social est aujourd'hui inopérant<sup>87</sup> si l'on ne s'interroge pas d'abord sur l'existence d'un « espace public cognitif », condition fondamentale du précédent. Si la question intéresse aujourd'hui quelques chercheurs étrangers – bien que, là aussi, « la plupart des universitaires qui s'intéressent aux discours politiques négligent les fondations cognitives de ces discours » (Van Dijk, 1997, notre trad.) – elle paraît spectaculairement ignorée en France.

L'enjeu, à la fois naïf et évident, est – faut-il le rappeler ? – au cœur du projet de Condorcet : il ne peut y avoir de choix fondé rationnellement, ou même de dialogue, voire de lien social, que dans la mesure où les individus concernés entretiennent un cadre de référence commun. Il en va de même pour une communauté ou pour deux personnes prises isolément, entre lesquelles on sait que toute communication exige un « common ground », c'est-à-dire un ensemble de connaissances ou, plutôt, de représentations,

---

87– Inopérant si on l'étend à la société en général, et notamment à la société contemporaine. Le point de départ de ce concept, la société bourgeoise (et aristocratique) du XVIIIe, permettait effectivement de négliger dans une certaine mesure la dimension cognitive en considérant implicitement que les membres de cette sphère partageaient les mêmes connaissances, lisaient les mêmes auteurs, etc. On notera cependant qu'Habermas remarque par défaut l'importance des connaissances partagées lorsqu'il développe l'idée d'une dégradation de l'espace public (voir supra).



partagées par les locuteurs et leur servant de référentiel pour construire et interpréter leurs énoncés réciproques (Caron, 1989). La scène où Umberto Eco (1994) imagine l'impossible dialogue entre un amateur de football et un passionné de flûte baroque constitue un bon exemple de la tension qu'engendre l'absence d'un référentiel commun. À une plus large échelle, ces représentations jouent un rôle collectif qui n'est guère différent : « Dans un groupe social donné, la représentation d'un objet correspond à un ensemble d'informations, d'opinions et de croyances relatives à cet objet [...] Ces éléments vont être mobilisés chaque fois qu'il s'agira de parler de l'objet ou de tenir à son égard une conduite précise. » (Molinier, 1996) Ainsi les représentations sont-elles au centre des « processus d'orientation des conduites et des communications sociales. » (Moscovici, 1961)

Le prodigieux développement de la quantité d'informations disponibles sur Internet a précisément permis à certains d'annoncer l'ère d'une intelligence globale<sup>88</sup>, où chacun pourra accéder directement à l'ensemble des connaissances communes et ainsi devenir une sorte de super-citoyen. Mais on doit, à titre de contre-feu plus que de certitude (comme on l'a vu, la société se plaît à déjouer les prédictions péremptives), formuler l'hypothèse exactement inverse : la profusion a au moins autant de chances de favoriser l'atomisation des connaissances et la dislocation du « common ground » collectif. Encore une fois, on ne peut réduire cette question à un média en particulier : une bonne dizaine d'années avant qu'Internet ne commence vraiment à se répandre hors des laboratoires, Quéré notait, par exemple : « Le thème de la détérioration de la communication est aujourd'hui devenu une idée familière, sinon banale. Le langage ordinaire en impute la responsabilité à la montée générale de l'individualisme dans un monde d'anonymat. » (1982)

Le même ajoutait, du reste, en un saisissant résumé :

---

88— L'essentiel des discours dans ce sens, dont nous ne débattons pas ici, peut être résumé par la taxonomie d'Erik Neveu (1997) qui ramène à cinq promesses le « Mythe "Société de communication" » : abondance, démocratisation, autonomie des individus, mondialisation et contraction de l'espace temps.

*... Je dirai que le lien social et l'identité, c'est-à-dire la reconnaissance d'une appartenance à une communauté, ne sont pas dissociables d'un système général de représentation, d'une imagination créatrice, d'une activité communicationnelle fondatrice, qui stabilisent le monde en lui donnant un sens. L'identité et l'intégration sociale procèdent d'une distanciation, d'une mise en scène. Celle, précisément, à travers laquelle une société se rend intelligible à elle-même, s'énonce les raisons et les fins de son organisation, conçoit sa capacité d'action sur soi, se représente sa créativité.*  
(1982)

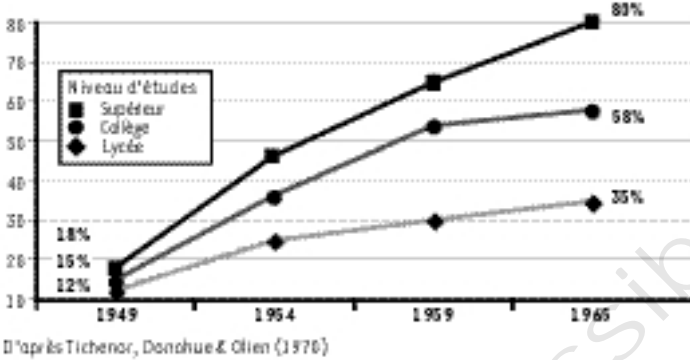
Certes, de nombreuses voix se sont fait entendre pour alerter sur le risque d'une inégalité dans l'accès aux nouveaux médias, il s'agit cependant à nouveau de la « vision de plombier » qui domine en la matière (médiacentrisme) : les gens seront-ils tous bien raccordés ? sauront-ils tous utiliser ces dispositifs ? Préoccupation louable mais probablement peu fondée à moyen terme, en tout cas dans les pays occidentaux : l'inégalité a toutes les chances d'être transitionnelle d'abord et marginale ensuite. Transitionnelle d'abord, car très liée au renouvellement des générations. Marginale<sup>89</sup> ensuite, car le coût et la difficulté d'utilisation des nouvelles technologies, que les fabricants et opérateurs ne cessent de réduire, ne devraient être guère insurmontables pour la très grande majorité de la population, si l'utilité de ces outils justifie l'effort correspondant (pouvait-on penser, à la naissance de la télévision, que 96 % des foyers français disposeraient avant la fin du siècle de ces récepteurs si délicats à régler ?).

En revanche, le lien supposé entre possibilité d'accès aux connaissances et acquisition de ces connaissances est une pure fiction. Si l'avalanche d'informations qui caractérise notre époque doit creuser un fossé, ce ne sera pas un fossé technique mais un fossé cognitif, entre « ceux qui savent » et « ceux qui ne savent pas et qui s'en moquent ». Ce risque a été remarqué bien avant le développement des nouveaux médias par des chercheurs anglo-

---

89— Ce qui ne veut évidemment pas dire négligeable : les données sur la persistance de l'illettrisme montrent que ce dernier constitue un problème très sérieux. L'incapacité à utiliser les nouveaux outils pourrait être du même ordre, voire supérieur (et, du reste, toucher les mêmes personnes). Le terme « marginal » n'est donc pas à prendre seulement au sens statistique, mais aussi au sens social.

Bonnes appréciations d'une question d'actualité. Fig. 13



saxons (Tichenor, Donohue et Olien). Ceux-ci ont eu l'idée de reprendre des sondages anciens afin d'observer comment une information ayant bénéficié d'une médiatisation croissante avait été intégrée par le public. Leur choix s'est porté sur le projet d'envoyer un homme sur la Lune. De 1949, époque où il ne s'agissait que d'une vague possibilité, jusqu'à l'alunissage d'Apollo II, le 20 juillet 1969, toutes les étapes de cette conquête ont été relayées par les médias avec un intérêt et un enthousiasme grandissant<sup>90</sup>. On aurait donc pu s'attendre à ce que les personnes peu attentives et peu informées le deviendraient, par la force des choses, autant que celles qui disposaient d'un capital culturel supérieur. L'étude des sondages a montré l'inverse (fig. 13). Si en 1949, les individus ayant un niveau d'étude élevé et ceux ayant interrompu leurs études assez tôt fournissaient des réponses relativement proches, en 1965 (soit six ans après que le premier engin inhabité a atteint la Lune et quatre ans après les premiers vols spatiaux habités), l'écart entre les premiers et les seconds s'était considérablement creusé : 35 % de réponses correctes dans un cas, 80 % dans l'autre.

90— Dès 1946, Life préfigure cet événement dans un article intitulé « Trip to the Moon ». En 1952, *Collier's Magazine*, une autre revue américaine de grande diffusion (3 millions d'exemplaires) qui avait couvert un symposium scientifique sur ce thème, titrait en couverture « Man Will Conquer Space Soon » (édition du 22 mars 1952) et, en 1961, Kennedy annonce que ce résultat sera atteint avant la fin de la décennie...

Les auteurs parviennent ainsi à la conclusion :

*Lorsque l'injection d'information par les médias dans un système social s'accroît, les segments de la population ayant un statut socio-économique supérieur tendent à acquérir cette information à un taux plus élevé que les segments de statut socio-économique moins élevé, de sorte que l'écart de connaissances entre ces segments tend à s'accroître plutôt qu'à décroître. (1970 ; notre trad.)*

Si certains la contestent (Derville, 1997), cette thèse dérangeante, dite du « knowledge gap », paraît avoir été largement confortée par la suite. Une synthèse de 92 études ultérieures a ainsi conduit à affirmer que ces « inégalités dans les connaissances constituent un phénomène persistant, bien que les conditions sous lesquelles les écarts de connaissances changent restent mal connues ». (Gaziano, 1995 ; notre trad.)

L'hypothèse du « fossé de connaissances » appelle, certes, bien des nuances, notamment sur l'assimilation un peu rapide que font les auteurs entre niveau d'études et statut socio-économique<sup>91</sup>, sur l'indicateur utilisé dans la première étude<sup>92</sup>, et sur l'analyse de ce qui apparaît clairement comme un échec du processus de diffusion médiatique des connaissances. L'échec est incontestable<sup>93</sup> – il suffit de se rapporter aux sondages sur la culture scientifique et générale présentés plus haut pour s'en convaincre –, mais il est relatif. On peut tout autant remarquer que le taux de « bonnes réponses » des personnes ayant le niveau d'études le plus bas a triplé au cours de la période étudiée (comme on l'a signalé, la différence entre ce qu'un adulte sait aujourd'hui du monde qui l'entoure et ce qu'il a appris à l'école provient, pour l'essentiel, de ce processus). Quoi qu'il en soit, l'insuffisance, même relative, de ce processus constitue bien un problème majeur. D'autant plus sérieux que, comme on l'a vu, la quantité des connaissances et des informations diffusées ne cesse de croître. Ainsi, la fragmentation

91– Assimilation très révélatrice de l'éternelle préoccupation politique/axiologique de ce type d'études : on aurait bien voulu mesurer des différences socio-économiques, et on ne se rabat sur des différences socioculturelles que faute de mieux.

92– Le fait de savoir si un homme marcherait sur la Lune n'était évidemment pas, lors des sondages, une connaissance avérée mais plutôt, pour reprendre une expression chère aux Américains, une « spéculation bien informée ».

93– Sur les enjeux journalistiques de ce problème, voir Labasse, 1997.

de l'espace cognitif commun en microdomaines d'intérêt peut se combiner avec un étirement global de cet espace commun entre les segments les plus et les moins informés de la société. Or cet étirement concerne une fraction du corps social beaucoup moins marginale que celle touchée par le problème d'illettrisme. Une fois encore, se reporter aux divers sondages sur les connaissances factuelles présentées plus haut permet de s'en faire une idée.

Pour voir comment ces deux tendances – fragmentation et étirement – peuvent se combiner et se renforcer l'une l'autre, plutôt que simplement se superposer, il faut reconsidérer l'idée que l'on se fait de l'acquisition des connaissances par le public. Le modèle usuel relève d'une conception extensive de ce processus (politique de l'offre). C'est notamment celle qu'adoptent intuitivement les acteurs politiques et culturels : il n'y aurait qu'à injecter dans le corps social plus de « bonnes » informations – à l'image du Monsieur Plus popularisé par une marque de biscuits – pour obtenir de meilleurs citoyens. Les campagnes d'informations gouvernementales – comme celle sur l'euro – en sont une illustration. Le réflexe culturaliste (notamment dans le cas de la culture scientifique et technique) en est une autre<sup>94</sup> : il suffirait, selon cette approche, de multiplier les musées, les centres culturels, les manifestations, etc., pour traiter le problème.

Loin de nous l'idée de dénier toute valeur à ces initiatives<sup>95</sup>. Mais les ériger en solution globale est pour le moins audacieux. C'est, en un mot, prendre les récepteurs pour des réceptacles, avides d'ingérer indéfiniment tout ce qu'on voudra bien leur expédier ou leur proposer. Un minimum de recul permet cependant de noter une faille dans cette logique quantitative.

En matière audiovisuelle, notre pays bénéficie d'un canal culturel remarquable (la Cinquième/Arte), dont la nécessité est indiscutable. La part d'audience combinée de ces deux chaînes

94– Celui de certains représentants des disciplines académiques en est une troisième : si on enseignait plus d'histoire, ou de biologie, ou de grec, etc., on n'en serait pas là... Il faut être sourd aux acquis de la psychopédagogie moderne, ou être bien attaché à la défense de sa discipline, pour défendre une telle position.

95– Elles seraient même totalement positives si elles n'induisaient un effet de masque en s'imposant à l'attention comme la principale voie de diffusion culturelle, au risque de mal évaluer les processus en jeu et de négliger des pistes moins convenues mais au moins aussi importantes. On trouvera un plus large développement de cette question, appliquée au cas de la culture scientifique et technique, dans Labasse (1999).

n'est toutefois que d'environ 4 % en moyenne (selon Médiamétrie, 2001). En termes de musées, le tissu français semble également solide et de bonne qualité. Cependant, seul un tiers des Français indique avoir pénétré dans un tel lieu au moins une fois dans l'année (Donnat, *op. cit.*). Si l'on considère que les réponses sont influencées par la valorisation sociale de cette activité, on peut penser que ce résultat surévalue considérablement la réalité. En tout état de cause, on ne s'étonnera pas de constater que le taux de fréquentation de ces lieux varie selon le niveau d'étude et la catégorie socioprofessionnelle, en bon accord avec l'hypothèse du « knowledge gap » : il est trois fois plus faible pour les ouvriers ou les agriculteurs que pour les cadres et assimilés. Comme on s'en doute, le même phénomène s'observe en ce qui concerne le choix de regarder La Cinquième/Arte<sup>96</sup>.

En d'autres termes, ces moyens de diffusion culturelle paraissent schématiquement atteindre en priorité un même public, clairement minoritaire : celui des « bons élèves » du corps social. Ceux qui lisent des quotidiens, qui achètent des livres compliqués et qui savent qui était Rodin. Ce point ne remet aucunement en cause la nécessité de ces moyens, d'autant que leur influence<sup>97</sup> indirecte dépasse sans doute le cercle restreint que leur audience directe laisse entrevoir (et dont les 4 % d'audience d'Arte donnent une idée assez claire). Il relativise spectaculairement, en revanche, la portée d'une vision fondée obstinément sur l'accroissement de l'offre, dont les limites sont évidentes : doublez le débit (c'est-à-dire doublez le nombre des chaînes, des musées ou de quoi que ce soit d'autre du même genre), vous ne doublerez pas ses effets. Ces limites, indéterminées mais absolues, paraissent inscrites dans une loi des rendements décroissants, telle que chaque effort public supplémentaire entraîne, par effet de saturation, des résultats de plus en plus faibles.

96— L'écart n'est dans ce cas « que » du simple au double. Le même écart se constate, du reste, en ce qui concerne le taux de possession d'un micro-ordinateur (chiffres 1997, selon Donnat, *op. cit.*).

97— Au chapitre de ces effets, mentionnons le modèle (un peu réducteur) du « Two steps flow » de Katz et Lazarsfeld, selon lequel une grande partie de l'information se diffuserait en deux étapes, certaines personnes jouant un rôle de relais d'opinion auprès des individus moins informés.

## La diffusion des connaissances comme un jeu à somme nulle

Si la conception extensive de la diffusion des connaissances par accroissement de l'offre conduit à une impasse, il est a priori difficile de concevoir un autre modèle opératoire pouvant la remplacer. Sur le plan conceptuel, une façon plus pertinente de poser le problème serait sans doute de considérer la diffusion sociale des informations et des connaissances comme un jeu à somme nulle. C'est-à-dire, si l'on tient à la douteuse métaphore du récepteur-réceptacle, de considérer que la « capacité » de ce dernier n'est pas illimitée et que toute notion sur laquelle on souhaitera attirer son attention ne pourra l'atteindre qu'au détriment d'une autre. En d'autres termes, la culture juridique, économique, classique, scientifique, ou toute autre de ces choses jugées indispensables<sup>98</sup> à l'exercice d'une citoyenneté éclairée et participative, voire au principe même de la liberté (« apprendre c'est réduire sa sujétion », résume Philippe Meirieu) ne bénéficient d'un sanctuaire que dans la tête de leurs promoteurs : dans la vraie vie, elles sont tout simplement en concurrence avec bien d'autres choses, comme les résultats sportifs, les joies et malheurs des vedettes de téléfilms ou les qualités respectives des nouvelles voitures.

Nulle condescendance dans ce constat. Simplement le public, pris collectivement ou individuellement, n'est pas une outre vide : chacun de ses membres ou des groupes qui le composent dispose de savoirs extrêmement développés, qu'ils soient nécessaires (connaissances professionnelles) ou électifs (intérêts personnels ou collectifs). Rappelons du reste, avec Lévi-Strauss (1962), le caractère universel de cette incommensurabilité des savoirs : aux Philippines, par exemple, le lexique botanique des Subanun dépasse largement 1 000 termes, celui des Hanunóo approche 2 000 et « un usage aussi simple que la mastication du bétel [...] suppose la connaissance de 4 variétés de noix d'arc et de 8 produits de remplacements, de 5 variétés de bétel et de 5 produits de remplacement ».

98— Nous avons déjà mentionné plus haut la question de la légitimité de toute hiérarchisation des connaissances. Nous n'y reviendrons pas, laissant aux sophistes modernes le soin de la discuter.

Au-delà de toute hiérarchisation, on se bornera donc à souligner que l'acquisition des connaissances n'est que faiblement cumulative, pour deux raisons dont chacune est suffisante. La première raison est évidemment d'ordre fonctionnel : les activités volontaires de recueil d'informations sont généralement exclusives. Le temps alloué à la lecture d'un magazine spécialisé ou à la consultation d'un site Internet ne l'est pas à la visite d'un musée ou à l'usage de la télévision. Or la quantité de temps que chaque individu peut attribuer à ces activités n'est guère élastique. Même après ce choix, l'utilisation d'un organe donné implique de nouveaux choix exclusifs ; on ne lit pas davantage tout son journal qu'on ne visite tout le Louvre. Le temps moyen de lecture d'un quotidien a été évalué à 20 minutes, quand il faudrait au moins trois heures, voire le double, pour prendre connaissance de l'intégralité de son contenu (Voirol, 1995). Bien que ces approximations n'aient, par nature, qu'une validité réduite, elles donnent une idée des limites de la quantité d'information effectivement accessible.

La seconde raison est, non moins évidemment, d'ordre cognitif : l'esprit humain, dont la capacité est limitée, est, par nécessité, une remarquable machine à oublier. C'est ce qui explique l'évaporation des savoirs scolaires soulignée *supra* par Giordan et De Vecchi. De ce fait, aucune connaissance ou information, même si elle a été reçue, ne peut être tenue pour acquise : son destin le plus fréquent est de s'estomper rapidement pour être remplacée par d'autres. Les deux tiers d'Européens qui ne savent pas si les tomates non modifiées génétiquement contiennent tout de même des gènes n'ont pas toujours ignoré la réponse. Ils l'ont, plus probablement, rencontrée puis oubliée à plusieurs reprises. Or ce puissant phénomène d'évaporation et de renouvellement n'est quasiment jamais perçu par ceux qui entendent s'adresser au public. Les hommes politiques, les responsables culturels ou scientifiques et même les journalistes adoptent implicitement une conception purement cumulative des connaissances : dès lors qu'une chose aurait été expliquée à quelques reprises, elle demeurerait sagement stockée quelque part dans la tête des destinataires, disponible chaque fois que la compréhension d'une information le nécessite. C'est ainsi que des « nuances » telles que chiite et



sunnite, Hutu et Tutsi, électron et atome, virus et bactérie, mise en cause et mise en examen, psychiatrie et psychanalyse, Conseil d'État et Conseil constitutionnel, suppression de poste et licenciement, etc., se trouvent « réputées connues », au risque de transformer une bonne partie de la communication publique en un bourdonnement quasiment dépourvu de sens réel pour la majorité de ceux à qui elle s'adresse<sup>99</sup>.

Encore la question de l'oubli présuppose-t-elle que les informations aient bénéficié, au moins une fois, d'une attention suffisante pour être comprises. Là encore, le système cognitif constitue par nécessité une redoutable machine à filtrer la masse colossale d'informations auquel il est soumis en permanence, et à en éliminer l'essentiel<sup>100</sup>.

Or ce tri est culturellement déterminé : il est largement guidé par les connaissances préalables. Selon un exemple classique, la perception d'une photo représentant un mannequin près d'une voiture dépend de celui qui visionne l'image : un photographe notera que la scène est un peu sous-exposée, un garagiste s'intéressera au modèle du véhicule, un couturier retiendra surtout la tenue du mannequin, etc. Ainsi, la pertinence d'une information – ce qui fait qu'elle bénéficiera fonctionnellement et sur le plan cognitif d'une priorité par rapport aux autres – dépend très largement de la richesse des représentations dont on dispose déjà à son propos, et de la possibilité de relier l'information nouvelle à ces informations existantes. L'intérêt ou le désintérêt semblent donc cumulatifs : toutes choses étant égales par ailleurs, moins on en saura sur quelque chose, moins on sera susceptible d'en apprendre à son propos ou de se tenir informé à son sujet. D'une part,

99– Un moyen de réduire ce phénomène serait d'organiser de façon plus systématique la redondance de l'information, en évitant de tenir pour acquis les notions mises en jeu. Toutefois, cette redondance poserait des problèmes considérables. Ainsi, dans le cas de l'éclatement de l'ex-Yougoslavie – exemple type d'information rapidement décontextualisée –, on voit mal comment aurait pu être réactivée en permanence la masse considérable (et sans cesse croissante) des rappels nécessaires à la compréhension de l'actualité quotidienne.

100– Même si on en est peu conscient, tous les processus mentaux, des plus « automatiques » comme la vision aux plus sophistiqués comme la lecture, sont des processus d'élimination. Ainsi, seule une très faible partie de ce qui se trouve dans le champ de vision est réellement perçue : quand on regarde l'heure à sa montre, on ne « voit » pas son poignet. De même, la compréhension du texte le plus simple passe par l'évacuation de tous les détails jugés non indispensables, notamment les descriptions (vêtements des personnages, etc.)

l'effort cognitif nécessaire pour en retirer du sens sera beaucoup plus important, d'autre part leur effet cognitif sera moindre<sup>101</sup> (il suffit de parcourir un magazine consacré à un loisir dont on ignore tout pour constater que cette lecture demande beaucoup d'efforts et apporte peu de satisfaction). Ainsi en va-t-il de l'actualité « générale » comme de n'importe quel sujet spécialisé : moins on en sait et moins on est susceptible d'en savoir.

On peut donc, à titre purement spéculatif, supposer que les connaissances et informations relatives à la vie de la Cité – et plus généralement toutes celles relevant de la culture générale – auront, au fil du temps, de plus en plus de mal à faire sens pour un public sollicité par une quantité croissante de messages autres, de moindre portée collective mais plus séduisants pour un groupe ou un individu particulier. Les médias dits de masse constituaient en quelque sorte le tronc commun de l'information publique : c'est ce tronc commun qui semble s'émietter à un rythme croissant. Certes, les médias généralistes ne sont pas menacés dans leur principe : on peut supposer sans trop de risques qu'il en restera toujours<sup>102</sup>. Ils pourraient l'être, en revanche, dans leur capacité à produire du lien social. Comme toujours en pareille matière, la question est très ambivalente. Ainsi que l'a souligné Philippe Breton (*op. cit.*), ériger la communication sociale en remède universel à tous les conflits (nous ne nous comprenons pas parce que nous ne communiquons pas assez) serait au mieux une utopie, au pire un moyen d'étouffer le débat public plutôt que de le servir. Mais, à l'inverse, l'absence de communication née de l'absence de sens d'intérêt commun peut conduire à une situation moins enviable encore. On peut ainsi soutenir que la qualité de la communication collective, si elle n'est pas une panacée, n'en est pas moins une nécessité.

Pour exprimer le peu d'enthousiasme que lui inspire l'évolution de la communication, Lucien Sfez a forgé le terme de tautisme, assemblant tautologie (omniprésence redondante de dis-

101– Voir Sperber et Wilson (1988) pour une formulation de la pertinence conçue comme le rapport entre l'effet cognitif d'un énoncé et l'effort cognitif que demande le traitement de cet énoncé.

102– Contre l'hypothèse de la disparition, Francis Balle relève notamment que la multiplication des stations FM n'a pas condamné les grandes radios généralistes.

cours auto-justifiés<sup>103</sup>), totalité (dilution dans le global) et autisme (auto-enfermement). Sans nécessairement adhérer à tout ce que cette critique peut avoir de radical, on pourra remarquer que la métaphore est évocatrice sur un autre plan: de même que l'autisme s'accompagne parfois de compétences extraordinaires sur des points dont la portée est infime (connaître l'annuaire par cœur, retenir des suites de chiffres impressionnantes), la profusion et la spécialisation de l'information peuvent permettre aux utilisateurs d'associer une grande indifférence aux questions de portée générale et des savoirs remarquablement développés dans tel ou tel domaine restreint.

Il conviendrait, ici comme ailleurs, d'apporter mille nuances et restrictions<sup>104</sup>. Il n'en reste pas moins essentiel d'apprendre à poser la question de l'information et de la culture en termes de concurrence cognitive, c'est-à-dire, tout simplement, à les prendre au sérieux. Or, l'absence systématique de recul (qu'illustre l'invocation d'une société de l'information scintillante mais parfaitement anachronique), l'indifférence obstinée à la réalité de la communication publique, à ses besoins et à ses enjeux, la conformation de celle-ci en formules et en slogans, le volontarisme enthousiaste de multiples plans (nouveaux médias, culture scientifique, etc.) dont les fondements semblent introuvables et les objectifs incertains, peuvent faire douter de ce sérieux. Le simple fait que l'on ne dispose quasiment d'aucune indication solide sur les connaissances de nos concitoyens et que nulle recherche sociographique ne soit entreprise dans ce domaine est, à cet égard, remarquablement révélateur.

Les acteurs dominants de la communication publique (politiques, mais aussi économiques, culturels, médiatiques, académiques, etc.) se trouvent ainsi confrontés, consciemment ou non, à un paradoxe majeur: soit l'information et les savoirs n'ont pas réellement d'importance, et il est difficile de comprendre pour-

103- « Le caractère fondamentalement tautologique du spectacle découle du simple fait que ses moyens sont en même temps son but », notait déjà Debord.

104- Dans la réalité, la diffusion sociale des connaissances n'est évidemment pas strictement réductible à un jeu à somme nulle, ce qui reviendrait à nier la capacité d'évolution des individus. Disons que, dans une perspective appliquée et collective, il est certainement plus juste et plus pertinent de considérer les individus comme « saturés » que comme « vides ».

quoi ils sont invoqués en permanence, soit ils en ont, et il est plus difficile encore de comprendre comment des problèmes aussi manifestes peuvent rester dans l'ombre, quitte, justement, à transformer la sphère publique en théâtre d'ombres dépourvu de sens.

Naturellement, l'état de la communication publique était inquiétant bien avant que ne se pose la question des nouveaux médias. Toujours par opposition à un âge d'or idéalisé, Habermas (*op. cit.*) notait – au début des années 60 – que la procédure démocratique ne reposait plus que sur « une fiction » :

*On attend en effet des électeurs qu'ils prennent, forts d'un certain niveau de connaissance et doués d'une certaine capacité de jugement, une part active à la discussion publique afin qu'ils contribuent, au terme d'une démarche rationnelle guidée par l'intérêt général, à mettre en lumière la justesse et la justice, critères auxquels l'action politique devra se conformer.*

Si tel n'est pas le cas, ce n'est évidemment pas la conséquence de telle ou telle innovation technique, mais, dans une large mesure, celle de la dégradation d'un espace public où les stratégies discursives politiciennes ou publicitaires<sup>105</sup> semblent s'affranchir de plus en plus volontiers de la question du sens, suscitant de temps à autre des protestations sans effets, comme celles d'André Laurens : « La politique, si elle veut renouveler son langage et se faire entendre clairement, doit prendre le parti de la pédagogie plutôt que celui du brio verbal, faire comprendre son message plutôt que le marteler » (*Le Monde*, 14 mars 1988), ou celle de Jean-Michel Thénard (*Libération*, 5 juin 2000) :

*Faut-il réformer la Constitution à l'aune de ces gamineries ? Cela rend le débat sur le quinquennat singulièrement politicien. Donc dangereusement dépourvu d'intérêt. Le risque alors est grand que les Français s'en désintéressent et choisissent de bouter un éventuel référendum ou soient tentés, plus qu'à l'ordinaire, de répondre à autre chose qu'à la question posée. Ce débat sur le quinquennat*

105 – Le développement des stratégies communicationnelles, déjà dénoncé par Habermas, est devenu si écrasant que l'on peut parler d'une ère de la « communication généralisée » ou des « relations publiques généralisées » (Miège), succédant vers la fin des années 70 à celle dominée par les médias audiovisuels de masse.

*indiffère déjà l'opinion. Quand on l'interroge sur ce qu'elle attend en priorité du gouvernement, elle place la réforme des institutions en queue de liste. Pour elle, il n'y a pas urgence à légiférer sur la durée du bail du locataire de l'Élysée tant qu'on ne lui explique pas en quoi cela ferait mieux respirer la démocratie. Mais, pour l'heure, personne n'a daigné l'éclairer sur l'utilité et le bien-fondé d'un contrat à durée déterminé de cinq ans par rapport à un de sept.*

Posé en termes de concurrence cognitive, on voit que ce double désintérêt apparent des politiques et des électeurs pour le fond du débat lui laisse peu de chances de prendre corps : même si ces derniers n'avaient à leur disposition que des quotidiens et des chaînes de télévision généralistes, ils pourraient encore y trouver une infinité d'autres informations plus intelligibles et plus séduisantes que celle-ci. Et, dans le cas du quinquennat, la suite a montré ce qu'il en était<sup>106</sup> : avec près de 70 % d'abstentions et 16 % de bulletins blancs ou nuls, la constitution de la v<sup>e</sup> république a été modifiée par moins de 19 % des électeurs inscrits.

Il serait toutefois un peu sommaire de rejeter sur les seuls politiques et sur leurs « experts » en communication la responsabilité de cette situation. Comme le suggère René Rémond (2000), elle peut être également, pour le monde des médias, y compris ceux qui parfois la dénoncent, le signe d'une insuffisance globale :

*C'est aux politiques, aux leaders d'opinion, aux journalistes d'envisager toutes les implications d'un tel choix, d'en signaler et les avantages certains et les inconvénients possibles, de faire entrevoir la complexité du problème et de mettre ainsi les citoyens en mesure de se prononcer en connaissance de cause. Cette information, c'est la mission des politiques de la dispenser, c'est la dignité du journalisme de la diffuser. Or il faut bien reconnaître qu'on s'est, de part et d'autre, soigneusement gardé de le faire.*

Pour l'anecdote, un sondage s'était proposé à cette occasion de rechercher les coupables de l'abstention<sup>107</sup>. Bien que la nature et la

106– Conseil constitutionnel ; Proclamation des résultats du référendum du 24 septembre 2000. Paris : Conseil constitutionnel, 28 septembre 2000.

107– Sondage Ipsos-Vizzavi réalisé pour France 2, Le Figaro et Europe 1 le 23 septembre 2000.

formulation des questions aient été vraiment trop discutables pour attribuer de la valeur aux réponses, force est de constater que, dans l'absolu, le résultat en fin de compte n'était pas si mal vu : la responsabilité des partis politiques était jugée « importante » par 64 % des répondants et celle des médias l'était par 58 % d'entre eux.

Au-delà du pesage des responsabilités, qui n'a pas grand intérêt, reste le problème de la capacité des uns et des autres à jouer leur rôle dans la diffusion sociale du sens. Comme le suggérait à un autre propos<sup>108</sup> une fédération internationale d'éditeurs et de journalistes, se contenter de prendre acte de l'intérêt ou non du public ne mène pas loin : « Le souci légitimement invoqué par les éditeurs de répondre aux demandes des lecteurs ne peut suffire à justifier les carences informatives. [...] Car il est du rôle de l'information de susciter la demande que l'ignorance laisse forcément formulée. » (UCIP, 1998) Mais il n'est même pas nécessaire de s'interroger en termes de devoirs : la seule question de la préservation à long terme de la politique et du journalisme en tant qu'activités suffit amplement. La désaffection, rappelons-le, est cumulative et réursive : moins le public comprendra l'information commune, moins il s'y intéressera et moins, notamment, il recourra aux médias généralistes.

Dans ce contexte, le rôle que pourrait jouer Internet est remarquablement ambivalent. D'un point de vue positif, il pourrait enfin permettre de surmonter un des problèmes les plus fondamentaux de l'information, face auxquels les médias classiques ont toujours été impuissants : la question du référentiel. Étant donné que l'intelligibilité réelle de toute information suppose de se référer à un cadre minimal de connaissances, tant encyclopédiques<sup>109</sup> que chronologiques (l'origine et les développements successifs d'une actualité en cours, à l'instar du « si vous avez manqué le début » des magazines TV ou des feuillets), et étant donné que ce

108– Il s'agissait de l'information religieuse.

109– Par exemple biologiques (EPO, hématocrites...) pour les affaires de dopage, socio-politiques pour les conflits de l'Afrique des grands lacs ou de la Yougoslavie, juridiques pour les affaires judiciaires, etc., etc. À ces connaissances fondamentales, il convient d'en ajouter d'autres, plus circonstancielles, portant sur les arguments des débats : pourquoi faut-il ou non un quinquennat, un site de stockage nucléaire, une réforme du droit de la famille, etc. ?

référentiel, très volatil, ne peut être rabâché en permanence (faute de quoi chaque sujet de 40 secondes du journal télévisé devrait durer de longues minutes, exaspérantes pour les téléspectateurs déjà correctement informés), Internet offre pour la première fois la possibilité de rendre disponibles en permanence les éléments nécessaires pour suivre un sujet d'actualité. Les éloquentes sondages – politiques, économiques, culturels – que nous avons présentés plus haut montrent clairement à quel point ce complément de référence serait nécessaire.

Toutefois, les médias traditionnels, les « producteurs de contenus », pour reprendre le tranquille cynisme d'une désignation de plus en plus fréquente, paraissent peu enclins à exploiter systématiquement cette formidable possibilité<sup>110</sup> si ce n'est, au mieux, en rassemblant les articles successivement parus sur un thème : l'actualité, là comme ailleurs, semble le plus souvent se suffire à elle-même.

Il est vrai que cette opportunité, si elle permet, au niveau de l'offre, de résoudre le vieux problème de la place (pour la première fois, l'information est libérée de la pénurie d'espace-texte ou de secondes d'antenne), ne résout en rien, au niveau de la demande, le problème de la disponibilité (le temps dévolu à la consultation des médias), pas plus que celui du désir ou de l'intérêt. Si complète et séduisante que puisse devenir l'offre – et on en est bien loin – son pouvoir d'attraction centripète vers les « choses importantes » pourrait ne compenser qu'en partie la force centrifuge des domaines d'intérêts particuliers.

La théorie du « knowledge gap », qui, comme on l'a vu, prévoit qu'un accroissement de l'offre informationnelle creuse plus qu'elle ne le comble le fossé entre ceux qui sont prêts à en bénéficier et ceux qui n'en ont pas la possibilité ou l'envie, constitue un redoutable avertissement.

---

110 – Pour prendre un exemple trivial, aucun des sites des grands quotidiens ou des chaînes de télévision n'a songé, lors de la dernière Coupe du monde de rugby, à expliquer les règles de ce sport (notamment les pénalités), indispensables à un néophyte pour apprécier vraiment les rencontres. Là comme ailleurs, l'information est réputée aller de soi, sans qu'il soit besoin d'en justifier l'intérêt ou d'en fournir les clefs.

Bien malin qui pourrait dire où conduira la fragmentation apparente de l'espace public de la communication, mais en fonction des connaissances et des travaux dans ce domaine, une seule chose semble pouvoir être affirmée avec une relative confiance : en l'état des choses, parler de « société du savoir » n'a strictement aucun sens.

Presses de l'enssib





Deuxième partie

Des missionnaires  
démissionnaires

Presses de l'enssib



## Deuxième partie

### Des missionnaires démissionnaires

*Jack: Ceci, mon cher Algy, est toute la pure et simple vérité.*

*Algernon: La vérité est rarement pure et jamais simple.*

*Oscar Wilde (1895). De l'importance d'être constant<sup>111</sup>,  
acte 1, sc. 1*

#### Introduction

À l'origine, l'étude qui, au prix de divers réaménagements, compléments et d'une réactualisation générale, a fourni la matière de la première partie, reposait sur un questionnement non programmatique : peut-on sérieusement parler de « société de l'information », ou a fortiori de « société du savoir », en s'obstinant à négliger les termes qui composent ces locutions ? Peut-on célébrer un nouvel âge d'or, quand tant d'indices peuvent suggérer le contraire ? Notre réponse était claire – non – et les choses auraient pu en rester là. Ainsi, le rapport s'achevait-il, à la fin du chapitre 6, sur une métaphore un peu désabusée :

*Mais est-ce si important ? Si délabré que soit le grand théâtre de la communication publique, il fonctionne encore, même si ses fauteuils se vident peut-être lentement : des élections ont lieu, des journaux paraissent, et les plans se succèdent pour préparer l'entrée dans la société de l'information. Tout va bien...*

Cette conclusion abrupte transgressait à l'évidence les règles du genre. Plusieurs lecteurs, et non des moindres, pourtant éton-

111 – Notre trad. Nous avons repris le titre français usuel, mais le titre original : *The importance of being earnest*, peut tout autant se traduire par *De l'importance d'être sérieux*, ce qui, en soi, résulterait encore mieux le « message » de cette seconde partie.

namment indulgents par ailleurs, ont protesté à juste titre contre cette pusillanimité, au moment où le constat aurait dû céder la place à des propositions concrètes ou, au moins, à des pistes d'action. Mais il n'avait jamais été question que de collecter un certain nombre d'éléments et de les rapprocher en fonction d'une question particulière.

C'est pourquoi le souhait qu'ont manifesté, peu après, les commanditaires de l'étude de prolonger celle-ci était séduisant mais très embarrassant, car les tendances évoquées semblaient trop enclines à s'auto-entretenir pour permettre autre chose que des vœux impuissants ou des exhortations dérisoires. Toutefois, en déplaçant l'objet, cette nouvelle demande modifiait singulièrement les questionnements. Des publics, l'attention devait nécessairement passer aux acteurs et des résultats remonter aux pratiques. En d'autres termes, à la question « Où en sommes-nous ? » devait succéder « Pourquoi en sommes-nous là ? »

Il fut donc convenu (toujours sans promesse de parvenir à des solutions explicites) que ce nouveau volet, bien que désormais conçu dans l'optique d'un livre, suivrait la méthode du premier : assumer l'hétérogénéité documentaire, la rechercher même<sup>112</sup>, mais organiser cette confrontation en fonction d'un fil conducteur, en veillant cependant à ne pas tomber dans la vaine facilité d'un enchaînement de « morceaux choisis ». Le fil, dans cette partie, est l'hypothèse que les approches auxquelles recourent traditionnellement les principaux acteurs, non seulement ne les aident pas à surmonter les difficultés qu'ils rencontrent, mais tendent au contraire à accentuer et pérenniser ces difficultés.

Entre les lignes de cette hypothèse formelle se niche la conjecture, plus vague et volontairement candide, qu'il pourrait peut-être en être autrement. Et, en fin de compte, un sentiment : si dire que « le public a l'information qu'il mérite » est évidemment insoutenable, en revanche, la possibilité que, pour leur part, les journalistes, les chercheurs et les pouvoirs publics ont l'information qu'ils méritent vaut d'être explorée, même si ce n'est que d'un pied hésitant.

---

112- C'est-à-dire rapprocher des apports d'origine et de statuts différents, qui selon le « bon usage », se rencontrent rarement dans les mêmes lieux.

C'est donc ce fil, instrumental, que nous avons entrepris de suivre dans les chapitres qui suivent. Mais sans aucun enthousiasme. Par nature en effet, cette exploration plus « multidissidente » que « multipositionnée » a de fortes chances de se condamner elle-même et, ainsi, de desservir ce qu'elle aurait préféré servir (auteur compris).

En effet, d'abord, relever une certaine forme de démission de la part de tous les champs concernés – médiatique, politique, académique – n'est pas la façon la plus habile de les impliquer dans la recherche éventuelle de solutions, alors que celles-ci ne peuvent, en tout état de cause, passer que par eux.

Ensuite, l'axe auquel nous nous sommes tenus, tourné vers les méthodes et aussi éloigné que possible des grands débats d'idées, ne correspond guère aux angles considérés comme légitimes pour aborder cette question, y compris au sein du champ médiatique, et semble donc, dès l'abord, peu propice à recueillir l'assentiment.

Enfin, traiter dans la continuité directe et dans l'esprit du précédent travail – c'est-à-dire de façon aussi succincte, claire et stimulante que possible – un ensemble aussi large de pratiques aussi complexes et diversifiées impose des simplifications et des raccourcis qui, de seulement gênants dans une étude reprographiée à quelques dizaines d'exemplaires, devenaient plus qu'inconfortables dans un ouvrage plus formel. Si le propos avait été exclusivement académique, il aurait été non seulement exprimé différemment mais aussi construit autrement, pour mieux marquer son rapport avec les cadres qui l'inspirent (aux premiers rangs desquels le modèle kuhnien de négociation collective des connaissances, dont l'évocation dans les pages qui suivent est loin de refléter l'influence sur ces mêmes pages). Mais l'important est que, en fin de compte, il n'aurait pas été différent sur le fond.

Ajoutons que si cette partie, comme l'autre, doit beaucoup à la pensée de (trop ?) nombreux auteurs, tant praticiens que chercheurs, elle doit peut-être encore plus au curé de Recey-sur-Ource (Côte-d'Or), tant nous a aidé le souvenir d'un lointain été où cet homme de foi avait soulevé notre enthousiasme juvénile et l'indignation des bigotes en s'exclamant : « On va prendre l'évangile de saint Marc, ça ira plus vite. » Béni soit-il !



## 7. Un système médiatique désemparé

La diffusion publique des informations et des connaissances qui leur sont liées emprunte, nous l'avons dit, de très nombreuses voies, directes ou non. Tous ceux qui contribuent à un titre ou à un autre à ce processus sont impliqués par son évolution. Mais, parmi tous ces champs, celui du journalisme réclame sans doute une attention particulière.

La première raison est que les organes de presse, écrite ou non, occupent jusqu'à nouvel ordre une position incontestablement dominante dans la diffusion de ces informations (que Bourdieu va jusqu'à qualifier de « monopole de fait », 1996) et éclipsent, en tout cas d'un point de vue quantitatif, toutes les autres instances de diffusion<sup>113</sup>. La seconde est que la presse est la plus directement concernée par le problème que nous avons évoqué précédemment et que Ramonet (1999) condense en trois mots essentiels : « s'informer fatigue ». La troisième, surtout, est que cette activité peut être étudiée comme le prototype fondamental de toutes les autres formes qui pourraient prétendre occuper dans l'avenir une position équivalente : dès lors qu'une pratique viserait à présenter à une audience large un aspect actualisé du monde, les mêmes contraintes – pertinence, coûts, délais, etc. – s'appliqueraient à elle. Ainsi, même si la très imparfaite définition légale du statut de journaliste professionnel<sup>114</sup> est de plus en plus ébranlée, les constantes de ce métier – présentées pour l'essentiel par Théophraste Renaudot en 1632 – paraissent défier le temps. La question de l'avenir du journalisme dépend en bonne part de la définition que l'on en donne.

113– Dans le cas des connaissances scientifiques et techniques, par exemple, voir Caro et Funk-Brentano, 1996 ; Gregory et Miller, 1998 ; Lewenstein, 1994 ; Miles 1987...

114– Rappelons que l'Art. 761-2 du Code du travail, en une définition dont la tautologie a fréquemment été dénoncée, stipule que « le journaliste professionnel est celui qui a pour occupation principale, régulière et rétribuée l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs publications quotidiennes ou périodiques [...] ». Le statut se trouve ainsi lié non à une activité définie (elle n'est circonscrite que par la jurisprudence), mais simplement au support pour lequel elle s'exerce, ce qui a contraint à de nombreux bricolages juridiques (notamment pour tenir compte des journalistes TV et radio) et pose aujourd'hui des problèmes redoutables.



*Certains de nos débats gagneraient en clarté si l'on n'identifiait pas trop vite l'acte journalistique, comme tel, à l'un ou l'autre des médias où il s'exerce. Le journalisme est cette pratique spécifique par laquelle une société littéralement «fabrique son présent», rend ses membres contemporains les uns des autres. (Bianchi, 1998)*

S'alarmer ou se réjouir, selon ses convictions, d'une disparition – par ailleurs très improbable – des entreprises de presse traditionnelles semble donc moins judicieux que de s'interroger sur l'avenir de l'information généraliste, celle qui «rend ses membres contemporains les uns des autres». Là encore, il convient de se méfier des perspectives apocalyptiques. D'une part les prophéties, contrairement aux fondements du journalisme, résistent bien mal au temps<sup>115</sup>, d'autre part la tension entre les intérêts spécifiques et l'information commune est aussi ancienne que cette dernière, laquelle a su jusqu'à présent s'en accommoder : dans le texte évoqué plus haut, Renaudot, faisant le bilan (et l'apologie) de la première année de sa Gazette, se plaignait déjà de cette tension :

*Les capitaines y voudroient rencontrer tous les jours des batailles ou des sièges levés et des villes prises, les plaideurs des arrests en pareil cas ; les personnes devotieuses y cherchent les noms des prédicateurs, des confesseurs de remarque. Ceux qui n'entendent rien aux mystères de la cour les y voudroient trouver en grosses lettres. (1632)*

Mais même remis en perspective (ce qui présente aussi des inconvénients<sup>116</sup>), le problème de la pertinence de l'information commune demeure, et les données évoquées plus haut, si fragmentaires et limitées soient-elles, sont là pour rappeler que la question ne se pose pas demain, mais bien aujourd'hui. L'éventuelle concurrence «centrifuge» des domaines d'intérêt spécifiques ne constitue pas du reste la seule dimension de ce problème. Un autre facteur réside dans le fait que les informations

115– En 1966, le directeur de France Soir notait qu'«il n'est pas impossible de prévoir que dans trente ans ni l'imprimerie ni les messageries [de presse] ne subsisteront. La seule certitude que l'on peut raisonnablement avoir est le maintien, à un bout de la chaîne, du journaliste, à l'autre bout du lecteur ; mais tout ce qui intervient entre ces deux pôles... peut disparaître et, en tout cas, se modifiera profondément» (cit. in Schwæbel, 1968, souligné par nous).

116– Si souligner les similitudes et les constantes est indispensable, on risque du même coup d'estomper les évolutions et les spécificités, tombant alors dans un  *nihil sub sole*  radical qui légitime l'immobilisme.

elles-mêmes peuvent apparaître comme de plus en plus complexes<sup>117</sup>, soit qu'elles le soient effectivement, soit que les attitudes aient évolué à leur égard – probablement les deux. Le cas des risques technologiques, celui des grands problèmes sociaux tels que la violence, ou encore celui des réformes institutionnelles en France ou en Europe, illustrent assez bien cette situation<sup>118</sup>. Ainsi, l'information publique pourrait-elle se trouver prise en étau entre des sujets de plus en plus malaisés à appréhender et à traiter et un public de plus en plus indifférent. Or, tandis que « l'élargissement et l'approfondissement constant de l'information posent dans des termes nouveaux la question de la qualification des journalistes aujourd'hui » (Charon, 1996), les professionnels paraissent soudain démunis. Ce constat n'est pas nouveau : Schwœbel, qui fut l'un des principaux initiateurs des sociétés de rédacteurs, s'alarmait ainsi il y a plus de trente ans de...

*... la somme de qualifications et de qualités qu'exige de plus en plus la profession de journaliste, dans un monde où l'accélération des progrès bouleverse tous les champs de l'activité humaine. [...] Il faut aujourd'hui aux journalistes de plus en plus de compétence dans tous les domaines qu'ils abordent. Il leur faut être capable de comprendre les grands spécialistes dans toutes les disciplines, afin de pouvoir exposer clairement aux lecteurs leurs travaux, leurs découvertes et l'intérêt qui s'y attache. Bref, il leur faut devenir eux-mêmes des spécialistes, sans oublier pour autant que leur mission est d'informer la masse du public, dont les connaissances sont limitées. Ce qui exige qu'ils se mettent à sa portée et que, sans mutiler les faits ni farder la vérité, ils lui communiquent, sous une forme simple et claire, non seulement les données de plus en plus complexes des problèmes qui se posent aux hommes, mais encore les solutions qui peuvent leur être apportées. [...] D'autant que la tâche des journalistes n'est pas seulement d'être clairs [...], elle est*

117– Tant au sens commun de ce terme (c'est-à-dire ambivalentes, compliquées, difficiles à comprendre) que dans le sens proposé par Morin (1986), c'est-à-dire intégrant de multiples aspects hétérogènes et récurrents, de telle sorte que vouloir les appréhender (et a fortiori les présenter à un large public) conduit à une alternative intenable entre la prise en compte d'un seul aspect (mutilation) et la confusion de tous (amalgame).

118– On peut en effet penser que ces mêmes sujets (ou leurs équivalents) auraient paru d'un point de vue journalistique plus « simples » s'ils avaient dû être traités un siècle plus tôt. Notamment parce que, comme le note le Commissariat au Plan (2000), « les citoyens, plus autonomes et mieux éduqués, n'acceptent plus le même rapport à l'autorité publique ».

*aussi de présenter ces problèmes dans un style alerte et imagé, de façon à retenir l'attention du lecteur, vite fatigué par toute lecture qui ne le détend pas et qui exige de sa part un effort intellectuel prolongé. Véritable gageure qu'il sera de plus en plus difficile de tenir. (1968)*

De fait, cette « véritable gageure » (qu'on ne s'est guère soucié de relever au cours des trois décennies suivantes) semble de plus en plus cruciale. C'est sans doute dans les retranscriptions de tables rondes que cette préoccupation s'avoue le plus facilement.

- *Les journalistes affirment avec une belle unanimité qu'ils n'ont pas les moyens de faire le travail de la complexité; ils admettent, dans le même temps, qu'ils manquent parfois de connaissances et de méthode. (Watine, 1996)*

- *Le fait qu'une situation soit complexe ne pose pas de réel problème. Ce qui est très difficile, c'est de rendre compte de la complexité sur une surface imposée, avec un public dont la capacité de lecture – et donc de compréhension – est limitée. [...] J'ai l'impression que la profession est en train de vivre une contradiction que l'on a très peu de capacité à maîtriser. (Pépin, 1996)*

- *Mais il y a aussi et surtout le sentiment qu'on est maintenant dans un monde beaucoup plus difficile à comprendre. [...] Nous avons perdu les grilles d'intelligibilité que nous avions autrefois. [...] Et donc, la solution qui nous reste, c'est d'aller voir sur le terrain, d'aller voir pour essayer de comprendre, pour essayer de décrire, pour essayer de raconter. (Ferenczi, 1999)*

- *Il y a là un problème auquel je n'ai pas de solution, et c'est peut-être le problème le plus grave auquel nous ayons à faire face. Nous, journalistes, sommes impuissants à communiquer aux gens la complexité des situations, du monde qui les entoure. Ce qui explique qu'ils se retrouvent confus, irrités, enragés par ce monde qu'ils ne comprennent plus. (Fraser, 1999)*

Tout se passe, en un mot, comme si les outils conceptuels et les méthodes des professionnels censés être les plus qualifiés en matière de communication collective s'avéraient insuffisants pour aider ceux-ci à raconter le monde et, a fortiori, à l'expliquer à un large public. Et si c'était justement ces outils et ces méthodes qui étaient en cause ?

Cette hypothèse n'implique en soi aucun des jugements de valeur pour ou contre qui saturent et stérilisent le débat sur le journalisme. Elle est essentiellement technique : en admettant que l'adéquation aux capacités et aux attentes des lecteurs<sup>119</sup> constitue un fondement essentiel de cette pratique (que l'on raisonne en termes de légitimité collective ou de survie corporative), la question est simplement de savoir dans quelle mesure les professionnels maîtrisent réellement les termes de cette adéquation. Ou, plus brutalement, les journalistes et les éditeurs connaissent-ils assez leurs lecteurs pour accomplir la mission dont ils se réclament ? Cette question pourra faire sourire tous ceux qui déplorent, non sans quelques raisons, le poids des préoccupations commerciales sur les choix éditoriaux. Depuis le temps que les organes d'information scrutent leurs chiffres de ventes ou d'audience, depuis le temps qu'ils recourent aux services de spécialistes du marketing, on a du mal à croire que toutes les recettes du succès n'ont pas encore été découvertes.

Mais les chiffres portant sur la diffusion sont l'une des choses les moins parlantes qui soient : ils ne renseignent qu'à posteriori, et très mal, sur le résultat d'une offre spécifique, sans éclairer sur l'interaction des multiples paramètres en jeu ni, surtout, sans prédire l'accueil que pourrait recevoir une proposition plus innovante ou simplement différente. La règle ne vaut pas que pour l'information : « Des millions de Français qui aimaient les romances de Tino Rossi ou de Luis Mariano, ne pouvaient pas savoir qu'ils aimeraient aussi les chansons de Jacques Brel ou de Georges Brassens avant de les avoir entendues » (de Closets, 1980). Du reste, d'innombrables succès ou échecs inattendus sont là pour démontrer la faible prédictibilité des mesures d'audience<sup>120</sup>. Il en va globalement de même pour toutes celles qui évaluent le succès des contenus proposés, notamment les classiques enquêtes de lecture dites vu/lu, lesquelles ne permettent de s'interroger « ni sur l'intérêt public des informations diffusées, ni

119– Ou, selon les cas, des auditeurs, des téléspectateurs...

120– Elles ont conduit à dégager quelques recettes, mais celles-ci, conformistes par définition – puisque, fondées sur ce qui a déjà été fait, elles poussent à le reproduire –, portent plus sur les thèmes porteurs (le salaire des cadres pour les hebdomadaires, etc.) que sur la façon de traiter l'actualité pour la rendre pertinente.

sur les différentes façons de percevoir un même message en fonction de l'univers mental et des intérêts sociaux de chacun». (Le Bohec, 2000)

D'un point de vue plus technique, Kermoal (1994) souligne que « beaucoup d'études vu/lu sont souvent mal exploitées, quand elles ne servent pas de simple alibi pour supprimer telle ou telle rubrique ». En effet, même s'il s'avère qu'un pourcentage modeste de lecteurs lit une rubrique particulière, renoncer à celle-ci pourrait conduire ceux-là à abandonner leur journal. *A contrario*, le fait que beaucoup de lecteurs parcourent une autre rubrique, par exemple la météo, ne démontre pas que la présence de celle-ci joue le moindre rôle dans le choix de leur journal. Plus généralement, note ce spécialiste, « le vu/lu doit donc être manié avec prudence. Le lecteur est un consommateur plutôt passif, avec une nette tendance à reproduire ce qu'il connaît déjà. Il faut donc éviter de lui demander de construire le journal. »

Conscients (généralement) de l'insuffisance des indications qu'ils pouvaient retirer de la façon dont leur production était accueillie *a posteriori*, les médias ont donc essayé de trouver en dehors d'eux-mêmes, chez les prestataires en marketing, les lumières qui leur font défaut. En vain, selon un responsable éditorial particulièrement expérimenté, Albert du Roy :

*... J'ai connu la même expérience dans trois journaux différents. Leurs dirigeants s'interrogeaient sur ce qu'ils devaient faire pour mieux s'adapter à leur public. [...] La même angoisse taraude désormais beaucoup d'éditeurs jadis si sûrs d'eux, de leur compétence, de leur instinct, de leur intuition. [...] Ce n'est pas, je peux en témoigner, la technique du happening en chambre qui leur fournira clés en main la réponse à leurs interrogations. Trois fois, la leçon a été identique : pour plaire, un journal devrait faire tout et son contraire, se vendre moins cher mais contingenter la publicité, être moins austère mais plus sériex, moins tape-à-l'œil mais plus attirant, aborder davantage de sujets mais s'étendre d'avantage aussi sur chacun d'eux, etc. Bref, il ne faut pas compter sur les lecteurs pour décider de son contenu.*

*Cela n'enlève rien à la nécessité de savoir qui ils sont. Or, la méconnaissance par les journaux de ceux à qui ils s'adressent est quasiment totale. (Du Roy, 1992a)*

À travers la « technique du happening en chambre », du Roy vise la classique méthode du marketing fondée sur la réunion d'un petit groupe de consommateurs (« focus group »). D'un point de vue historique, l'application de celle-ci à la presse n'est qu'un juste retour des choses, puisque c'est précisément pour étudier la réception des médias de masse que Robert Merton, un chercheur de l'équipe de Lazarsfeld, l'avait développée dans les années 40. Toutefois cette approche, telle qu'elle est utilisée par les prestataires spécialisés, pose de sérieux problèmes. Tout d'abord, comme le note du Roy, elle est en réalité peu éclairante, en tout cas en matière d'information<sup>121</sup>. Dans le même sens, deux anciens responsables éditoriaux belges dénoncent, exemple à la clef, « les experts ès études de marché qui ne marchent pas » (Labaki et Marthoz, 1994). Même dans les études de réception menées dans un but scientifique par des chercheurs universitaires utilisant des méthodologies plus raffinées, « on amène ceux-ci [les téléspectateurs] à rendre explicites, dans un discours semi-public, des réactions qui, souvent, ne sont ni discursives ni argumentées; on les pousse à adopter un rôle, à procéder à une “présentation de soi”, marquée selon les cas par la complaisance ou par le défi. Bien que ce problème soit surmontable, la situation d'entretien risque constamment d'infléchir les énoncés qu'elle permet de capter. » (Dayan, 1992)

*A fortiori* quand il s'agit d'études de marché, peu attentives à compenser les biais, le questionnement direct des lecteurs ne peut qu'aboutir à des résultats discutables. C'est le cas des études *quantitatives*. Un autre responsable éditorial, David Randall, rappelle ainsi que le journal populaire *News of the World* leur doit la perte de 500 000 lecteurs, ce qui n'est pas rien. Les personnes interrogées étaient essentiellement des femmes au foyer (l'étude avait été conduite à domicile pendant la journée):

*Aucune, on peut le comprendre, n'était prête à dire [...] « Oui, j'aime les histoires de viols et d'attentats à la pudeur, et mon mari*

---

121— Notamment parce que les personnes interrogées tendent invariablement à adopter des positions plus symboliques (conformistes) que réalistes, quelles que soient les précautions prises par les observateurs. Par ailleurs, comme on l'a vu, les options qu'elles peuvent envisager sont souvent limitées.

*adore les histoires de prêtres avec des petits garçons. » Au lieu de ça, les répondantes assurèrent aux enquêteurs qu'elles achetaient exclusivement le journal pour ses articles les plus respectables. (Randall, 2000, notre trad.)*

Or, les études de marché qualitatives (« focus group ») n'offrent pas plus de garanties, et souvent moins. Une enquête auprès des quotidiens américains (Layton, 1999) indique du reste que cette technique, si elle y est encore utilisée, suscite de très vives critiques, moins pour des raisons de principe que pour ses médiocres résultats. Le directeur de la recherche de l'Association des quotidiens américains a ainsi conclu que cette méthode « n'a pas généré le moindre ensemble de recherche significatif concernant sa fiabilité et sa validité » (Gollin, *ibid.*, notre trad.). Un universitaire ayant travaillé sur cette question assène même qu'« il n'y a pas la moindre preuve que l'approche marketing ait jamais accru le lectorat des journaux » (Underwood, *cit. in* Coyle, 1998, notre trad.). Il est peut-être excessif de nier qu'écouter des lecteurs ou des auditeurs avec un peu de méthode et, le cas échéant, l'aide d'un prestataire, ne puisse apporter quelques indices utiles aux professionnels (sans oublier par ailleurs qu'une grande partie du marketing de presse porte sur des aspects de commercialisation et de diffusion nécessaires et très sérieux). Mais quand il s'agit du contenu, ce type d'approches – et c'est là leur second problème – est moins souvent utilisé pour l'information que contre elle. Investis de toute l'aura de la science, les résultats de ces études reviennent généralement vers les rédactions sous une forme très péremptoire, qui dépasse de beaucoup ce que l'on pourrait légitimement en retirer. Même si Merton, censé être leur caution scientifique, n'avait pas en réalité dénoncé vigoureusement leur instrumentalisation « impitoyablement erronée » dans le domaine des études de marché (1987), il n'en serait pas moins évident que les formidables biais qu'elles comportent par nature<sup>122</sup> leur interdisent de jouer le rôle de vérités révélées :

---

122– Ne serait-ce que dans le questionnement lui-même, qui cadre le retour prévisible en fonction des représentations préalables des commanditaires et concepteurs (Delforce, *op. cit.*). Précisons que nous ne remettons pas en cause la compétence des spécialistes, ni même l'outil lui-même, qui peut avoir une certaine utilité.

*Ces études se présentent aussi comme le résultat de démarches scientifiques et donc, aux yeux des journalistes, difficiles à contester. Or – et ce n'est pas faire injure à ceux qui les construisent, qui en connaissent et en reconnaissent les difficultés [...] – ces démarches ne sont qu'une façon de construire les attentes et les exigences du public et non de les enregistrer. (Delforce, 1996)*

Certains éditeurs ne s'y trompent pas et les utilisent « pour faire plaisir aux banquiers<sup>123</sup> » ou pour « faire passer des consignes à la rédaction<sup>124</sup> ». Le groupe Prisma Presse, qui s'y connaît en matière d'adéquation au lectorat, s'en méfie beaucoup plus que ne le pensent des concurrents ou des détracteurs plus crédules. Comme le soutient un de ses responsables :

*Il est amusant de constater que le groupe de presse Prisma Presse, auquel on prête sans cesse une démarche éditoriale entièrement axée sur le « marketing », est celui qui, depuis le début de son activité en France, a toujours observé la plus grande prudence face aux études dites de marché. Avec ses treize titres, dont trois se situent, en diffusion, largement au-dessus du million d'exemplaires vendus [...], Prisma Presse n'a jamais cessé de considérer qu'il est plus important de faire confiance, non aux gens du marketing mais aux rédactions, à leurs compétences professionnelles et à leur savoir-faire<sup>125</sup> (Fiess, 1996)*

En fait, ce que l'on pourrait vraiment reprocher aux outils du marketing n'est pas forcément de leur fait. Il s'agit moins de leurs lacunes que des lacunes de beaucoup de ceux qui les utilisent (éditeurs) ou les « subissent » (journalistes), de l'incapacité de ceux-ci à percevoir les évidentes limites de ces instruments. Or cette sujétion a deux conséquences sérieuses. D'une part elle décourage durablement tout approfondissement de la réflexion professionnelle sur l'adéquation des contenus : dès lors que des experts et des

123– Communication personnelle (1994) du fondateur d'un magazine d'informations générales, dont les résultats n'ont, du reste, pas du tout confirmé les résultats de l'étude (au grand dam des banquiers).

124– Communication personnelle (2001) du rédacteur en chef d'un hebdomadaire national. Dans le même sens, un responsable d'études (*cit. in Layton, op. cit.*) indique benoîtement que les résultats impressionnants d'une étude quantitative « ont permis de casser la résistance de la rédaction »

125– Fiess précise plus loin que Prisma Presse recourt néanmoins aux « focus groups » et aux enquêtes vu/lu.



techniques sont là pour dire ce que veulent les lecteurs, il est difficile d'oser se saisir de ces questions ou même d'imaginer que d'autres approches peuvent rivaliser avec tant de science. D'autre part et surtout, les conseils externes tendent globalement à appuyer une conception très simpliste de l'information. Ce problème, comme du reste le précédent, n'est pas spécifiquement lié aux « focus groups », pas plus qu'à telle ou telle méthode marketing en particulier; il est plus généralement celui des consultants éditoriaux. Que ces derniers l'encouragent ou, plus rarement, le déplorent, l'essentiel des conseils qu'en retiennent les opérateurs sont ceux qui vont dans le sens de la simplification et de la personnalisation des contenus. Le plus célèbre exemple en est le rapport remis à l'Association américaine des éditeurs de journaux par la firme Yankelovich (Clark, 1979), dont l'influence a marqué les médias du monde entier (c'est de lui que nous est venue dans les années 80 la notion d'« information service », francisation de « news you can use »). Selon ses conclusions, remises en cause depuis mais très largement suivies à l'époque, les lecteurs voulaient avant tout des informations utiles (consommation, santé, etc.), les concernant directement ou portant sur leur environnement immédiat (proximité). De même, dans l'audiovisuel, Allen (1997) a résumé la doxa des consultants en quatre axes principaux :

- la longueur (raccourcissement général des reportages);
- la présentation (préférence pour les images commentées en voix off);
- le périmètre géographique (préférence pour l'actualité proche);
- les thèmes (rejet des informations abstraites et insistance sur les sujets à forte capacité d'implication).

Ces avis, notamment l'incitation quasi systématique à la brièveté, sont d'autant mieux accueillis par les gestionnaires qu'ils semblent frappés au coin du bon sens (compte tenu du faible temps d'attention dont chaque information peut statistiquement espérer bénéficier) et, surtout, qu'ils ne coûtent rien à mettre en œuvre, alors qu'une demande d'enquêtes plus approfondies, plus lointaines ou de textes mieux écrits serait techniquement et économiquement beaucoup moins plaisante. C'est ainsi que le paradoxe fondamental des études menées auprès des lecteurs, audi-

teurs ou téléspectateurs – lesquels s’obstinent à réclamer simultanément des informations plus approfondies et mieux expliquées, mais aussi plus simples et plus brèves – passe généralement inaperçu, la seconde requête éclipsant la première. Comme nous le verrons, ce paradoxe n’en serait pas nécessairement un, et les professionnels des médias ne seraient pas condamnés à se contenter d’avis externes qui les satisfont peu, si ceux-ci s’intéressaient sérieusement aux processus cognitifs qui conditionnent leur pratique. Mais à ces avis ne semble correspondre aucune expertise interne qui permettrait d’en relativiser le poids au sein d’une maîtrise réelle du métier d’informer. L’hypothèse avait déjà été formulée plus haut par du Roy («...la méconnaissance par les journaux de ceux à qui ils s’adressent est quasiment totale»), et l’a été par bien d’autres responsables éditoriaux :

• *Pour atteindre le plus grand nombre, les quotidiens doivent se plier à deux nécessités [...] La seconde, qui n’est pas moins impérieuse, leur impose de se rendre accessibles aux yeux et à l’esprit de tout le monde. Sur ce point, ils sont en retard d’une génération. (Douël, 1981)*

• *Un article est « bon » ou « mauvais », voire « intéressant », mais en fonction seulement des critères d’appréciation de la personne qui le lit et qui se prend à ce moment-là pour le « lecteur moyen ». Or, il s’agit, en fait, le plus souvent d’un journaliste professionnel hyper-informé, largement doté de préjugés et sans doute blasé. (Servan-Schreiber, 1973)*

• *Pourquoi est-ce que les journaux perdent leurs lecteurs ? Au terme de quarante années de journalisme et de responsabilités éditoriales, dont plus de la moitié au [Washington] Post, j’ai ce sentiment : cela vient de la façon dont nous concevons l’information... Les rédacteurs en chefs du monde entier sont superbement confiants dans le fait qu’ils savent « ce que les lecteurs veulent ». Et ce qui est important. La vérité est qu’ils ne le savent pas [...] Les lecteurs sont des créatures très riches, infiniment complexes, et nous ne nous adressons qu’à leurs intérêts les plus évidents. (Kernan, cit. in DeWerth-Pallmeyer, 1995, notre trad.)*

Cette vision est partagée par nombre de chercheurs, par exemple Charon (1991), qui note : « Fort peu de travaux “méthodiques”, sinon scientifiques, ont été menés sur cette question difficile à appréhender. Les démarches entreprises se limitent à faire confiance à la sensibilité de professionnels, voire de gourous [...] ». Il est difficile de croire – surtout si l’on ne perd pas de vue

qu'écrire pour son lecteur (ou parler pour son auditeur) est l'un des fondements essentiels de la pratique journalistique – que l'expertise lui fasse à ce point défaut. Pourtant, une multitude d'études et même de synthèses d'études ne laissent aucun doute sur ce point (D'Haenens, 1996, Neveu 2001, Rieffel, 2001). Pour ne prendre qu'un exemple, Valerie Crane, qui a enregistré minute par minute les appréciations de téléspectateurs et de journalistes quant à l'intérêt de sujets télévisés, a trouvé « une différence spectaculaire entre les évaluations produites par des téléspectateurs "typiques" et par les équipes des rédactions. [...] c'est comme si ces deux publics étaient en train de regarder des programmes différents ». (1992, *notre trad.*).

De même, un inventaire – en cours de réalisation – des connaissances professionnelles dans ce domaine a déjà permis de constater à quel point les journalistes, et les communicateurs en général, sont démunis. Fondé sur l'examen d'une centaine de manuels de journalisme et de communication, et sur le dépouillement systématique de cinquante d'entre eux, ce travail en voie d'achèvement a notamment permis d'observer qu'aucune des connaissances scientifiques actuelles sur les processus cognitifs des destinataires ne semblait connue des praticiens. Même l'estimation du vocabulaire dont disposerait le « lecteur moyen » (1500 à 3000 mots selon la majorité des manuels) est environ dix fois plus faible que ce qu'indiquent<sup>126</sup> les données scientifiques disponibles (Labasse, 2001). Par ailleurs, les préceptes techniques les plus courants se concentrent sur des aspects lexico-syntaxiques (ou de « lisibilité »), qui ne peuvent avoir d'utilité – relative – que rapportés à l'ensemble des paramètres impliqués dans l'acquisition et l'intégration d'une information (Labasse, 1999a; 1999b)<sup>127</sup>. Faute de comprendre ceux-ci, cette approche ne laisse d'alterna-

126– Nous ne débattons pas ici des redoutables problèmes que posent les notions de « vocabulaire », de « mot » et, bien sûr, de « lecteur moyen », sur lesquelles on pourra se reporter à l'article mentionné.

127– Le cas de la lisibilité évoque de façon frappante celui des « focus groups » : dans les deux cas, l'outil a une utilité réelle mais très limitée, dans les deux cas, il n'a de sens que si l'on en comprend les tenants et les aboutissants, dans les deux cas, les praticiens, partagés entre fascination et répulsion, n'y recourent que faute de mieux, dans les deux cas, cette mauvaise compréhension conduit à n'en retirer que des préceptes de simplification, mutilants à court terme et vains à long terme.

tive qu'entre des règles simples mais totalement erronées, ou des suggestions plus élaborées mais si ambiguës et généralement si contradictoires qu'elles en perdent toute valeur pratique.

Pour n'évoquer qu'un dernier exemple, l'un des rares principes formalisés en matière de construction de l'information – que l'on pourrait appeler principe de « préséance de l'essentiel<sup>128</sup> » – correspond à une triple erreur, historique, didactique et psychologique (Labasse, à paraître). En résumé, sa conséquence la plus discutable est le fait qu'il incite les praticiens à présenter les éléments essentiels de l'information sans se soucier de problématiser celle-ci, ou, si l'on préfère, à répondre à des questions (qui a fait quoi, où, quand, etc.) sans se demander si le lecteur ou l'auditeur se les pose. Or tout le problème de l'information commune, comme les chapitres précédents ont peut-être permis de le percevoir, réside justement dans cette dernière question : les lecteurs ou les auditeurs ont-ils envie de savoir ?

La théorie de la pertinence (Sperber et Wilson, 1989) aide à mieux comprendre les enjeux de cette question qui, eux, n'ont rien de théoriques. Selon ce modèle, déjà évoqué plus haut, la pertinence d'un message, quel qu'il soit, dépendrait du rapport entre l'effort cognitif qu'il demande et l'effet cognitif qu'il produit. Ce rapport est, *mutatis mutandis*, l'objet d'une profonde convergence entre des auteurs d'horizons très différents<sup>129</sup>, notamment, dans le champ des sciences de l'information et de la communication, Schramm (1954) qui définissait la « fraction de sélection » (c'est-à-dire l'évaluation en fonction de laquelle une personne choisit d'écouter ou lire un message plutôt qu'un autre) comme le rapport entre le bénéfice attendu et l'effort escompté<sup>130</sup>.

128– Sous sa forme fruste, il se réduit à « Dites l'important d'abord ». Sous une forme plus élaborée, il repose sur deux procédés, le « summary lead » ou « lead 5W+H », qui consiste à répondre avant toute autre chose aux questions de base (who, what, when, where, why et how), et la pyramide inversée, qui consiste à présenter l'information la plus importante dans le premier paragraphe, puis à ajouter des paragraphes d'importance décroissante (technique nécessaire pour les grandes agences de presse, mais cognitivement maladroit dans la plupart des cas).

129– Sous une forme ou sous une autre, on peut le retrouver aussi bien chez un rhéteur comme Quintilien (Institution oratoire, Livre v, ch. XIV, 35) que chez un éditeur de presse comme Douël (1987), pour qui il « conduit le lecteur à refuser de payer son information de plus d'effort perceptif qu'elle ne lui promet de profit. »

130– Précisons qu'il l'a ultérieurement un peu modifiée, « sur la suggestion de mes collègues » (Schramm, 1971), en ajoutant un facteur behavioriste (la « punition escomptée ») qui ne s'imposait pas nécessairement.

Cette base, qui a avant tout (mais pas seulement) le mérite d'être simple, permet de percevoir que tous les outils conceptuels dont disposent collectivement les praticiens – nous ne parlons pas ici du talent ou de l'intuition individuelle – convergent vers la démission, en se focalisant sur la « réduction de l'effort ». Il est significatif que leur axe principal soit celui de la brièveté : réduire la longueur des sujets et des articles, comme le prescrivent les consultants, réduire les phrases comme le conseillent les manuels, réduire les entrées en matière comme le suggèrent les uns et les autres. C'est oublier que la brièveté n'est pas intrinsèquement un facteur d'attrait (on ne s'intéresse pas à une information simplement parce qu'elle est brève), mais plutôt une forme de retrait : ayant renoncé à séduire, il ne reste qu'à tenter de ne pas ennuyer trop longtemps. Tandis que les questions d'effort préoccupent depuis longtemps les praticiens et formateurs (même s'ils ne disposent pas des modèles permettant de l'aborder efficacement), le problème de l'effet demeure négligé. On n'en connaît que les aspects les plus frustes : quelques thèmes instinctivement intéressants (mort, sexe, etc.) et la fameuse loi de proximité – géographique ou sociale – célébrée de l'extérieur de la profession (consultants) comme de l'intérieur (manuels). Mais, là encore, c'est se reposer de façon assez passive sur des éléments soit « donnés » par l'information elle-même (catastrophe aérienne, etc.), soit ostensiblement greffés sur elle (« Retraites : ce qui va changer pour vous »). Quand ces éléments ne semblent pas disponibles et quand, de surcroît, l'intelligibilité de l'information demande plus que des phrases courtes, il ne reste plus qu'à se résigner, comme le souligne un autre journaliste :

*Les informations les plus indésirables par le système ne sont pas celles qui gênent, mais celles qui ennuient, ou dont les journalistes pré-supposent qu'elles ennuièrent leur public. On ne censure plus ce qui est dérangeant, mais ce qui est ennuyeux. (Schneidermann, 1999)*

Cet aveu est corroboré par d'autres témoignages, notamment Balbastre (1985, 2000) mais aussi par un sondage réalisé auprès des journalistes américains (Pew Center et *Columbia journalism review*, 2000), selon lequel la difficulté des sujets constituerait de loin le principal motif d'autocensure. Interrogés sur les principa-

les raisons pouvant les conduire à renoncer à traiter un sujet dont ils pensent qu'il méritait de l'être, les journalistes plaçaient en tête « Le sujet est important mais ennuyeux » (27 %), bien loin devant « Le sujet pourrait déplaire aux annonceurs » (6 %) ou « Le sujet pourrait nuire aux relations avec une source » (6 %)<sup>131</sup>. Le problème est évidemment qu'avec le temps, et compte tenu de l'érosion naturelle des domaines d'intérêt communs, de plus en plus de sujets risquent de paraître ennuyeux.

*Les consultants nous disent que nous devrions traiter les sujets qui intéressent les gens... Comment pourraient-ils s'y intéresser s'ils n'en ont jamais entendu parler ? Ils ne s'y intéressent pas parce que nous ne leur donnons aucune raison de s'y intéresser. C'est notre métier en tant que journalistes. [...] En tant que profession, nous ne pouvons pas nous permettre de lever les bras et de dire que nous ne pouvons rien y faire. Nous ne pouvons pas nous permettre de blâmer les consultants, les comptables et les propriétaires de nos entreprises. Les journalistes doivent prendre leurs responsabilités et revenir sur les processus de prise de décision. (Dean, 1997, notre trad.)*

De fait, les journalistes ont infiniment plus de degrés de liberté qu'ils ne le soupçonnent pour jouer pleinement leur rôle : affirmer qu'une information importante « n'intéressera pas les gens » en dit plus sur les compétences professionnelles de celui qui le pense que sur les aptitudes de son public. De William James (1899) à Walter Kintsch (1998), un siècle de travaux en psychologie est là pour affirmer qu'à côté des facteurs spontanés (« Certaines choses sont intrinsèquement intéressantes, comme le sexe et la violence. Tout ce qui a à voir avec la sphère personnelle est, en fait, dans cette catégorie » ; Kintsch, *op. cit.*), d'autres ressorts, plus fins mais non moins puissants, peuvent rendre l'information « intéressante », donc lui permettre de mieux résister à la concurrence accrue des contenus distractifs. C'est notamment le cas de la problématisation, de la contextualisation ou de la dissonance cognitive, qui peuvent transformer la perception de la valeur d'une information. Mais réfléchir à celles-ci demanderait plus de recul et une

131— Il s'agit d'un échantillon assez faible dans l'absolu (377 répondants). Les chiffres indiqués totalisent les réponses « très souvent » et « souvent ».

conception moins passive, moins machinale et, disons-le, moins paresseuse de l'information. Et cela demanderait d'abord de faire le ménage parmi des outils conceptuels et techniques souvent archaïques, approximatifs et globalement peu efficaces, ce dont beaucoup de journalistes, du reste, sont parfaitement conscients (en particulier outre-Atlantique) :

*Les étudiants en journalisme travaillent essentiellement avec les formes d'écriture les plus simples, et les plus formalistes. Des formes que la plupart de ceux qui les enseignent n'utilisent plus depuis des années et, pour dire la vérité, n'ont pas vraiment le désir de réutiliser un jour. (Stephens, 2000, notre trad.)*

Pourquoi, dès lors, ne pas faire mieux ? D'une part, parce que ces outils ne sont pas totalement inutiles en soi, surtout au début<sup>132</sup>. Ils ne sont inutiles, et même dangereux, qu'à partir du moment où ils sont érigés en recettes génériques, voire en mode de pensée. D'autre part, parce qu'on ne sait guère faire autrement. Il n'est pas possible d'aller plus loin sans s'engager dans un réel effort d'approfondissement professionnel.

*Nous disons aux étudiants d'utiliser des mots de tous les jours et des phrases courtes, ou de s'exprimer en termes imagés en recourant à des verbes actifs, des analogies [...]. Ces avis sont bons, bien sûr, mais ils sont superficiels. Bien expliquer quelque chose réclame d'impliquer activement le lecteur, l'auditeur ou le spectateur, et nous sommes spectaculairement démunis pour affronter cette dimension. (Dunwoody, 1996, notre trad.)*

Il existe pourtant des travaux qui gagneraient à être connus, comme cette expérience confrontant plus d'un millier de lecteurs avec différents types d'articles, laquelle a montré que « les sujets organisés de façon traditionnelle sont les moins efficaces pour transmettre de l'information » (Green, 1997), tandis que d'autres formes (narrative, explicative) obtenaient des résultats clairement supérieurs, notamment vis-à-vis des lecteurs plus jeunes, moins éduqués ou moins motivés. On pourrait du reste rapprocher cette

---

132— Apprendre à écrire simplement, brièvement, ou encore à mettre l'information principale en tête joue un rôle important dans l'apprentissage et la pratique des formes les plus simples du journalisme, dont ces préceptes demeurent des bases.

étude on ne peut plus empirique de considérations plus théoriques, qu'elle paraît appuyer<sup>133</sup>. Mais l'important, ici, est bien son implication pratique, qui paraît concerner assez directement la pédagogie du journalisme et, a fortiori, sa pratique, voire tout simplement ses fins de mois. Malheureusement, pour prendre éventuellement en compte ce type de travaux, il faudrait s'y intéresser, et les journalistes, les formateurs et les éditeurs français ont apparemment mieux à faire, quitte à confier leur avenir professionnel à des dogmes péremptoires, comme ce « la chronologie, c'est l'ennemi du journalisme » assené à ses troupes par un rédacteur en chef de télévision (cit. in Balbastre, 1995).

En l'état actuel des choses, le fait de se sentir « spectaculairement démuné » face à cette dimension semble curieusement conduire à des attitudes opposées. Toutefois, le plus curieux est que ces attitudes contraires peuvent aboutir, *in fine*, aux mêmes résultats.

– La première consiste à ne pas s'interroger sur l'intérêt de l'information, considéré comme allant de soi par des praticiens qui, par définition, s'y intéressent eux-mêmes : c'est le cas d'une grande partie des sujets économiques, institutionnels ou géopolitiques<sup>134</sup>, qui sont présentés plutôt que construits, c'est-à-dire rapportés assez mécaniquement et passivement au public, à charge pour lui d'en percevoir le sens et de les intégrer à sa vision du monde.

– À l'inverse, la seconde consiste – pour des sujets moins incontournables – à s'interroger effectivement sur cet intérêt et, dans la foulée, comme on l'a vu, à renoncer à traiter l'information.

– Enfin, lorsque le problème de l'intérêt est perçu mais que l'on souhaite tout de même présenter l'information, la position intermédiaire la plus courante revient à la montrer plutôt qu'à l'explicitier, par exemple au moyen de micros-trottoirs, dont cha-

133– On songe par exemple à Quéré (op. cit.) qui voit dans « le retour permanent du narratif dans le non-narratif » le signe « d'une exigence liée à la nature symbolique de la socialisation », ou encore, en psychopédagogie, aux développements de Bruner (1996) sur le rôle de la narration comme mode privilégié d'acquisition des savoirs.

134– Curieusement, les sujets scientifiques semblent échapper à cette évidence informative et sont, en général, soigneusement problématisés. Peut-être parce que – comme nous l'avons suggéré plus haut – leur difficulté est trop manifeste a priori pour qu'on néglige de les « vendre » à leur public potentiel.



cun est un aveu d'incapacité ou de paresse : étant donné, qu'il est difficile d'expliquer et de rendre intéressant, et qu'il est bien connu, quoique faux, que les gens ne s'intéressent qu'aux gens « comme eux », c'est à ces derniers que l'on va demander ce qu'il convient de penser de la politique monétaire européenne ou de la réforme de la justice. À défaut d'avoir dégagé le sens et les enjeux réels de l'information, du moins aura-t-on parlé de celle-ci.

Cette brève typologie du renoncement au journalisme (démission par indifférence, démission par impuissance, démission par esquivé) paraîtra caricaturale aux nombreux professionnels qui se préoccupent sincèrement d'apporter « plus de sens » (pour évoquer, sans ironie particulière, le mot d'ordre lancé il y a quelques années par le vice-président de TFI, Étienne Mougeotte). Elle l'est par définition, comme l'est toute évocation générale d'une somme de cas particuliers. Et elle n'échappe pas elle-même aux difficultés qu'elle évoque, notamment celle de la nécessaire simplification de ce qu'elle traite (précisons en outre, comme on le verra plus loin, que souligner un problème d'expertise générale ne revient pas à mettre en cause la compétence des praticiens). Il n'en reste pas moins que ce problème semble bien réel et constitue un défi redoutable, face auquel les préoccupations des uns et des autres semblent insuffisantes. Comme le souligne de Closets :

*Apporter de l'information, ce n'est pas forcément annoncer quelque chose. À l'événementiel, il faut ajouter l'explicatif. Certes, les Français savent qu'il y a du chômage. Mais on peut les intéresser en leur faisant découvrir des mécanismes, en apportant des propositions originales. Encore faudrait-il que l'on cesse de resservir éternellement les mêmes schémas simplistes qui, eux aussi, se vident de toute valeur informative à force d'avoir été utilisés. (Op. cit.)*

Mais sait-on faire autrement ? Aux États-Unis encore, le dépouillement systématique de sept quotidiens pendant deux mois (Rosen et al., 2000) a ainsi conduit à remarquer ceci :

*Bien que les journaux parlent de plus en plus de la nécessité d'expliquer et d'interpréter, les données suggèrent qu'ils le font moins qu'on aurait pu s'y attendre. Les approches explicatives – celles qui révèlent comment les choses fonctionnent, comment elles s'inscrivent dans des*

*tendances plus larges ou dans un contexte historique – ne concernaient que 12 % des articles. Les observations confirment aussi que les journalistes présument que les lecteurs ne s'intéressent pas à la politique ou à ses conséquences.*

Ce présupposé, on l'a vu, ne manque pas de confirmations empiriques, quel que soit le pays considéré (*supra*, chap. 3). Il n'est pas forcément valide pour autant. Dès lors que la politique en question est celle à laquelle les citoyens peuvent assister, telle qu'elle résulte du système hommes politiques/conseillers en communication/journalistes, rien ne permet d'affirmer que ce que l'on pose comme une donnée première (le désintérêt des lecteurs) n'est pas tout simplement une conséquence. Les journalistes n'en sont peut-être pas les principaux responsables, et en tout cas pas les seuls, mais il n'en reste pas moins que la conception du public qui pèse sur leurs pratiques ne peut qu'accentuer indéfiniment ce phénomène. Dans la mesure où cette vision confond l'intelligence des destinataires (invariablement sous-estimée) et leur appétit pour un brouhaha dont la portée est effectivement discutabile, il est logique qu'elle conduise à traiter les symptômes (par le recours à l'anecdotique, à la proximité et à la simplification) plutôt que les causes. Ce n'est pas que de tels recours – qui font légitimement partie de la trousse de base de tout praticien – soient critiquables en soi, mais simplement ils possèdent une remarquable disposition à remplacer purement et simplement l'information qu'ils sont censés servir. Dans ce cas, il n'est pas impossible que le jugement de pertinence des citoyens, loin de démontrer leur stupidité, témoigne au contraire de leur part d'une évaluation assez fine de la valeur réelle des informations proposées. Plus fine, peut-être, que celle de beaucoup de journalistes.



## 8. L'adversaire introuvable

Il est symptomatique que les alarmes récurrentes sur la « crise de la presse » aient si rarement été approfondies par ceux-là mêmes qui s'en voyaient les victimes. En effet, les explications portaient instinctivement sur les facteurs économiques (coûts de production et de diffusion, baisse des investissements publicitaires, etc.) et, comme il se doit, sur les aspects technomédiatiques (concurrence de la télévision), lesquels focalisaient l'attention bien avant l'arrivée d'Internet.

Or, sur la durée, les indicateurs économiques ne témoignent nullement d'une telle dégradation : en termes comparables (valeur 2001), les revenus publicitaires de la presse étaient de 3,52 milliards d'euros en 1985 et de 4,59 milliards en 1999. Dans le même temps, ses charges de fabrication (papier et impression) diminuaient de 2,98 milliards à 2,49 milliards d'euros<sup>135</sup>. Ce résumé masque une forte oscillation qui a engendré bien des craintes au début des années 90, mais il permet justement de relativiser cette « crise » a posteriori, d'autant que le chiffre d'affaire non publicitaire (ventes d'exemplaires) a progressé, lui aussi, de 5,10 à 5,95 milliards d'euros (valeur 2001) au cours de la même période. Même si l'on ne considère que la presse nationale d'information générale, celle-ci témoigne d'une certaine résistance, son chiffre d'affaire global ayant progressé<sup>136</sup> de 1,73 à 1,78 milliard d'euros, tandis que ses coûts de fabrication passaient de 1,5 à 1,15 milliard.

Le problème est qu'à crier au loup à chaque saccade de la conjoncture, puis se rasséréner lorsque leurs bilans s'améliorent, les éditeurs (de même, comme on le verra, que les opérateurs de l'audiovisuel) pourraient courir le risque de manquer de secours, voire d'énergie, en cas de vrai danger. Or le loup, le vrai, est déjà là. On l'a entrevu, plus haut, dans le nombre d'exemplaires vendus, indicateur dont l'évolution est beaucoup moins spectaculaire à court terme que les indices financiers, mais aussi beaucoup plus

---

135— Les données en francs courants sont celles de la Direction du développement des médias (ex-Service juridique et technique de l'information), les indices d'érosion monétaire et de conversion ceux de l'Insee.

136— Essentiellement grâce à la progression de ses ressources publicitaires.

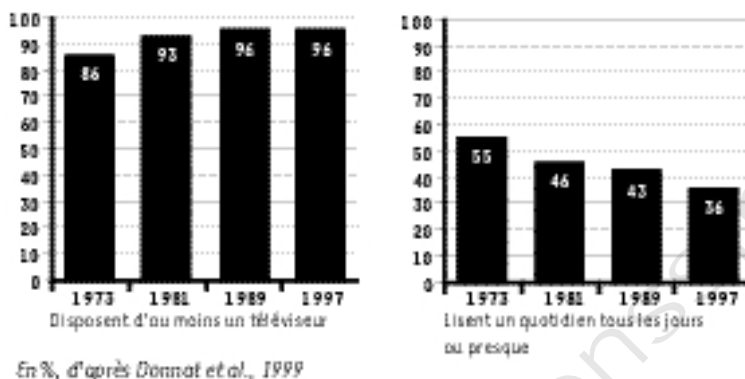
régulière et significative à moyen et long terme. Ce sont toutefois les enquêtes sur les pratiques culturelles qui permettent le mieux de l'évaluer : si leurs résultats « instantanés » posent, on l'a dit, des difficultés d'interprétation, leur comparaison dans le temps – donc à méthode constante – montre des tendances claires :

*Le recul de la lecture de la presse quotidienne, plus sensible sur les quotidiens nationaux que les régionaux, est dû pour l'essentiel à l'effritement continu de la proportion de lecteurs quotidiens : 36 % des Français lisent aujourd'hui un quotidien tous les jours contre 43 % en 1989, 46 % en 1981 et 55 % en 1973.*

*L'analyse des résultats par tranches d'âges indique clairement qu'il s'agit pour l'essentiel d'un problème de renouvellement du lectorat : si les lecteurs quotidiens de journaux sont aujourd'hui moins nombreux que ceux de 1973, quel que soit leur âge, la baisse a été nettement plus spectaculaire dans les générations nées après la Seconde Guerre mondiale : ainsi, par exemple, la proportion de lecteurs quotidiens a baissé de moitié parmi les 25-39 ans (24 % contre 48 % en 1973), alors que la baisse est moins brutale chez les 60 ans et plus (53 % contre 68 %). Lire régulièrement un journal, surtout quand il s'agit de presse régionale, est par conséquent plus qu'auparavant un comportement caractéristique des personnes âgées. (Donnat, 1999)*

Le constat est connu de la plupart des praticiens (journalistes ou éditeurs), mais il n'est en général pris en compte que comme un indicateur parmi les autres, y compris les plus conjoncturels. Quand ceux-ci s'améliorent, celui-là est oublié. Mais, surtout, cette tendance est interprétée comme le résultat de la concurrence d'un autre support technique, traditionnellement la télévision. Or un retour sur ces mêmes données conduit à penser que la question n'est pas là. En effet, le nombre de Français disposant d'un téléviseur, s'il a encore crû jusque dans les années 80, est resté quasiment stable depuis. Entre 1981 et 1997, tandis que le taux des personnes ayant un téléviseur à leur domicile<sup>137</sup> n'augmentait que de 3,23 %, celui des personnes lisant quotidiennement la presse chutait de 21,74 %. Entre 1989 et 1997, la disponibilité d'un téléviseur n'a pas varié, mais le taux de personnes ne lisant jamais un quotidien a augmenté de plus de 28 %<sup>138</sup>.

Taux de possesseurs de télévision et de lecteurs quotidiens de la presse (1973-1997). Fig. 14



Ainsi, on peut à nouveau estimer que l'opposition entre les types de médias pour un usage donné est assez peu pertinente : la concurrence n'est pas entre l'écrit et l'audiovisuel, mais entre l'information – le goût pour l'actualité commune, quel qu'en soit le flacon – et tout le reste. Raisonner en termes d'adversité technologique, penser en territoires informationnels à défendre ou à conquérir amène très probablement à se battre contre des ombres.

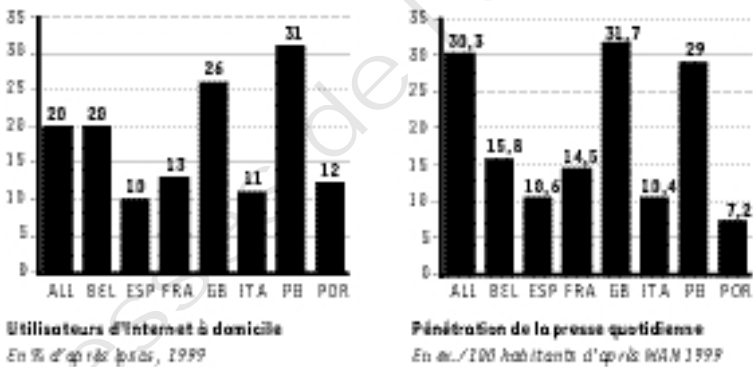
Du reste, l'hypothèse selon laquelle la plus ou moins grande envie de s'informer serait un facteur essentiel, indépendamment de tous les autres, pourrait aussi expliquer un phénomène peu perçu de ceux qui scrutent inlassablement les taux de connexion à

137— Dans la mesure où nous nous intéressons ici à la concurrence au sein du monde de l'information, le fait que, dans le même temps, se soient accrus le nombre de téléviseurs par foyer et le nombre d'heures qui leur sont consacrées, de même que la diversification des programmes, n'entre guère en ligne de compte. En effet, dès lors que les journaux télévisés sont, pour l'essentiel, à la même heure et ne diffèrent pas tant que cela les uns des autres, on peut, pour simplifier, considérer que l'offre d'actualité est à peu près constante. De même, le fait que, dans la même période, la durée moyenne d'audience ait augmenté entre peu en ligne de compte : on peut en effet penser que, quand on regarde plus la télévision, on ne regarde pas plus de journal télévisé mais plus d'autre chose.

138— Elles représentaient 21 % des répondants en 1989 et 27 % en 1997.

Internet en s'inquiétant pour leur part, sans se l'expliquer, d'un retard français en la matière. En effet, la carte de la diffusion de cette « nouvelle » pratique – pays nordiques en tête, pays méditerranéens en queue de peloton – n'a peut-être pas grand sens si l'on ne considère qu'Internet en soi, mais elle en a un si l'on s'intéresse aux médias en général : elle reproduit très exactement le gradient traditionnel des ventes de journaux, particulièrement élevées dans le Nord de l'Europe et très faibles dans le Sud. Cette similitude est manifeste si, par exemple, on considère pour la même période un sondage sur l'utilisation d'Internet (Ipsos 1999) et un indice fondé sur les ventes de quotidiens (WAN, 1999).

**Utilisateurs d'internet et lecteurs de quotidiens en Europe. Fig. 15**



Le problème est celui déjà rencontré plus haut : rapprocher des données aussi hétérogènes dans leur objet, leur origine et leur méthode de recueil ne saurait être totalement probant en soi, tandis qu'une analyse approfondie dépasserait l'objet de cette étude. Du moins cette indication nous semble mériter d'être notée. Si le sondage Ipsos ne prenait malheureusement pas en compte les extrêmes que sont, en matière de lecture de journaux, d'un côté la Grèce (6,4 exemplaires vendus pour 100 habitants) et de l'autre la Norvège, la Finlande et la Suède (respectivement 58, 45 et 43

ex./100 habitants), un autre sondage<sup>139</sup> crédite ces trois pays de 65, 59 et 53 % d'internautes et les classe respectivement premier, second et quatrième, confirmant ainsi cette similitude.

On ne peut en conclure trop hâtivement que les gens qui aiment les journaux sont ceux qui aiment Internet et réciproquement, mais du moins il apparaît difficile d'opposer simplement une forme technomédiatique à une autre et, a fortiori, de faire table rase du passé. Le passé, justement, aurait permis de remarquer que la question ne s'était pas posée différemment en ce qui concerne l'audiovisuel : « La radio et la télévision ont eu un développement bien plus tardif en France que chez nos voisins du Nord et de l'Est. » (Albert, 1998)

Du reste, l'instinct de concurrence trouve parfois des contre-exemples au sein même d'une forme technomédiatique donnée. Au moment où les éditeurs français s'inquiètent de l'arrivée de quotidiens gratuits, il est intéressant de lire les conclusions d'une étude réalisée par l'Association des éditeurs suédois, confrontés beaucoup plus tôt à ces nouveaux venus : « L'étude montre que la consommation de médias traditionnels parmi les lecteurs de journaux gratuits et les utilisateurs de médias électroniques est plus ou moins la même que celle de la population en général. La part de lectorat des quotidiens gratuits peut donc être considérée comme indépendante, et donc non concurrente, de la presse payante. » (*Wan research news*<sup>140</sup>, 1<sup>er</sup> juillet 1999, *notre trad.*)

Si la concurrence informationnelle, pas plus que les facteurs économiques conjoncturels, ne suffisent pas (même s'ils exercent évidemment tous une influence) à expliquer les problèmes que connaissent les journaux, il faut examiner d'autres facteurs. Pour expliquer le gradient entre pays du Nord et pays du Sud, on a parfois évoqué des particularismes locaux, notamment géographiques : en caricaturant, les Latins préféreraient profiter de la douceur du soir pour bavarder sur le pas de leur porte, quand les Nordiques se blottiraient chez eux, journaux (ou claviers ?) en

139— Réalisé par la firme Pro Active International (Amsterdam, 2000), il aurait été effectué par téléphone auprès de 14 000 personnes (environ 1 000 par pays). La Grèce n'y figure pas. Le troisième pays de ce classement est le Danemark, qui est effectivement un fort consommateur de quotidiens, mais moindre que les trois cités.

140— Bulletin électronique : <http://www.wan-press.org/rp/research/news.html>.



main, pour échapper au froid et à l'obscurité. Possible, mais un peu court compte tenu des conditions de vie contemporaines, majoritairement urbaines. On évoque aussi, en France, le handicap évident que constituent des coûts de fabrication et de diffusion très élevés. Mais cet aspect bien réel, lié à des spécificités syndicales nationales, ne peut expliquer une tendance Nord-Sud qui s'applique à tant de pays. Un effort de recherche important serait nécessaire pour démêler les différents co-facteurs, mais le monde de l'information a-t-il vraiment envie de connaître ses problèmes ?

Faute de données spécifiquement recherchées dans ce but, le gisement que constitue l'étude Eurobaromètre permet une première approche. Il comprend notamment cinq questions du type « Êtes-vous intéressé par... » (...la politique ; la culture ; le sport ; les sciences et techniques ; l'économie et la finance) et cinq autres : « Avez-vous le sentiment d'être bien informé sur... » (*idem*). Nous nous y sommes intéressés à titre exploratoire en distinguant trois groupes : les cinq pays les plus consommateurs de journaux, les cinq pays intermédiaires et les cinq plus faibles consommateurs. On pouvait en effet s'attendre à un fort lien entre ces réponses et la consommation de journaux. Sans entrer dans les détails, qui n'auraient de toute façon ni sens ni valeur probante à ce stade, il semble que cette hypothèse ne tient absolument pas, ni en moyenne, ni au cas par cas. Contre toute attente, les Grecs ou les Italiens ne se disent ni plus ni moins intéressés ou bien informés que les Nordiques (alors que leurs scores aux questions factuelles – électrons, antibiotiques, etc., sont nettement inférieurs). Si une hypothèse était tout de même validée ici, ce serait plutôt celle de du Roy (*op. cit.*) et d'autres : on ne peut guère compter sur ce que disent les lecteurs, en tout cas en ce qui concerne leur sentiment d'être assez informés ou non.

Il y avait toutefois une seconde hypothèse, déjà évoquée ici à plusieurs reprises : celle d'une opposition entre la dispersion des domaines d'intérêt et l'affinité pour l'information en général. Ce lien peut – très grossièrement – être abordé en observant les écarts de réponses d'un thème à l'autre. L'idée est que, pour les pays où les différences d'intérêt entre les divers sujets (sports, politique, sciences, etc.) seront plus marquées, l'appétence pour l'actualité

quotidienne sera plus faible que dans les autres. Or, ce rapport semble<sup>141</sup> clairement se manifester (table 3). L'écart type entre les jugements d'intérêt pour chacun des différents domaines de l'actualité est, en moyenne, de 5,31 pour les pays où le taux de lecture de quotidiens est le plus élevé, de 8,09 pour le groupe intermédiaire, et de 13,02 pour le groupe le plus faible. La même relation se remarque si l'on considère non plus l'écart type global du groupe (d'après la moyenne des réponses), mais la moyenne des écarts types de chacun des pays qui le compose. Et elle se manifeste de la même façon en ce qui concerne le sentiment d'être bien informé.

**Table 3**

**Variations dans le rapport à l'information en Europe**

	Bien informé sur... (%)			Intéressé par... (%)			Compr. actus. (%)
	Jugement	EcT Moy	Moy EcT	Jugement	EcT Moy	Moy EcT	
GR. A	43,02	8,22	8,91	48,83	5,31	7,78	35,66
GR. B	47,40	10,27	10,90	53,80	8,09	9,25	34,81
GR. C	42,50	11,68	12,41	49,53	11,70	13,02	19,22
Ensemble	44,31	9,55	10,74	50,72	10,02	7,49	29,90
Cadres	58,64	5,67	—	62,92	3,17	—	40,30
Trav. man.	40,94	13,11	—	43,90	10,81	—	25,62

GR. A : Finlande, Suède, Autriche, Grande-Bretagne et Allemagne. / GR. B : Danemark, Pays-Bas, Luxembourg, Belgique et Irlande. / GR. C : France, Espagne, Italie, Portugal, Grèce. / EcT Moy : Écart type moyen (ensemble du groupe) / Moy. EcT : Moyenne des écarts types de chaque pays du groupe. / Compr. Actus : taux de bonnes réponses à deux questions concernant l'actualité (É.S.B. et couche d'ozone).

D'après données détaillées Eurobarometer 55.2 (2001) : Breakdown sociodemo et Breadkown by country. Bruxelles : Commission européenne, European Opinion Research Group.

Cette remarque peut être croisée avec des critères socioprofessionnels non géographiques. En bon accord avec la théorie du « knowledge gap », les cadres manifestent une cohérence d'intérêt

141— Insistons sur le fait que cette première observation, qui repose sur des données secondes (et une agrégation d'agrégats) devra, pour être plus qu'indicative, être confirmée par une étude plus fine et plus détaillée, tant en termes de paramètres que d'analyse factorielle.

entre les différents domaines de l'actualité nettement plus élevée que les membres des professions manuelles (écart type de 3,17 contre 10,81), et une différence similaire dans le sentiment d'être bien informés (5,67 contre 13,11). Enfin, la compréhension de deux sujets largement traités dans l'actualité (« Le trou dans la couche d'ozone peut-il provoquer plus de tempêtes ? » « La « maladie de la vache folle » provient-elle de l'ajout d'hormones dans leur alimentation ? ») paraît, elle aussi, liée aux différences d'intérêt entre les divers domaines de l'actualité.

Il serait imprudent de trop faire parler des chiffres fondés sur de tels agrégats (ou il faudrait alors les faire parler beaucoup plus longuement), mais on peut derechef en retirer l'idée que les facteurs les plus importants ne sont pas ceux que les responsables publiques ou médiatiques ont l'habitude de scruter.

Bien entendu, ces facteurs ne sont certainement pas les seuls dans l'absolu : il s'agit de la société en général et des hypothèses générales devraient aussi être invoquées, par exemple celle de Norbert Elias (1991) selon laquelle un accroissement de l'intégration sociale à grande échelle (construction européenne, mondialisation...) entraîne fatalement une plus grande individualisation des pratiques à petites échelles<sup>142</sup>. Toutefois, dès lors que l'on s'en tient à l'information, ces facteurs ne modifient pas fondamentalement l'analyse (ils la renforceraient plutôt).

Il pourrait par ailleurs y avoir une curieuse contradiction dans le fait de s'inquiéter d'un côté d'une tendance à l'uniformisation des contenus, dénoncée par des militants, mais aussi remarquée par nombre de praticiens et de chercheurs, et s'inquiéter de l'autre d'une moindre adhésion à l'information commune. Dans le principe, cette contradiction s'écarte aisément si l'on considère qu'*information commune* ne veut pas dire *information unique*, ou, si l'on préfère, que le fait que les citoyens puissent consacrer une partie de leur attention aux mêmes choses n'implique aucunement qu'ils doivent en penser la même chose. Dans les faits, savoir si ce n'est pas justement la réduction des grandes différences idéologiques au sein des principaux médias qui contribue au dés-

142- « L'établissement de la domination d'une nouvelle forme d'organisation humaine, plus étendue et plus complexe, va toujours de pair avec une nouvelle poussée et un nouveau mode d'individualisation. » (op. cit.)

intérêt pour ces questions est délicat. *A priori*, une opposition marquée est plus « intéressante » qu'un consensus, ce qui rend cette hypothèse plausible. Mais il resterait dans ce cas à expliquer pourquoi ce sont précisément les organes aux opinions les plus marquées, en particulier dans le cas des quotidiens, qui ont le plus souffert.

À supposer, donc, que la dispersion des intérêts soit effectivement capitale, indépendamment du média considéré, sera-t-il possible de la compenser ou, au moins, de limiter son accroissement ? Cette question sera – prudemment – abordée plus loin. Mais il convient, auparavant, de revenir sur la dimension à la fois spécifique et universelle de ce problème. La vieille ambiguïté du journalisme est qu'il se présente sous des aspects très différents selon la face que l'on en observe. Ainsi (sans même parler des questions de fond que nous avons laissées de côté<sup>143</sup>), les seuls points techniques que nous venons d'évoquer autorisent des lectures très différentes selon que l'on choisit de considérer qu'il s'agit de problèmes commerciaux affectant des entreprises privées, de problèmes professionnels affectant une corporation décriée ou d'un problème collectif majeur affectant, via cette corporation, l'espace public de l'information. Nous soutiendrons pour notre part que ces diverses lectures, également justes, ne se contredisent<sup>144</sup> pas et convergent même dès lors qu'on les considère globalement.

---

143– Pour n'en mentionner que deux aspects, discourir sur la qualité de l'information quand des personnes telles que Rupert Murdoch ou Silvio Berlusconi sont en mesure d'y exercer un tel poids a quelque chose de dérisoire, de même qu'évoquer cette même qualité quand les conditions imposées à beaucoup de pigistes leur interdisent d'envisager un quelconque travail de vérification et de contextualisation. Toutefois, l'insuffisance du référentiel professionnel, notamment technique, aggrave considérablement les effets de ces situations : le journalisme est d'autant plus vulnérable face à celles-ci que ses connaissances et ses normes professionnelles sont fragiles et confuses.

144– Le rappel du caractère privé de la majorité des organes de presse est de peu de portée dès lors que la fonction qu'ils remplissent – si floue soit-elle – revêt de l'importance pour la société (le fait, par exemple, que les exploitations agricoles soient toutes privées n'empêche pas la collectivité publique de s'impliquer activement – bien ou mal, là n'est pas la question – dans l'évolution de ce secteur, dans sa recherche, dans son enseignement, etc.). De même, la position favorable ou non que l'on peut adopter vis-à-vis des journalistes en tant que corporation est sans incidence sur ce problème : si l'on peut supposer que les journalistes n'ont peut-être pas su s'attirer une sympathie telle que leurs concitoyens tiennent vraiment à eux, on peut en revanche penser que leur (très improbable) remplacement par d'autres « fournisseurs de contenus » aurait de très bonnes chances de les faire rapidement regretter. Évoquant les « nouveaux barbares de l'information en ligne », Laimé (1999) relève ainsi que ceux-ci « accélèrent la dérive marchande de l'information. Au risque de l'appauvrissement de son écriture comme de ses capacités d'analyse. »

Du reste, le problème de la capacité du journalisme à faire sens et à susciter l'intérêt ne se pose pas différemment selon qu'on l'aborde dans une perspective indiscutablement capitaliste – comme le président de l'Association américaine des éditeurs de journaux soulignant récemment que « le problème de lectorat de notre industrie n'est pas lié au manque d'intérêt des lecteurs mais à l'incapacité des salariés des journaux (*sic*<sup>145</sup>) à maintenir l'intérêt de ces lecteurs » (Barnes, 2001) – ou que l'on considère ce même problème sans enthousiasme particulier pour l'économie de marché :

*Un journal sert avant tout de lien entre les individus ; il leur fait connaître ce qui se passe et où cela se passe. Ce qui fait l'âme d'un journal, c'est une information fraîche, abondante, intéressante. [...] Mais pour que les dépêches occupent la première place dans un journal soviétique, il faut qu'elles présentent des faits importants et intéressants sous une forme compréhensible à la masse des lecteurs. Cependant il n'en est rien. [...] Chaque dépêche ressemble à un éclat tombé là par hasard. Les explications qui s'y rapportent ont un caractère fortuit et pour la plupart irréfléchi. [...] Nous considérons souvent que les événements et les faits sont en eux-mêmes connus du lecteur, ou qu'il les comprend par une simple allusion, ou encore qu'ils n'ont aucune importance et que le but du journal est soi-disant, « à propos » de tel ou tel fait (que le lecteur ignore ou qu'il ne comprend pas) de raconter des tas de choses édifiantes dont on a depuis longtemps par-dessus la tête. [...] Un journal n'a pas le droit de ne pas s'intéresser à ce qui intéresse la masse, la foule ouvrière. Bien sûr, tout journal peut et doit donner son interprétation des faits, car il est appelé à éduquer, à développer, à élever le niveau culturel. Mais il n'atteindra ce but que dans le seul cas où il s'appuiera sur les faits, les pensées qui intéressent la masse des lecteurs. (Trotsky, 1923/1976)*

Y a-t-il, de même, tant de différence entre ce responsable de CNN pour qui les médias américains, obnubilés par des informations superficielles<sup>146</sup>, « ont commis le pire crime du journalisme, bien pire que la “trivialisation” et le cynisme : l'échec à rendre in-

145– « ...of newspaper employees... »

146– « Les faits divers locaux et les résultats de base-ball, le temps qu'il va faire aujourd'hui et les gagnants de cette semaine à la loterie, les dernières lubies de ce qu'on a appelé la télé-réalité. » (Ibid.)

téressant ce qui est important<sup>147</sup> » (Cramer, 2001), et Hubert Beuve-Méry pour qui (contrairement à une légende tenace) le bon journalisme consistait à « ...ne pas ennuyer, intéresser, émouvoir, apprendre, distraire<sup>148</sup> ».

Remarquer que le fait, pour les hommes de médias, de présenter leur activité comme un élément essentiel de la vie en société est, à l'évidence, puissamment autojustificateur, ne suffit en rien à invalider sur le fond l'essence de cet argument, sauf à réfuter du même coup la prétention de tous les professionnels, par exemple les médecins ou les agriculteurs, à une certaine utilité sociale (soigner, nourrir...). *A contrario*, tenir, comme nous le faisons, pour indignes les réfutations *ad hominem* qui soupèsent les intérêts des uns ou des autres plutôt que l'éventuelle validité de leur propos ne résout rien non plus. Il n'est toutefois pas du tout certain qu'il y ait quoi que ce soit à résoudre en la matière, si l'on entend par là trancher. Les grandes lignes du débat sont bien connues :

*Deux positions principales sont revendiquées : l'une, essentiellement critique, met en avant les limitations imposées par la logique médiatique aux formes classiques de l'échange citoyen ; l'autre, délibérément positive, insiste sur les liens consubstantiels entre les médias de masse et l'ouverture démocratique. (Mouchon, 1998)*

Or il n'y pas nécessairement incompatibilité entre la remarque fréquente (par exemple Cayrol, 1997) selon laquelle diverses pratiques journalistiques peuvent largement contribuer à biaiser ou dégrader la vie publique (voire à détourner les citoyens du principe démocratique et de leur confiance en leurs représentants), et l'affirmation que le journalisme, dans l'absolu, est nécessaire à celle-ci (comme le souligne, du reste, ce même auteur). Il y a entre les deux la distance entre la vocation et la contingence, sans

147– « Beaucoup de responsables de presse pensent que le désintérêt de la population pour les nouvelles "de l'étranger" vient de ce que moins de 20 % des Américains possèdent un passeport, mais ces mêmes dirigeants négligent commodément de reconnaître l'évidence d'un cercle vicieux, d'une prophétie qui s'accomplit tout naturellement. Si l'on ne couvre pas l'actualité internationale, il y a peu de chance que le public s'y intéresse. Quelle importance peut avoir pour lui la misère au Sierra Leone, le désespoir en Irlande du Nord ? » (Ibid.)

148– Cit. in Greilsamer, 1990. L'inspiration cicéronienne (« docere, delectare, movere ») est évidente.

qu'adhérer à la première doive pour autant revenir à justifier les excès de la seconde<sup>149</sup>.

Dans cette optique, plus importante, quoique surprenante, est l'observation de Dumartin et Maillard (2000) qui, ayant ajouté une question sur les habitudes de lecture de presse à l'une des éditions de l'enquête permanente sur les conditions de vie des ménages (EPCV) de l'Insee, ne trouvent pas de rapport direct entre la lecture de la presse nationale et le comportement électoral : « Qu'on soit non inscrit, abstentionniste ou votant, on lit autant de journaux nationaux. » Ces auteurs ne mentionnant pas les données qui les ont conduits à cette conclusion, il est très difficile de la discuter, si ce n'est pour remarquer qu'il s'agirait, si c'est bien le cas, d'une conclusion suffisamment remarquable pour mériter d'être exposée plus en détail. En effet, ainsi que le résume Norris (2000) à l'issue d'une synthèse internationale approfondie :

*Des tests répétés ont établi que ceux qui sont le plus exposés aux médias d'information et aux campagnes politiques se sont constamment montrés plus avertis, et non pas moins, plus enclins à la confiance vis-à-vis du gouvernement<sup>150</sup> et du système politique, et non pas moins, et plus portés à participer aux élections, et non pas moins. Ces associations positives sont trouvées selon divers modèles, en Europe et aux États-Unis, malgré une batterie de conditions qui pourraient de façon plausible affecter l'utilisation des médias et l'engagement civique. (notre trad.)*

Le reste de l'article de Dumartin et Maillard va d'ailleurs dans ce sens en notant :

*En revanche, la lecture de la presse régionale et, de façon moins nette, celle des magazines d'information générale, est liée au comportement lors des élections, qu'elles soient locales ou nationales. Près de la moitié des votants lisent quotidiennement des journaux régionaux, alors qu'ils ne sont qu'un tiers parmi les non-votants. De même pour*

149– Il y a là évidemment place à un large débat, dont nous nous dispenserons, d'autres s'en chargeant. Signalons toutefois que le principe lui-même n'est pas à l'abri de toute discussion, comme l'illustre la démarche de Bouveresse (2001) qui, ressuscitant un polémiste du début du siècle dernier, semble condamner par sa bouche opportune l'essence même du journalisme.

150– Dans son contexte, « more trusting towards government » fait plutôt allusion à l'adhésion au système gouvernemental (dans le sens où un fermier texan critiquerait « les gens de Washington ») qu'à l'adhésion à un programme politique particulier.

*les magazines, 33 % des votants en lisent toutes les semaines contre 25 % des non-votants. (op. cit.)*

En ce qui concerne les connaissances politiques, et non plus les attitudes, un rapport entre celles-ci et l'utilisation des médias a souvent été observé. C'est par exemple le cas de Berkowitz et Pritchard (1989) qui, à l'occasion d'une élection locale, ont croisé l'importance que les répondants accordaient à différentes modalités d'information (y compris les affiches et les proclamations des candidats, les discussions au travail ou à la maison) et le niveau d'information de ces répondants à propos de cette élection (tant les connaissances les plus simples – combien de candidats peut-on nommer? – que les plus avancées, en l'occurrence la position des principaux candidats sur tel ou tel sujet).

*Globalement, les résultats ont été en bon accord avec ceux d'autres études ayant porté sur les relations entre les activités de communication des individus et leurs connaissances politiques. La seule ressource de communication constamment corrélée aux connaissances politiques était les journaux<sup>151</sup>. Déclarer recourir aux ressources de communication émanant des candidats n'était corrélé qu'à la forme la plus simple de connaissance politique – pouvoir nommer des candidats. (notre trad.)*

Si aucun de ces travaux n'est déterminant en soi, c'est leur convergence qui constitue l'argument principal en faveur d'un lien entre médias et implication politique. Toutefois, ces travaux d'orientation positiviste restent des indices toujours discutables et souvent ambigus. Par exemple, il est difficile d'établir la nature de l'interrelation entre l'usage des médias d'information, la participation électorale et les autres facteurs (éducatifs, économiques, etc.) jouant également un rôle : s'informe-t-on parce qu'on s'intéresse à la politique? s'intéresse-t-on à la politique parce qu'on s'informe? fait-on l'un et l'autre simplement parce qu'ils procèdent d'un capital socioculturel commun? Dans le cas de Berkowitz et

---

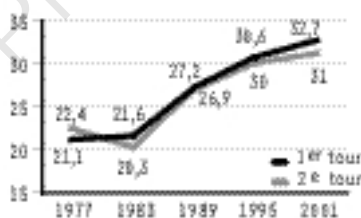
151– Précisons que la station de télévision la plus proche était située à 50 kilomètres de la limite de circonscription électorale étudiée. Si les données ont été recueillies auprès d'un échantillon assez réduit (348 personnes), leur analyse n'est néanmoins pas de type « sondage » (en pourcentage), mais de type statistique (analyse de régression).



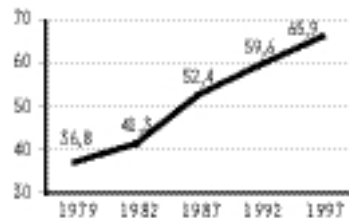
Pritchard, par exemple, la corrélation est encore plus forte entre l'intérêt politique déclaré et les connaissances politiques, de même qu'entre le niveau d'éducation et celles-ci. La question n'est certes pas nouvelle, et on ne se risquera pas à la développer ici. Il convient simplement de signaler une asymétrie notable. Si l'une des hypothèses qui sous-tendent cette étude est que la diffusion de l'information est passablement importante pour la qualité de la démocratie, il ne s'ensuit nullement que la qualité de la démocratie est favorable à la diffusion de l'information. Il n'est pas certain, en effet, qu'un système idéalement vertueux et satisfaisant pour tous pousserait chacun à s'en tenir attentivement informé, pas plus, pour reprendre ce vieux cliché, qu'une gare où tous les trains seraient à l'heure.

Quoi qu'il en soit, poser, jusqu'à preuve du contraire, que l'information et la démocratie sont liées et qu'un déclin de la première entraînerait celui de la seconde ne paraît pas déraisonnable, surtout si l'on superpose aux courbes de diffusion présentées plus haut celles de la participation électorale (fig. 16). On doit, du reste, rappeler que la tendance à l'abstention n'affecte pas seulement la vie politique mais aussi les instances collectives traditionnelles telles que les syndicats, en termes d'adhésion comme en termes de participation aux élections professionnelles.

### Evolution de l'abstention aux élections municipales et aux élections professionnelles. Fig. 16



Élections municipales  
en % d'après Sofrès 2001 et Ministère  
de l'Intérieur, 2001



Élections professionnelles  
en % d'après Groux, 1997

Le tableau que le directeur du Cevipof (Centre d'étude de la vie politique française), observateur s'il en est de la vie politique, dresse du « malaise démocratique » est assez saisissant pour remplacer bien des développements :

*Comme cela devient une habitude depuis quelques années, les campagnes électorales non seulement ne passionnent pas les foules mais les démobilisent. L'intérêt pour la politique, mesuré chaque mois par la Sofres, atteignait 51 % en janvier 1999; début juin, en pleine campagne des européennes, il n'était plus que de 44 %. En dépit du rôle croissant des institutions européennes et particulièrement du Parlement, cette campagne des européennes de 1999 a encore moins intéressé que les précédentes : l'intérêt pour l'élection, qui était de 59 % en juin 1984, 53 % en juin 1989, 54 % en juin 1994, a chuté à 45 % en juin 1999. Cette désaffection ne pouvait que se traduire par un niveau record d'abstention : 53 % des électeurs inscrits, soit presque 6 points de plus qu'en 1994. Ce désintérêt affiché et cette abstention affirmée sont les symptômes d'un malaise démocratique plus large et plus profond que celui qui touche les seules urnes européennes.*

*Depuis la fin des années 80, de nombreux records d'abstention ont été battus quel que soit le type d'élection [...] Ce malaise vis-à-vis de la représentation politique classique s'exprime également au travers de la crise des médiations politiques et sociales. Syndicats, partis, catégories et hommes politiques traditionnels ne font plus recette. (Perrineau, 1999)*

Une fois encore, on pourra certes évoquer bien des raisons valables, souligner le développement d'autres formes d'engagement citoyen, l'effacement des grandes oppositions idéologiques dans le débat dominant, etc., mais nous soutenons que le problème du sens est, de toutes ces raisons, l'une des plus importantes, peut-être la plus importante. Nous soutenons, en outre, que cette question, si elle est éminemment politique dans un sens, l'est en même temps très peu, dans la mesure où elle est indépendante des préférences politiques, à ceci près que le sens, contrairement à l'ignorance, s'accorde généralement mal avec les extrêmes (voir par exemple Ivaldi et Bréchon, 2000<sup>152</sup>). Nous

152— Ces auteurs n'ont malheureusement pas testé le rapport niveau d'information/xénophobie, mais ils constatent en revanche un très fort rapport entre la xénophobie et le niveau d'instruction.

soutenons enfin que l'angoisse commerciale de perdre des lecteurs ou des auditeurs et celle, plus générale, d'égarer ses concitoyens sont deux aspects indissociables – mais non les seuls – de cette même question, et que cette angoisse a de bonnes chances de s'accroître si ceux qui l'éprouvent n'en examinent pas plus attentivement les causes. Nous soutenons, en somme, qu'à moins de considérer le public lui-même comme l'adversaire ou, en tout cas, le coupable, c'est bien des professionnels concernés et non pas de telle ou telle circonstance ou concurrence extérieure indistincte que dépendent les évolutions à venir.

Aux États-Unis, devant l'effondrement (particulièrement sensible chez les jeunes) de l'audience des journaux télévisés des grands réseaux ABC, CBS et NBC – passés de 71 % de part d'audience en 1975-1976 à 50 % en 1995-96<sup>153</sup> –, le président de la branche information de CBS, Andrew Heyward, est parvenu à des conclusions inhabituelles. Sans contester l'incidence du câble ou du satellite, il a apostrophé ses confrères dans un discours resté célèbre<sup>154</sup>, en attribuant essentiellement la chute commune des grands réseaux à leurs « péchés mortels », notamment la « paresse » et la « sursimplification » :

*– Les gens avec qui je travaille font de longues journées et sont très dévoués à leur tâche. Ils ne sont certainement pas paresseux au sens habituel de ce mot. Mais je pense que nous sommes tous devenus paresseux dans notre réflexion, dans notre peu de désir à creuser des sujets originaux et à trouver de nouvelles façons de les raconter.*

*– Notre public est plus malin, plus riche en termes de réflexion que beaucoup d'entre nous ne le croient. Les gens en Amérique savent que la vie n'est pas aussi simple que ce qu'ils voient dans les actualités : un monde de héros et de méchants, de gagnants et de perdants, d'exploiteurs et de victimes. Et pourtant, c'est ce que nous leur montrons tous les soirs.*

Mais cette « paresse », terme à la brutalité duquel nous substituerions pour notre part l'« acceptation tacite d'un déficit d'appro-

153– Les indications de ce paragraphe sont reprises de Harper, 1998.

154– Publié dans *Television Quarterly* (23(4) : 71-75), il est notamment cité dans le *Rapport mondial 2000 de l'Unesco sur l'information et communication* et dans Harper, *op. cit.*

fondissement technique», est-elle vraiment propre aux journalistes? Il convient maintenant de se demander si ce même déficit n'est pas accepté par tous, au plus grand profit de certains, mais non à celui de la collectivité.

Presses de l'enssib



## 9. Prend-on vraiment l'information au sérieux ?

Dès lors que les journalistes et leurs employeurs, en principe crédités d'une compétence particulière en matière de diffusion sociale des informations, sont confrontés à tant d'incertitudes, il est difficile de penser que d'autres instances s'avèrent mieux armées sur ce plan. La question mérite cependant que l'on s'y arrête.

Nous n'en mentionnerons que deux aspects, la communication politique (au sens large) et la communication scientifique. Le premier cas est délicat, si l'on en croit de Closets (1980) : « Notre élite ne veut pas s'entendre dire qu'elle est incapable de communiquer avec le peuple ». Toutefois, la communication en faveur de l'euro évoquée plus haut est bel et bien révélatrice des difficultés qu'éprouvent les instances politiques et administratives à s'adresser directement aux citoyens. Elle présente de surcroît l'avantage appréciable de n'être pas – ou peu – liée à des clivages de partis ou même à des responsables politiques particuliers, puisqu'elle s'est poursuivie sous plusieurs ministres et deux majorités différentes. Enfin, elle permet d'éviter de rentrer dans un débat sur des aspects qui, pour être les plus évidents – petites phrases, etc. – ne se situent qu'à la surface de la communication publique et permettent mal d'accéder à la question qui nous intéresse, celle de l'expertise.

Si l'on revient sur cet exemple, on remarque aisément que la campagne télévisuelle de 2001, qui en constituait la clef de voûte, a reproduit jusqu'à la caricature les problèmes que nous avons évoqués à propos des émissions d'information. Fondée sur les interventions d'une adolescente et sur une série de petites saynètes familiales, elle ne recourut – très explicitement – qu'aux règles les plus triviales d'une communication purement phatique :

– Proximité maximale : la jeune fille et les autres acteurs sont des gens ordinaires, dans lesquels le public est censé se reconnaître. Le ministère souligne, s'il en était besoin, que le plan de communication est « proche dans sa démarche » et que l'héroïne « est

une adolescente comme les autres » (Ministère de l'Économie et des finances, 2001).

– Simplicité maximale : « Ses messages sont simples et compréhensibles par tout le monde » (ibid.). Ils sont même si simples que leur contenu informatif est particulièrement ténu : on en retiendra, pour l'essentiel, que la mise en service de l'euro approche, que les prix vont changer et qu'il convient de s'y préparer.

– Enjouement à toute épreuve : bien que, selon les sondages mêmes du ministère, 76 % des répondants se disaient préoccupés par la tenue de l'euro face au dollar (Ministère de l'Économie et des finances, 2000), ce type de questions, et les explications qu'elles demanderaient, n'ont guère de place dans l'univers joyeux où badinent les acteurs. On peut ainsi se demander si ces derniers incarnent bien des gens ordinaires, ou s'ils ne reproduisent pas plutôt l'idée qu'un publicitaire peut se faire de ces gens ordinaires.

Une dernière caractéristique majeure de cette campagne est celle que nous avons déjà remarquée plus haut à propos des brochures imprimées, puis que nous avons retrouvée sous une autre forme dans les prescriptions des consultants de presse : la prépondérance de l'information pratique, utile (« news you can use »), et l'effacement de l'information épistémique (les connaissances nécessaires à la compréhension du sujet).

L'intéressant est que cette communication en faveur de l'euro ne résulte en rien de décisions prises à la légère ; elle paraît même être l'une des campagnes les plus mûrement réfléchies et les plus sérieusement menées de l'histoire de la communication publique française. Du reste, ce dispositif impressionnant présente par ailleurs de nombreuses qualités (son approche globale, ses efforts pour n'oublier aucun des groupes rencontrant des difficultés particulières, etc.). Mais c'est justement parce qu'elle a été très soigneusement élaborée que cette communication est particulièrement troublante. Dès lors qu'une démarche si longue, si lourde, si minutieuse, a pu conduire à faire à ce point l'impasse sur le sens, comment espérer que d'autres campagnes, moins bien armées, fassent autrement ?

Celle-ci, on s'en doute, a été dûment testée, afin d'en contrôler l'impact. Mais que peut-on bien tester, quand on se soucie si peu des fondements de la communication ? Une étude dite « post-

test», réalisée en février 2001<sup>155</sup>, a surtout permis de vérifier que 59 % des personnes interrogées se souviennent d'une campagne sur l'euro et que... 63 % des répondants « disent qu'elle leur a plu » (Ministère de l'Économie et des finances, 26 avril 2001). En termes de simplicité, les objectifs sont amplement atteints, puisque ceux qui l'ont jugée « facilement compréhensible » (86 %) semblent plus nombreux que ceux qui se souviennent l'avoir vue. Tout est donc pour le mieux, même s'il est bien connu que ce genre de jugements n'a pas grande valeur (Sternthal et Lee, 1999) et même si, sur le fond, la comparaison des sondages de 1998-1999 et de 2001 persiste à ne montrer aucune évolution notable du niveau d'adhésion des répondants, ou même de leur sentiment d'être « bien informés ».

Si ces indications peuvent conduire à s'interroger sur les limites de l'idéologie de la simplification – souhaitable en soi mais absurde lorsqu'elle est érigée en panacée –, il convient de souligner que cette question n'est pas seulement celle des consultants mais paraît s'inscrire dans une tendance assez profonde. On mesure mal en effet l'emprise sur l'information publique, médiatisée ou non, de la doctrine que résume l'acronyme anglo-saxon « Kiss » : « Keep it simple and stupid » (ou « simple and short »<sup>156</sup>). Là encore, l'examen des manuels est assez parlant : cette approche semble n'avoir commencé à acquérir une position importante qu'à partir des années 30<sup>157</sup> et une position dominante dans les années 60. Si auparavant les ouvrages sur l'« art d'écrire », de même que les traités de rhétorique et autres bréviaires du journalisme, ne l'ignoraient pas forcément, elle n'y constituait qu'un aspect soumis parmi bien d'autres à l'attention des communicateurs.

Cette évolution peut en partie s'interpréter comme le fruit d'une propension générale, résolument « moderne », à rechercher l'efficacité, le rendement communicationnel des messages (par

155– Nous n'évoquons pas ici l'étude qualitative réalisée le même mois dans le même but, mais qui, par définition, offre moins de prises encore à l'analyse.

156– Ou « Keep it simple, stupid ! » Si le sens des trois premières lettres est fixé (« Keep it simple »), le dernier s connaît des variantes : « Keep it simple and short », « ...and straightforward », « ...and silly », etc.

157– Nous parlons ici de la France : ce développement est un plus ancien dans d'autres pays.



opposition à une expression plus littéraire ou une exposition plus détaillée). Mais on peut aussi noter, si on la compare à la tradition praticienne et savante antérieure, qu'elle correspond à une tendance à simplifier, au-delà des messages, la doxa communicationnelle elle-même. Se concentrer sur les seuls facteurs dissuasifs (difficulté) apparaît comme beaucoup plus aisé que s'interroger sur les facteurs motivationnels profonds (l'intérêt), indispensables à la construction du sens et se nourrissant de celle-ci. Comme la question de l'attrait ne peut tout de même pas être totalement évacuée, on s'en tiendra aux facteurs motivationnels « de base », sans remarquer qu'ils présentent le petit inconvénient d'orienter les messages dans une direction opposée à celle qui les justifierait. Ce glissement peut se résumer par une transposition de la formule de Nietzsche: « Plus abstraite est la vérité que tu veux enseigner, plus tu dois en sa faveur séduire les sens » (1886/1990, souligné par nous) qui, dans sa version modernisée, deviendrait: « Plus abstraite est la vérité que tu veux enseigner, plus tu dois à la place séduire les sens. »

Il serait donc injuste de faire reposer sur les seuls conseillers en communication et publicitaires, cibles faciles, la responsabilité d'une légèreté conceptuelle acceptée par tous. En fait, ceux-ci, en résumant la question de l'euro à une série de sketches gentiment creux et d'informations pratiques, sont sans doute dans leur rôle. Ils sont en tout cas cohérents avec eux-mêmes, si l'on en croit l'un des principaux inspirateurs de ce domaine, Bernard Cathelat, qui se félicite de ce que la publicité a su dépasser ses errances archaïques du début du siècle, lesquelles sont ainsi présentées:

*La tradition veut alors que l'on considère le consommateur comme un être raisonnable et conscient. Les appels publicitaires sont essentiellement rationnels et informatifs: on s'en remet au bon sens et à la logique du client pour le persuader d'acheter le produit en raison de ses seules qualités objectives. (1968/1992, mots soulignés en italique dans l'original)*

La mise en cause de la rationalité comme seul moteur des choix (individuels ou collectifs) ne manque effectivement pas d'arguments en sa faveur. Incidemment, cette mise en cause est un peu plus ancienne que ce que pourrait suggérer ce propos (22

siècles de plus environ<sup>158</sup>). En tout état de cause, il n'entre pas dans notre perspective de discuter de l'opportunité d'un tel renoncement<sup>159</sup> pour la vente des biens et services<sup>160</sup>. Du reste, d'autres, plus concernés par cette problématique, l'ont souvent fait, comme Dominique Scalie et Patrick Duncombe, consultants en efficacité publicitaire, qui dénoncent en connaisseurs « la sophistication de la forme, souvent au détriment du contenu » (1999) :

*Ce qui est en cause, ce n'est pas la publicité elle-même mais la façon dont elle est conçue parfois, utilisée souvent. La conception ? les créatifs ont le pouvoir : les budgets débridés alimentent leurs délires. Les résultats sont certes spectaculaires. Atteignent-ils leurs cibles ? Rien n'est moins sûr, alors que pré-tests et post-tests alourdissent la facture sans que leurs conclusions soient nécessairement prises en compte, pour peu qu'elles contredisent le choix des créatifs. Mais l'image est toujours plus forte. Tant pis si les consommateurs ne comprennent rien, du moment qu'ils consomment. (Souligné par nous)*

En revanche, il se peut que cette joyeuse indifférence au sens présente quelques inconvénients dès lors que, comme le souligne le président du groupe publicitaire Eurocom :

*Le langage politique traditionnel en déphasage total avec celui que veut entendre « le bon peuple de France » se trouve peu à peu influencé par la publicité et se transforme. Les professionnels de la communication publicitaire sont désormais au service des hommes politiques et leur font partager leur sensibilité du consommateur et du citoyen. [...] Que de conquêtes, que de barrières franchies en si peu d'années : séduction des Français en général, source artistique incomparable, remède original à la crise ; nouveaux territoires culturels, so-*

158— Dans la mesure où les manuels de communication les plus anciens, notamment la *Tekné retórica* de Corax, ne sont pas parvenus jusqu'à nous, on ne la fera pas remonter plus loin que la *Rhétorique* d'Aristote.

159— Pour certains spécialistes, la présence publicitaire est même suffisante en soi, indépendamment de son contenu (si contenu il y a) : « La publicité ambiante, ça marche, même si le message est court, inintéressant, et peu attirant. » (Vanhuele, 1999)

160— Il y aurait sans doute beaucoup à dire sur les étonnantes erreurs que comportent, d'un point de vue cognitif, certaines publicités dont il est difficile de croire qu'elles puissent apporter un bénéfice quelconque aux industriels qui les ont commanditées...

*ciaux, politiques; mais où donc la Publicité française s'arrêtera-t-elle donc? Quel nouveau défi est-elle prête à relever? (Brochand, 1992, souligné par nous<sup>161</sup>)*

Le problème n'est pas dans ce que sont les publicitaires. Il pourrait être un peu plus dans ce qu'ils semblent croire, et plus encore dans ce qu'ils font croire – en tout cas à partir du moment où ils sortent du périmètre de la communication commerciale. Mais la vraie défaillance est une défaillance collective (politique, académique, médiatique...): un désintérêt commun pour la praxis communicationnelle, une incapacité à la prendre au sérieux et à s'interroger sur ses fondements méthodologiques. Il est frappant, du reste, que l'essentiel des critiques portant sur les études, des chiffres et des concepts que brandissent les prestataires pour justifier leurs conseils ne vient pas de l'extérieur de ces domaines mais d'observateurs qui, loin d'être hostiles à ceux-ci, en font le plus souvent partie. C'est, par exemple, le cas de Leonard Lodish, enseignant en marketing à la Wharton School (école de commerce) de l'université de Pennsylvanie:

*Dans beaucoup d'entreprises, on accepte les yeux fermés certaines «règles» en matière de publicité télévisée, alors qu'un grand nombre d'entre elles repose sur des fondements plus ou moins fallacieux. (1999)*

C'est aussi le cas de Lawrence Gibson, praticien reconnu et spécialiste des études publicitaires et de marketing, dressant pour ses pairs le bilan de cinquante ans de travaux:

*Nous n'avons pas réussi à expliciter un ensemble de connaissances de base. Le processus publicitaire n'est pas maîtrisé. La plupart des nouveaux produits échouent toujours. [...] Nous ne sommes pas parvenus à accomplir quelque percée structurelle que ce soit, et ce n'est un secret pour personne, pas même pour nous. [...] Nous rassemblons, nous enregistrons et nous analysons des données. Cela peut sembler pragmatique, mais ça n'est absolument pas scientifique. [...] Bien peu réalisent qu'avec suffisamment de données d'enquête et suffisamment de degrés*

161– Sur les « conquêtes » de la publicité non débattues ici, voir F. Amalou (2001).

*de liberté dans l'analyse, n'importe quelle recommandation peut être rationalisée. (2000, notre trad.).*

De même, Pierre Valette-Florence, professeur de marketing à l'École supérieure des affaires de Grenoble, n'a rien d'un opposant de principe à ce type d'études, et notamment aux modèles fondés sur les « styles de vie » (ces diagrammes où figurent des archétypes tels que les « contestataires », les « retranchés » et autres « ambitieux »). En ayant étudié les principes en détail, c'est sans méchanceté qu'il y relève une liste impressionnante d'approximations, de biais et de postulats douteux – tant méthodologiques (au départ) qu'interprétatifs (à l'arrivée) –, dont un seul suffirait à leur interdire toute prétention à être plus que des conjectures plus ou moins suggestives.

*Ces utilisations se font sans véritables bases conceptuelles et s'effectuent de manière empirique. [...] D'autre part, les résultats obtenus sont fortement reliés au type de variables employées, celles-ci étant loin d'être identiques dans toutes les études. Cette diversité, alliée aux différents problèmes méthodologiques évoqués tout au long des chapitres précédents, pose donc le problème de la validité même des styles de vie. (1994)*

La nouvelle ne surprendra probablement que quelques commanditaires (et peut-être certains journalistes, si l'on considère la confiance avec laquelle ces cartes pittoresques sont reproduites dans la presse<sup>162</sup>), mais elle est néanmoins intéressante. En effet, l'approche par les styles de vie, développée par la Cofremca et, surtout, le CCA (« laboratoire de prospective sociale du groupe Eurocom-Havas »), est censée apporter à la communication commerciale et politique les fondements et l'expertise dont l'avait privé l'échec des approches plus classiques. Si certains n'y relèvent que le produit des « gourous bariolés d'une sociologie de bazar » (Benguigui, 1980<sup>163</sup>), ou de « marchands d'illusions [...] retrouvant l'art ancestral des cartomanciennes », mais parés « de

162– Presse qui, comme l'a montré Didier Georgakakis (1992), est même l'une des principales clés du succès de cette approche.

163– Cit. in Valette-Florence, *op. cit.*

toute la magie d'une méthodologie et d'une terminologie d'allure hautement scientifique» (Bourdieu, 1987), d'autres lui prédisent un rôle prépondérant :

*Ils [B. Cathelat et le CCA\*] établissent les cartes qui donneront aux navigateurs courageux [les publicitaires\*] tous les éléments concernant les populations, les citoyens, les audiences... Dans tous les secteurs d'activité et dans toutes les dimensions du comportement, des opinions et attitudes, des motivations les plus profondes des sensibilités et des orientations prospectives [...] (Brochand, op. cit.) \*n.d.a.*

Toutefois, si telle est la fine pointe des connaissances en la matière, force est de constater que la société a peut-être progressé dans le développement de ses vecteurs de communication, mais certainement pas dans la maîtrise de leurs contenus. Breton (*op. cit.*) estime du reste que nombre de consultants et de formateurs se contentent de vendre « à prix d'or des conseils directement recopiés dans... Cicéron (ce qui d'ailleurs ne serait pas si mal si cela était bien fait...) ». Le propos est effectivement emprunt d'un certain optimisme : si l'on compare ces conseils à la subtilité et à l'érudition de la rhétorique romaine, en particulier celle de Quintilien, il est permis de douter que les « spécialistes » modernes aient lu les travaux de leurs grands devanciers<sup>164</sup>. Il se pourrait même que l'art de communiquer, qui était une problématique scientifique majeure dans l'Antiquité, soit l'un des seuls domaines de connaissances appliquées qui ait régressé, quand tous les autres, par exemple l'art de soigner, n'ont cessé de progresser.

Quoi qu'il en soit, la situation actuelle est remarquablement ambiguë. En première lecture, en effet, il est bien difficile de déplorer les insuffisances conceptuelles que nous avons remarquées, que ce soit dans le champ du journalisme ou, a fortiori, dans celui de la publicité. Compte tenu des critiques, et des craintes légitimes, que peuvent susciter ces domaines, s'aviser qu'ils sont

164— On songe à Robert Escarpit dont Le Littératron (1964) raconte les efforts d'ingénieurs et de technocrates pour construire une machine capable de produire des romans et surtout des discours politiques qui correspondent exactement à ce que le public désire entendre ou lire. Mais l'un des commanditaires, ouvrant par hasard le traité de Quintilien, découvre que la machine, si efficace soit-elle, ne s'avère pas supérieure à ce dernier.

loin de disposer des leviers psychologiques qu'on leur prêterait plutôt un motif de satisfaction. Ainsi donc, ces impressionnantes machines à « fabriquer du consensus » ne renfermeraient qu'un bricolage approximatif... Ainsi, les gardiens des esprits ne seraient armés que de grossières pétoires... Qui ne s'en réjouirait ?

On pourrait effectivement s'en réjouir, si l'on ne se souvenait que les grands démagogues de l'histoire ancienne ou récente n'ont pas eu besoin de théories raffinées pour soulever les foules, pas plus que Hugh Hefner n'a eu besoin de bien connaître ses lecteurs pour créer Playboy, pas plus que les producteurs de séries télévisées n'ont eu besoin des sciences cognitives ou des sciences sociales pour dépasser l'audience des émissions d'information « sérieuses ». En réalité, les idées simples et les ressorts de base, fondamentalement avantageés sur le plan cognitif (peu d'efforts, beaucoup d'effet), n'ont guère à gagner d'un approfondissement conceptuel et technique, ou même d'une connaissance moins superficielle de ceux à qui ils s'adressent. Seules les notions compliquées et les motivations plus subtiles en ont besoin, et ce n'est qu'à elles que l'indifférence du monde académique, professionnel ou politique ôte les moyens de résister à leurs puissantes rivales.

Paradoxalement, l'aversion ou le désintérêt pour la praxis informationnelle, et même communicationnelle (la rhétorique), l'absence d'expertise collective dans ces domaines, ne jouent nullement en faveur de la « pureté » des échanges sociaux. L'argumentation n'est pas le contraire de la liberté : elle est le contraire de la contrainte et de la violence. Fondée sur le principe d'une négociation de l'intersubjectivité, elle peut constituer, comme le remarque Breton, un pas « vers un lien social partagé et non imposé » (1996). Il n'est pas anodin, soulignait Durkheim (1938/1999), que ce soit sous les Carolingiens que l'enseignement de la grammaire a primé sur celui de la rhétorique : cette dernière pouvait être légitime dans la société délibérative romaine, mais certainement pas dans une monarchie théocratique où la connaissance ne devait servir qu'à comprendre, justifier et appliquer les textes :

*...En effet, comment le Moyen Âge aurait-il pu attacher une grande importance à un enseignement qui n'avait plus de raison d'être ? Autant le rhéteur était nécessaire dans l'Antiquité en raison du*

*rôle considérable qu'y jouait l'éloquence, autant il devait apparaître comme une superfétation dans ces sociétés aussi grossières, où il n'y avait pas de place pour les joutes oratoires.*

Du reste, la rhétorique elle-même, en distinguant les trois grands registres argumentatifs : *ethos*, *logos* et *pathos*, fournit des clés pour comprendre ses propres enjeux. L'*ethos* est fondé sur la légitimité de l'orateur – c'est par exemple le registre classique de l'expertise technologique ou économique (« nous savons ce que nous faisons »). Le *pathos* exploite pour sa part les sentiments des destinataires (la crainte, l'indignation...) – c'est notamment le registre type de l'extrémisme politique ou du radicalisme environnemental. Enfin, le *logos* est l'argumentation fondée sur la raison, qui implique de faire comprendre les termes du débat et de rendre attentif au raisonnement développé. C'est le plus proche d'une éthique de la communication, voire, en s'inspirant d'Habermas, d'une communication abordée en tant que source de l'éthique :

*J'appelle communicationnelles les interactions dans lesquelles les participants sont d'accord pour coordonner en bonne intelligence leurs plans d'action ; l'entente ainsi obtenue se trouve alors déterminée à la mesure de la reconnaissance intersubjective des exigences de validité. (Habermas, 1986)*

C'est le registre le plus difficile et le plus vulnérable. C'est aussi le seul qui puisse avoir besoin de repères : l'emprise des deux autres sur nombre de débats publics, par exemple l'immigration, en dit assez sur leur efficace rusticité. On comprend ainsi que ceux qui ont le moins intérêt à ce que la rhétorique soit considérée comme une problématique légitime sont ceux qui en exploitent le plus effrontément les ficelles les plus primitives, quelle que soit la cause ou le « bord » aux services desquels ils les mettent.

Mais le principal problème de la communication publique ne vient pas de tel ou tel rejet, intéressé ou naïf. Il vient, plus simplement, de la désinvolture. Celle-ci ne touche pas les enjeux, que chacun s'accorde à trouver capitaux, mais les pratiques et, derrière les pratiques, les connaissances qui pourraient les soutenir. Sans multiplier les exemples, on peut cependant en évoquer un autre, aussi éloigné que possible du précédent mais concernant, lui

aussi, l'exercice de la citoyenneté. Le 3 juillet 2001 s'est tenue la première réunion du Comité d'orientation pour la simplification du langage administratif (COSLA). Placée sous la double tutelle du ministère de la Fonction publique et de la Réforme de l'État et du ministère de la Culture et de la Communication, cette structure « a pour mission de rendre plus compréhensibles des usagers, et particulièrement des usagers les plus fragiles, les divers dossiers, formulaires ou courriers qui leur sont adressés par l'administration » (Ministère de la Fonction publique, 2001). Une telle création n'a rien d'anecdotique, non seulement en soi mais plus encore si on la situe dans une perspective internationale. Dans les pays nordiques, et surtout dans les pays anglo-saxons où elle remonte à plusieurs décennies, la problématique du « plain language » (langage clair) a transformé les normes et les attentes d'intelligibilité dans la plupart des domaines (juridique, politique, économique<sup>165</sup>, etc.). Plus tardif et, pour l'instant, beaucoup plus modeste, l'effort français se consacre à ce stade aux formulaires administratifs<sup>166</sup>, pour lesquels une étude (de type « focus group ») a donc été commandée à une société spécialisée.

Si la plupart des prescriptions qui en résultent sont de simple bon sens – elles correspondent à ce que tout maquettiste compétent ferait naturellement –, d'autres paraissent contradictoires, ou risquent fort de conduire à des résultats contraires à ceux espérés (en particulier le conseil de se passer chaque fois que possible d'une notice d'accompagnement). Il n'est toutefois pas certain que le comité s'en avise. Composé de hauts représentants de l'administration, de présidents de grandes associations (Croix-Rouge, Secours catholique...) et d'« experts et linguistes », il ne compte parmi ses quarante membres aucun spécialiste de la compréhension en lecture. Sans contester les compétences en psycho-

165– Initiée par les mouvements consuméristes américains dans les années 60, elle est devenue une priorité gouvernementale dans ce pays à partir de 1972. En 1978, un décret du président Carter imposa que toute la réglementation fédérale soit désormais rédigée en termes compréhensibles par chacun. Ce mouvement s'est étendu au monde juridique, médical, éducatif, ou encore à celui des affaires. La SEC (l'équivalent de notre COB) a, par exemple, imposé de nouvelles exigences de clarté pour l'ensemble des documents de communication financière des sociétés cotées en Bourse.

166– Cette fonction était jusqu'alors assurée par la Commission pour les simplifications administratives (Cosa), qui avait, en 1978, succédé dans ce rôle au Centre d'enregistrement et de révision des formulaires administratifs (Cerfa) et à la Commission pour la simplification des formalités (Cosiform).



logie cognitive de Bernard Pivot, Pierre Perret ou Hélène Carrère d'Encausse, tous membres du collège des « experts », cette omission peut conduire à se demander si le comité sera en mesure de tirer totalement partie des recherches internationales pertinentes dans le domaine auquel il s'intéresse.

Au moins ce groupe est-il bien pourvu en spécialistes du vocabulaire (lexicologie). Ceux-ci pourront-ils l'éclairer ? Peut-être. Peut-être pas. En effet, il se trouve justement que la prestigieuse tradition lexicologique française est très éloignée du genre de problèmes pratiques qui se posent aux producteurs de documents. Le fait que les praticiens et formateurs français en soient réduits à se contenter d'absurdités en la matière (par exemple les fameux 1 500 à 3 000 mots dont disposerait l'« homme de la rue ») en dit assez sur la coupure entre la sphère académique et les interrogations des rédacteurs ou celles de l'administration. Ainsi, lorsque le Cerfa avait, en 1997, organisé une réunion consacrée à « la formation des fonctionnaires chargés de concevoir et de réaliser les formulaires administratifs », les seules données qui avaient pu être avancées (voir Labasse, *op. cit.*, pour une analyse plus détaillée) étaient celles-ci :

*Prenons l'exemple du lecteur du Parisien, catégorie qui doit représenter plus de la moitié des usagers de formulaires. On estime qu'il maîtrise 600 à 800 mots courants, des mots de tous les jours. Cela peut paraître très peu, mais n'oublions pas que toute une partie de vos publics potentiels n'atteint probablement pas ce niveau. Au lecteur du Monde, on attribue la maîtrise de 2 000 mots, 3 000 ou plus pour les surdiplômés. (Maillard, in Cerfa, 1997).*

Même si les responsables présents s'étaient résignés, sur la base de ce sombre tableau, à ne plus viser que les « sur-diplômés » [*sic*], on peut penser qu'une vague de dépressions aurait rapidement décimé leurs rédacteurs, astreints à n'utiliser que les 3 000 mots les plus fréquents de la langue. Appliquer une telle règle représenterait en effet un fascinant défi, dans la mesure où elle impliquerait en réalité de renoncer à des termes tels que *chèque, guichet, passeport, postal, signature*, ou encore *remboursement*, dont aucun ne fait partie de ces 3 000 mots. Mieux, si l'on se donne la peine de

consulter une table de fréquences, *prénom*, *adresse* et même... *formulaire* seraient également à proscrire. Mais consulter une table de fréquence adaptée<sup>167</sup> permettrait, du même coup, de s'aviser du caractère farfelu de l'estimation citée plus haut, et donc du seuil en question. L'ennui est justement que le superbe outil scientifique que constituait l'Institut national de la langue française (Inalf), seul à disposer des ressources et du savoir-faire nécessaires, ne s'est guère intéressé à ce type de problèmes, et qu'une telle table n'est pas disponible en France, si ce n'est sous une forme quasiment inexploitable. Ce n'est que très récemment, et à l'initiative de psychologues (New, Pallier et al., 2001), qu'une base informatique indiquant la fréquence ou la rareté des mots du français contemporain a été extraite des fonds de l'Inalf<sup>168</sup>. Encore celle-ci est-elle, *nolens volens*, fondée sur le dépouillement de textes littéraires : qui voudrait se faire une idée de la fréquence d'un mot dans le langage quotidien devra se reporter à des travaux québécois (Baudot, 1992), quitte à se méprendre sur la familiarité de termes tels que « accise »<sup>169</sup>.

S'il convenait de s'attarder quelque peu sur la question des formulaires et, à travers elle, sur celle de la lexicologie, ce n'est pas qu'elle soit forcément dramatique en soi, mais plutôt qu'elle résume remarquablement bien le paradoxe de la communication publique, celui d'une défaillance sans vrai coupable. En première analyse, réaliser qu'on ne dispose quasiment d'aucun repère sur la question du vocabulaire en dit long sur l'attention que tous les acteurs, et notamment les pouvoirs publics, portent au contenu et au sens de la communication sociale. Mais, en reprenant depuis le début l'exemple des formulaires, on voit que ce type de lacune peut prospérer en toute bonne foi. On ne saurait reprocher aux membres du panel réuni par la société d'études d'avoir exprimé

167— La fameuse liste du « français fondamental » de Gougenheim et al. est beaucoup trop mince pour être utilisable dans ce cadre, tandis que le dictionnaire des fréquences de Imbs (1971) est inutilisable, à la fois pour des raisons de fond (nature du corpus) et de forme (l'Inalf s'est refusé à la diffuser sous forme de base de données informatique).

168— Sans rentrer dans les détails, une autre base, conçue elle aussi par des psychologues avait été auparavant tirée des corpus littéraires de l'Inalf, mais celle-ci posait des problèmes que nous ne détaillerons pas ici.

169— Il s'agit d'une sorte de taxe prélevée au Canada ; ce mot possède un indice de fréquence assez élevé dans la table de Baudot, alors qu'il est peu usité en France.

leurs opinions, ni à cette société, dont le sérieux dans son domaine de compétence n'est pas en cause, d'avoir synthétisé ces opinions. On ne saurait reprocher aux ministères d'avoir rassemblé les experts auxquels ils pouvaient songer, ni, bien sûr, reprocher à ces personnalités de participer à cette louable initiative. On ne saurait reprocher aux hommes de terrain de s'agripper, faute de mieux, aux indications douteuses dont ils disposent. On ne saurait enfin, sauf à adopter une conception purement instrumentale de la recherche, reprocher aux lexicologues de se consacrer avec brio aux problèmes scientifiques qui intéressent spécifiquement leur discipline.

Il est possible de transposer ce schéma à d'autres domaines, d'autres préoccupations, d'autres prestataires, d'autres commanditaires, d'autres praticiens et d'autres disciplines scientifiques (sociologie, sciences de la communication...): on aboutira inmanquablement à des situations similaires. Que les problèmes considérés soient petits ou grands, tous procèdent de la même indifférence vis-à-vis d'une approche plus sérieuse de l'adéquation aux destinataires. Même l'annuaire du téléphone en témoigne à sa façon. Un numéro de téléphone ne constitue pas une information bien compliquée à mettre en forme, et pourtant les nôtres se singularisent par une segmentation en groupes de deux chiffres qui les rend difficiles à mémoriser. On sait depuis longtemps que les processus de mémorisation reposent sur le groupement de l'information (ou « chunking ») et que, pour une quantité d'informations de base égale, le nombre de ces « paquets » (« chunks ») influe directement sur la capacité de rétention (Miller, 1956). Une fois encore, on ne peut pas vraiment reprocher à France Télécom (ou, avant elle, aux PTT) d'avoir négligé cette notion, si classique soit-elle. Mais on soulignera à titre de comparaison que British Telecom, qui a adopté une segmentation par groupes de 3 ou 4 chiffres (comme de nombreux autres pays), s'était pour sa part sérieusement penché sur la question, finançant notamment des expériences par l'un des meilleurs spécialistes mondiaux des processus mnésiques (Baddeley, 1986). Il ne s'agit évidemment là que d'un aspect très anecdotique des problèmes de la communication. Mais si le diable est dans les détails, alors nous manquons singulièrement d'exorcistes.

La question de la diffusion sociale des informations et des connaissances scientifiques, techniques et médicales est plus significative encore de cette zone brumeuse qui s'étend entre axiologie, théorie et pratique, et vers laquelle semblent converger, puis s'y perdre, la plus grande partie des problèmes que ressentent les différents acteurs. Comme toujours, présenter sérieusement ce domaine demanderait de longs développements que nous avons, du reste, évoqués ailleurs<sup>170</sup>. Toutefois, l'examen de l'abondante littérature – savante ou non – disponible à ce propos (Labasse, 1999) permet clairement de repérer, d'une part, des aspects tout à fait semblables à ceux que nous avons remarqués plus haut, mais aussi d'autres qui, bien que tout à fait opposés dans l'esprit, conduisent, in fine, aux mêmes résultats. Pour résumer, la similitude réside essentiellement dans l'abîme qui sépare, là comme ailleurs, la perception du problème et la perception de la complexité dudit problème, et des précautions qu'elle implique. L'inquiétude des scientifiques face à la modeste culture scientifique de leurs concitoyens est l'équivalent de l'inquiétude des journalistes face au désintérêt de leurs lecteurs, de celle des politiques face à l'indifférence des électeurs, ou encore de l'Église face à l'infidélité des fidèles<sup>171</sup>. Toutefois, les scientifiques ont, a priori, un avantage sur toute autre communauté : leur métier est justement de réfléchir à des problèmes, d'une façon particulièrement rigoureuse et méthodique. Il n'en est que plus frappant de constater, en lisant les multiples rapports, prises de positions ou plans d'action issus de cette communauté, que cet avantage se manifeste si peu<sup>172</sup>.

Qu'il s'agisse de chercheurs individuels ou d'institutions (sociétés savantes, organismes publics, etc.), l'approche usuelle de cette question relève d'une « culture de l'évidence » où la recher-

170– On pourra se reporter sur ce thème à l'étude que nous avons réalisée en 1999 pour la Direction recherche de la Commission européenne, dont nous nous contentons ici de reprendre une partie des conclusions.

171– « Nous savions depuis un certain temps déjà que [...] l'Église ne fait plus "corps avec la société globale". Nous savions qu'elle n'a plus la place qu'elle a pu avoir dans l'organisation du lien social », soulignait par exemple M<sup>gr</sup> Billié devant l'Assemblée plénière de la Conférence des évêques de France (4 novembre 2000).

172– Là encore, il nous faut sacrifier les cas particuliers et renoncer à bien des nuances : nombre de textes ou de rapports de scientifiques pourraient être avancés pour nuancer cette remarque, mais pas au point de l'invalider.

che de solutions concrètes précède, voire éclipse, la réflexion sur les données du problème. Or, on peut facilement (mais non brièvement – voir Labasse, *op. cit.*) montrer que ces données, lorsqu'elles sont disponibles, et plus encore lorsqu'elles manquent, conditionnent totalement l'efficacité de ces multiples initiatives, dont la cohérence et la portée réelle s'avèrent souvent questionnables (si besoin était, les sondages évoqués plus haut suffiraient à s'interroger). Mais si la question « que faut-il faire ? » est continuellement posée et semble toujours résolue dans la foulée, la question « qu'aurions-nous besoin de savoir ou de vérifier ? » ne l'est à peu près jamais. On frémit à l'idée de ce qu'il serait advenu d'autres problèmes (comment envoyer une fusée sur la Lune, soigner telle maladie...) s'ils avaient été abordés avec autant de convictions et si peu de méthode. Le plus troublant est qu'il existe par ailleurs sur ce thème une véritable communauté internationale de spécialistes, dont les colloques, les revues savantes et les ouvrages sont généralement de très bonne qualité. Mais, dans ce domaine aussi :

*Trop souvent, le militant [de la culture scientifique] est inattentif au fait que certains ont tenté de réfléchir sur ce qui est fait, tandis que le chercheur [dans cette spécialité] ne s'intéresse qu'à l'observation et à la critique. (Gregory et Miller, 1998)*

Ainsi les travaux de cette communauté ont-ils remarquablement peu d'effet sur les pratiques et les convictions des différents acteurs, bien que nombre de ses travaux (on le verra ci-dessous avec l'exemple de Peters) puissent lui apporter des éclairages indispensables. Mais la plupart des scientifiques, même s'ils n'ont jamais travaillé que sur des bactéries ou des quarks, estiment en savoir assez sur les problèmes de la communication scientifique pour pouvoir se prononcer en experts. En somme, le monde scientifique n'a pas plus besoin de savants en la matière que la réforme des formulaires administratifs n'a besoin de spécialistes de la compréhension des formulaires administratifs, ou que les médias n'ont besoin de connaître leurs lecteurs et leurs propres méthodes. Dans tous ces domaines, la « culture de l'évidence » interdit de rechercher si des données font défaut, si les problèmes sont suffisamment bien posés ou si des éléments de réponse n'existent

pas déjà. On voit ici toute la différence entre juger qu'une question est sérieuse et approcher cette même question avec sérieux. Ce que l'on pourrait résumer plus simplement, en retouchant une formule qui a eu son heure de gloire : « Si vous croyez connaître la solution, vous faites partie du problème ».

En revanche, nous l'avons dit, le cas de la communication scientifique paraît assez dissemblable des exemples évoqués auparavant quand on l'observe sous un autre angle : celui du rapport à la simplification. Contrairement à d'autres champs, le monde scientifique, dans sa très grande majorité, résiste viscéralement à l'idée de dégrader ou de laisser dégrader ses messages pour les rendre accessibles au grand public. Non qu'il ne perçoive l'utilité de cette démarche, tant pour la collectivité en général que pour ses intérêts propres<sup>173</sup>, mais simplement parce que le prix à payer (approximation, exagération...) lui paraît toujours trop élevé par rapport à ce qui lui semblerait acceptable. Tel qui approuve la vulgarisation dans son principe s'en exaspère dès lors qu'elle touche sa discipline et, dans sa discipline, sa spécialité.

La question, en réalité, est universelle : nous avons eu à diverses reprises l'occasion d'observer la réaction de groupes de journalistes à des films ou à des reportages télévisés consacrés au journalisme : à chaque fois, les critiques sur le caractère « réducteur », « simpliste », voire « trompeur » de ces documents (dont l'un, au moins, n'était pas si mal fait) nous ont surpris par leur virulence, de la part de gens qui devraient être au courant des limites de leur art. Dans le cas des sciences, toutefois, le légitime rejet de l'approximation conduit à une tension intenable entre des désirs contradictoires : faire mieux connaître la recherche scientifique et ses fruits, tout en en préservant les nuances jugées essentielles. Mais ces désirs, reportés sur la sphère médiatique, s'y traduisent par l'un des plus vifs et des plus durables antagonismes que connaisse celle-ci :

---

173— Ici comme dans la presse ou ailleurs, l'altruisme social et le souci bien compris de ses propres intérêts ne s'opposent nullement, ainsi que l'illustre par exemple le Livre blanc sur les orientations de la recherche française (MESR, 1994) cité plus haut, qui évoquait simultanément la sauvegarde des « fondements de la culture moderne » et celle de « l'adhésion de la nation à l'effort de recherche ».

*En fait, par rapport aux [...] études portant sur les autres entités institutionnelles couvertes par les médias d'information – le clergé, les entreprises, l'armée et même les politiciens –, nulle part la défiance vis-à-vis des journalistes ne s'est montrée aussi forte et aussi dominante que de la part de la communauté de la science et de la technologie. (Hartz et Chappel, 1997, notre trad.)*

Cette méfiance, voire cette hostilité, remarquée par bien d'autres études (Nelkin, 1987; Kunth, 1970...), est constamment ravivée par le constat des défaillances ou des erreurs, souvent minimes mais parfois énormes, que peuvent commettre les journalistes (ou les animateurs d'émissions de divertissement, que l'on confond volontiers avec les premiers). Toutefois, ces défaillances ne suffisent pas à expliquer le possible surcroît de ressentiment<sup>174</sup> des scientifiques par rapport à d'autres communautés, tant il est vrai que toutes les branches de l'activité humaine – et beaucoup d'entre elles sont bien moins respectueusement traitées par la presse que ne le sont les scientifiques – pourraient faire valoir des motifs de récrimination similaires quant à la façon dont leur domaine est couvert par les médias. Sans détailler les diverses raisons qui peuvent contribuer à expliquer ceci, la principale semble être le fait que cette animosité provient moins de telles ou telles erreurs que de l'affrontement entre deux systèmes normatifs relativement clos, dont chacun se veut imperméable aux influences externes<sup>175</sup>. Plusieurs éléments semblent effectivement suggérer que cette opposition relève plus de problèmes de préséance que d'incompatibilités sur le fond. Ainsi les acteurs des deux communautés peuvent-ils, dans certaines conditions, parvenir à « des conclusions remarquablement similaires » (Lewenstein, 1992), leurs réponses à certaines questions peuvent s'avérer très proches (Hartz et Chappel, op. cit.), et seuls 10 % ou moins des scientifiques jugent négativement les relations qu'ils ont personnellement eues avec des journalistes (Hansen, 1993, Stroemer 1998).

174– Il serait intéressant de vérifier ce point et d'étudier de façon comparative la perception de la presse par différentes communautés professionnelles, mais aussi en fonction de différentes sensibilités politiques, etc.

175– Le fait que cette résistance aux influences extérieures est bien moindre que ce que les acteurs pourraient souhaiter est abondamment documenté dans l'un et l'autre cas, mais n'entre pas en ligne de compte ici.

**Table 4****Relations entre scientifiques et journalistes****Appréciation mutuelle (d'après Hartz et Chappel, 1997)**

« Peu de membres des médias comprennent la nature de la science et de la technologie, tel que le caractère provisoire de la plupart des résultats scientifiques et la complexité des résultats. »

- |                  |                     |                      |
|------------------|---------------------|----------------------|
| • D'accord :     | Journalistes : 77 % | Scientifiques : 91 % |
| • Pas d'accord : | Journalistes : 19 % | Scientifiques : 5 %  |

« La plupart des scientifiques sont si cérébraux et immergés dans leur jargon qu'ils ne sont pas capables de communiquer avec les journalistes ou avec le public. »

- |                  |                     |                      |
|------------------|---------------------|----------------------|
| • D'accord :     | Journalistes : 62 % | Scientifiques : 50 % |
| • Pas d'accord : | Journalistes : 26 % | Scientifiques : 39 % |

**Évaluation par les scientifiques de leur expérience personnelle des journalistes (d'après Stroemer, 1998)**

(Enquête à Mainz, 1985)

Bonne : 37 %	Du bon et du moins bon : 53 %	Mauvaise : 10 %
--------------	-------------------------------	-----------------

(Enquête à Berlin, 1997)

Bonne : 56 %	Du bon et du moins bon : 36 %	Mauvaise : 8 %
--------------	-------------------------------	----------------

Si cet antagonisme symbolique est intéressant, c'est qu'il fournit un modèle à la fois épuré et paroxystique de la question de la diffusion sociale des informations complexes, d'où l'on peut retirer quelques clefs.

Il est (relativement) épuré parce qu'il réduit l'incidence de certains facteurs, importants par ailleurs, mais dont l'entremêlement ne conduit qu'à des débats inextricables. Ainsi peut-on considérer, de façon générale, que les informations scientifiques sont moins liées que d'autres à des différences intersubjectives sur le fond<sup>176</sup> (en d'autres termes, elles portent sur des points plus

176— Ou, comme le souligne le Comité consultatif national d'éthique pour les sciences de la vie et de la santé (CCNE, 1995) : « S'il n'est pas en matière scientifique de vérité absolue, il y a cependant des erreurs démontrées. »



«objectivables» que, par exemple, les controverses entre les réalisateurs et les critiques cinématographiques). De même, elles sont, toujours en théorie, moins liées que d'autres à une surdétermination d'ordre politique et plus dégagées que d'autres du poids des intérêts commerciaux<sup>177</sup>. Bref, il est un peu plus facile d'évaluer «en soi» un article traitant de sciences qu'un article politique. Il convient cependant de ne pas assimiler en la matière les deux grands types de sujets scientifiques distingués par Peters (1997), les thèmes «problem centered» et les thèmes «science centered». On notera au passage que cette seule distinction<sup>178</sup>, si les scientifiques en avaient connaissance, leur permettrait de beaucoup mieux comprendre les attentes qui sous-tendent la plupart de leurs interactions avec les non-scientifiques, et d'être donc moins désarmés dans ces interactions. Dans le premier cas (qui est notamment celui des risques sanitaires, mais aussi celui de problèmes sociaux comme la violence), la connaissance scientifique n'est pas le sujet mais le moyen :

*Le plus souvent, le public, y compris les journalistes, ne demande pas à comprendre la science. Ils demandent à la science de les aider à comprendre et à résoudre leurs problèmes. (Ibid.)*

Cette situation correspond à une forte demande sociale de «contexte et de mise en perspective, d'informations sur l'avenir et de pronostics» (Kopper, 1992) très éloignée de ce que les usages scientifiques apprennent à aborder. Une telle demande, souvent perçue comme illégitime mais qu'il est aussi impossible de rejeter que de satisfaire, demanderait à elle seule, de la part de la communauté scientifique, un réel effort de réflexion collective pour être en mesure de jouer vraiment son rôle dans l'espace public<sup>179</sup>.

Mais on s'intéressera surtout ici au second type d'interactions – «science centered» – qui est a priori le plus simple. Là, le chercheur n'est pas interrogé au nom de l'expertise générale qu'on

177– La multitude de contre-exemples que fournissent la sociologie des sciences ou l'actualité contemporaine (par exemple l'affaire dite du «sang contaminé» ou les problèmes de conflits d'intérêts dans la recherche clinique) en dit assez sur les limites d'une conception purement objective de la science.

178– La taxonomie développée dans les travaux de Peters est du reste plus détaillée et plus subtile ; nous n'en présentons ici que la racine fondamentale.

179– Cet effort existe, mais il demeure – en moyens, en durée et en impact – dérisoire par rapport à l'importance de cette question.

lui prête, mais au titre de ses propres travaux ou, en tout cas, des avancées de son domaine spécifique. Il s'agit bien de vulgarisation et celle-ci porte le plus souvent sur des sujets socialement peu polémiques (astrophysique, paléontologie...), généralement abordés d'une façon assez favorable. On pourrait donc s'attendre à ce que les scientifiques se montrent plutôt satisfaits. Pourtant, de multiples témoignages montrent que c'est loin d'être le cas. Bien au-delà des erreurs factuelles, la principale source de reproches réside dans le caractère « simpliste » et « sensationnaliste » des informations présentées, en particulier l'abandon des nuances originelles. Ce jugement est fondé en soi, mais il est vain. En effet, ce double phénomène, d'approximation/réduction d'une part, et d'amplification d'autre part, ne peut simplement être considéré dans l'absolu comme une dérive ou une pathologie de la communication scientifique, mais constitue tout autant, dans son principe, une des conditions fondamentales de celle-ci<sup>180</sup>. Ceci ne justifie évidemment en rien les abus qui peuvent en être faits et qui le sont – selon la formule de Paracelse, c'est la dose qui fait le poison –, mais il permet de voir pourquoi les scientifiques, cramponnés à la désastreuse métaphore de la « traduction » du langage savant en langage profane (laquelle suggère contre toute évidence la possibilité, voire la nécessité, d'une transposition fidèle), sont collectivement bien mal armés pour participer au débat public, a fortiori par l'intermédiaire des médias.

Repenser toute la question de la diffusion des sciences en termes de pertinence informationnelle, c'est-à-dire de rapport entre l'effort cognitif demandé et l'effet cognitif assuré, pourrait radicalement transformer les approches de celle-ci et amener à approfondir les questions vraiment importantes telles que l'évaluation du « coût » épistémique admissible de la vulgarisation. En effet, raisonner en termes de pertinence conduit à quelques difficultés théoriques<sup>181</sup>, mais aussi – et surtout – à ce qui est

180– Sans entrer dans les détails, précisons que ce point peut aussi bien ressortir d'une approche linguistique des interactions conversationnelles (notamment Grice, 1979) que de l'étude des pratiques réelles (y compris au sein même de la sphère savante ; voir par exemple Latour, 1993 ou Locke, 1992), ou encore de celle des fondements théoriques de la communication (ici par opposition à l'expression).

181– Cette notion est issue de la linguistique pragmatique et son extension hors de ce cadre engendre de nombreuses difficultés que nous ne développerons pas ici.

peut-être le problème majeur de toute la communication publique : la question de l'acceptabilité. D'un côté, si elle veut vraiment atteindre le plus grand nombre, l'information scientifique doit se montrer au moins aussi pertinente que le football ou la vie des vedettes (c'est le « jeu à somme nulle ») ; de l'autre, rechercher la plus grande pertinence possible – le plus d'effet et le moins d'effort – est la négation même de son objet, puisqu'elle conduit fatalement à l'outrance et à la tromperie. Ainsi, tandis que les tendances au « dumbing down » (sursimplification de l'information), telles que nous les avons évoquées plus haut, conduisaient à une impasse – renoncer au sens –, la volonté de préserver la précision scientifique conduit à une impasse inverse : renoncer à être entendu. Nous soutenons que l'exploration méthodique des moyens d'optimiser la pertinence des informations, c'est-à-dire d'accroître celle-ci sans dégrader excessivement celles-là (ou, en d'autres termes, le dépassement de l'alternative apparente entre renoncer au sens et renoncer au public), est l'un des défis majeurs qui se pose à tous ceux qui se sentent concernés par la diffusion sociale des informations et des connaissances.

De même que les journalistes et les politiques scient la branche sur laquelle ils sont assis en négligeant de mieux étudier les contraintes et les logiques de leurs pratiques communicatives, de même les scientifiques jouent souvent contre leur camp en se dispensant de prolonger leur réflexion à tout ce qu'implique axiologiquement et techniquement leur désir de faire mieux connaître la science<sup>182</sup>. Faute de ce travail, et il n'est pas simple, ceux-ci ne peuvent que continuer à tenter vainement d'appliquer, voire d'imposer, à un autre système normatif les normes de leur propre système. Mais, outre que ces normes sont intrinsèquement peu adaptées à une communication élargie<sup>183</sup> (« spectaculaire » s'oppose-t-il à « exact » ou à « banal » ?), elles entraînent un rejet de la part de ceux-là mêmes dont la collaboration est souhaitée. Ainsi peut-on à juste titre déplorer que les journalistes, surtout lorsqu'ils sont peu expérimentés en matière scientifique, se dispensent souvent de recouper auprès d'interlocuteurs compétents les informations qu'ils relaient avec une naïveté parfois confondante :

*Certains journalistes négligent ce retour aux sources parce qu'ils sont, disent-ils, assurés de se heurter à l'incompréhension quasi chro-*

*nique des scientifiques vis-à-vis de la nécessité des formes journalistiques. D'autres affirment même qu'il leur est arrivé d'être parfois si mal accueillis dès la première entrevue qu'ils en arrivent à réduire au minimum leurs contacts avec les scientifiques. (Pradal, 1968)*

L'exigence d'un traitement spécifique des sujets scientifiques conduit la science à s'enfermer dans le ghetto des émissions et des rubriques spécialisées, celles qui touchent les « bons élèves du corps social », et à s'exclure de toutes les autres formes d'information, populaires ou généralistes. Au moment où le ministre de la Recherche écrit aux présidents de chaînes pour déplorer la minceur de la place accordée à la science en regard de l'importance croissante des questions scientifiques et technologiques, soulignant à juste titre que « si la télévision est à l'écart de la science, elle sera aussi à l'écart de son temps » (Ministère de la Recherche, 23 janvier 2001), il n'est pas inutile de rappeler cet exemple typique mentionné dans le rapport de l'Académie des sciences<sup>184</sup> (Caro et Funck-Brentano, 1996). Dans le cadre d'une émission de reportages très regardée, une chaîne de télévision française avait décidé de consacrer régulièrement un de ses reportages à un thème scientifique. Or, précise le rapport, les chercheurs, qui n'admettaient pas le traitement de cette émission généraliste, ont très mal accueilli ses reporters. La fin de l'histoire coule de source :

---

182— Ce point serait à nuancer en tenant compte notamment de certains travaux d'instances ad hoc (Comité des applications de l'Académie des sciences, Comités d'éthique pour les sciences du CNRS et Comité d'éthique pour les sciences de la vie), mais nous soutenons que ces regards ponctuels, bien qu'importants, sont très insuffisants pour approfondir cette question dans la durée. Par ailleurs, dire que les scientifiques ne savent pas communiquer fait bon marché de tous ceux, et ils sont nombreux, qui y parviennent fort bien (à leurs risques et périls) et parfois même trop bien, mais nous parlons ici d'une tendance générale et non d'exceptions, si nombreuses puissent-elles être. 183— « Le soleil se lève » est plus simple et plus évocateur que « La rotation de la Terre expose progressivement au soleil la partie de sa surface sur laquelle nous nous trouvons », de même que « L'eau bout à 100 degrés » est acceptable dans un livre de cuisine mais inexact dans une perspective académique. On peut à ce propos évoquer une lettre du mathématicien Babbage au poète Tennyson (1851, notre trad.) : « Dans votre poème *La Vision du péché*, par ailleurs magnifique, un vers énonce : "À chaque instant où un homme meurt / À chaque instant un autre vient au monde." Il doit être évident que si c'était le cas, la population du monde resterait constante. En réalité, le taux des naissances est légèrement supérieur à celui des décès. Je vous suggère de modifier ce vers dans la prochaine édition en écrivant : "À chaque instant où un homme meurt / À chaque instant il en vient au monde un et un seizième." Pour être précis, la valeur réelle est trop longue pour tenir dans une seule ligne, mais je crois qu'un et un seizième sera suffisamment précis pour la poésie. »

184— Même dans le cas d'une émission consacrée aux sciences, rappelle le rapport, « les réalisateurs ne peuvent espérer retenir l'attention du téléspectateur que s'ils parviennent à le séduire ». On peut élargir cette remarque à la totalité de la communication scientifique par la presse — généraliste ou non —, le livre, le cinéma, etc.

les scientifiques « ont exigé de contrôler eux-mêmes le montage de l'émission. [Son responsable] n'y a pas consenti. Il a décidé d'abandonner ce projet » (ibid.). Cette réaction peut sembler incompréhensible pour un chercheur, habitué à se soumettre lui-même à un contrôle constant, mais elle est parfaitement conforme aux normes du champ médiatique : « Si un scientifique réclamait de voir une version quasi finale et d'avoir le droit de changer les choses, nous nous retirerions simplement avant d'avoir filmé l'interview. » (Rhodes, 1987). Cependant, il n'est pas du tout certain que cette norme soit gravée dans le marbre. Si abandonner la maîtrise ultime du message (ce que les cinéastes appellent le final cut) aux sources consultées – comme on s'en doute, les industriels et autres groupes de pression le souhaitent également – est en contradiction avec les principes fondamentaux du journalisme, en revanche montrer ce qui doit paraître afin de recueillir d'éventuelles observations n'entre en rien en contradiction avec ces principes<sup>185</sup>, et pourrait souvent éviter des erreurs. Mais une évolution en la matière ne pourrait provenir que de l'intérieur de ce champ : la réclamer de l'extérieur, surtout en amalgamant si naïvement l'inacceptable et l'envisageable, ne peut que radicaliser ce blocage. Et celui-ci n'est qu'un aspect particulier, parmi de nombreux autres, des effets du manque de recul en la matière.

En écoutant plus attentivement les souhaits exprimés par la communauté scientifique, on peut ainsi constater que ceux-ci, faute de clarification, sont en fait si contradictoires que même si le champ médiatique désirait ardemment les satisfaire, il ne le pourrait pas<sup>186</sup>. Par ailleurs, tandis que cette communauté s'obstine comme un bourdon contre une vitre face à des obstacles qu'elle ne perçoit pas, elle néglige certaines initiatives qui lui permettraient de jouer dans l'espace public, médias compris, un rôle

185– Toutes considérations techniques évidemment mises à part : dans les faits, compte tenu du rythme de production, un aller-retour supplémentaire serait souvent difficile, mais rarement impossible. C'est moins le temps (et encore moins les grands principes) qui s'oppose à celui-ci, que la certitude de se « heurter à l'incompréhension quasi-chronique » des sources, quelles qu'elles soient.

186– Ces contradictions apparaissent par exemple dans les objectifs poursuivis (veut-on des citoyens plus éclairés ou plus convaincus des bienfaits du progrès technologique ?), mais aussi dans le traitement même de l'information (attend-on des journalistes plus de sens critique ou moins d'indépendance d'esprit ?). Voir Labasse, op. cit. et 2001 pour un développement.

de référence beaucoup plus important, et compatible avec les normes des uns et des autres<sup>187</sup>. De même, la fascination que beaucoup de scientifiques éprouvent pour les nouvelles formes de dialogue directes – conférences citoyennes, etc. –, intéressantes en elles-mêmes et très importantes d'un point de vue qualitatif et symbolique mais évidemment dérisoires par rapport aux processus et instances de la communication collective (y compris la publicité ou le cinéma), peut s'analyser comme un désir sincère, un peu rousseauiste, d'aller à la rencontre des vrais gens, mais aussi comme un désir moins avouable, et encore plus candide, de se cacher la réalité de ces processus plutôt que de se donner les moyens de les comprendre.

Quoi qu'il en soit, on retiendra de la question de l'information scientifique, technique et médicale deux points essentiels : d'une part, nier l'obligation de pertinence qui s'impose en matière de communication est aussi vain que s'y soumettre aveuglément (la question de l'optimisation de cette pertinence est donc un problème majeur) ; d'autre part, il existe une grande différence entre l'importance accordée à la communication sociale de la science dans les discours des scientifiques et l'importance accordée par les mêmes à l'approfondissement conceptuel (axiologique et technique<sup>188</sup>) de cette question.

---

187– Ce serait par exemple le cas d'une réactivité collective plus forte, plus systématique et plus adéquate – c'est-à-dire rapide, dépassionnée et factuelle – face aux informations erronées ou fantaisistes : les journalistes sont en effet les premiers à déplorer l'insuffisance ou l'inadéquation des réactions de la communauté scientifique dans de tels cas (Waldner, 1993 ; Barnaby, 1995). On peut notamment se demander si dans ce domaine les sociétés savantes jouent le rôle qui devrait être le leur. La réactivité d'organisations telles que l'American Physical Society ou l'American Psychological Association, leur capacité à s'exprimer dans la sphère publique de façon très professionnelle mériteraient peut-être qu'on s'y intéresse en France.

188– Il serait très long de développer ce que pourrait vraiment être un approfondissement « technique », mais en voici un exemple, volontairement trivial et aussi instrumental que possible : pour faire comprendre à un large public des données quantitatives – par exemple les risques de cancer – et favoriser leur mémorisation, faut-il mieux les présenter en pourcentages (« 5,21 % ») ou en fréquences approchées (« une femme sur 20 ») ? Pour une réponse sérieuse et détaillée, se reporter notamment au travail que Sedlmeier et Gigerenzer ont récemment publié dans le *Journal of Experimental Psychology* (2001). Sinon, penser ce qu'on veut...



## 10. Des problèmes en question

Toutes les observations faites plus haut portent sur les méthodes, prises dans leur généralité. De ce fait, il serait possible, et compréhensible, d'écarter ces remarques, par exemple en leur opposant tel ou tel cas particulier (« Nous, nous ne pensons ou ne faisons pas comme ça ») ou en les diluant dans un ensemble de problèmes plus vastes (« Et la marchandisation de l'information ? »). Convenons-en d'abord, chacun fait de son mieux ce qu'il a à faire<sup>189</sup>. Convenons-en aussi, notre angle particulier n'est pas forcément plus légitime que d'autres, également importants mais surtout plus stimulants, en tout cas plus propices aux débats d'idées et aux profits symboliques. De toutes les questions que peuvent susciter les médias anciens ou nouveaux, la capacité de leurs discours à faire sens pour les citoyens (c'est-à-dire non seulement à être intelligibles, mais aussi à être intéressants, sans pour autant se vider de leur substance) est même l'une des moins séduisantes qui soit. Elle est, en un mot, trop triviale, trop instrumentale (technique) pour le champ académique et trop abstraite pour les autres champs concernés, notamment le journalisme. Curieusement, elle suscite en France, dans ces deux champs que tant oppose par ailleurs, un rejet presque similaire. D'un côté la conviction (sans doute sincère, en tout cas opportune<sup>190</sup>) qu'il n'y a pas là de problématique digne d'intérêt, de l'autre, l'idée que tout ceci ne saurait être que vain, puisque, comme le proclament généralement les professionnels chevronnés, le journalisme ne saurait être qu'affaire d'expérience et de talent.

---

189— L'avons-nous assez répété ?

190— S'affranchir des considérations techniques ou les réfuter en bloc facilite sensiblement le travail de certaines analyses en les délivrant de contingences délicates et obscures, dont la prise en compte demanderait un très gros effort d'inventaire, de problématisation, et un renouvellement partiel des référentiels théoriques ou, plutôt, un accroissement de la palette de ceux-ci.



Nous voulons soutenir ici que s'intéresser aux méthodes, et à la contribution du monde académique<sup>191</sup> à ces méthodes, loin d'ouvrir simplement la voie à une terrifiante (et impossible) ingénierie du social<sup>192</sup>, est au contraire un bon moyen d'accéder à des problématiques peu visibles ou peu accessibles (de par leur foisonnement ou la réticence des acteurs), importantes en elles-mêmes comme pour leurs enjeux collectifs.

Certes, le problème des connaissances opératoires et des « théories pratiques » est un objet d'apparence modeste, mais, comme on l'a déjà suggéré plus haut, traiter cet objet avec désinvolture pourrait être lourd de conséquences. L'une de celles-ci est l'incapacité à se poser des questions évidentes (par exemple : Que comprennent nos lecteurs ou nos électeurs ?) ou, si on se les pose, l'absence de volonté de les éclairer, ne serait-ce qu'imparfaitement. Une autre conséquence est le sentiment d'impuissance face au durcissement de la concurrence informationnelle, et la démission progressive face à des informations pour lesquelles les bonnes vieilles recettes restent sans effet. Une autre est l'abandon de ces questions à des bataillons d'« experts » parfois peu judicieux (non seulement dans le domaine de la pratique, mais aussi dans celui de la formation).

De nombreux types de « communicateurs », nous l'avons dit, sont concernés par cette tendance générale à discourir sur les buts ou les perspectives, mais jamais sur les moyens et encore moins

---

191— Nous ne prétendons évidemment pas que la rationalité instrumentale de la communication et, a fortiori, du journalisme n'a pas reçu d'attention (en tant qu'objet) — de nombreux travaux sur les méthodes et même sur les connaissances techniques sont là pour le contredire —, mais simplement qu'elle en a très peu bénéficié (en tant que fin), alors que sa rationalité axiologique en a beaucoup reçu comme objet et quelque peu bénéficié comme fin, dans la mesure où, d'une part, les travaux sur ce dernier point ont tout de même quelque peu imprégné, sinon la communication, du moins le journalisme, et, d'autre part, dans la mesure où des efforts réellement « appliqués » ont été consacrés à ce dernier, (par exemple sur les MARS, ou Moyens d'assurer la responsabilité sociale des journalistes). Nous reviendrons plus loin, pour la préciser, sur la distinction arbitraire que nous opérons ici entre recherche et recherche « appliquée ». Disons simplement, pour nous enfoncer dans l'approximation, que si la science a désenchanté l'Occident en échange du tramway (Weber 1919/1963), on se préoccupe beaucoup de désenchanter le journalisme mais on songe moins à l'aider à transformer sa carriole en tramway.

192— On songe au « communicologiste » dont rêvait Moles (*op. cit.*), lequel « définira les répertoires respectifs de signes ou d'éléments sémiotiques explicités par l'émetteur, et le récepteur [...] établira avec précision la nature des interfaces, la nature des messages qui traversent ces interfaces et les différents problèmes qui sont posés par la communauté ou la non-communauté des répertoires ». Ce programme évoque trop les prétentions de la PNL pour qu'on puisse prendre cet épouvantail au sérieux.

sur les questions (voir l'exemple de la communication des sciences), laissant une vaste friche s'étendre entre les vœux et l'action. Toutefois, nous ne reviendrons ici que sur le cas des médias d'information, non seulement parce qu'il s'agit d'un des cas les plus importants, mais aussi parce que c'est celui où ce désintérêt a les effets les plus lourds. Ce dernier, en effet, a aussi pour conséquence, moins immédiate mais plus profonde, d'interdire toute évolution dans ce domaine, en bloquant durablement la zone de rencontre naturelle entre recherches et pratiques. Or, la portée de ce blocage dépasse de beaucoup la seule question des techniques. Le territoire de la méthodologie n'est pas celui du souhaitable mais celui du possible : il est l'endroit où l'interpellation axiologique (Voilà vos fautes) ou savante (Voilà ce que vous êtes) peut se confronter aux contraintes, réelles ou supposées, pour rencontrer l'interrogation praxéologique (Comment pourrions-nous donc faire mieux?). Il est, en d'autres termes, l'endroit où la théorie peut examiner ses implications pratiques, et où les problèmes pratiques peuvent s'ouvrir à un recul théorique. Or, les discours savants ou praticiens, de part et d'autre de ce glacis, confirment à quel point celui-ci est verrouillé par « une vieille défiance croisée qui s'exprime chez les journalistes par la fréquence d'un anti-intellectualisme larvé, ou par le privilège donné à des intellectuels *made in media* [et] chez beaucoup d'universitaires par une tentative dénonciatrice que tout chercheur travaillant sur le journalisme doit apprendre à contrôler » (Neveu, 2001). Toutefois, ce double monologue ne semble satisfaisant ni pour les uns, ni pour les autres. Loin de constituer un état admis, il apparaît comme la source de vives frustrations.

Les universitaires sont ainsi nombreux à souligner que les praticiens « ignorent superbement les contributions de la recherche en sciences sociales » (Miège, 1997), que « les journalistes sont très susceptibles et supportent relativement mal l'analyse » (Bourdieu, 1996), ou encore que « les chances pour que l'approche sociologique soit acceptée et comprise sont minces » (Le Bohec, 2000). À l'opposé, le discours de bien des praticiens ne peut se résumer à un simple rejet. Certes, celui-ci est très fréquemment et très vigoureusement exprimé, y compris – surtout ? – chez des au-

teurs non dénués d'ambitions intellectuelles, comme Jean-François Revel :

*Je voudrais demander aux intellectuels, écrivains, universitaires, sociologues et autres voyantes des pseudo-sciences de la « communication », comment elles peuvent caqueter sans fin sur la presse et les médias sans jamais avoir eu de l'intérieur l'expérience et encore moins la responsabilité de leur fonctionnement ? (1997)*

Mais derrière les attaques, ou les ripostes, se manifestent un réel besoin d'approfondissement, un désir, voire une frustration, de recherche<sup>193</sup>.

*• En quoi cette démonstration aux allures de condamnation nous aide-t-elle à penser le journalisme ? À définir les conditions de son utilité sociale et démocratique ? À réfléchir à une pratique citoyenne du métier ? (Plenel, 1998)*

*• Il faut donc aller au fond du débat, en ne s'arrêtant pas sur les aspects polémiques et personnels contenus dans ces pamphlets rapides. Non pas pour défendre les médias, qui méritent une partie des reproches qui leur sont adressés – et qui sont effectivement en butte aux forces d'argent –, mais pour fonder leur critique sur des bases rationnelles. [...] Aucune étude systématique dans cette charge unilatérale, aucune statistique, aucune équité. [...] La principale conséquence de cette négation du « sujet » journalistique [...], c'est le ricanement devant les règles qui régissent en principe le métier de journaliste. [...] Les journalistes doivent se mobiliser pour défendre une indépendance toujours menacée. Encore faut-il que ce soit sur la base d'une théorie rationnelle et vérifiée. (Joffrin, 1998)*

*• Au lieu de s'attaquer à une profession qui n'a plus qu'une peau de chagrin sur les os, nos censeurs feraient mieux de chercher ce qui mine vraiment les derniers quotidiens parisiens. (Morrot, 2000)*

*• Pour notre part, nous sommes prêts à dialoguer avec tout le monde, je dis avec tout le monde parce que rien n'est si important dans la société moderne que l'établissement de l'information, que la critique*

---

193– Précisons que certaines des citations qui suivent sont relatives à l'ouvrage d'Halimi (1997), qui ne constitue pas une production de la communauté scientifique. Toutefois sa radicalité même a eu en fin de compte le mérite d'amener nombre de journalistes à expliciter de façon plus générale leurs positions et leurs attentes vis-à-vis de la réflexion et de la recherche dans ce domaine.

*de l'information. Oui, nous sommes prêts à discuter de tout cela avec bonne foi, à condition que l'on veuille admettre que le journalisme n'est pas un sous-produit de la littérature, de l'enseignement supérieur ou du music-hall. (Julliard, 2000)*

*• Ceux-ci eurent beau jeu d'objecter que les attaques du sociologue, faute de s'appuyer sur un solide travail d'enquête, étaient d'une faible utilité pour les professionnels. En 1996, Pierre Bourdieu développait son réquisitoire dans un petit livre. [...] Une fois de plus, les journalistes, tout en reconnaissant la justesse de certaines critiques, regrettaient que l'auteur ne s'intéresse pas davantage à la réalité du travail journalistique et refuse notamment de prendre en compte les règles du métier. (Ferenczi, 2002)*

Il est évidemment possible de critiquer derechef ces propos, en une spirale sans fin (la critique de la critique de la critique...), mais il nous semble plus fécond d'en prendre acte et de remarquer ce que leur existence peut avoir de singulier. Peu importe que l'on adhère ou non à ces points de vue. Ils sont. Or, si l'on y songe, il est malaisé de concevoir une situation équivalente dans des domaines d'une importance sociale comparable : imaginerait-on les praticiens du droit se plaindre de ce que les sciences juridiques ne visent qu'à les « pourfendre<sup>194</sup> », les enseignants reprocher aux sciences de l'éducation de les mépriser, ou encore les médecins déplorer que les sciences de la santé refusent de s'intéresser à la réalité de leur tâche et à leurs besoins professionnels ?

Une fois encore, il n'est pas forcément nécessaire de s'interroger sur le bien-fondé des positions des uns et des autres, ou a fortiori sur la justesse des représentations caricaturales qui pourraient en découler, telles que l'inusable cliché de la tour d'ivoire ou, de l'autre côté, le spectre patiné mais toujours vaillant de l'avalissement instrumental. Il n'est même pas indispensable de détailler les raisons et cas particuliers qui pourraient relativiser<sup>195</sup>

194— Reprise d'un propos de Danièle Granet, directrice générale du Centre de formation et de perfectionnement des journalistes, visant « les débats théoriques des pourfendeurs de médias » (2000).

195— Faut-il préciser en outre que nous simplifions aussi en posant l'existence de deux groupes homogènes et nettement séparés, alors que ni l'un ni l'autre ne sont ni l'un ni l'autre ? Nous évoquerons par ailleurs plus loin l'amalgame opéré entre les sciences sociales en général et celles de la communication en particulier.

cette disjonction. Quelque nuance que l'on apportera, il n'en restera pas moins que la distance « vécue » entre ce domaine d'activité et sa discipline de référence produit ses propres effets. Ici une pratique sociale dont les quelques repères, toujours plus fragilisés, résistent de moins en moins, et dont la production ne fait pas l'unanimité; là une discipline dont les apports sont *de facto* rejetés en bloc.

Si cette situation n'a guère de conséquences pour la seconde<sup>196</sup> (une discipline académique ne se justifie ni ne s'infirmes par des considérations pratiques, même si l'on peut penser, avec de Certeau, que celles-ci ne sont pas nécessairement dénuées de toute légitimité<sup>197</sup>), elle en a beaucoup pour la première et, à travers elle, pour l'espace public de la communication.

Certes, nombre de praticiens, concluant qu'ils n'avaient de secours à attendre que d'eux-mêmes, ont individuellement, ou parfois collectivement, entrepris de leur côté une démarche réflexive.

• *Nous sommes beaucoup à estimer que la parole sur la presse et les médias, sur la déontologie et les pratiques, ne doit pas être abandonnée aux universitaires, aux moralistes et aux censeurs. Ils ont peut-être l'avantage de voir les choses de l'extérieur et de ne pas s'exposer au soupçon d'indulgence corporatiste; mais ils ont souvent le désavantage de ne pas connaître la profession de l'intérieur et d'ignorer les conditions concrètes du travail. (Guissard, 1998)*

• *L'accélération de la circulation de l'information, l'évolution des techniques et la dure loi du marché ne ménagent pas la profession de journaliste. Aux journalistes de notre temps, il faut plus de rigueur, plus de bagage intellectuel et culturel, plus de souffle qu'à ceux des décennies passées. Constatons que les attaques se multiplient contre notre profession. Tout un chacun s'autorise des avis sur notre activité profes-*

196– Si ce n'est, éventuellement, de compliquer un peu les débouchés de certaines de ses formations dites « professionnalisantes » et, dans une certaine mesure, d'affaiblir sa propre position par rapport à d'autres disciplines s'intéressant aux mêmes objets.

197– Notamment sur le plan pédagogique: « Moins elle [l'Université] est opératoire par rapport à des attentes socioculturelles, plus elle devient discriminatoire, transformant en goulet le passage entre le présent et le futur des jeunes. Dans la mesure où elle se révèle incapable d'être un laboratoire qui produise une culture de masse en proportionnant des méthodes à des questions et à des besoins, elle se mue en filtre qui oppose une "discipline" à des pressions. » (de Certeau, *op. cit.*)

*sionnelle, sur le positionnement des journalistes dans la société actuelle. Seraient-ils les seuls à ne pouvoir formuler ni leur perception des problèmes qui se posent à eux, ni leur avis sur leur propre activité? (Boeglin, 1997)*

Toutefois de telles tentatives, dont la qualité et le mérite ne sont aucunement en cause, n'ont guère de chances d'avoir de réels effets, pour des raisons qui tiennent moins à elles-mêmes qu'à la spécificité du monde journalistique. En effet, quiconque examine sur la durée la production et l'échange des idées au sein de ce domaine ne peut qu'être frappé par leur caractère répétitif et éphémère. Année après année, les mêmes problèmes sont très régulièrement soulevés, débattus, abandonnés puis resoulevés par d'autres, sans que l'approfondissement collectif de ces questions ne progresse pour autant : une étrange malédiction semble interdire au journalisme de capitaliser ses connaissances. Si Neveu (*op. cit.*) peut estimer que « les premiers producteurs d'analyses sur le journalisme sont souvent les journalistes eux-mêmes qui, singulièrement en France, développent une théorie indigène de leur pratique », ce n'est que dans une acception clairement ethnologique (et à ce titre assez peu flatteuse) du terme *théorie*<sup>198</sup>.

En réalité, il n'existe aucun socle de notions explicites, structurées et reconnues qui soit en mesure de jouer ce rôle<sup>199</sup>, pour la bonne raison que la majorité des journalistes ne se soucient guère de mettre en relation leur propre perception de leur profession avec la réflexion que d'autres journalistes (ou a fortiori des tiers) ont pu avoir avant eux sur ce même thème. Il faut avoir participé à des rencontres professionnelles, telles que les nombreuses assemblées générales d'associations ou de syndicats (d'employeurs ou de salariés), ou, mieux encore, à des forums électroniques sur le journalisme pour mesurer à quel point des praticiens – pas tous, mais les plus bruyants – peuvent se convaincre que la conviction et l'expérience personnelle suffisent pour proférer des avis définitifs.

198– Et même dans ce sens minimal, le terme pose problème : il suggère une connaissance explicite et communément admise.

199– Le rôle en question n'étant pas nécessairement de fabriquer du consensus corporatif, mais au contraire de donner prise à l'analyse interne, à la contradiction et donc à l'affinement itératif.

Dans le registre du livre, a priori plus posé, la faiblesse ou l'absence totale de références bibliographiques de beaucoup d'ouvrages témoignent de façon éloquente de ce même sentiment : il existe, bien entendu, de nombreux exemples de réflexions moins hâtives (par exemple les ouvrages, déjà cités, de François de Closets ou d'Albert du Roy<sup>200</sup>), voire reposant sur un imposant travail bibliographique (Ferenczi, 1993), mais tous semblent appelés à subir le sort commun : sur les sables mouvants du journalisme, aucune pierre ne surnage pour servir de fondation, et nul ne semble, de toute façon, s'en préoccuper vraiment. Si des chercheurs ont pu dresser des tableaux sévères des insuffisances conceptuelles et même techniques de ce domaine (les « mythes » de Le Bohec, le « flou » de Ruelland...), on serait bien en peine de mettre en regard « ce qui tient vraiment », ce sur quoi on peut compter jusqu'à nouvel ordre.

Nous avons évoqué plus haut certains des aspects techniques de cette fragilité : une identité professionnelle évanescence, des conceptions du lecteur rudimentaires, des formes scripturales inadaptées aux sujets difficiles, etc. Toutefois l'impasse dans laquelle se trouve la réflexion journalistique est beaucoup plus générale. L'exemple de la notion d'« objectivité » est révélateur : après avoir difficilement surmonté le mépris des polémistes littéraires et politiques du XIX<sup>e</sup> siècle, elle a ensuite été brandie avec tant de candeur que quelques sophismes éculés (l'objectivité absolue est impossible, donc la notion d'objectivité est vaine<sup>201</sup>) ont finalement suffi à l'abattre. Aucun journaliste ou étudiant en journalisme n'oserait aujourd'hui s'en réclamer sans craindre de passer pour un sot. L'enterrement était un peu rapide, en tout cas bien discret. On aurait pu imaginer, face à un problème d'une telle ampleur, que la profession tente d'amender cette notion, effectivement intenable sous sa forme fruste, ou, à défaut, recherche des substituts plus satisfaisants. On s'est simplement détourné avec fatalisme, laissant à quelques obstinés le soin de

200— Dont on a surtout retenu la revendication d'une pensée journalistique autonome au risque de négliger l'intérêt de ces ouvrages sur le fond.

201— L'argument est précisément celui sur lequel s'appuyaient les moins habiles des sophistes grecs. Qu'une si vieille chose, réfutée depuis si longtemps, ait pu si facilement servir contre les journalistes est en soi humiliant pour ce champ.

proclamer de temps à autre ex nihilo leur intime conviction et donc de s'exposer à l'éternel « ricanement devant les règles qui régissent en principe le métier de journaliste » qu'évoquait Joffrin.

On pourrait en conclure que le journalisme est effectivement incapable de pensée construite. Rien ne serait moins juste : dénoncer « en soi » la rapidité et le manque de perspectives du discours journalistique serait extrêmement inéquitable, puisque cela reviendrait à lui appliquer arbitrairement des critères académiques qui ne sont pas les siens. D'autant que ceux-ci ne sont pas nécessairement remplis, même au sein du monde de la recherche et de l'enseignement supérieur. Comme on l'a évoqué plus haut et détaillé ailleurs (Labasse, 1999), la situation est largement la même dans d'autres domaines, tels que la communication scientifique. Il suffit de parcourir des pages comme celles que Kourilsky et Viney (2000) ont consacré au « principe de précaution » pour être saisi par la désinvolture, voire la candeur, en tout cas la légèreté bibliographique, avec lesquelles ces auteurs abordent la question de l'information<sup>202</sup>. Si des universitaires éminents peuvent, dès qu'ils s'éloignent un peu de leur spécialité, se contenter de leurs convictions personnelles, comment reprocher à des hommes de presse, qui n'ont ni la même formation ni les mêmes normes de validité, de ne pas faire mieux ? On pourrait aussi rappeler, dans un autre registre, tous les colloques et rapports sur la « société de l'information » qui font l'impasse sur les contributions des sciences de l'information et de la communication, considérant qu'écouter quelques industriels et quelques hommes politiques ou hauts fonctionnaires suffit pour faire le tour de la question<sup>203</sup>. Bref, la différence entre pensée spontanée et pensée construite est universelle, surtout lorsqu'il s'agit d'information et de communication.

202— Nous ne parlons pas ici de ce qui concerne les aspects conceptuels et juridiques du « principe de précaution », qui nous semble excellent pour autant que nous puissions en juger, mais seulement de ce qui porte sur les aspects communicationnels de cette question.

203— Par exemple la Journée d'étude sur les nouvelles technologies de l'information et de la communication, organisée en 1997 par l'ENA, ou le colloque Technologies de l'information et de la communication, mutations de l'entreprise et nouvelles compétences de l'ingénieur, organisé en 2000 par le Conseil national des ingénieurs et scientifiques de France, exemples parmi tant d'autres de manifestations organisées avec des personnalités du monde politique dans le premier cas, technologique dans le second et industriel dans les deux, mais sans aucun spécialiste de la discipline de référence.



Par ailleurs, ce champ est *in fine* moins étanche aux apports des sciences sociales qu'on ne le pense souvent. Ainsi, étudiant le sens de la locution « opinion publique » chez les journalistes canadiens, Gingras remarque que « la perspective constructiviste des pratiques médiatiques s'est indiscutablement diffusée au sein de la culture journalistique. 18 des 26 [journalistes] interviewés se représentaient l'opinion publique comme partiellement construite par les acteurs sociaux... » (1996, notre trad.). Toutefois, la chercheuse relève aussi que les discours d'une bonne partie de ces journalistes à ce sujet sont extrêmement contradictoires (l'opinion publique est tantôt une réalité, tantôt une fiction), au point que nombre d'entre eux s'en avisent au cours de l'entretien : « Il ne s'agit pas là de fautes de raisonnement dues à une incapacité à articuler leur réflexion. Au contraire, ces ambiguïtés ont souvent été exprimées par les gens qui élaborent des idées complexes et comprennent les implications politiques des situations qu'ils décrivent. » (*Ibid.*) Pour résoudre ce paradoxe, Gingras sollicite le concept orwellien de « double pensée » (« doublethink »), qui évoque la capacité à accepter en toute conscience des pensées logiquement contradictoires. Bien que la référence à 1984 ne soit pas la meilleure façon d'assurer la recevabilité de ce travail, cette analogie est extrêmement intéressante : face à la distance qui sépare le journalisme tel qu'on peut l'idéaliser et tel qu'on peut effectivement le pratiquer, associer des vues inconciliables peut être une façon de se préserver (mais ce n'est alors possible qu'en renonçant à pousser les raisonnements au bout de leur logique). On peut songer ici à la double contrainte (« double bind ») de Palo Alto, mais aussi à une autre proposition, très stimulante, avancée par Bernard Delforce. Analysant les réunions d'un groupe de réflexion qui réunissait, à l'initiative de l'École supérieure de journalisme de Lille, des universitaires et des journalistes, celui-ci suggère que les difficultés de ces débats résultent de la difficulté de concilier deux visions :

*Les propos qui s'échangent au cours de nos discussions relèvent, fondamentalement, de deux systèmes conceptuels opposés.*

*Les uns s'inscrivent dans un système qu'on pourrait appeler « positiviste », où l'on considère que la réalité sociale est une « donnée » qu'il importe de recueillir, ou d'aller chercher, sans l'altérer. [...] L'informa-*

*tion y est, dès lors, conçue comme une activité « innocente » dans la mesure où elle n'a pas d'autre but... qu'informer.*

*Les autres s'inscrivent, au contraire, dans un système conceptuel qu'on appellera « constructiviste » : la réalité sociale, et donc l'information, sont conçues comme étant inévitablement le résultat de « constructions » [... sociales]. Elles résultent à la fois des logiques professionnelles et sociales qui marquent les conditions concrètes d'exercice du métier, ou la place et le rôle joué par la presse dans le champ social... , mais elles résultent aussi des schèmes de perception concurrents, socialement disponibles, à travers lesquels on donne sens à ce qui nous entoure, ainsi que des mises en formes langagières propres à la presse, qui contribuent elles aussi à « construire » l'information. (1996)*

Or, souligne Delforce, ces visions ne sont pas simplement différentes : elles ne se situent pas sur le même plan<sup>204</sup>, de sorte que certains problèmes, qui auraient du sens dans l'un de ces niveaux, n'en auraient pas dans l'autre.

*Toute la difficulté provient, ici encore, de ce que ces deux façons de parler de la profession sont aussi fondées l'une que l'autre : activité professionnelle concrète, l'activité journalistique est aussi une activité sociale symbolique. Si on ne sait pas encore bien comment articuler ces deux plans, on sait au moins, d'une part, que l'un ne doit pas nous faire oublier l'autre, d'autre part qu'il convient de ne pas les confondre pour ne pas traiter les problèmes posés par l'un dans les termes appropriés à l'autre. (ibid.)*

Mais si penser le journalisme implique de le penser simultanément selon deux systèmes difficilement conciliables – et nous sommes très enclins à le croire –, on comprend que les complications inextricables qui en résultent aient pu dissuader, et dissuadent toujours, plus d'un praticien de s'aventurer trop profondément dans cette voie.

On peut même se demander, pour aller plus loin (non sans imprudence), si la difficulté avec laquelle sont reçues certaines analyses provient simplement de la résistance au « dévoilement »

---

204– Kuhn (1970), dont nous solliciterons un plus loin un bref éclairage par transposition, pourrait dire ici que ces deux approches sont « incommensurables », c'est-à-dire que l'une ne peut être invalidée par le moyen de l'autre.

sociologique si souvent dénoncée, ou si n'intervient pas également une opposition épistémologique plus profonde et plus digne d'attention. On ne peut en effet s'empêcher de remarquer – mais ce point serait à vérifier – que cette « fracture » paraît non seulement plus profonde en France que dans d'autres pays ou d'autres continents, mais aussi qu'elle s'alimente très largement de travaux qui sont, en termes d'appartenance académique, souvent éloignés des sciences de l'information et de la communication (lesquelles, par amalgame, subissent ainsi le reproche de n'avoir « jamais mis les pieds dans une rédaction », alors que nombre de chercheurs en SIC y ont passé beaucoup de temps). Or, en retenant, pour aller vite, l'hypothèse d'une pensée praticienne majoritairement « positiviste » (pour caricaturer : « Où sont vos preuves ? »), on peut, toujours pour aller très vite<sup>205</sup>, mettre en regard, singulièrement en France et singulièrement en sociologie, une pensée savante d'inspiration largement « bachelardienne », retenant comme critère essentiel de scientificité la rupture avec le sens commun (pour caricaturer encore plus : « Notre preuve est justement le fait que vous n'êtes pas d'accord »).

Il n'entre évidemment pas dans notre optique de discuter présomptueusement cette conception, ni même de se demander si, dans les faits, elle est plus propice au dialogue qu'au monologue, mais simplement de remarquer que l'opposition n'est peut-être pas uniquement entre les barbares obtus et la science révélée, mais qu'elle pourrait être – notamment – sous-tendue par la faible compatibilité entre deux options épistémologiques, deux options parmi d'autres, dont ni l'une, ni l'autre, ni même les deux ensemble, ne sauraient prétendre à l'exclusivité du rapport à la connaissance. Il ne s'agit pas de jeter de l'huile sur un feu qui n'en a certes pas besoin, mais de souligner – dans la mesure où un système de pensée tend aussi à définir les problèmes à résoudre et les façons légitimes d'y parvenir – qu'il conviendrait peut-être d'attacher moins d'importance à la différence des réponses qu'aux différences des questions.

---

205– Quand un terrain est vraiment brûlant, on peut soit l'éviter, soit s'y aventurer avec circonspection au prix de mille détours, soit enfin le traverser en courant. Mais on n'évite vraiment les flammes que dans le premier cas.

Le discours professionnel, nous l'avons déjà remarqué, n'est pas une contestation de la recherche, ni forcément de ses résultats, mais bien de sa pertinence : les chercheurs « feraient mieux de ». Dans quelle mesure doit-il être entendu ? La question reste ouverte, mais si (pour une raison ou pour une autre) l'on souhaite que la pensée professionnelle bénéficie d'une chance d'évolution plus profonde et plus cohérente que celle que permet son déchirement entre le fouet symbolique des uns et le joug financier des autres, alors cette question est cruciale. Nous évoquerons plus loin le problème de la recherche « technique » (ou « professionnelle », ou « appliquée », bien que ces termes ne soient pas strictement équivalents), mais il faut dès à présent tenter d'en préciser les contours.

Dans notre esprit, on ne peut se limiter à considérer les objets étudiés (par exemple les méthodes de sélection ou de traitement de l'information), ou les finalités directes ou indirectes de l'étude (le fait d'espérer que les professionnels voudront bien s'en inspirer). Il convient aussi, et peut-être surtout, de considérer le rapport aux attentes de ceux-ci, explicitées ou non<sup>206</sup>, qu'il s'agisse des questions posées, des méthodes pour y répondre, ou de la forme même de ces réponses. Il ne s'agit pas là d'un détail abstrait : selon l'idée que l'on en a, on peut estimer que cette recherche est pléthorique ou minime, et du même coup réfuter ou mieux comprendre l'« incompréhension » que manifestent les professionnels. Selon son option, on peut accepter la possibilité d'un niveau d'exigence théorique différent entre recherche scientifique et recherche « technique » ou, au contraire, rejeter indistinctement dans la fange de la pensée<sup>207</sup> tout ce qui ne se hisse pas jusqu'à la première.

Les artifices ne manquent pas, qui permettraient à peu de frais de réfuter une alternative si difficilement tolérable. Ceux-là mêmes qui cisèlent le plus volontiers l'alternative, bien factice

206— Ce qui, évidemment, n'exclut pas de les questionner et, par là, d'aider à les mûrir, donc à faire progresser l'ensemble. Soulignons, s'il en était besoin, qu'il ne s'agit nullement de retirer quoi que ce soit à l'existant, ou de lui apporter quelque contrainte que ce soit, mais bien d'ajouter d'autres questions et d'autres approches.

207— Au plus grand profit des « marchands d'illusions » rencontrés plus haut, le chamanisme se nourrissant toujours de la démission des clercs.

elle, entre pureté et asservissement de la science, seraient les mieux armés pour le faire. Nous ne tenterons pas de nous en prémunir. Expliquons simplement cette retraite par le souvenir d'un haussement d'épaules et d'un haut-le-cœur. Le haussement d'épaules est celui d'une journaliste d'un quotidien national, concernée par la mauvaise image du journalisme et plus encore par les difficultés économiques de la presse. Mais face à la tentative de suggérer que des problèmes conceptuels pourraient être impliqués, la réponse fut de celles qui ne s'oublient pas : « Tout ça, c'est du baratin d'intellectuel. » L'intellectuel (?) en question eut, du reste, de nombreuses occasions de reproduire l'expérience, notamment avec le responsable national d'un syndicat de journalistes : les mots étaient un peu différents, mais le haussement d'épaules, quoique moins marqué, était bien le même<sup>208</sup>. Quant au haut-le-cœur, il est celui d'un chercheur dont les travaux sur les médias sont à juste titre appréciés. Les méandres d'une conversation agréable ayant conduit, avec la même imprudence, à évoquer une question du même ordre, le haut-le-cœur fut immédiat : « L'Université n'a pas à se préoccuper des besoins des professionnels<sup>209</sup>. » Il eût été possible, bien sûr, de remarquer que cette tranquille évidence venait de retrancher de l'« Université » (la majuscule était dans le ton) une bonne partie de ses chercheurs, non seulement dans ses disciplines dites exactes mais aussi, par exemple, dans une section voisine, les sciences de l'éducation, condamnées ainsi soit à quitter la cité des savants, soit à abandonner enseignants et proviseurs à leurs petits problèmes pédagogiques et l'INRP au statut exclusif d'instrument de gestion du social. Mais à quoi bon ? Il n'y a rien à opposer à un haussement d'épaules ou un haut-le-cœur, tant il est vrai qu'« on estime inutile de chercher à comprendre ce que l'on réprouve. » (Gide, 1931/1986)

Ces deux instantanés, bien entendu, ne sont représentatifs que de deux postures, parmi toutes celles que sont susceptibles

208— Ce point ne contredit pas l'hypothèse d'un désir, voire d'une frustration de recherche dans ce champ, telle qu'elle est attestée plus haut, mais suggère simplement l'existence d'un continuum d'attitudes. Du reste, pour être tout à fait juste, un autre responsable du même syndicat avait pris ces questions très au sérieux.

209— Sauf erreur de notre part, la première citation est reproduite *verbatim* et la seconde de mémoire, avec un doute pour les mots « préoccuper » (« s'inquiéter » ?) et « professionnels » (« acteurs ? »).

d'adopter les membres de l'une ou l'autre communauté. Certains, comme Boure (1990, 1997), appellent à une réflexion attentive sur la demande d'expertise<sup>210</sup> au sein des sciences de l'information et de la communication. Mais, pour autant, une proposition comme celle de D'Haenens (1996) – « Optimiser le dialogue communicateur-téléspectateur : un rôle pour le chercheur » – n'en semble pas moins incongrue dans une revue savante française, surtout si l'on considère la sérénité avec laquelle l'auteur (hollandais) viole, consciemment ou non, un nombre impressionnant de tabous, qu'il s'agisse des référentiels théoriques et méthodologiques qu'il évoque (proches de la psychologie expérimentale), des finalités (par exemple, mieux stimuler l'attention du télésectateur) et même de son évocation des caractéristiques que le chercheur « se doit de présenter », lesquelles évoquent plus une annonce de recrutement industrielle qu'une posture épistémologique (« dynamisme, excellente connaissance du processus de réalisation, compétences suffisantes en matière de techniques de recherche, et capacité de pénétrer l'univers créatif du communicateur. »). Mais les annonces de recrutement évoquent toujours les perspectives de carrière, ce qui, en l'espèce, serait pour le moins hasardeux.

Avant que des fourches ne se lèvent face à ce qui n'est qu'un rappel – oui, le ventre est encore fécond (très fécond même en d'autres lieux) d'où a surgi la recherche « administrative<sup>211</sup> » –, insistons encore, tant une mauvaise lecture serait séduisante : nous ne parlons aucunement dans ces pages de ce que devrait être ou non la recherche scientifique en sciences de l'information et de la communication, point sur lequel aucun livre, et encore moins celui-ci, n'a de légitimité<sup>212</sup>. Nous parlons exclusivement de la question posée de fait – et de longue date<sup>213</sup> – par la recherche technique à propos de l'information et de la communication. Pas

210– Le propos de cet auteur porte principalement sur la demande des pouvoirs publics (études, rapports, etc.), mais une grande partie de sa très robuste argumentation peut s'étendre à d'autres besoins.

211– L'« administrative research », que Lazarsfeld opposait à la « critical research ».

212– En ce sens qu'à moins de vouloir tenter un dérisoire coup de force, aborder ce thème ne peut avoir de sens qu'en des lieux internes permettant un contrôle et une confrontation : colloques ou revues à comité de lecture. Rappelons les actes d'Inforcom 90 (SFSIC, 1990), qui rassemblent près de 50 communications à ce propos sans l'épuiser aucunement.

213– Voir à ce propos la description par C. Pradié (1994) d'une tentative, avortée, de fonder dans les années 50 une « science du journalisme ».

non plus technologique (celle-là, pour le coup, n'est que trop pourvue), mais bien technique.

Même si cette distinction est, en partie, une construction *ad hoc*, la question existe indépendamment de ce document, indépendamment des exorcismes, des exhortations ou de l'indifférence. Son incidence est faible – mais non nulle – pour la recherche « amont ». Elle est moins faible – mais non dominante – pour les enseignements professionnalisants, et très forte – mais non exclusive – pour la sphère publique de la communication. Et, comme nous l'avons suggéré, elle implique, toujours en schématisant, une conception soit double, soit triple du rapport à l'objet. La première laisse le choix entre la rupture et la compromission, la science et l'enchantement. La seconde accepte, entre les deux, une position empirique médiane (mais non autonome par rapport à l'une et l'autre) où peuvent se construire des problèmes et des réponses compatibles avec ceux des deux autres, y compris par une meilleure diffusion des acquis de la première (valorisation /transposition de travaux scientifiques à des questions considérées comme « pratiques »). Pour esquisser une analogie imparfaite, la différence est celle que l'on peut trouver entre un institut scientifique, un centre technique et une association professionnelle.

Cette question ne permet pas de réponse de l'ordre de la démonstration : l'expérience montre qu'en la matière, toute position qui se veut absolue et uniquement fondée en raison a de fortes chances d'être construite sur une pétition de principe et fondée en valeurs. Mais nul ne peut éviter d'y répondre. Même l'historiographie des idées en communication est largement traversée par elle. Si, par exemple, on choisit d'en retrancher les racines antiques, omettant cinq siècles de « recherche » axiologique et instrumentale, de *Gorgias à l'Institution oratoire*, pour mieux se consacrer à la dimension sociale de l'invention du sémaphore, on y répond. Si l'on présente le réductionnisme quantitatif non comme un courant légitimement critiquable, mais comme une étape pré-scientifique, située dans le temps et dont les errances ont été collectivement abjurées depuis des lustres, comme la chimie s'est détachée de l'alchimie et l'astronomie de l'astrologie, on

y répond encore (au prix d'une certaine vulnérabilité à un éventuel examen scientométrique de ce point<sup>214</sup>).

Pourquoi s'attarder sur ce problème, à propos duquel il n'y a que des coups à recevoir et, nous l'avons dit, peu à démontrer ? Parce que c'est là que se niche ce qui est peut-être l'un des verrous majeurs de l'évolution de l'information publique, et là que pourrait se trouver l'un de ses principaux leviers.

Pour en mesurer l'importance, il faut repenser non seulement aux divers constats avancés dans les chapitres précédents, mais aussi aux discours croisés que nous avons évoqués plus haut dans ce même chapitre. Si la résistance des professionnels aux produits de la rupture scientifique y est largement attestée, il apparaît plus curieusement que ceux-ci, s'ils expriment assez clairement leurs attentes (problèmes, critères de validité), ne suggèrent guère qu'ils puissent être résolus en interne, en tout cas spontanément. Ce qui renvoie directement à la question des « sables mouvants », c'est-à-dire à celle de la capitalisation des connaissances dans ce champ. En effet, le journalisme pourrait posséder certaines caractéristiques intrinsèques susceptibles de miner éternellement son auto-réflexion, indépendamment de ses capacités propres, de sa sincérité et de l'urgence avec laquelle il ressent des problèmes.

La principale de ces caractéristiques est justement sa faible affinité pour la théorie, et elle lui est probablement consubstantielle. L'essence de ce métier est de présenter au mieux, en un temps donné et selon une longueur imposée, un état du monde pertinent et actualisé. Il repose donc globalement sur le postulat

---

214— Comme on l'a dit, le « vieux canon de 75 » tonne encore, et plus fort que jamais, dans la littérature internationale. Pire, un très grand nombre de ces travaux universitaires, notamment anglo-saxons, ne semblent nullement se soucier de s'inscrire dans un quelconque méta-référentiel théorique, se contentant d'appliquer à des objets circonscrits, et parfois fort petits, le vieux moule empiriste (problème posé, revue de question, méthode utilisée, résultats, discussion) comme s'il allait de soi. Il ne s'agit même plus de la « dérive vers le comptage » d'une « sociologie appliquée qui se définit comme apolitique et est incapable de prendre de la distance par rapport à son objet d'étude » (pour reprendre le propos de Mattelart évoqué plus haut), mais d'une non-sociologie traitant, directement ou non, d'objets de la communication sociale. Ainsi se repose la même question, sous un autre angle, que la dichotomie scientifique-non scientifique permet difficilement de résoudre d'une façon exportable. Quel statut reconnaître à ces travaux et à leurs auteurs ? Il nous semble que la notion de « recherche technique » permet d'aborder ce problème d'une façon plus élégante et moins périlleuse, sans compromettre l'autonomie d'appréciation des sciences de l'information et de la communication, et même en renforçant tant l'influence « verticale » de celles-ci vis-à-vis des champs professionnels auxquels elles s'intéressent que leur position « horizontale » au sein des sciences sociales.



fondamental (et légitime) qu'un tel travail est possible, que l'on peut, par ses propres moyens ou avec une aide limitée, circonscrire un sujet, le comprendre et le faire comprendre. Or une telle mission n'est, dans son principe, possible qu'en acceptant de ne pas trop savoir, et même en apprenant à ne pas trop savoir. Pour tout sujet, même anodin, la masse des connaissances susceptibles d'être mobilisées est écrasante. À l'extrême, sur le classique thème scolaire « une visite au zoo », le biologiste, le vétérinaire, le botaniste, l'architecte, l'urbaniste, l'historien, le sociologue, le géologue, l'économiste et sans doute bien d'autres rendraient des copies fondamentalement différentes, toutes nécessaires pour comprendre le parc, toutes plus « justes », à leur façon, que ce qu'un reporter pourrait dire de ce même parc dans un format et un délai compatibles avec le cadre technique et économique de ce métier. C'est là une banalité, mais cette banalité constitue une limite absolue du journalisme, condamné par essence à aborder la complexité du monde sans l'abri des multiples référentiels théoriques qui s'offrent à lui, mais dont chacun pourrait l'engloutir. Ainsi cette pratique implique-t-elle une « épistémologie pratique » qui lui est propre et qui mériterait, du reste, d'être étudiée et approfondie en tant que telle.

La notion d'« angle », par exemple, est souvent perçue comme un moyen de se démarquer de la concurrence, une façon spécifique de traiter une information. Mais l'angle joue avant tout un autre rôle, de nature épistémologique : il est une façon de réduire la complexité, un outil pour choisir ce qui est nécessaire et, surtout, déterminer ce qui est superflu dans le traitement d'un sujet<sup>215</sup>, en un mot une façon de « mutiler » plus ou moins chirurgicalement le réel. Considérer le journalisme en tant que façon de connaître, en tant que processus épistémologique spécifique, pourrait d'ailleurs amener d'autres éclairages utiles à l'intelligibilité de cette pratique<sup>216</sup>. Quoi qu'il en soit, l'important est ici : le journalisme pourrait bien être athéorique non par désinvolture, mais par nécessité, voire par définition. Cette remarque est elle-même théorique : outre que nombre de praticiens sont forts érudits, l'athéoricité n'est pas autosuffisante dans les faits. Quand l'appréhension d'une situation réclame de façon manifeste des connaissances dépassant celles dont ils disposent, les profession-

nels s'efforcent de recourir à des expertises tierces<sup>217</sup>. Ou, du moins, sont-ils censés s'y efforcer : ayant étudié pour l'Observatoire du CFPJ les journalistes et cadres éditoriaux qui avaient à aborder des questions d'immigration, de même que ceux ayant eu à traiter les conflits du Rwanda et de la Bosnie, Charron remarque que le fait d'avoir conscience d'un manque de connaissances « ne les conduisait pas forcément à tenter de combler ce handicap par des lectures, des entretiens de spécialistes reconnus, ou d'éventuelles formations *ad hoc* » (1996). Dans le même sens, le journaliste Robert de Jouvenel (1920) allait jusqu'à affirmer féroce-ment que ses confrères savaient parfois écrire, mais jamais lire<sup>218</sup>.

Sans suivre ce que cette pique a d'outrancière, ni, à l'inverse, prétendre justifier des légèretés documentaires parfois évidentes, on peut émettre l'hypothèse que le postulat, nécessaire et largement intériorisé, d'une autosuffisance épistémique, sans lequel ce métier ne serait pas envisageable, contribue sans doute largement à expliquer une tendance individuelle naturelle à réfléchir à ce même métier « par ses propres moyens », et donc une tendance collective à ne pas capitaliser les connaissances et, en somme, à se contenter de peu. « Jamais n'a-t-on lu autant d'appels empreints de moralisme et d'invites à l'auto-critique pour gage de changement. À situation de doute, une réponse unique et salvatrice : le mal peut être conjuré par la prescription éthique. » (Mouchon,

215— À ce titre, il pourrait constituer (horresco referens) le cousin journalistique de l'appareil épistémologique (problématique, etc.) utilisé en sciences sociales pour réduire cette même complexité.

216— Sans expliciter plus qu'en quelques mots, il faudrait, par exemple, se demander dans quelle mesure des phénomènes bien connus — cadrage cognitif (« framing »), hiérarchisation des priorités (« agenda setting »), effets de meute (« media hype », etc.) — pourraient s'interpréter en termes de constructions plus ou moins paradigmatiques : de nombreuses similitudes, notamment la capacité des paradigmes à rassembler les acteurs, à focaliser l'attention, à poser les problèmes considérés comme « légitimes », donnent en effet à penser que, sans tomber dans un relativisme absurde, un éclairage d'inspiration prudemment kuhnienne (et non une transposition éhontée de ce même modèle) pourrait donner de nouvelles prises à l'analyse, indépendamment de tout jugement de valeur sur le fond. On remarquera au passage que, de ce seul point de vue, la « façon de connaître » des journalistes pourrait être plus proche de celle des scientifiques que de celle, par exemple, des magistrats et enquêteurs, laquelle est moins socialisée.

217— Ce qui conduit à d'autres risques, comme celui de ramener son rôle à celui de porte-parole d'experts (que ceux-ci soient sérieux ou non).

218— Cette critique est récurrente jusque dans ses excès : à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, un témoin (cit. in Vuyenne, 1985) affirmait ainsi : « Quelques journaux ont une salle dite bibliothèque. Je n'y ai jamais vu de livres et je défie qui que ce soit d'en avoir aperçu un seul ; mais il y a un bibliothécaire. »

*op. cit.*) On ne peut, certes, tenir ces efforts pour nuls, ni même pour dénués de possibles effets à la marge<sup>219</sup>. Mais qu'ils soient insuffisants face aux problèmes qu'ils évoquent ne fait guère de doute. Il n'est pas surprenant que ce soit dans des pays de tradition plus pragmatique, voire plus positiviste (qu'il s'agisse de l'« épistémologie pratique » de la presse ou de l'épistémologie des sciences sociales), que cette insuffisance a été le mieux repérée par les praticiens, par exemple en Grande-Bretagne :

*Ces limites ont tout le caractère inévitable de mauvais rêves récurrents. En fin de compte, les journalistes ne disposent que d'une possibilité pour y répondre : développer des standards et des compétences universelles et agir en conséquence. Ce sont nos seules protections. Si les journalistes arrivent à faire ça, ils pourront triompher de ces limites. (Randall, 2000, notre trad.)*

Ou encore aux États-Unis :

*Nous avons entrepris de rechercher la réponse à deux questions. Si les professionnels de l'information pensaient que le journalisme était d'une façon ou d'une autre différent de la communication, en quoi était-il différent ? S'ils pensaient que le journalisme devait changer, mais que certains principes fondamentaux devaient être préservés, quels étaient ces principes ? [...] Au cours des deux années suivantes, le groupe [...] organisa l'examen le plus soutenu, systématique et complet jamais réalisé par des journalistes sur leurs méthodes et leurs responsabilités. (Kovach et Rosenstiel, 2001, notre trad.)*

Nous reviendrons un peu plus loin sur cette démarche, qui a inclus de nombreuses réunions publiques et des travaux en commun avec des universitaires (études qualitatives et quantitatives, études de contenu...), mais pas, à notre connaissance, de revue de questions – comme si la constitution de ce comité avait constitué l'année zéro de la réflexion dans ce domaine – et sans l'appui d'aucun référentiel théorique.

---

219– On peut penser que l'attention des professionnels s'est globalement renforcée sur certains problèmes, une fois ceux-ci admis. Ce point mériterait cependant d'être vérifié en comparant, par exemple, à trente ou quarante ans d'intervalle, la façon dont sont présentées les découvertes médicales susceptibles de conduire au traitement d'une maladie : la précaution en la matière pourrait – toujours globalement – s'être accrue.

Mais il faut à nouveau souligner à quel point le principe même de cette démarche n'est pas naturel dans ce champ : d'une certaine façon, on pourrait dire qu'elle est non journalistique. En effet, outre le rapport spécifique au monde évoqué plus haut, le journalisme s'inscrit dans une temporalité également spécifique, dont une composante est technique (les délais de bouclage) et l'autre plus floue mais non moins impérieuse (la notion d'« actualité »). Non seulement sa production n'est pas faite pour durer plus longtemps que l'écart entre deux éditions, mais en outre son horizon normal est le présent : la « nouvelle », c'est ce qui est nouveau ici et maintenant. Là encore, il faudrait nuancer, mais, là encore, ces aspects sont constitutifs de ce métier, même si, là encore, ils peuvent avoir des effets contestables dont on ne débattera pas ici. Ce qui compte est que cette temporalité particulière, elle aussi intériorisée, prédispose à ne pas se situer dans la durée, à ne pas laisser de traces et à ne pas en chercher. Il est frappant de voir que l'instance type de l'échange réflexif est celle, déjà évoquée, de la rencontre éphémère, sans passé et sans lendemain : tables rondes, assemblées générales et autres réunions où l'on débat dans le présent, généralement sans préparation et souvent sans se soucier d'acter les contributions<sup>220</sup>. Au mieux, un compte rendu, global et succinct, sera adressé aux seuls membres, au pire il n'en restera que le vague souvenir des participants. De ce fait, le mode normal de la production d'idées est foncièrement non cumulatif : à l'instar des journaux, toujours recommencés, une réunion chasse l'autre sans même qu'on s'en rende compte. Le dénuement conceptuel que soulignent aussi bien des journalistes que des chercheurs n'est donc pas surprenant.

*Estimer que le journalisme bénéficie d'un ensemble spécialisé de connaissances et de théories, et relève d'une formation spécialisée demeure problématique. Tandis que les chercheurs académiques ont produit un ensemble croissant de théories sur les communications de masse, et que des écoles et sections de journalisme propo-*

---

220— Les exceptions existent, mais elles sont rares. Le fait que la Fédération nationale de la presse française ait récemment pris soin d'éditer les actes de son colloque de Lille (2000) constitue à cet égard un signe encourageant, de même que l'ouvrage, évoqué plus haut, qu'avait réalisé un syndicat de journalistes. Toutefois, l'apport instrumental de ces efforts reste à démontrer : les sables mouvants sont à l'œuvre.

*sent des diplômés, le fait demeure que le journalisme peut être et est pratiqué par n'importe qui... (Aucoin, 1993 notre trad.)*

Le fait que l'utilité des écoles professionnelles soit très souvent contestée est en soi révélateur. Il ne met pas seulement en cause celles-ci mais la profession tout entière. Certes, un minimum d'attention aux recherches internationales contemporaines – par exemple sur les aspects cognitifs des processus rédactionnels – permettrait à ces écoles d'enseigner le journalisme de façon plus solide et d'offrir une valeur ajoutée beaucoup plus manifeste<sup>221</sup>. Mais affirmer que le journalisme ne s'apprend pas revient tout simplement à dire qu'il n'y a rien à apprendre en la matière, donc que l'on n'en sait rien. C'est ce que remarque d'une autre façon Rieffel en renvoyant « le défi de la formation » à celui des connaissances, donc à la profession dans son ensemble.

*Plus fondamentalement, le constat de l'inadaptation des connaissances requises et la perpétuation des mêmes méthodes de travail semblent indiquer que la profession cherche ses repères dans ce domaine et éprouve quelque difficulté à définir les contours d'un « bagage minimum commun ». À partir du moment où la profession ne se reconnaît que dans son rapport au terrain (à défaut de connaissances communes, d'une déontologie universellement reconnue et appliquée), il paraît malaisé de progresser en la matière. La profession semble à certains moments se défaire du problème alors que les enquêtes sur sa crédibilité prouvent qu'il est urgent de réagir : le public réclame des journalistes rigoureux et compétents<sup>222</sup>. (2001)*

On doit distinguer l'aspect social, l'aspect pratique et l'aspect épistémologique de cette question. D'un point de vue social, tout d'abord, le fait que ce métier ne requière pas la maîtrise *a priori*

221– Pour ne prendre qu'un exemple, les très nombreux travaux en sciences cognitives expérimentales consacrés, depuis plus de dix ans à l'expertise rédactionnelle et aux stratégies textuelles (voir Fayol, Piolat et Pélissier, 1998, Levy et Randsell, 1996...) indiquent que l'entraînement par imitation que dispensent les praticiens est peu efficace face à la complexité de cette tâche et que des approches tenant compte de cette complexité donneraient de bien meilleurs résultats.

222– Précisons que depuis lors, la profession (employeurs et syndicats) s'est engagée dans une redéfinition de ses attentes pédagogiques vis-à-vis des écoles, définition certes succincte, mais qui a le mérite d'exister. On remarquera toutefois que nulle part dans le document (provisoire) dont nous disposons, les représentants de ladite profession ne demandent aux dites écoles de contribuer à l'approfondissement de la réflexion professionnelle.

d'un corpus de connaissances spécifiques, donc qu'il soit – en théorie – ouvert à tous, est plutôt sain, puisqu'il est censé éviter l'effet de moule que pourrait faire craindre le recours exclusif à des filières spécialisées (il existe cependant des moyens assez séduisants d'éviter cette alternative<sup>223</sup>). En pratique, ensuite, ce peu de connaissances spécifiques ne peut qu'être admis par tous, puisque les « bons » journalistes, qui ont développé leurs aptitudes par intuition et par expérience, doivent penser que cette capacité va de soi pour tous les autres, tandis que les journalistes « médiocres » pourraient difficilement concevoir des exigences supérieures aux leurs. Mais, d'un point de vue épistémologique, enfin, c'est bien cette absence d'un « ensemble spécialisé de connaissances et de théories » (« specialized body of knowledge ») qui paraît condamner le journalisme à ne jamais avancer face aux problèmes qu'il rencontre.

En sociologie de la connaissance, cette situation évoque clairement le modèle de Kuhn (1970), normalement destiné à des objets plus substantiels (les sciences expérimentales), mais très éclairant ici. Il se trouve, du reste, avoir déjà été sollicité par Charron et de Bonville (1996), mais selon une lecture assez différente de celle que nous évoquons ici. Selon Kuhn, un domaine de connaissance ne commence réellement à progresser qu'à partir du moment où ceux qui s'y intéressent sont parvenus à expliciter un socle commun d'hypothèses structurant leur pensée et rendant compte du réel d'une manière sinon idéale, du moins jugée satisfaisante jusqu'à nouvel ordre par la majorité de la communauté concernée. Tant qu'ils ne disposent pas de ce socle explicite, les observateurs, « ne pouvant considérer comme acquis un ensemble commun de connaissances [...], se sentaient contraints de tout reconstruire en partant de zéro ». Ainsi, la période antérieure à cette construction est-elle marquée par « des discussions fréquentes et profondes sur les méthodes légitimes, les problèmes, les solutions acceptables » (*ibid.*). À ce stade,

*tous les faits qui pourraient jouer un rôle dans le développement d'une [question<sup>224</sup>] donnée risquent de sembler d'une égale importance.*

223– Plusieurs pays adoptent le principe d'une ouverture sans conditions *a priori*, mais en la faisant suivre d'une formation spécifique obligatoire après quelque temps de vie professionnelle.

224– Compte tenu de l'objet, nous substituons « question » à « science ».

[...] *De plus, n'ayant aucune raison de rechercher quelque information abstruse, les premiers observateurs des faits se cantonnent habituellement aux nombreux phénomènes faciles à constater. (Ibid.)*

L'analyse des situations (et *a fortiori* la recherche des bonnes solutions) ne peut donc s'affranchir d'une « confusion bourdonnante et foisonnante » (*ibid.*) qui aboutit inmanquablement à « un fatras » (*ibid.*). En revanche, une fois les hypothèses de départ collectivement explicitées, il devient possible de hiérarchiser les problèmes à résoudre, de s'attaquer de façon cohérente aux plus pertinents d'entre eux et de laisser de côté ceux qui paraissent mineurs ou qui semblent ne pas avoir de solution accessible. Cette approche conduit inmanquablement à terme à modifier les hypothèses de départ, voire à les remplacer lorsqu'il apparaît que celles-ci sont devenues incompatibles avec les nouvelles connaissances issues de cette démarche.

L'éclairage que le modèle de Kuhn, même en l'adaptant à la limite du possible, peut apporter aux difficultés que rencontrent les médias a bien entendu ses limites. Une pratique sociale comme le journalisme ne permet en rien le travail d'abstraction concertée d'une discipline telle que l'astronomie, et elle est de toute façon trop surdéterminée par des considérations et des contingences tierces pour pouvoir rêver de formes de consensus similaires<sup>225</sup>. Il n'en reste pas moins que les points sur lesquels il attire l'attention – l'importance d'explicitier les concepts, de hiérarchiser les problèmes et de ne pas penser isolément – sont déterminants, et expliquent eux aussi l'immobilisme agité du débat journalistique (qu'il soit technique ou axiologique). Toutefois, soulignons-le encore, cette situation n'implique aucunement une infériorité intellectuelle des journalistes. Elle provient en partie des contraintes d'un métier très exigeant, qui laisse à ce titre peu de temps pour le recul théorique et, en partie, comme nous l'avons vu, du réflexe normal consistant à appliquer aux difficultés

---

225– Notons cependant qu'un autre domaine important tel que la pratique juridique (qui a, pour sa part, une forme d'épistémologie pratique très développée : jurisprudence, droit de la preuve, etc.) ne permet pas non plus une démarche comparable à celle des sciences expérimentales, et est, elle aussi, soumise à des considérations et des contingences difficilement réductibles, ce qui n'a pas empêché la réflexion juridique de progresser, tant en théorie qu'en pratique.

du journalisme des approches et des méthodes journalistiques. Rien que de très honorable, à ceci près qu'en l'espèce ces approches et ces méthodes semblent toujours butter sur la complexité de ces problèmes.

À cette impasse s'ajoute (pour mémoire) la formidable opposition entre les valeurs et les contraintes, laquelle pousse tout naturellement à la *double pensée* ou aux replis vers deux attitudes antagonistes : réfuter les contraintes au nom des valeurs (exemple : Halimi, *op. cit.*) ou réfuter les valeurs au nom des contraintes (exemple : Morot, *op. cit.*). Qui erre imprudemment à découvert entre ces positions fortes (exemple : Schneiderman, *op. cit.*) est immanquablement soumis de part et d'autre au feu de critiques dévastatrices. Un troisième facteur de blocage est (toujours pour mémoire) le fait que les rédactions sont des organes de production, donc des lieux d'opposition entre dirigeants et salariés. Il est par conséquent difficile de dépasser ce cadre devant les problèmes communs. Comme le souligne le directeur de l'hebdomadaire *Marianne* : « D'un côté il y a les congrès du capital avec uniquement des patrons de presse, d'un autre côté des congrès de syndicats avec uniquement des journalistes, il est terrible qu'il n'existe pas un seul congrès où l'ensemble de la profession puisse se réunir. » (Kahn, 2000)

Bref, tout semble se conjuguer pour maintenir le débat dans ses termes habituels. Or, si la question des connaissances et des méthodes professionnelles est si importante, c'est justement parce qu'elle permet de réduire un peu ces difficultés en les abordant différemment, au-delà du bien et du mal, des gentils et des méchants.





## 11. D'autres approches

Si l'on s'astreint à considérer les problèmes de pertinence et même de crédibilité de l'information sous un angle strictement instrumental, de nouveaux aspects émergent, dont les enjeux sont loin d'être simplement instrumentaux.

En prenant, par exemple, l'entreprise de presse en tant qu'entité de production marchande, on est amené à prendre en compte la problématique qui importe tant pour ses semblables, celle de la qualité. Le secteur de la presse a été parmi les derniers à se préoccuper vraiment de la gestion (analytique, prévisionnelle, etc.), d'où une vulnérabilité qui a conduit de très nombreux journaux au dépôt de bilan ou à la perte de leur indépendance, et d'autres à connaître des retours de balancier brutaux<sup>226</sup>. Quelques décennies plus tard, l'industrie, et même le secteur tertiaire, se sont découverts un nouvel impératif : la démarche qualité. On peut sans grand risque pronostiquer que la presse, écrite ou audiovisuelle, sera parmi les dernières à suivre ce mouvement (si ce n'est pour ses services techniques : l'imprimerie, c'est sérieux). L'idée paraît presque saugrenue<sup>227</sup> : on a assez dit que l'information n'était pas une marchandise comme les autres... Pourtant, note Michel Mathien (2000) : « Pour qui étudie la profession de journaliste, la question de la qualité est au cœur des discours des professionnels de l'information. » Au cœur des discours, certes. Mais si l'on voulait sérieusement dépasser ces discours – ce qui reste à démontrer –, l'examen des huit principes de base de la démarche qualité (ISO, 2001) pourrait provoquer plus que cent débats passionnés sur l'avenir de l'information ou l'éthique du journalisme.

À titre d'exemple, le principe premier stipule que les entreprises doivent faire tout leur possible pour comprendre les besoins actuels et futurs de leurs consommateurs, atteindre leurs exigen-

226– Une partie des « dérives » pourrait en provenir : les journalistes n'ayant – globalement – pas su ou pas voulu s'intéresser à la gestion, ce sont des gestionnaires qui se sont occupés du journalisme.

227– Bien qu'une chaîne comme ABC dispose d'une « vice-présidente chargée de la qualité éditoriale ».

ces de qualité et même chercher à dépasser ces attentes. Les principes deux et trois portent sur la qualité, la cohérence et la sincérité dans la direction et la gestion des salariés (notamment « fournir aux salariés les moyens nécessaires, la formation et la liberté d'agir de façon responsable »). Les principes quatre et cinq, surtout, imposent une réflexion approfondie sur les processus d'élaboration et de production, l'explicitation soigneuse des objectifs recherchés, des moyens utilisés et des procédures suivies, la définition des améliorations possibles, la recherche des ressources, méthodes et outils pouvant favoriser de telles améliorations, etc. On s'en tiendra là, mais la suite est de la même eau.

Si telle est la nouvelle bible du monde des affaires, il n'est pas interdit de penser qu'elle attire plus de faux dévots que de vrais croyants. Quoi qu'il en soit, le simple fait de se demander, mais uniquement par analogie<sup>228</sup>, à quoi pourrait bien correspondre une démarche de « qualité informationnelle » à l'intérieur d'une rédaction ne manque pas d'un certain piment, surtout si l'on rappelle que cette notion de qualité n'est ni angélique dans ses intentions ni contre-productive dans ses effets, mais vise au contraire à accroître l'efficacité des organisations, en un mot leur « professionnalisme », et à assurer leur pérennité.

*Quels que soient les domaines dans lesquels ils s'appliquent, les processus d'amélioration de la qualité possèdent une première vertu, et non des moindres, qui est d'obliger l'ensemble des acteurs participant au déroulement d'un processus à se réunir pour en analyser les différentes étapes... (Scalie et Duncombe, 1999)*

L'admonestation à ses pairs d'un journaliste, lui-même ancien rédacteur en chef, devrait donc être écoutée avec attention :

*Les dernières générations de rédacteurs en chef n'ont pas été capables, jusqu'à présent, de relever les défis lancés par les problématiques liées à la gestion, au commerce et à la pérennité de leurs propres entreprises. La direction des opérations a ainsi été déposée dans les mains des professionnels de la finance, de l'industrie ou du marketing qui n'en demandaient pas tant. [...] Du coup, lorsqu'il s'agit aujourd'hui de restructurer économiquement un titre, cela se passe dans notre dos à no-*

228— Il ne s'agit évidemment pas de plaquer sur l'information des moules exogènes, mais simplement de lui fournir de nouveaux angles de réflexion.

*tre grand étonnement. Coincés par le refus des outils d'études-lecteurs, méfiants vis-à-vis des questions d'argent et rejetant a priori toute idée issue du management, nous payons très cher cette affection qui consiste à vouloir se placer au-dessus des stratégies de la presse sur son marché. L'imperméabilité, évidemment nécessaire, entre journalistes et publicitaires a déteint dans le mauvais sens, sur les relations entre ceux qui font la presse et ceux qui la gèrent.*

*À l'intérieur de leurs propres structures, journalistes, chefs de service, rédacteurs en chef n'ont jamais osé aborder de front les thèmes de la motivation, de la compétence, de la récompense, de la qualité, de la communication interne. Serions-nous si particuliers, si différents... ? (Rousseau, 1996)*

Toutefois la question de la « qualité » journalistique et éditoriale n'est qu'un exemple – volontairement extrême, voire saugrenu – des pistes que pourrait ouvrir une approche moins passionnelle et plus méthodique des fondements de ce métier, et plus généralement de la communication sociale des informations et connaissances.

Pour évoquer d'autres exemples, bien réels ceux-là, il faut s'intéresser aux initiatives nord-américaines. Précisons qu'aucune fascination particulière n'entre dans ce choix : la tradition de pragmatisme, voire de positivisme, des médias américains les a souvent conduits à trancher avec une certaine candeur des questions<sup>229</sup> dont notre tradition plus « philosophique » permet de mieux percevoir la complexité, à défaut d'aider à l'affronter. La pensée journalistique américaine n'est exemplaire ni dans les faits<sup>230</sup>, ni en théorie<sup>231</sup>, mais elle peut contribuer à apporter un éclairage intéressant, ne serait-ce que par contraste. En effet, confrontés à des problèmes similaires (et parfois plus sévères<sup>232</sup>)

229– Voir, plus haut, l'exemple des « travaux » de Ruth Clark et la confiance avec laquelle ceux-ci ont été reçus et aussitôt appliqués.

230– Le traitement de l'actualité outre-Atlantique n'est pas nécessairement supérieur à celui que nous connaissons en France et est même beaucoup plus contestable sur certains points (comme en atteste, par exemple, l'existence d'une presse populaire de très bas niveau).

231– Nous reviendrons sur ce point plus loin. Précisons par ailleurs que nos recours à des sources anglophones sont aussi dus – outre leur visibilité supérieure – à nos insuffisances linguistiques, qui nous restreignent pour l'essentiel aux pays anglophones et francophones.

232– La pression des ratios de rentabilité financières sur les journaux et stations cotés en bourse (ou dont les groupes le sont) est particulièrement lourde.

que ceux que connaît l'information en France, les éditeurs ou les journalistes se sont impliqués dans de nombreuses initiatives dont beaucoup font écho au besoin d'« études systématiques » et de « statistiques » qu'évoquait plus haut Joffrin. Certains de leurs résultats ont, du reste, déjà été mentionnés dans les chapitres précédents, mais il n'est pas inutile de voir dans quel contexte ils ont été produits.

*Les données sur la perception des questions économiques par les citoyens américains et leur compréhension de l'action du gouvernement font partie d'une série d'études financées par la Kaiser Family Foundation, en collaboration avec l'Université de Harvard et le Washington Post. Ce programme, présenté comme « un triple partenariat et une expérience pour combiner la recherche quantitative et le journalisme », a notamment conduit, comme on l'a vu, à constater un profond déficit d'information en matière économique. Son retentissement permet de penser que, comme le souhaitaient ses partenaires, il « contribuera à une meilleure compréhension des connaissances du public sur les questions majeures auxquelles le pays est confronté, et à des efforts plus efficaces des médias pour éduquer, informer et engager les citoyens dans le débat national ». La Kaiser Family Foundation, comme plusieurs autres fondations, finance par ailleurs des bourses (d'un montant unitaire de 45 000 \$) destinées à permettre à des journalistes de mener pendant un an, en liaison avec des universitaires, des projets de recherche personnels sur des problèmes concernant la santé publique. Elle a également commandité l'une des plus larges études quantitatives jamais réalisées aux États-Unis sur l'usage des médias par les enfants, et a par ailleurs développé un programme d'assistance spécialement destiné aux scénaristes de télévision ou de cinéma désireux d'évoquer l'univers de la santé sans commettre trop d'erreurs.*

*L'Association des quotidiens américains (Newspaper Association of America), l'Association des rédacteurs en chefs (American Society of Newspaper Editors) et l'Institut du management de presse (Media Management Center) de la Northwestern University se sont engagés dans un projet d'une ampleur sans précédent – le budget pour la première phase est de plus de dix millions de dollars sur deux ans – afin d'étudier en détail les facteurs qui interviennent dans l'adéquation des journaux à leurs lecteurs. Confrontés à des indicateurs préoccupants (lectorat vieillissant, perte globale de tirage de 10 % en 10*

ans), les partenaires de la Readership Initiative entendent évaluer ce problème sous tous les angles : non seulement l'appréciation des lecteurs (la première enquête a impliqué le dépouillement de 37 000 questionnaires de 12 pages), mais aussi la structuration des contenus, l'atmosphère interne des rédactions, les attitudes et attentes des journalistes et dirigeants de journaux, etc.

La Foundation for American Communications, dont le comité d'orientation comprend plusieurs responsables de journaux et de télévisions, et qui est à la fois financée par des journaux, des entreprises et des fondations, édite de nombreux « news backgrounder », guides et dossiers techniques de référence, disponibles gratuitement. Ils portent notamment sur l'économie, les sciences et techniques, et l'environnement. Parmi les titres disponibles, L'épidémiologie pour les journalistes détaille en une dizaine de courts chapitres très clairs les méthodes quantitatives utilisées en médecine, les limites de ce type d'études et les conclusions qu'on peut ou non en tirer. Sur un thème proche, Faire un reportage sur un risque explique des notions comme taux d'exposition et taux de toxicité, évoque les risques de biais, aborde la perception des risques par le public, etc. Un autre guide se présente comme un lexique des termes économiques à l'usage de la presse non spécialisée. Des documents plus brefs, souvent rédigés par des journalistes respectés, évoquent aussi bien des problèmes généraux comme La tyrannie de l'anecdote ou L'économie locale est souvent ignorée par les journalistes que des points d'actualité comme Comprendre les propositions de réforme du système fiscal ou Se préparer au sommet de Kyoto.

Le Committee of Concerned Journalist est un regroupement de professionnels, associés à des universitaires, destiné à « clarifier les principes professionnels du journalisme », à mieux les expliquer au public, et à « impliquer et informer les propriétaires de journaux sur ces principes ainsi que sur leur valeur financière et sociale ». Il a développé un réseau national dans ce but, organisé plus de vingt forums (actés) et publié divers documents « à la recherche d'un consensus sur nos standards professionnels ». Son action se confond en partie avec celle du Project for Excellence in Journalism, plus universitaire, qui travaille notamment sur l'amélioration des programmes de formation des journalistes et sur les méthodes de traitement de l'actualité. C'est par exemple dans ce cadre qu'a été réalisée l'étude, évoquée plus haut, mon-

trant à partir de l'analyse de près de 2 000 articles une profonde contradiction entre les désirs affichés (« les quotidiens parlent de plus en plus de la nécessité d'expliquer et d'interpréter ») et la réalité de leur traitement éditorial très insuffisant sur ces points.

Le Newslab, centre technique à but non lucratif, vise à constituer « un pont entre les chercheurs académiques et les professionnels du journalisme, de façon à ce que les leçons retirées dans le champ académique puissent être partagées plus largement qu'elles ne le sont actuellement, et que les besoins des professionnels puissent être pris en compte dans les projets de recherche académique ». Surtout destiné aux télévisions locales, le centre, qui s'intéresse essentiellement au traitement des informations « substantielles et complexes », dispose d'un laboratoire permettant de tester l'efficacité informative (compréhension, mémorisation) de différentes stratégies d'exposition télévisuelle : « Parce que ces nouvelles approches font de la « bonne télévision », elles peuvent encourager les stations à s'attaquer à des sujets que beaucoup d'entre elles abandonnent actuellement à la presse écrite. » Le Newslab sert aussi de centre de ressources pour les enseignants en journalisme télévisé, à qui il fournit du matériel pédagogique et une assistance.

Le Freedom Forum est issu du legs très important d'un magnat de la presse. Outre un musée de la presse (le Newseum), ses diverses composantes, notamment le First Amendment Center – qui dépend de l'Institut d'études politiques de l'Université Vanderbilt – et le Media Studies center, organisent des tables rondes nationales dont ils publient systématiquement la synthèse (par exemple, « Sondages : les médias ont joué avec le feu »), éditent la revue de réflexion Media studies journal, financent des prix et de multiples programmes nationaux ou internationaux (Amérique du Sud) sur la didactique du journalisme, la parité et la représentativité ethnique dans les rédactions, etc. Le Freedom Forum commandite en outre de très nombreuses études et rapports. L'un d'eux concerne l'évolution de l'enseignement du journalisme aux États-Unis, un autre les problèmes des relations entre le monde scientifique et les médias, un troisième présente les principaux programmes d'amélioration (« best practice ») mis en place par les quotidiens américains, etc. Le Freedom Forum a notamment lancé, avec l'Université du Nord-Dakota, un programme d'études doctorales permettant aux journalistes de réaliser une thèse. Réservé aux journalistes ayant au moins dix ans de pratique et accompagné de bourses de

50 000 \$ par an, ce programme est destiné à contribuer au développement d'un corps de professeurs ayant une double compétence professionnelle et académique. Les postulants, en principe titulaires d'une maîtrise, doivent s'engager à enseigner effectivement après leur doctorat<sup>233</sup>.

Le Pew Charitable Trust se définit comme « un incubateur pour des expériences en journalisme civique, qui permet aux entreprises de presse de créer et d'approfondir de meilleures méthodes pour rendre compte de l'actualité, afin de réengager les citoyens dans la vie publique ». Il organise sur ce thème de fréquentes rencontres (conférences, séminaires, etc.), finance des recherches et des études de cas sur la pratique du « journalisme civique », son impact (notamment sur les ventes...), ainsi que des sondages sur les attentes et les intérêts des lecteurs. Plusieurs ouvrages et synthèses sont disponibles en ligne ou adressés gratuitement aux journalistes. Le centre finance également l'expérimentation ou la mise en place au sein des rédactions de nouvelles méthodes de traitement de l'information. Une autre branche du Pew Trust, le Pew Center for the People and the Press (initialement fondée par le groupe de presse *Time Mirror*), commande plusieurs dizaines de sondages par an – seul ou en partenariat – sur la perception des questions d'actualité par le public, sur l'opinion du public à propos du traitement journalistique de tel ou tel sujet, ou encore... sur l'opinion des journalistes sur tel ou tel problème. Une récente étude, menée avec la *Columbia Journalism Review* (Columbia University) s'intitulait *L'autocensure : combien de fois et pourquoi ?* (surtitre : *Quand les journalistes ont peur de l'actualité*), une autre *Le difficile travail d'informer les électeurs* (surtitre : *Un public fragmenté et sceptique*).

La place manque pour évoquer ici le Poynter Institute, la Nieman Foundation for Journalism de l'Université de Harvard, la Society of Professional Journalists (notamment auteur d'une charte déontologique qui fait référence), et d'autres initiatives conduites par des sociétés savantes, des agences gouvernementales, des groupements professionnels (comme l'Association des rédacteurs en chef) et, bien sûr, les universités. Un dernier exemple

233— Précisons que le *Freedom Forum* a été confronté à une sérieuse crise financière, qui l'a récemment conduit à réduire certaines de ses initiatives les plus intéressantes.



à ce propos : l'Université de l'Indiana a créé une remarquable bibliothèque de cas éthiques accessibles en ligne : « Cette collection de cas a été créée pour les enseignants, les chercheurs, les journalistes professionnels et les consommateurs d'informations, afin de les aider à explorer les problèmes éthiques du journalisme. » Elle se compose de plus de cent problèmes qui se sont posés à des journalistes, souvent analysés a posteriori par ceux-là mêmes qui les ont vécus : conflits d'intérêts, respect des victimes, sursimplification, impact de l'information sur une communauté, etc.

Cette profusion de centres spécialisés et d'initiatives professionnelles laisse songeur si on la compare à la situation française. Elle montre en tout cas que les tables rondes ne constituent pas la seule réponse possible aux problèmes rencontrés. On ne saurait pour autant en conclure que ces démarches sont des modèles à adopter sans restriction. Certaines d'entre elles laissent planer une certaine ambiguïté idéologique ou professionnelle. Frank (1999) rappelle ainsi que le directeur du Freedom Forum, Allen Neuharth, avait été le concepteur du quotidien *USA Today* dont la première formule, lancée en 1982, pouvait difficilement passer pour un parangon de bon journalisme<sup>234</sup>. De même, les notions de « civic journalism » ou de « public journalism », très stimulantes en soi, n'en sont pas moins ambivalentes, puisqu'elles renvoient – comme tout propos dans ce domaine (et nous ne nous en excluons pas) – au problème fondamental du journalisme, déjà rencontré plus haut : l'imbrication inextricable des préoccupations civiques et commerciales, qui tantôt se conjuguent, tantôt s'opposent. Cette ambivalence est si forte qu'elle dépasse le champ journalistique pour se retrouver, intacte, dans la sphère savante. Ainsi, introduisant les travaux relativistes de Schröder, pour qui les notions de valeur ou de qualité d'un document dépendent de l'écho qu'il suscite effectivement chez un public, Dayan (1993) note que ce changement de perspective « est séduisant dans la mesure où il

---

234– Archétype d'une approche marchande de l'information, privilégiant les sujets superficiels et réduisant le traitement des sujets complexes à son plus strict minimum, *USA Today* avait suscité de très vives critiques de la part des autres rédactions (McCartney, 1997). Le fait qu'il n'ait vraiment connu le succès qu'après avoir évolué vers un traitement plus solide de l'actualité constitue une indication intéressante sur les limites des approches commerciales et des modèles issus du marketing, au même titre, du reste, que l'échec d'*Info-Matin* en France.

interdit désormais de parler au nom d'un public, de le maintenir en état de tutelle. L'alternative qu'il propose à cette tutelle diffère-t-elle cependant des lois du marché ? »

Par ailleurs, vouloir se rapprocher des intérêts communautaires de ses lecteurs, ce qui est le mot d'ordre du « public journalism », peut conduire à des lectures différentes selon que l'on remplace le terme lecteur par citoyen ou par *consommateur*. Non sans forcer un peu le trait, Frank (*loc. cit.*) le résume ainsi :

*Les problèmes du journalisme américain ont suscité une réponse à peine meilleure que les maux qu'elle cherche à endiguer : le « journalisme du public » (« public journalism »). [...] La voie du salut s'impose : pour être de meilleurs démocrates, les journalistes doivent devenir de meilleurs commerçants, se soucier davantage des enquêtes d'opinion et d'audience. Ayant ainsi rompu avec l'« élitisme », s'étant rapprochés du « peuple », ils renoueront aussi avec l'un des credo du monde des affaires : les marchés et l'avis des clients (la demande) représentent la seule forme de démocratie possible, le conflit social est devenu dysfonctionnel.*

Cette analyse s'inscrit dans un débat plus ancien et plus large entre mercantilisme et militantisme, voire entre information et opinion, débat important mais dépassant de beaucoup notre propos. Il est du reste inévitable, et nécessaire, que tout projet dans ce champ bénéficie d'une suspicion vigilante, en particulier ceux qui, parce qu'ils s'engagent dans une logique « réformiste » prenant acte des contraintes de base (notamment économiques) sont susceptibles de marcher. Contentons-nous de noter qu'une réponse qui ne constituerait qu'une faible avancée (« à peine meilleure ») n'en constituerait pas moins une avancée dans un domaine où les pistes ne sont pas si nombreuses. Mais un autre problème de ces initiatives, plus fondamental, réside dans leur logique résolument et exclusivement empirique. Le plus souvent, même lorsqu'ils associent des universitaires, ces travaux reposent sur d'assez faibles exigences méthodologiques. En un mot, la pensée médiatique américaine s'efforce de produire des données, ce qui vaut certainement mieux que des discours, mais la façon dont ces données sont recueillies et analysées en limite beaucoup la portée, tant en termes de valeur scientifique que d'efficacité pratique. En réalité, une approche moins désinvolte vis-à-vis des acquis des sciences

sociales (ne serait-ce que pour se questionner elle-même) conduirait à des résultats souvent plus solides, tandis qu'une meilleure prise en compte des travaux déjà disponibles lui permettrait d'aller plus loin... et pour moins cher. En effet, on ne constate guère de volonté de relier ces données à d'autres pour former un tout cohérent. Le plus souvent, chaque initiative se suffit à elle-même et, sans trop de recul, développe ses propres concepts et méthodes, dont il serait bien difficile de tirer un schéma d'ensemble.

On retrouve ici de façon frappante l'indifférence bibliographique que nous avons notée plus haut dans le cas de la France, mais celle-ci est d'autant plus ennuyeuse en l'espèce qu'une démarche empirique coupée de tout repère théorique et se dispensant d'explicitier ses hypothèses a de grandes chances de conduire à des résultats apparemment convaincants mais erronés, axiologiquement douteux et, de surcroît, peu en phase avec la réalité des pratiques ou des attentes. Ainsi, l'exemple des États-Unis remplace-t-il les communautés françaises concernées, et notamment la communauté scientifique, devant une alternative délicate : l'ostracisme réciproque, qui conduit inmanquablement à un empirisme brouillon, ou l'écoute également réciproque au risque, de part et d'autre, de mises en question. L'importante thèse de C. Pradié (*op. cit.*), et notamment la partie qu'il consacre à « L'échec d'une science empirique française de la presse », montre bien comment dans les années 50, ce rendez-vous, déjà tenté, a été manqué, ne profitant *in fine* qu'aux instituts de sondages qui se sont développés à cette occasion.

Pour en revenir à la situation nord-américaine actuelle, on notera enfin que le nombre même des initiatives les rend peu accessibles pour la plupart des praticiens, par un effet de profusion déconcertant, voire décourageant : les médias américains auraient sans doute grand besoin d'un centre de référence, synthétisant et indexant les travaux des autres centres. Bref, même si l'on peut estimer que la France a un retard considérable dans la prise en compte de ces problèmes, on peut aussi penser que ce retard serait aisément comblé – et à moindres frais – par une approche non moins pragmatique mais plus fine. Au vu, par exemple, des premiers résultats de la *Readership Initiative*, on se risquera même à faire le pari, un peu cocardier, qu'il serait possible d'apprendre

beaucoup de petites choses utiles aux éditeurs américains à partir d'un réexamen de leurs propres données...

Précisons toutefois que ces initiatives, le plus souvent financées par de grandes fondations philanthropiques, ne constituent pas le seul niveau de la recherche praxéologique américaine. À mi-chemin entre elles et la recherche académique traditionnelle se situe une véritable tradition de recherche universitaire appliquée. Celle-ci relève principalement de la puissante *Association for Education in Journalism & Mass Communication*, qui rassemble les enseignants-chercheurs en journalisme et en communication. Elle édite plusieurs publications scientifiques, dont la prestigieuse *Journalism et mass communication quarterly*, revue de référence internationale dans ce domaine, et organise chaque année un colloque international dont l'importance (17 divisions, 350 sessions) n'a rien à envier aux grands colloques de physique ou de chimie. De l'autre côté, plusieurs revues professionnelles – telles que la *Columbia journalism review* (Columbia University) et l'*American journalism review* (Université du Maryland) – proposent des enquêtes de bonne qualité sur les problèmes et les évolutions du journalisme, sous une forme magazine attirante et très accessible.

Le dispositif américain couvre ainsi, avec un volontarisme et des moyens importants, la totalité du spectre allant de la réflexion praticienne la plus immédiate aux travaux académiques les plus austères<sup>235</sup>. Si imparfait que puisse être ce dispositif à divers points de vue, du moins offre-t-il au champ médiatique une dynamique conceptuelle sans équivalent en France. Outre le « public journalism », que nous avons évoqué, des notions aujourd'hui largement répandues, telles que la précision journalistique (« precision journalism ») ou le journalisme d'initiative (« entreprise journalism »), tentent respectivement d'approfondir et d'apporter des solutions à des problèmes clairement identifiés : en l'espèce, le

---

235– Nous n'aborderons pas ici ce dernier point, d'une part parce que traiter des recherches académiques américaines en sciences de l'information et de la communication dépasserait, comme on l'a dit, les possibilités et les ambitions de cette étude, d'autre part parce que nous n'avons pas de raison de penser que la France ait quoi que ce soit à envier aux États-Unis dans ce domaine. Notons, de même, que nous n'avons pas évoqué le vigoureux dispositif d'analyse critique des médias, représenté par des organes tels que *The Nation*, ni des figures éminentes telles que Noam Chomsky et des organisations telles que Fair, ce courant pouvant être, *mutatis mutandis*, mis en regard d'un mouvement français non moins dynamique (*Le Monde diplomatique*, Pierre Bourdieu, Acrimed...).

manque de rigueur dans le traitement des données quantitatives et des statistiques dans le premier cas, et la tendance croissante à perdre l'initiative de l'information (conférences de presse, « événements » organisés, etc.) dans le second.

On s'est souvent inquiété, non sans raison, du rôle dominant des États-Unis dans certains champs de la production intellectuelle, du cinéma à la génétique. Mais notre désintérêt pour la pratique de l'information (prise beaucoup moins au sérieux que le cinéma) explique peut-être que les pouvoirs publics ne se soient guère émus du fait que ce même pays est de très loin le principal producteur de modèles dans ce champ. C'était par exemple le cas, au XIX<sup>e</sup> siècle, du journalisme de reportage (contre le journalisme de doctrine<sup>236</sup>), ainsi que de la distinction faits-commentaires<sup>237</sup>, puis des normes d'écriture de base (« lead 5W + H », pyramide inversée – cf. note 128), puis des travaux sur la lisibilité et, plus tard encore, de la notion d'« information service » (« news you can use »), sans parler du « nouveau journalisme » (Tom Wolfe), de l'information continue inaugurée par CNN et, dans une certaine mesure, du journalisme d'investigation (incarné symboliquement par les figures de Woodward et de Bernstein). Voudrait-on défendre l'inventivité conceptuelle nationale qu'il faudrait d'abord la trouver ou, du moins, favoriser les conditions de son explicitation. L'idée, là encore, semble saugrenue : se soucier de la didactique du journalisme ou des moyens d'approfondir sa méthodologie professionnelle (mais en combinant une réelle rigueur dans le recueil et l'interprétation des données et un respect de l'épistémologie pratique de ce champ) demanderait un rapprochement inimaginable entre journalistes, éditeurs, chercheurs et pouvoirs publics.

On pourrait ironiser en remarquant que la production de l'information publique semble constituer, dans la société de l'information, une question beaucoup moins importante que les « arts du clown » pour lesquels un institut vient d'être créé, d'autant que cet institut fait partie d'un dispositif national, soit « II

236— Pour des synthèses récentes, voir Delporte (1999) et Ferenczi (1993).

237— La célèbre phrase « Les commentaires sont libres, les faits sont sacrés » est cependant due à un Britannique, Charles Prestwich Scott, directeur du *Manchester Guardian*, qui la formula dans un éditorial (5 mai 1921) à l'occasion du centenaire de ce quotidien.

pôles régionaux pour les arts du cirque, visant à soutenir la création, élargir la diffusion, sensibiliser les publics et contribuer à la structuration de la profession... » (Ministère de la Culture et de la Communication, 6 juillet 2001), dispositif auquel s'ajoutent l'École nationale du cirque, le Centre national des arts du cirque et l'Académie nationale contemporaine des arts du cirque. Mais cette ironie serait malvenue : non seulement parce que le cirque est une affaire tout à fait sérieuse, mais aussi parce que l'intérêt des pouvoirs publics répond probablement à une demande collective et relaie des initiatives qui ne semblent pas exister pour la presse, et enfin parce que cette dernière reçoit par ailleurs du même ministère une multitude d'aides économiques. Il s'agit en réalité d'aides aux médias<sup>238</sup> et aucunement d'aides au journalisme, mais la nuance est peu perçue<sup>239</sup>. Tout au plus pourra-t-on remarquer un point plus significatif : tandis qu'un « véritable schéma directeur de l'enseignement et de la formation professionnelle dans le domaine du cirque » s'est avéré nécessaire, un bref rapport (discutable à divers égards et de toute façon sans lendemain) a été demandé à un professionnel en ce qui concerne l'enseignement du journalisme. Pour l'anecdote, le nombre d'écoles professionnelles est à peu près similaire dans les deux domaines, mais on ne souhaite pas à l'enseignement du cirque de devenir l'otage d'oppositions comparables à celles qui paralysent celui du journalisme<sup>240</sup>.

Comparaison n'est pas raison, bien sûr. Surtout quand on tend à les multiplier. Mais les analogies n'en ont pas moins une certaine valeur heuristique (non démonstrative). Conservons donc cet outil. Si une comparaison était surtout utile, ce serait en termes de recherche technique sectorielle. On n'évoquera pas le droit, la médecine, l'éducation ou l'agriculture, mais plus humblement l'exemple de la blanchisserie, dont les enjeux pour la société moderne ne doivent pas être sous-estimés. À elle seule, l'en-

238— Ou aux lecteurs, si l'on considère qu'elles réduisent leur coût d'accès à l'information.

239— Elle l'est un peu, comme en témoigne l'existence du Fonds de modernisation de la presse quotidienne, mais il serait intéressant d'étudier en détail, dans les projets qui lui sont parvenus, lesquels concernent vraiment les « contenus ».

240— D'une part entre syndicats d'employeurs et de salariés, d'autre part entre écoles universitaires et écoles associatives.

tité formée par le Centre technique de la teinture et du nettoyage et l'Institut de recherche sur l'entretien et le nettoyage emploie près de 50 personnes, mène une veille documentaire active et développe, en collaboration avec des laboratoires publics, une dizaine de programmes de recherche liés aux préoccupations de cette branche. Mais il n'y a pas là matière à comparaison : il n'existe, pour l'information<sup>241</sup>, aucune structure susceptible de jouer un rôle de ce type, ni même de centraliser et rendre largement accessibles toutes les données disponibles, en les transposant d'une façon compatible avec les attentes des professionnels (à supposer qu'attente il y ait). Les écoles elles-mêmes se sont, pour l'essentiel, détournées de ces problèmes, soit pour des raisons de financement (les centres d'études des deux grandes écoles associatives – CFPJ et ESJ – ont tous deux été mis en sommeil dans l'indifférence générale), soit pour des raisons, déjà évoquées, d'habitus académique.

De même, on chercherait en vain, dans les multiples programmes de recherche que finance le ministère du même nom, quoi que ce soit concernant le journalisme ou susceptible de le concerner. Non seulement parce que la majorité des responsables de la recherche publique semblent avoir définitivement confondu informatique et information<sup>242</sup>, mais aussi et surtout parce que la conscience d'un besoin dans ce domaine n'existe chez personne. Ce qui, en soi, est peut-être une spécificité nationale. Les cas évoqués plus haut pourraient en effet laisser supposer une différence d'approche entre la puissante Amérique, industrielle et volontiers positiviste, et le reste du monde. L'idée serait confortable, mais elle est fausse. Même l'Ouganda, qui n'a ni la tradition ni la tradition praticienne ou scientifique de ce pays, ni ses moyens, ni les nôtres, possède un Institut national du journalisme destiné à « conforter les standards professionnels et à encourager la recherche en journalisme ». Plus près de nous, une récente étude sur

241– Nous employons évidemment « information » dans son sens original.

242– Plutôt que de développer, on ne saurait trop vivement conseiller de lire le bref rapport du Comité de coordination des sciences et technologies de l'information et de la communication (CCSTIC, mai 2000), disponible en ligne (<http://www.recherche.gouv.fr/rapport/ccsti.htm>), lequel est plus édifiant que tout ce qui pourrait être dit à ce propos.

l'évolution de l'enseignement du journalisme en Europe indique que la recherche professionnelle est une préoccupation importante dans la plupart des pays étudiés.

*Au Danemark, le gouvernement, en association avec l'industrie, a pris une intéressante initiative pour faire avancer une réponse rapide et adéquate. Elle part du postulat que le développement d'un programme d'action cohérent suppose une implication de tous les partenaires concernés : la profession, le monde éducatif, la communauté scientifique et les autorités. Ces acteurs peuvent mieux remplir leurs responsabilités s'ils ont à leur disposition un centre de ressources capable d'aider à élaborer des stratégies et tester des modèles pédagogiques, ainsi que de susciter des recherches plus approfondies là où elles sont nécessaires. Cela vaudrait la peine de voir si un tel service pourrait être implémenté dans d'autres pays.*

*Les personnes rencontrées dans cette étude, notamment aux Pays-Bas, ont exprimé le besoin d'un institut national pour faciliter la recherche, la formation continue, de façon à stimuler l'établissement d'une plate-forme nationale de discussion et d'échanges. Il semble que le marché soit désireux de soutenir une forme de modèle éducatif thématique et réflexif, mais ne peut trouver le temps ou le cadre, du fait des limitations structurelles des médias, de développer séparément une telle initiative. Cela suggère qu'un institut national, qui n'entrerait pas nécessairement en concurrence avec les centres de formation existants, pourrait trouver un terrain fertile dans tous les pays que nous avons visités, comme cela a été le cas au Danemark. (Bierhoff, Deuze et de Vreese, 2000)*

Le Centre pour le journalisme et la formation continue, évoqué par ces auteurs, mérite qu'on s'y arrête. Celui-ci a pour objectif principal de...

*...jouer un rôle clef dans le développement d'un système d'apprentissage permanent pour les journalistes et les autres travailleurs des médias, en développant de nouvelles formes de formation continue et en accroissant les niveaux de connaissance et de compréhension sur le journalisme et les processus éditoriaux grâce à la recherche et à l'analyse. [Il] ne prend pas en charge les activités de formation première mais facilite l'information sur le journalisme au Danemark et au-delà, ainsi que sur les nouvelles méthodes et concepts dans l'enseigne-*



*ment du journalisme. Le centre fournit aussi un lien entre les enseignants en journalisme et les responsables d'entreprises [et] conduit et publie des recherches dans le domaine du journalisme. (Ibid)*

Mais à quoi bon multiplier les exemples disparates, mentionner l'énorme dispositif de recherche professionnelle financé par la télévision publique japonaise (NHK) ou les études de la BBC, noter des intitulés tels que le Centre de recherche et développement en journalisme de l'Université de Tampere (Finlande), parler du centre d'études privé Innovation en Espagne, ou évoquer les approches d'universités britanniques, comme celle du département de journalisme de l'université de Cardiff, qui se flatte de la réputation de ses membres « à la fois dans la pratique du journalisme et en recherche » et qui « se dédie particulièrement à l'interface entre la recherche et les pratiques professionnelles », ou encore la position de la City University (Londres) :

*Alors que la plupart des recherches en communication ont une base sociologique ou d'analyse culturelle critique<sup>243</sup>, la recherche du département [de journalisme] se consacre aux pratiques, aux habitudes et aux conventions des médias, tirant partie de l'expérience pratique acquise par tous ses membres au sein des médias. La stratégie de recherche en journalisme de [notre université] vise à être pertinente pour l'expérience quotidienne et les méthodes des journalistes en activité. Tout en étant rigoureuse sur le plan théorique, la recherche du département de journalisme est claire, évocatrice et accessible dans sa méthode et dans son langage.*

Multiplier les exemples aurait plusieurs inconvénients. D'abord le risque de lasser, si ce n'est déjà fait. Ensuite celui de laisser entendre que règne, au-delà de nos frontières, une réflexion professionnelle intense, cohérente et systématique partout et chez tous. Or, en Grande-Bretagne, par exemple, le praticien-enseignant Michael Bromley ne voit que « peu de réflexion sur (et par) la profession », même s'il semble essentiellement ranger sous ce terme la pensée liée à « la tradition universitaire de recherche critique » (1998) qui, si nécessaire qu'elle soit, n'épuise pas forcément la

243— Notre traduction, approximative, de la locution « cultural studies ».

gamme des approches possibles. Ensuite le risque de suggérer, par contraste, que la France est totalement absente de la recherche en journalisme ou, à défaut, sur le journalisme, ce qui serait évidemment très abusif. Bien qu'avec des moyens dérisoires, et un rapport à la pratique parfois ambigu, divers chercheurs (notamment au CUEJ, à l'IFP, au CELSA, à l'ICM de Grenoble, à l'IUT de Lannion<sup>244</sup>...) apportent à ce domaine des éclairages qui, bien qu'il soit impossible de tous les évoquer ici, ne sauraient pour autant être passés sous silence. En matière d'histoire et d'économie des médias, par exemple, ou encore de sociologie des journalistes ou, plus généralement, de la communication, les recherches très consistantes ne font pas défaut. Même dans une perspective plus explicitement praxéologique, quelques initiatives, beaucoup plus rares, peuvent être remarquées, comme les travaux sur la déontologie des médias développés à l'IFP par Claude-Jean Bertrand ou, toujours sur ce thème, l'action de Jean-Marie Charon, lequel est notamment à l'origine des Entretiens de l'info, dont la première édition (2001) s'est tenue dans le cadre des rencontres d'Hourtin.

Toutefois, si utiles que soient ces avancées, l'impact dont elles peuvent bénéficier dans la sphère des médias demeure, par essence ou par échelle, assez limité et en tout cas disproportionné par rapport aux enjeux, dans la mesure où leur moteur est une aspiration à la vertu qui, si elle existe bien chez nombre de professionnels, n'est pas forcément le ressort le plus puissant : « La seule question est de savoir comment faire pour que les journalistes, qu'ils soient ou qu'ils ne soient pas disposés à la vertu, aient intérêt à être journalistiquement vertueux<sup>245</sup>... » (Bourdieu, 1996) De ce point de vue, l'inscription de l'éthique dans la technique – à moins que ce ne soit de la technique dans l'éthique – nous semble un point important. Or, sans remettre nullement en cause l'indiscutable valeur intrinsèque de ces démarches, on peut se demander si elles ne risquent pas, du fait même de leur existence, de contribuer à masquer par leur présence la quasi inexistence d'une

244– Nous n'évoquons ici que les structures, accréditées ou non, ayant un rapport direct avec l'enseignement du journalisme : il faudrait, sinon, mentionner aussi un bon nombre des instituts d'études politiques ou des centres de recherche en sciences de l'information et de la communication.

245– La citation est ici décontextualisée, les moyens assez coercitifs qu'envisageait cet auteur n'étant pas précisément ceux que nous évoquons.

recherche professionnelle, notamment didactique et technique, digne de ce nom, c'est-à-dire capable, au-delà des observations ou des exhortations, de dégager des données significatives, des repères opérants et des voies fécondes, compatibles avec les contraintes de ce métier.

*Le seul élément dont l'avenir ne puisse être mis en cause par une évolution technologique quelconque, le seul qui résisterait à l'abandon éventuel du papier imprimé comme support, restera la qualité rédactionnelle. [...] La grande majorité des patrons de presse ne s'en est toujours pas aperçu, et cet aveuglement constitue le seul danger sérieux et global qui pèse sur la presse. (Servan-Schreiber, op. cit.)*

Non, l'information n'est décidément pas une marchandise comme les autres. Les autres, on ne se contente pas de les analyser ou d'en débattre, on les améliore. L'État dépense pour cela près d'un milliard d'euros par an<sup>246</sup>. Dont une bonne partie pour préparer « l'entrée dans la société de l'information ».

---

246— Crédits alloués à la recherche industrielle dans le Budget civil de recherche et de développement pour 2001. (Ministère de la Recherche, 2000)

## Conclusion

Presses de l'enssib



## L'espace public est-il important ?

Au vu de ce qui précède, on aura compris pourquoi ce document, pas plus que l'étude qui lui a donné naissance, n'aboutit à des propositions précises. Quand une industrie tout entière se désintéresse de sa « production » et de son « marché » au point de paraître avant tout préoccupée par les problèmes de fiscalité ou de distribution, quand une corporation tout entière ne parvient qu'à subir et gémir, palabrer et dénoncer, quand une discipline académique se maintient si scrupuleusement à distance de l'objet qu'elle étudie (et enseigne...), quand un problème concerne tant de domaines ministériels (culture, communication, recherche, enseignement supérieur, industrie) qu'il ne relève finalement d'aucun, il faudrait être bien présomptueux, ou en tout cas naïf, pour espérer apporter des solutions. Surtout quand tant d'autres ont renoncé ou échoué. Ainsi Schwœbel, qui avait abordé les problèmes de l'information sous un autre angle – celui des contraintes économiques et financières – avait multiplié à ce sujet les propositions audacieuses (dont une « Fondation nationale de l'information ») sans résultat notable. Il est vrai qu'il avait lui-même posé un diagnostic d'une décourageante justesse :

*Cette indifférence, pour ne pas dire cette incompréhension fort générale des problèmes capitaux que pose l'information dans les temps modernes est d'autant plus étonnante que, pour l'instruction de leurs enfants, les Français ont fort bien compris l'importance d'un enseignement de qualité. [...] Le fait des plus surprenants est précisément qu'ayant de grandes exigences pour l'instruction de leurs enfants, les adultes en aient si peu pour leur propre information, sauf pour leur vie professionnelle et la défense de leurs intérêts matériels qu'ils considèrent souvent de la façon la plus myope. (Op. cit.)*

De même, l'amer bilan que dresse Jules Clauwaert (1996) de plus de dix ans de vaines démarches passées par le Groupement des rédacteurs en chefs des quotidiens régionaux à tenter de sensibiliser parlementaires et ministres, de droite ou de gauche, à l'utilité de généraliser le principe des « chartes rédactionnelles » ne laisse guère d'espoir quant à l'importance réellement accordée aux pro-

blèmes et enjeux de cette information dont on parle pourtant si abondamment. La double pensée, tout compte fait, n'est pas propre aux journalistes.

Peut-être l'angle technique que nous avons rapidement exploré est-il plus consensuel que d'autres, mais pas au point d'ébranler « cette indifférence, pour ne pas dire cette incompréhension fort générale ». En tout état de cause, des propositions n'auraient guère de sens sans une consultation des différents acteurs concernés ou susceptibles de l'être. Veut-on tout de même du « concret » ? On n'aura qu'à reprendre les exemples évoqués plus haut et trier, selon ses convictions, le bon, le moins bon et le franchement mauvais. Ou mieux, remonter encore plus haut, et se demander, parmi les problèmes évoqués, quels sont les plus urgents et les plus susceptibles de donner prise à de nouvelles approches. On sera, du reste, loin d'épuiser les pistes possibles, qu'elles soient ambitieuses, comme un grand programme de documentation et de recherche sectoriel<sup>247</sup>, ou minimalistes, comme le traitement de certains points aisément identifiables. Le CSA, par exemple, ferait à lui seul plus pour la qualité de l'information publique que toutes les tables rondes organisées à ce propos, s'il pouvait simplement exiger des chaînes qu'elles identifient de façon claire les émissions relevant de la responsabilité de leur direction de l'information et celles dépendant d'unités « variétés » ou « divertissement ».

Cette seule idée semble suffisamment irréaliste pour aider à percevoir l'état des choses. Mais si le journalisme, à force d'abdication, finit de se fondre dans le grand tout de la « production de contenus », si la pression financière d'un côté et les « ricanements » de l'autre finissent de décomposer les « règles qui régissent en principe le métier de journaliste » (Joffrin, *op. cit.*) avant même que celles-ci n'aient été vraiment explicitées, alors on pourra dire à tous ceux qui se plaignaient à juste titre de celui-ci – les hommes politiques, les chercheurs, les journalistes eux-mêmes – qu'ils

---

247– Les pouvoirs publics disposent d'outils adaptés, tels que les Actions concertées incitatives (ACI) ou les Réseaux de recherche et d'innovation technologiques. Selon la définition du ministère : « Les réseaux de recherche et d'innovation technologiques ont pour but de favoriser le couplage entre la recherche publique et les entreprises, sur des domaines jugés prioritaires par le gouvernement dans les secteurs où l'effort conduit par les structures habituelles est jugé insuffisant. »

n'ont rien fait pour lui. L'un des témoignages les plus frappants en a été apporté par Catherine Trautmann, alors ministre de la Culture et de la Communication. Répondant à une intervention du sénateur André Diligent sur les écoles de journalisme<sup>248</sup> (« à une époque où la défense de notre culture, de notre langue est devenue essentielle, aider ces écoles est, croyez-moi, l'un des meilleurs placements qu'un gouvernement français puisse faire »), la ministre a d'abord affirmé que la formation dans ce domaine était une de ses « préoccupations », puis a simplement ajouté, avant de passer à autre chose, qu'elle ne disposait d'aucune ligne de crédit dans ce domaine :

*Je crois en effet que si nous voulons avoir des professionnels qui soient eux-mêmes garants du pluralisme et de la qualité de l'information, nous devons avoir des écoles performantes. Mais, comme vous l'avez constaté vous-même, le budget de la Communication que j'ai eu l'honneur de vous présenter ne comporte pas de ligne consacrée à de telles subventions. Il ne contribue donc pas directement au financement des structures de formation initiale ou de formation continue. (Sénat, CR séance du 5 décembre 1998)*

Peut-on mieux décrire que ne le font ces quelques phrases la distance entre « préoccupations » de tous et fatalisme des mêmes ? Peut-on mieux mesurer l'importance attribuée à la formation initiale ou continue des journalistes français, donc à la qualité de celui-ci, qu'en réalisant que les écoles, privées ou publiques, n'ont (ou, en tout cas, n'avaient) rien à attendre du ministre en charge de la communication ? Pourtant, on voit mal qui pourrait mieux que ces écoles être le foyer d'un approfondissement des modèles, des connaissances et des méthodes professionnelles. Ce ne sont en tout cas pas les mises en cause récurrentes qui fourniront des solutions prêtes à servir. S'il est depuis toujours objet de débats, le journalisme n'est pas un champ de réflexion collective mais un champ de bataille où s'affrontent, en le piétinant, des intérêts qui ne sont pas les siens. Industriels et écologistes, prédateurs financiers et mouvements syndicaux, magistrats et avocats, scien-

---

248— Cet échange s'inscrivait dans le contexte de la crise financière des écoles de journalisme associatives, mais ses implications concernent évidemment l'ensemble des écoles et, plus généralement, l'importance accordée à l'évolution du journalisme.



tifiques et charlatans, vedettes et marchands de notoriété, « conservateurs » et « progressistes », tous sont prêts à lui dire ce qu'il doit être ou ne pas être, tandis que lui-même y a renoncé, si ce n'est en endossant la pensée de tel ou tel de ces groupes.

Mais on ne saurait réduire à la seule question du journalisme les questions soulevées plus haut. La qualité de l'information collective, son sens même, concerne, comme on l'a vu, une multitude d'acteurs, notamment les partis politiques et les organismes gouvernementaux. Là encore, les pistes sont nombreuses, au premier rang desquelles une attention plus sérieuse et plus systématique aux connaissances et aux intérêts des citoyens dans tous les domaines du débat public (juridique, politique, économique, scientifique...), et une perception un peu moins négligente des processus en jeu. En l'absence de toute structure (observatoire sociographique, etc.) susceptible de jouer en la matière un rôle incitatif, mais aussi un rôle documentaire de référence, la pensée praxéologique ne pourra, faute de repères, que s'en tenir à l'absurde alternative entre qualité et quantité, entre d'un côté des initiatives culturalistes (musées, chaînes spécialisées, etc.) pour le petit groupe des bons élèves du corps social, et de l'autre le jeu des petites phrases, des images symboliques et des slogans creux pour une masse qu'il est plus facile de croire stupide que de comprendre blasée. Là aussi, quelques exemples exotiques pourraient aider à montrer qu'à défaut de remèdes miracles, les initiatives possibles ne manquent pas. Toutefois, là encore, il n'est pas certain que leur invocation soit utile. Comme le journalisme en particulier, la communication sociétale en général n'intéresse qu'à des fins intéressées. À part quelques idéalistes (de Condorcet à Apel et Habermas), qui se soucie vraiment de la respecter en soi plutôt que de l'instrumentaliser ? Par ailleurs, comme le journalisme, la communication n'est pas un domaine propice à la constitution d'une véritable expertise, c'est-à-dire d'une position médiane entre une approche savante non instrumentale et une approche instrumentale dépourvue de repères<sup>249</sup>.

249— De surcroît, comme on l'a déjà noté, le choix d'une argumentation fondée en raison (*logos*) serait fondamentalement désavantageux : pourquoi vouloir construire du sens, et par là s'exposer, se rendre vulnérable aux tricheurs, quand il est plus facile (et plus efficace à court terme) de s'en dispenser comme eux ?

Enfin, la possibilité d'apporter des réponses un peu sérieuses aux problèmes concrets de la communication sociétale est, comme on l'a vu, étroitement liée au développement des sciences humaines et sociales en général, et des sciences de l'information et de la communication en particulier (même si, dans une certaine mesure, l'inverse est également vrai). Dès lors que des problèmes présentent une certaine complexité, il n'est pas de vraies connaissances techniques qui puissent se construire indépendamment de la communauté académique. Or, l'attention publique portée à cette dernière semble étroitement reproduire celle que nous avons remarquée pour le développement des seuls aspects techniques ou du seul journalisme. Il y a plus de dix ans, par exemple, la Société française des sciences de l'information et de la communication alertait les ministères concernés sur l'importance de penser à « la structuration d'un milieu de recherche » et, notamment, « que soit créé un grand Centre de Recherches, qui pourrait se positionner à l'interface des SHS et des préoccupations techniques ». La plupart des demandes – il y en avait d'autres – ont gardé leur actualité. Mais c'est peut-être leur conclusion qui reste la plus fraîche : « Il n'y a pas lieu d'attendre pour déboucher sur leur application. Le passé a été fait de trop d'hésitations et de retards. » (SFSIC, 1990)

Nous serions ravis, bien sûr, si, contre toute probabilité, notre travail conduisait à une avancée, si minime soit elle, en quelque domaine que ce soit, mais nous serions déjà satisfaits si, au moins, les éléments rassemblés dans ces pages pouvaient contribuer à ramener à de plus justes proportions les discours qui saluent régulièrement la priorité accordée à « faire entrer la France dans la société de l'information ». Mais même cet espoir, faut-il l'ajouter, est plus que mince.

Il a fallu des décennies pour que la société dans son ensemble prenne conscience de l'importance de ses rapports avec son environnement physique. Est-il envisageable que la société dans son ensemble prenne un jour conscience de l'importance de ses rapports avec son environnement cognitif?

Cette analogie, si boiteuse soit elle, suffit pour en douter. Certes, quelques similitudes pourraient a priori le suggérer. Le problème environnemental, bien qu'ancien, n'a cessé de s'in-

tensifier avec l'évolution des activités humaines. Il a fallu du temps pour le prendre au sérieux : le développement de cette préoccupation a été et demeure lent et polémique, les attaques outrancières (« il faut tout changer ») et les contre-attaques lénifiantes (« on ne peut faire autrement ») se répondant inlassablement, mais conduisant à une sensibilité générale, plus pondérée et capable de se traduire dans les textes et dans les faits<sup>250</sup> (qui aurait imaginé dans les années 60 que l'on puisse arrêter un chantier d'autoroute pour protéger un scarabée ?). À l'instar de l'environnement physique, l'environnement cognitif est largement victime de la surexploitation (par exemple le battage autour de pseudo-événements télévisuels ou autres), du gaspillage<sup>251</sup>, et il est constamment pollué, parfois involontairement (informations erronées), parfois volontairement (propagande). Par ailleurs, comme nous l'avons noté plus haut, sa dégradation pourrait être cumulative (moins on en sait, moins on a envie d'en savoir). Notons enfin qu'il est beaucoup plus difficile d'en retirer les déchets que de les y déverser : même dans le domaine académique, en principe le plus vigilant en la matière puisque les contributions sont censées être contrôlées par la communauté scientifique avant et après leur publication, plusieurs études ont montré que les erreurs, une fois introduites dans le système, y demeurent et y prospèrent durablement<sup>252</sup>.

Mais ces similitudes, plus heuristiques que profondes, ne doivent pas masquer des différences plus significatives encore. Contrairement à la protection de la nature, l'information est une cause « obscure », dont les enjeux autres qu'immédiats sont peu vi-

250— On notera d'ailleurs que les premières mesures en faveur de la préservation de l'environnement, bien avant qu'elle ne devienne une question politique majeure, ont été, outre l'organisation de conférences, la création de parcs nationaux (dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle en Amérique du Nord, beaucoup plus tard en France) : peut-être devrait-t-on considérer les musées et chaînes culturelles comme des réserves à savoirs où ceux-ci s'ébattraient librement, protégés des nuisances commerciales. Si l'on souhaite continuer à filer l'analogie, on pourra se demander si la nostalgie que manifeste Habermas pour l'espace public de la communication du siècle des Lumières n'est pas comparable à celle que l'on peut éprouver pour la nature telle qu'elle était à la même époque.

251— Dans le sens où Schwäbel parle d'une « carence générale des moyens d'information dont les possibilités techniques, devenues pourtant considérables, sont littéralement gaspillées » (*op. cit.*)

252— Qu'il s'agisse de résultats de recherche invalidés, qui continuent à être largement cités comme valides bien après que leurs auteurs se sont rétractés (Budd, Sievert et Schultz, 1998), de phénomènes inexistantes ou de références bibliographiques erronées mais fréquemment reproduites dans les articles ultérieurs (Skrabanek et McCormick, 1992 ; Derby et Ward, 1983...).

sibles. Tout, de surcroît, y est ambigu et paradoxal, et prétendre la servir est dangereusement proche de prétendre l'asservir. Elle semble donc condamnée à demeurer une cause vacante, sans repères et sans perspectives, pour laquelle nul ne songerait vraiment à se mobiliser. Du reste, les conditions d'une «écologie de l'information» allant au bout d'elle-même dépasseraient de beaucoup ce seul objet : apprendre à penser la complexité et l'inter-subjectivité, en somme apprendre à chacun à connaître et à douter, sont des défis (ou des utopies) à très long terme, d'ordre philosophique et éducatif, qui engagent autant chaque individu que la société tout entière. Mais sans aller si loin, peut-être est-il temps de considérer que nos rapports avec l'information et la communication sont suffisamment importants pour bénéficier, au-delà du cénacle des spécialistes et des militants, d'une attention et d'un recul qui soient à la mesure de ces enjeux et qui puissent se traduire dans les pratiques de consommation et de production.

À sa manière, l'analyse que nous avons proposée témoigne douloureusement des impasses auxquelles risque de conduire toute tentative de penser la pratique informationnelle dans une perspective praxéologique. Son propos se voulait clair : recourir à la confrontation systématique de trois types d'éclairages (praticiens, quantitatifs et théoriques) en vue d'explorer, sous une forme accessible, deux hypothèses successives. La première, assez banale, était que le développement marchand de la quantité d'informations disponibles ne pouvait être pris pour un développement de l'espace public de la communication qu'à condition de demeurer obstinément indifférent à la nature et au sens des contenus échangés. La seconde, un peu plus spécifique, suggérait que la façon dont ce problème était abordé par les différentes communautés concernées (médiatique, politique, scientifique...) était le plus sûr garant du maintien, voire de l'aggravation, de ce même problème. Mais en fin de compte, peut-être n'aurons-nous démontré de facto que l'impossibilité d'une pensée médiane. Ballotté sans cesse entre des contraintes et des influences opposées, ce livre n'a pu résister à aucune, sans pour autant espérer en satisfaire une seule. Selon la position de chacun, on pourra légitimement le juger positiviste ou relativiste, cynique ou candide, trop

critique ou trop complaisant, trop hétérogène ou trop incomplet, trop simple ou trop abstrait, trop prudent ou trop catégorique... Rien de tout ceci ne peut être contesté : tout est juste en fonction de l'angle envisagé. Nous n'affirmerons donc finalement qu'une seule chose : s'il n'y a pas de voie médiane, il n'y a pas de voie du tout. Et s'il n'y a pas de voie, alors il est inutile de se préoccuper de l'avenir de l'information : elle sera, au mieux, ce qu'elle est déjà, et au pire ce que les forces à l'œuvre voudront bien en faire.

Presses de l'enssib

## Annexe

Presses de l'enssib



## En guise de post-scriptum : un témoignage d'outre-tombe.

*Hawaï est plus communément associé aux chemises à fleurs et aux cocktails exotiques qu'aux grands problèmes de société. C'est pourtant là qu'à été écrit un adieu à l'information dont beaucoup de journalistes à travers le monde pourraient, un jour ou l'autre, avoir à s'inspirer pour rédiger le leur.*

*Aux États-Unis, bien des hommes de presse ont fait des analyses similaires – et, comme on l'a vu, nombre d'entre eux ont entrepris de réagir – mais celle-ci frappe par la clarté de sa synthèse et la force de sa conclusion. Elle permet ainsi de percevoir, d'une rive à l'autre de l'Atlantique, des différences significatives (notamment la très dure pression financière à laquelle sont soumis les organes d'information américains) mais aussi et surtout des similitudes fondamentales dans l'évolution globale du rapport à l'information. La question centrale qu'elle assène, à travers la métaphore des sucreries (les divertissements) et des épinards (les nouvelles « importantes »), est bien celle que devra résoudre le monde de l'information. Mais pour le Star Bulletin, il est trop tard. L'auteur de cette tribune<sup>253</sup>, Gerry Keir, n'est plus concerné non plus, si ce n'est comme citoyen. Ancien responsable éditorial du journal concurrent, il travaille aujourd'hui dans une banque...*

### **Pas de nouvelles : bonne nouvelle**

**... pour un nombre croissant d'Américains qui ont perdu l'appétit de lire les journaux ou de regarder les informations télévisées. Et comment cette tendance aide à tuer le journal que vous êtes en train de lire en ce moment.**

Une procédure judiciaire maintient ce journal en vie, mais aucune personne comprenant l'économie de la presse ne croit que le Star-Bulletin d'Honolulu a un futur à long terme. Sa mort privera plus de cent personnes de leur travail et Honolulu de sa seconde voix,

---

253– Parue dans le numéro du 11 mars 2000 du Star Bulletin. Traduction : B. Labasse.



indépendante, en presse écrite. Tragique. Toutefois, la question n'a jamais été de savoir si le *Star Bulletin* allait mourir, tout au plus de savoir quand, car les Américains sont de moins en moins intéressés par l'actualité et la vie publique. Dans tout le pays, les quotidiens – en particulier les journaux du soir – sont en train de mourir.

En 1965, un ménage américain moyen lisait plus d'un quotidien. Aujourd'hui, seuls 57 pour cent des foyers lisent un quotidien la semaine; seuls 60 pour cent en lisent un le dimanche. La perte d'intérêt pour l'actualité est particulièrement frappante chez les jeunes. Un Américain de moins de 30 ans sur quatre, environ, lit un journal la semaine, contre deux personnes sur trois chez les plus âgés. Hawaï n'est pas différent [...]

Les chiffres ne sont pas plus encourageants pour l'information télévisée. Dans un soir de semaine, moins de 25 pour cent des foyers regardent ABC, CBS ou NBC. L'information télévisée a le même problème pour toucher les plus jeunes. Ils sont plus nombreux à regarder Jerry Springer<sup>254</sup> que l'un ou l'autre des présentateurs des trois journaux télévisés. Plus de la moitié de ceux qui regardent l'information des grands réseaux ont plus de 55 ans. Regardez un peu qui sponsorise ces émissions: une marque de colle pour dentiers, une teinture pour cheveux gris, des comprimés pour l'estomac.

Là encore, malheureusement, Hawaï est le miroir de l'ensemble du pays. L'audience combinée de tous les réseaux décline depuis les années 70.

Qu'en est-il d'Internet? La plupart des gens qui l'utilisent ne le font pas pour l'information. Ils envoient plutôt des Emails, visitent des forums et des sites non liés à l'actualité. Sur les 25 sites les plus visités, seuls deux concernent l'information: CNN et Pathfinder du groupe Time-Warner. Des recherches ont montré que les assoiffés d'informations de CNN et Pathfinder utilisaient aussi presque toujours d'autres médias.

Dans une journée ordinaire, seule la moitié de la population accorde son attention à l'actualité. Les drogués de l'actualité ont donc toute la place pour la lire, la regarder ou y surfer, pendant

---

254– Un animateur de divertissements particulièrement racoleur (n.d.t.)

qu'un nombre croissant d'Américains – tout particulièrement les jeunes – n'en consomment pas du tout.

Dans le même temps, des changements majeurs se sont produits dans le paysage économique des médias, et par définition dans l'information elle-même.

La disparition des entreprises familiales de presse locale et l'essor des grandes chaînes nationales de quotidiens est déjà une vieille histoire. Il y avait 1300 quotidiens indépendants en 1940, juste 300 aujourd'hui, pour la plupart des journaux de petites villes, et ils ne représentent que 20 pour cent de l'ensemble. La législation sur les successions a obligé des propriétaires locaux à vendre, comme l'a fait ici la famille Twigg-Smith en cédant l'*Advertiser* au groupe Ganett en 1993.

Il ne manque pas d'acheteurs industriels, car les quotidiens demeurent très rentables. Les bénéfices d'exploitation des groupes de presse atteignent 20 % de leur chiffre d'affaires, le double de la moyenne des autres secteurs industriels. Un quotidien, comme n'importe quelle entreprise, doit faire des bénéfices pour survivre et remplir son rôle démocratique. La presse est un secteur cyclique. Les coûts d'impression, un poste de dépenses majeur, varient de façon brutale. Les volumes publicitaires montent ou descendent de façon spectaculaire en fonction des cycles de l'économie. Mais les actionnaires, surtout les institutionnels, n'aiment pas les cycles. Ils veulent une progression à chaque trimestre de chaque année. Une société cotée en bourse s'efforce donc d'amortir les pics et les creux.

Les conglomérats de presse aiment beaucoup contrôler les coûts en réduisant les effectifs (ce qui veut dire moins de journalistes) et les coûts de fabrication (ce qui veut dire moins de pages pour l'information). Une autre façon de réduire les coûts est d'engager une main d'œuvre à bon marché, ce qui implique des reporters moins expérimentés dans les télévisions locales du pays. On peut aussi accroître la rentabilité en changeant la composition du mélange que l'on sert. À force d'ajouter de la publicité, les journaux télévisés de 30 minutes présentent moins de 20 minutes d'information.

En plus de réduire les dépenses, les entreprises d'information essayent aussi d'accroître leurs revenus à l'aide d'études de mar-

ché. Elles demandent à des gens quelle sorte d'informations ils veulent et essayent de la leur donner. Ce n'est pas nécessairement malsain. Toute activité économique doit rester en contact avec ses consommateurs. Malheureusement, les études de marché ont souvent créé un régime allégé en information. Plus de desserts moelleux, moins d'épinards. À la suite d'études de marché, par exemple, le *Chicago Tribune* a cessé de couvrir le Pentagone.

La plus célèbre de ces études a été *Changing Needs for Changing Readers*, écrit en 1978 par Ruth Clark. Elle concluait que les lecteurs étaient moins intéressés par l'actualité brute (la Maison blanche, le Pentagone, l'économie, les assemblées parlementaires). À la place, selon Ruth Clark, ils voulaient « de l'attention à leurs intérêts personnels... des informations sur des sujets individuellement utiles, comme la santé ». En 1982, *USA Today* a adopté son approche, et beaucoup d'autres quotidiens ont suivi. Les médias imprimés et audiovisuels ont accru la part de leur contenu consacrée aux « styles de vie » et réduit celle de l'actualité brute.

- En 1977, une couverture de *Time* sur cinq était consacrée à l'actualité internationale. Actuellement une sur vingt. Les vedettes sont aujourd'hui trois fois plus souvent en couverture que les affaires étrangères.

- La couverture des parlements d'États est en chute libre. L'assemblée du Michigan était couverte par 25 journalistes au milieu des années 70 : ils ne sont plus que 15 aujourd'hui. Les journalistes parlementaires du Connecticut sont deux fois moins nombreux. Aucun journaliste de télévision californien n'est affecté à la couverture du parlement de cet État. Dans l'ensemble du pays, les assemblées d'États sont couvertes par 500 journalistes, contre 3 000 pour le championnat de football américain. [...]

- Les études de marché disent que le crime plaît. En conséquence, l'offre d'information sur les crimes s'accroît pour satisfaire la demande. Le taux d'homicides aux États-Unis a baissé de 20 % entre 1993 et 1996, mais, sur les réseaux télévisés, les informations concernant des meurtres ont progressé de 721 %.

Même les responsables de la télévision sont préoccupés par ces tendances :

Paul Friedman, producteur exécutif d'ABC World News Tonight: « *Sous la pression, l'information nationale devient impossible à distinguer de l'information locale; en tête en matière de sang et de tripes.* »

Dan Rather<sup>255</sup>: « *Nous passons des sujets dont nous savons, au plus profond de notre cœur de journaliste, qu'ils ne répondent pas aux critères d'une information nationale. Nous les passons parce que nous sommes terrifiés à l'idée que nos concurrents puissent les passer et nous devancer.* »

Walter Cronkite<sup>256</sup>: « *Les réseaux nationaux font maintenant de l'information comme s'il s'agissait d'un spectacle. Nous avons toujours su que l'on pouvait gagner des lecteurs ou des téléspectateurs en faisant du bas de gamme, et maintenant, on découvre que la mauvaise monnaie chasse la bonne.* »

La conséquence des études marketing est que l'on confond ce qui intéresse le public avec l'intérêt du public. Est-ce qu'au moins ça marche? Non. Après des années de choix éditoriaux influencés par le marketing, de plus en plus de gens sont parfaitement heureux de se passer d'informations.

Et alors? Pourquoi faudrait-il s'en préoccuper?

Il faudrait s'en préoccuper parce que toute démocratie en bonne santé a besoin que les citoyens accordent une certaine attention à la vie publique. Elle a besoin de médias pour relayer les informations sur la vie publique. Si les médias ne le font pas, ou qu'on n'y prête pas attention, la démocratie dépérit.

Pourquoi de moins en moins de gens s'intéressent-ils à l'information? Peut-être parce que les Américains ont le sentiment qu'ils ne peuvent pas changer les institutions publiques et qu'ils ne se sentent donc pas concernés par elles. C'est une spirale vers le bas. Moins de contact avec l'information détruit la base commune d'information des citoyens, réduit la qualité du débat public et les changements que l'on peut attendre des élections. Et donc, les gens s'y intéressent moins.

255—Présentateur de CBS Evening News (n.d.t.)

256—Autre présentateur célèbre de CBS, aujourd'hui à la retraite (n.d.t.)

Comment les journalistes pourraient-ils dire aux citoyens ce qu'il faudrait qu'ils sachent, d'une façon qui leur donne envie de le savoir. Comment les médias pourraient-ils rendre les épinards appétissant, plutôt que de fournir simplement plus de sucreries?

Bonnes questions.

Pendant ce temps, les tracés sur les graphiques plongent. Et le Star Bulletin est face à sa fin.

Presses de l'enssib

## Bibliographie

Presses de l'enssib



**Abgrall, J.-M. (1998).** *Les charlatans de la santé*. Paris : Payot.

**Albert, P. (1998).** *La presse française*. Paris : Documentation française.

**Albertini, J.-M. (1997).** Les représentations : fécondité d'un concept flou. In *Représentations mentales et nouvelles technologies éducatives* (Actes des rencontres des 17 et 18 décembre 1997). Lyon : Université Lyon 2/Insa.

**Allen, C. (1997).** *Sold American : The influence of US news consultants on newscasts in Great Britain and Germany*. Communication au colloque annuel de l'Association for Education in Journalism and Mass Communications. Columbia, SC : AEJMC.

**Amalou, F. (2001).** *Le livre noir de la pub*. Paris : Stock.

**American Psychological Association (1995).** *Intelligence : knowns and unknowns*. Report of a task force established by the Board of Scientific Affairs of the American Psychological Association. Washington.

**Astin, J.A. (1998).** Why patients use alternative medicine. *Journal of the American Medical Association*, 279 : 1548-1553.

**Aucoin, J. (1993).** *The MacIntyrean social practice paradigm and the study of journalism development*. Communication au colloque annuel de l'Association for Education in Journalism and Mass Communications. Columbia, SC : AEJMC.

**Badinter, E., Badinter, R. (1988).** *Condorcet, un intellectuel en politique*. Paris : Fayard, 1988.

**Baillargeon, J.-P. (1998).** Statistiques culturelles : méthodes, usages, pratiques. In Proulx, S. (éd.). *Accusé de réception : le téléspectateur construit par les sciences sociales* : 67-77. Montréal : Presses de l'Université de Montréal.



**Balbastre, G. (1985).** Journal d'un J.R.I. In Accardo, A., Abou G., Balbastre, G., Marine D. : *Journalistes au quotidien ; outils pour une socioanalyse des pratiques journalistiques*, Éditions Le Mascaret, Bordeaux, 1995, pp.63-185.

**Balbastre, G. (2000).** Une information précaire. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 131-132 : 76-85.

**Balle, F. (1987).** *Et si la presse n'existait pas*. Paris : Lattès.

**Balle, F. (1999).** *Médias et sociétés* (9e éd.). Paris : Montchrestien.

**Barnaby, W. (1995).** *Association of British Science Writers : Submission to the Wolfendale committee*. Londres : ABSW.

**Barnes, A.E. (2001).** Chairman's address. Canadian Newspaper Association and Newspaper Association of America joint convention. Toronto, 30 avril 2001.

**Baudelot, C., Establet, R. (1999).** *Le niveau monte : réfutation d'une vieille idée sur la prétendue décadence de nos écoles*. Paris : Seuil.

**Baudot, J. (dir.) (1992).** *Fréquences d'utilisation des mots en français écrit contemporain*. Montréal : Presses de l'Université de Montréal.

**Baudrillard, J. (1981).** *Simulacres et simulation*. Paris : Galilée.

**Baudrillard, J. (1990).** L'ère de la facticité, in Sfez, L., Coutlée, G. (éds.). *Technologies et symboliques de la communication* (Actes du Colloque de Cerisy). Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.

**Berkowitz, D., Pritchard, D. (1989).** Political knowledge and communication resources. *Journalism quarterly*, 66 (3) : 697-701.

**Bianchi, J. (1998).** Le journalisme à l'heure de la télévision. in Guissard, L. (éd.). *Le pari de la presse écrite* : 93-96. Paris : Bayard éditions.

**Bierhoff, J., Deuze, M., De Vreese, C. (2000).** *Media innovation, professional debate and media training: a European analysis*. Maastricht : European Journalism Center.

**Bigourdan, D. (1999).** Le livre, in Combier, M., Pesez, Y. (éds.). *Encyclopédie de la chose imprimée, du papier à l'écran*. Paris : Retz.

**Bœglin, E. (1977).** Préface à : *Le vrai, le faux et le souhaitable*. Paris : Syndicat des journalistes CFE-CGC.

**Bougnoux, D. (1999).** Eloge têtue du spectacle. *Le Monde*, 15 octobre 1999.

**Bourdieu, P. (1973).** L'opinion publique n'existe pas. *Les Temps modernes*, 318 : 1292-1309 (repris in *Questions de sociologie*, Paris : Minuit, 1984).

**Bourdieu, P. (1987).** *Choses dites*. Paris : Minuit.

**Bourdieu, P. (1996).** Journalisme et éthique. *Les Cahiers du journalisme*, 1 : 10-17.

**Bourdieu, P. (1996).** *Sur la télévision/L'emprise du journalisme*. Paris : Liber.

**Bouveresse, J. (2001).** *Schmock ou Le triomphe du journalisme : La grande bataille de Karl Kraus*. Paris : Seuil (Liber).

**Bozonnet, J.-J. (2000).** Les magazines sont partagés sur l'approche du marché de la presse senior. *Le Monde*, 8 février 2000.

**Bréchon, P., Laurent, A., Perrineau, P. (éds.). (2000).** *Les cultures politiques des Français*. Paris : Presses de Sciences Po.

**Breton, P. (1992).** *L'utopie de la communication*. Paris : La Découverte.

**Breton, P. (1996).** *L'argumentation dans la communication*. Paris : La Découverte.

**Breton, P. (2000).** *Le culte de l'Internet : Une menace pour le lien social ?* Paris : La Découverte.

**Breton, P., Proulx, S. (1996).** *L'explosion de la communication*. Paris : La Découverte.

**Brochand, B. (1992).** Nouveaux publicitaires, nouvelles images... nouvelle société. In Cathelat, B. *Publicité et société*. Paris : Payot.

**Bromley, M. (1998).** Grande-Bretagne : un système imparfait. *Médiapouvoirs*, 4 : 62-68

**Bruner, J. (1960).** *The process of education*. Cambridge : Harvard University Press.

**Bruner, J. (1996).** *L'Éducation, entrée dans la culture*. Paris : Retz.

**Budd, J.-M., Sievert, M.E., Schultz, T.R. (1998).** Reasons for retraction and citations to the publications. *JAMA*, 280 : 296-297.

**Carey, J.W. (1999).** McLuhan, généalogie et descendance d'un paradigme. *Quaderni*, 37 : 111-131.

**Caro, P., Funck-Brentano, J.-L. (Eds.). (1996).** *L'appareil d'information sur la science et la technique* (Rapport commun de l'Académie des sciences et du Comité des applications). Paris : Lavoisier.

**Caron, J. (1989).** *Précis de psycholinguistique*. Paris : PUF.

**Cathelat, B. (1992).** *Publicité et société*. Paris : Payot.

**Cayrol, R. (1997).** *Médias et démocratie: la dérive.*  
Paris : Presses de Sciences Po.

**CCNE (1995).** *Rapport n° 45 sur les questions éthiques posées par la transmission de l'information scientifique relative à la recherche biologique et médicale.* Paris : Comité consultatif national d'éthique pour les sciences de la vie et de la santé.

**Centre d'étude des revenus et des coûts. (1971).** *Les Français et le vocabulaire économique* (Documents du CERC n° 9).  
Paris : Documentation française.

**CEPI (1998).** *Annual Statistics 1997.* Bruxelles : Confederation of European Paper Industries.

**CEPI (2001).** *Annual Statistics 2000.* Bruxelles : Confederation of European Paper Industries.

**Chambat, P. (dir.). (1992).** *Communication et lien social.*  
Paris : Descartes.

**Champagne, P. (1990).** *Faire l'opinion.* Paris : Minuit.

**Charon, J.-M. (1991).** *La presse en France.* Paris : Seuil.

**Charon, J.-M. (1996).** *Les journalistes et leurs qualifications.*  
Paris : CFPJ-Observatoire des pratiques et des métiers de la presse.

**Charon, J.-M. (1999).** *La presse magazine.* Paris : La Découverte.

**Charron, J., De Bonville, J. (1996).** Le paradigme du journalisme de communication : essai de définition. *Communication*, 17 (2) : 51-97.

**Clark, R. (ed.) (1979).** *Changing needs of changing readers.*  
New York : Yankelovich, Skelly And White/American Society of Newspaper Editors.

**Clauwaert, J. (1996).** Charte rédactionnelle : chronique des tentatives institutionnelles, modes d'élaboration et échecs. *Les Cahiers du journalisme*, 1 : 84-90.

**Comets (1996).** *La diffusion des savoirs* (Avis du Comité d'éthique pour les sciences). Paris : CNRS.

**CCSTIC (2000).** *Rapport intermédiaire du Comité de coordination des sciences et technologies de l'information et de la communication*. Paris : CCSTIC/Ministère de la Recherche.

**Commissariat au plan (2000).** *Rapport sur les perspectives de la France*. Paris : Commissariat au Plan.

**Commission européenne (1995).** *Enseigner et apprendre : Vers la société cognitive* (Livre blanc). Bruxelles : Commission Européenne.

**Condorcet (1791).** *Cinq mémoires sur l'instruction publique*. Flammarion, Paris, 1994.

**Condorcet (1792).** *Rapport et projet de décret sur l'organisation générale de l'instruction publique*. (Fac-similé BNF de l'édition originale). Paris : Imprimerie nationale.

**Conseil d'état (1991).** *Rapport annuel 1991*. Paris : Conseil d'état.

**Coyle, J.-S. (1998).** Now, the editor as marketer. *Columbia journalism review*. 37(2) : 37-41.

**Cramer, C. (2001).** CNN plus que jamais. *Le Monde*, 18 septembre 2001.

**Crane, V. (1992).** Listening to the audience. In Lewenstein, B. (ed.). *When science meets the public* : 21-32. Washington : American Association for the Advancement of Science.

- Cuche, D. (1996).** *La notion de culture dans les sciences sociales.* Paris : La Découverte.
- D'Haenens, L. (1996).** Réalisation, réception et recherche. *Réseaux*, 77 : 135-158.
- Dayan, D. (1992).** Les mystères de la réception. *Le Débat*, 71 : 147-162.
- Dayan, D. (1993a).** Enjeux, débats. *Hermès*, 11-12 : 27-30
- Dayan, D. (1993b).** Raconter le public. *Hermès*, 11-12 : 15-21
- De Certeau, M. (1974).** *La culture au pluriel.* Paris : Seuil (éd. : 1993).
- De Closets, F. (1980).** *Le système E.P.M.* Paris : Grasset.
- De Jouvenel R. (1920).** *Le journalisme en vingt leçons.* Paris : Payot.
- De Landsheere, G. (1976).** *Introduction à la recherche en éducation.* Paris : Armand Colin-Bourrelrier.
- De Rosnay, J. (1995).** *L'homme symbiotique.* Paris : Seuil.
- De Toledo, A., Faibis, L. (2001).** *Du coût du livre au prix des idées : Tirages, coûts de fabrication et prix dans l'édition de sciences humaines et sociales et de sciences et techniques 1988-1998.* Paris : Ministère de la Culture et de la Communication.
- Dean, P. (1997).** *Local TV news : Fit or failing ?* Actes de la première rencontre du Committee of Concerned Journalists. Chicago, 6 novembre 1997.
- Debord, G. (1967).** *La société du spectacle.* Paris : Buchet-Chastel.

**Delberghe, M. (2000).** Axel Ganz juge la création de magazines à grand tirage plus difficile. *Le Monde*, 6 juillet 2000.

**Delforce, B. (1996).** La responsabilité sociale du journaliste : donner du sens. *Les Cahiers du journalisme*, 2 : 16-32.

**Delforce, B. (1996).** Les journalistes et l'évolution des instruments de connaissance du public. *Les Cahiers du journalisme*, 1 : 42-58.

**Derby, B.M., Ward, J.W. (1983).** The myth of red urine due to phenytoin. *JAMA*, 249 : 1723-1724.

**Derville, G. (1997).** *Le pouvoir des médias*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.

**Dewerth-Pallmeyer, D. (1995).** *How journalists write about their audiences : A social construction*. Communication au colloque annuel de l'Association for Education in Journalism and Mass Communications. Columbia, SC : AEJMC.

**Direction du développement et des médias (2001).** *Tableaux statistiques de la presse : Données détaillées 1999*. Paris : Documentation française.

**Donnat, O. (1999).** La montée irrésistible de l'audiovisuel 1973-1997. *Pratiques culturelles*, 128 : 1-11

**Donnat, O. (1998).** *Les pratiques culturelles des Français, enquête 1997*. Paris : Ministère de la Culture et de la Communication.

**Douël, J. (1981).** *Le journal tel qu'il est lu*. Paris : CFPJ.

**Du Roy, A. (1992).** *Le serment de Théophraste*. Paris : Flammarion.

**Dumartin, S., Maillard, C. (2000).** Le lectorat de la presse d'information générale. *Insee Première*, 753 : 1-4.

**Dunwoody, S. (1996).** Science writing offers a model for critical thinking. *SE Journal*, 6 (1) : 1-10.

**Durand, P. (1999).** Avant-propos à « McLuhan : Trente ans après ». *Quaderni*, 37 : 83-92.

**Durkheim, E. (1938).** *L'évolution pédagogique en France*. Paris : PUF.

**Eco, U. (1994).** *Comment voyager avec un saumon*. Paris : Grasset.

**Elias, N. (1991).** *La société des individus*. Paris : Fayard.

**Escarpit, R. (1976).** *Théorie générale de l'information et de la communication*. Paris : Hachette.

**Eurobarometer 38.1 (1993).** *Europeans, science and technology*. Bruxelles : Commission européenne.

**Eurobarometer 46.1 (1996).** *Modern biotechnology, privacy on computer networks, and the Common European Currency*. Bruxelles : Commission européenne.

**Eurobarometer 52.1 (1999).** *The Europeans and biotechnology*. Bruxelles : Commission européenne.

**Eurobarometer 55.2 (2001).** *Europeans, science and technology*. Bruxelles : Commission européenne.

**European opinion research group (2001).** *Eurobarometer 55.2 Breakdown sociodemo*. Bruxelles : Commission européenne.

**European opinion research group (2001).** *Eurobarometer 55.2 Breakdown by country*. Bruxelles : Commission européenne.

**Fauroux, R. (dir.) (1996).** *Pour l'école : rapport*. Paris : Calmann-Lévy ; Documentation française, 1996.



**Fayol, M. (1997).** *Des idées au texte : psychologie cognitive de la production verbale orale et écrite.* Paris : PUF.

**Ferenczi, T. (2002).** Le journalisme critiqué et honoré. *Le Monde*, 26 janvier 2002.

**Ferenczi, T. (1993).** *L'invention du journalisme en France.* Paris : Payot.

**Ferenczi, T. (1999).** *Sans titre.* (réponse à une question) Actes du colloque Journalistes, l'ère du soupçon : 79-80. Valence : CRAC.

**Fiess, R. (1996).** Le marketing rédactionnel. *Communication et langages*, 109 : 79-84.

**Flichy, P. (1991).** *Une histoire de la communication moderne.* Paris : La Découverte.

**Flichy, P. (1995).** *L'innovation technique.* Paris : La Découverte.

**Flichy, P. (2001).** *L'imaginaire d'Internet.* Paris : La Découverte.

**Flieller, A. (1997).** *Comparaison des compétences cognitives des élèves de 7 ans à vingt ans d'intervalle.* Note d'information 97.12. Paris : Ministère de l'Éducation nationale.

**Frank, T.C. (1999).** Newseum, le musée qui enterre le journalisme. *Le Monde diplomatique*, août 1999 : 10.

**Fraser, J. (1999).** *Sans titre* (transcription de la table ronde : Regards croisés sur la Gouvernance ; État de droit, État de valeurs. Ambassade du Canada, Paris, 28 janvier 1999.

**Gaziano, C. (1995).** *A twenty-five-year review of knowledge gap research.* 50 th annual conference of the American Association for Public Opinion Research, Fort Lauderdale, 21 May 1995.

- Georgagakis, D. (1992).** Un prophète construit par ses censeurs ? Bernard Cathelat et les « socio-styles » entre controverse et succès. *Politix*, 19 : 159-174.
- Gibson, L.D. (2000).** Quo vadis, Marketing research ? *Marketing research*, 12 (1).
- Gide, A. (1931).** *Journal 1889-1939*. Paris : Gallimard (Pléiade, 1986).
- Gingras, A.-M. (1996).** Public opinion : construction and persuasion. *Canadian journal of communication*, 21 (4) : 445-460.
- Giordan, A., De Vecchi, G. (1987).** *Les origines du savoir*. Genève : Delachaux et Niestlé.
- Girod, R. (1991).** *Le savoir réel de l'homme moderne*. Paris : PUF.
- Gougenheim, G., Rivenc, P., Michea, R., Sauvageot, A. (1964).** *L'élaboration du français fondamental*. Paris : Didier.
- Granet, D. (2000).** Que devient le journalisme ? *La lettre du groupe CFPJ*, 4 : 1.
- Green, G. (1997).** Structure, goals and comprehensibility revisited, in ASNE Literacy Committee report : *Writing and reading today*. Reston, VA : American Society of Newspaper editors.
- Gregory, J., Miller, S. (1998).** *Science in public : Communication, culture and credibility*. New York : Plenum.
- Greilsamer, L. (1990).** *Hubert Beuve-Méry*. Paris : Fayard.
- Grice, H. P (1979).** Logique et conversation. *Communications*, 30 : 57-72.
- Groux, G. (1999).** L'abstention aux élections professionnelles. *Le Figaro*, 3 août 1999.

**Guissard, J. (1998).** Introduction. In Guissard, L. (éd.). *Le pari de la presse écrite* : 93-96. Paris : Bayard éditions.

**Habermas, J. (1962).** *L'espace public*. Paris : Payot.

**Habermas, J. (1986).** *Morale et communication*. Paris : Flammarion.

**Halimi, S. (1997).** *Les nouveaux chiens de garde*. Paris : Liber.

**Hansen, A. (1993).** Reporting science : problematic assumptions in the debate about media and public understanding of science. In Ackrill, K. (ed.), *The role of the media in science communication* : 175-183. Londres : Ciba foundation.

**Harper, C. (1998).** *And that's the way it will be : News and information in a digital world*. New York : New York University Press.

**Hartz, J., Chappell, R. (1997).** *Worlds apart : How the distance between science and journalism threatens America's future*. Nashville : First Amendment Center.

**Hervouet, L. (1996).** Journalisme et citoyenneté : les jumeaux de la démocratie. *Les Cahiers du journalisme*, 2 : 42-52.

**Huet, S., Jouary, J.-P. (1989).** *Sciences : les Français sont-ils nuls ?* Argueil : Jonas.

**IFTF (1998).** *Ten-year forecast*. Menlo Park, CA : Institute for the Future.

**IMBS, P. (1971).** *Études statistiques sur le vocabulaire français : Dictionnaire des fréquences*. Paris : Didier ; Nancy : INALF.

**ISO (2001).** *Quality management principles*. Genève : International Organization for Standardization.

**Ivaldi, G., Bréchon, P. (2000).** Le rapport à l'autre : une culture xénophobe ? In Bréchon, P., Laurent, A., Perrineau, P. (éds.). *Les cultures politiques des Français* : 259-304. Paris : Presses de Sciences Po.

**Jacquinet, G. (1981).** *On demande toujours des inventeurs...* Communications, 33 (Apprendre des médias). Paris : Seuil.

**James, W. (1899).** Talks to teachers on psychology. *Atlantic monthly*, 83 (498) : 510-518.

**Javeau, C. (1986).** *Leçons de sociologie*. Paris : Klincksieck.

**Jeanneret, Y. (2000).** *Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?* Villeneuve d'Ascq : Presses du Septentrion.

**Joffrin, L. (1998).** Presse : à ceux qui se trompent de procès. *Libération*, 12 mai 1998.

**Julliard, J. (2000).** Messieurs les procureurs, bonsoir ! *Le Nouvel observateur*, 20 avril 2000.

**Kahn, J.-F. (2000).** *Sans titre*. Intervention au 13<sup>e</sup> congrès de la Presse française. Lille, 23 au 23 novembre 2000.

**Kermoal, F. (1994).** *Mieux connaître ses lecteurs*. Paris : CFPJ.

**Kintsch, W. (1997).** *Comprehension : A paradigm for cognition*. Cambridge : Cambridge University Press.

**Kohut, A., Lieberman, T., Mcnamar, T., Bergman, L. (2000).** The truth about self-censorship. *Columbia journalism review*, 39 (1) : 42-51.

**Kourilsky, P., Viney, G. (1999).** *Le principe de précaution : Rapport au Premier ministre*. Paris : Documentation française.

**Kovach, B., Rosenstiel, T. (2001).** *The elements of journalism : what newspeople should know and the public should expect.* New York : Crown Publishers.

**Kuhn, T. (1983).** *La structure des révolutions scientifiques.* Paris : Flammarion.

**Kunth, D. (1992).** *La place du chercheur dans la vulgarisation scientifique* [Rapport à la Délégation à l'information scientifique et technique]. Paris : Ministère de la Recherche.

**Labaki, M., Marthoz, J.-P. (1994).** *Vive le journalisme.* Bruxelles : Vagabundo éditions.

**Labasse, B. (1999a).** La lisibilité rédactionnelle : fondements et perspectives. *Communication et langages*, 121 : 86-103.

**Labasse, B. (1999b).** *La médiation des connaissances.* Rapport à la Commission européenne. Bruxelles : C.E-DG XII.

**Labasse, B. (2001a).** From linguistics to communication's didactics : the case of lexicology. *International review of applied linguistics in language teaching*, 39 (9) : 217-243.

**Labasse, B. (2001b).** *Bogged in a culture of obviousness : complexity coverage as an epistemological challenge.* 6 th International Meeting on Public Communication of Science and Technology. Genève, 1-7 février 2001.

**Labasse, B. (à paraître).** Savoirs et compétences en rédaction ; cas du « summary lead » et de la pyramide inversée. *Recherches en rédaction professionnelle*, 2.

**Laffite, P. (dir.) (1997).** *La France et la société de l'information.* Rapport n° 213 (335) de l'Office parlementaire d'évaluation des choix scientifiques et technologiques. Paris : Sénat.

- Laimé, M. (1999).** Les nouveaux barbares de l'information en ligne. *Le Monde diplomatique*, juillet 1999 : 24.
- Lasswell, H.D. (1948).** The structure and function of communication in society. In Bryson, L. (ed.). *The communication of ideas* : 37-51. New York : Harper and Brothers.
- Latour, B. (1993).** *La clef de Berlin*. Paris : La Découverte.
- Laurens, A. (1988).** La politique et les mots pour la dire. *Le Monde*, 14 mars 1988.
- Layton, C. (1999).** What do readers really want ? *American journalism review*, 21 (2) : 46-63.
- Lazar, J. (1991).** *Sociologie de la communication de masse*. Paris : Armand Colin.
- Le Bohec, J. (2000).** *Les mythes professionnels des journalistes*. Paris : L'Harmattan.
- Levenson, E.A. (1973).** Psychotherapy of the young adult : The fallacy of understanding, in Witenberg, E.G. (ed.). *Interpersonal explorations in psychoanalysis* : 151-158  
New York : Basic Books.
- Lévi-Strauss, C. (1962).** *La pensée sauvage*. Paris : Plon.
- Levy, C.M., Ransdell, S. (eds.) (1996).** *The science of writing*. Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum Associates.
- Lévy, P. (1998).** *Cyberculture*. Rapport au Conseil de l'Europe. Paris : Odile Jacob.
- Lewenstein, B. (ed.) (1992).** *When science meets the public*. Washington : American Association for the Advancement of Science.

**Locke, D. (1992).** *Science as writing*. New Haven : Yale University Press.

**Lodish, L. (1999).** Les facteurs de réussite de la pub télévisée. *Les Échos*, 16 au 16 avril 1999 ; Supplément L'Art du marketing (1) : VI.

**Machlup, F. (1984).** *Knowledge : Its creation, distribution, and economic significance (vol. 3, The economics of information and human capital)*. Princeton : Princeton University Press.

**Maillard, S. (1997).** Comment adapter les techniques du journalisme à la rédaction des formulaires administratifs ? in *La formation des fonctionnaires chargés de concevoir et de réaliser les formulaires administratifs* [actes de la rencontre du 20 juin 1997]. Paris : Cerfa.

**Mathien, M. (1989).** *Le système médiatique*. Paris : Hachette.

**Mathien, M. (2000).** Reprendre le pouvoir sur son objet social ? L'information journalistique au cœur d'un débat paradoxal. *Les Cahiers du journalisme*, 8 :12-33.

**Mattelart, A., Mattelart, M. (1995).** *Histoire des théories de la communication*. Paris : La Découverte.

**Mattelart, A. (1999).** *Histoire de l'utopie planétaire : De la cité prophétique à la société globale*. Paris : La Découverte.

**Mattelart, A. (2001).** *Histoire de la société de l'information*. Paris : La Découverte

**McLuhan, M. (1964).** *Pour comprendre les médias*. Paris : Seuil.

**Mc Cartney, J. (1997).** USA today grows up. *American journalism review*, 19 (7) : 18-25.

**Médiamétrie (2002).** *Médiamat annuel : année 2001*. Paris : Médiamétrie.

**Merton, R. (1987).** The focussed interview and focus groups. *Public opinion quarterly*, 51 : 550-566.

**Miège, B. (1996).** *La société conquise par la communication*. 1 : *Logiques sociales*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.

**Miège, B. (1997).** *La société conquise par la communication*. 2 : *La communication entre l'industrie et l'espace public*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.

**Miller, G.A. (1956).** The magical number seven, plus or minus two : Some limits of our capacity for processing information. *Psychological review*, 63 : 81-97.

**Minc, A., Nora, S. (1980).** *L'informatisation de la société*. Paris : Documentation française.

**Ministère de l'économie et des finances. (2000).** *La communication sur l'euro*. Dossier de presse du 14 décembre 2000. Paris : M.E.F.

**Ministère de l'économie et des finances. (2001).** *Point de presse de Laurent Fabius*. 26 avril 2001. Paris : M.E.F.

**Ministère de l'économie et des finances. (2001).** *L'euro, c'est plus facile ensemble*. Dossier de presse du 25 janvier 2001. Paris : M.E.F.

**Ministère de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie (1997).** *L'état de l'école* (7<sup>e</sup> éd.). Paris : M.E.N.R.T.

**Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche (1994).** *Rapport sur la recherche française*. Paris : M.E.S.R.



**Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche. (1994).***Livre blanc sur les orientations de la recherche française.* Paris :

M.E.S.R.

**Ministère de la culture et de la communication (2000).** *Mini**chiffres clés : édition 2000.* Paris : M.C.C.**Ministère de la culture et de la communication (1980).** *Des chiffres**pour la culture.* Paris : Documentation française.**Ministère de la culture et de la communication (1998).** *Statistiques**de la culture : chiffres clés 1997.* Paris : M.C.C.**Ministère de la culture et de la communication (2001).** *Allocution**de Catherine Tasca, à l'occasion de la première levée de mât de l'Académie nationale contemporaine des arts du cirque.*

Dossier de presse, 4 juillet 2001. Paris : M.C.C.

**Ministère de la fonction publique et de la réforme de l'état.****(2001).** Réunion du Comité d'orientation pour la simplification

du langage administratif. Paris : M.F.P.R.E.

**Ministère de la recherche (2000).** *Le projet de Budget civil**de recherche et de développement pour 2001.* Dossier de presse,

21 septembre 2000. Paris : M.R.

**Ministère de la recherche. (2001).** *Accorder davantage de place**à l'information scientifique : Roger-Gérard Schwartzberg,**ministre de la Recherche, écrit au Président du CSA**et aux dirigeants des sociétés de télévision.* Communiqué

de presse, 23 janvier 2001. Paris : M.R.

**Moles, A. (1967).** *Sociodynamique de la culture.* Paris : Mouton.**Moles, A. (1986).** *Théorie structurale de la communication**et société.* Paris : Masson.

**Molinier, P. (1996).** *Images et représentations sociales*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.

**Morin, E. (1986).** *La méthode. T. 3 : La connaissance de la connaissance*. Paris : Seuil.

**Morrot, B. (2000).** *France, ta presse fout le camp : Grandeur et décadence des quotidiens*. Paris : L'Archipel.

**Moscovici, S. (1961).** *La psychanalyse, son image et son public*. Paris : PUF.

**Mouchon, J. (1998).** *La politique sous l'influence des médias*. Paris : L'Harmattan.

**Negroponte, N. (1995).** *L'homme numérique : Comment le multimédia et les autoroutes de l'information vont changer votre vie*. Paris : R. Laffont.

**Neisser, U. (1997).** Rising scores on intelligence tests. *American scientist*, 85 : 440-447.

**Nelkin, D. (1987).** *Selling science : How the press covers science and technology*. New-York : Freeman.

**Neveu, E. (1997).** *Une société de communication ?* Paris : Montchrestien.

**Neveu, E. (2001).** *Sociologie du journalisme*. Paris : La Découverte.

**New, B., Pallier, C., Ferrand, L., Matos, R. (2001).** Une base de données lexicales du français contemporain sur Internet : Lexique. *L'Année psychologique*, 101 : 447-462.

**Nietzsche, F. (1886).** *Par-delà le bien et le mal*. Paris : R. Laffont (1990).

**NMPP (1997a).** *Rapport annuel 1996*. Paris : Nouvelles messageries de la presse parisienne.

**NMPP (1997b).** *Nos années NMPP : 50 ans au service de la presse*. Paris : Nouvelles messageries de la presse parisienne.

**Norris, P. (2000).** *A virtuous circle : Political communications in post-industrial societies*. New York : Cambridge University Press.

**OCDE (1998).** *Vers une société mondiale de l'information*. Paris : OCDE.

**Pailliart, I. (éd.) (1995).** *L'espace public et l'emprise de la communication*. Grenoble : Ellug.

**Pépin, P. (1996).** *Sans titre*. (contribution au comité Traitement journalistique de la complexité ; reprographié). Lille : École supérieure de journalisme.

**Perrineau, P. (1999).** L'abstention du 13 juin démontre l'ampleur du malaise démocratique. *Le Monde*, 1<sup>er</sup> juillet 1999.

**Peters, H.P. (1997).** Science and the public : A German perspective. In Gardner, M. (ed.). *Explain yourself! Scientists, the media and the taxpayer* : 14. Bonn : British Council (*notre trad.*).

**Piolat, A., Pélissier, A. (éds.) (1998).** *La rédaction de textes : Approche cognitive*. Lausanne : Delachaux et Niestlé, 1998.

**Plenel, E (1998).** Le faux procès du journalisme. *Le Monde diplomatique*, février 1998 : 26.

**Polanco, X. (1995).** Aux sources de la scientométrie. in Dossier : Les sciences de l'information : bibliométrie, scientométrie, infométrie. *Solaris*, 2.

**Pradal, J. (1968).** *La vulgarisation des sciences par l'écrit : Méthodes et moyens utilisés dans les États membres du CCC.* Strasbourg : Conseil de l'Europe.

**Pradié, C. (1994).** *La presse, le capitalisme et le lecteur : contribution à l'histoire économique d'une industrie culturelle.* Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication. Grenoble : Université Stendhal – Grenoble 3.

**Quéré, L. (1982).** *Des miroirs équivoques.* Paris : Aubier.

**Raboy, M. (1998).** Le public fantôme : Un acteur équivoque qui hante les débats sur les médias. In Proulx, S. (éd). *Accusé de réception : le téléspectateur construit par les sciences sociales* : 97-120. Montréal : Presses de l'Université de Montréal.

**Ramonet, I. (1999).** *La tyrannie de la communication.* Paris : Galilée.

**Randall, D. (2000).** *The universal journalist.* Londres : Pluto Press.

**Rémond, R. (2000).** Quinquennat : Une réforme en trompe-l'œil. *Le Débat*, 111 : 218.

**Renaudot, T. (1632).** Préface au Recueil des gazettes de l'année 1631. Paris : Bureau d'adresse.

**Rieffel, R. (1993).** Journalistes et intellectuels : Une nouvelle configuration culturelle ? *Réseaux*, 51 : 13-24.

**Rieffel, R. (2001).** *Sociologie des médias.* Paris : Ellipses.

**Rimé, B. (1984).** Langage et communication. In Moscovici, S., *Psychologie sociale* : 415-446. Paris : PUF

**Rosen, J. (dir) (2000).** *Framing the news : The triggers, frames, and messages in newspaper coverage.* Washington : Project for Excellence in Journalism.

- Rousseau, N. (1996).** Causes et solutions endogènes à la crise du journalisme généraliste. *Les Cahiers du journalisme*, 2 : 166-175.
- Ruellan, D. (1993).** *Le professionnalisme du flou : Identité et savoir-faire des journalistes français*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- Scalie, D., Duncombe, P. (1999).** *Communication et transparence*. Paris : Les Presses du management.
- Schneidermann, D. (1999).** *Du journalisme après Bourdieu*. Paris : Fayard.
- Schramm, W. (1954).** How communication works. in Schramm, W. (ed.). *The process and effects of mass communication* : 3-26. Urbana, IL : University of Illinois Press.
- Schramm, W. (1971a).** *Sans titre* (présentation du reprint de Lasswell). In Schramm, W., Roberts, D.F. (eds.). *The process and effects of mass communication* : 84. Urbana, IL : University of Illinois Press.
- Schramm, W. (1971b).** The nature of communication between humans. In Schramm, W., Roberts, D.F. (eds.). *The process and effects of mass communication* : 3-53. Urbana, IL : University of Illinois Press.
- Sedlmeier, P., Gigerenzer, G. (2001).** Teaching bayesian reasoning in less than two hours. *Journal of experimental psychology : General*, 130 (3) : 380-400.
- Servan-Schreiber, J.-L. (1973).** *Le pouvoir d'informer*. Paris : R. Laffont.
- Service juridique et technique de l'information (1996).** *Tableaux statistiques de la presse : Résultats définitifs 1994*. Paris : Documentation française.

**Sfez, L. (1988).** *Critique de la communication*. Paris : Seuil.

**Sfez, L. (1999).** Préface à « McLuhan : Trente ans après. »  
Quaderni, 37 : 7-9.

**Silberman, R. (1999).** *Les sciences sociales et leurs données*.  
Rapport au ministre de l'Éducation nationale, de la Recherche  
et de la Technologie. Paris : M.E.N.R.T.

**Skrabaneck, P., McCormick, J. (1997).** *Idées folles, idées fausses  
en médecine*. Paris : Odile Jacob.

**Société française des sciences de l'information  
et de la communication (1990).** *L'avenir*. Actes du congrès  
Inforcom 90. Aix-en-Provence : Université de Provence.

**Solla Price, D.J. (1961).** *Science since Babylon*. New Haven : Yale  
University Press.

**Souchon, M. (1993).** Le vieux canon de 75. *Hermès*, 11-12 : 233-  
245.

**Sperber, D., Wilson, D. (1989).** *La pertinence*. Paris : Minuit.

**Stephens, M. (2000).** A j-school manifesto. *Columbia journalism  
review*, 39 (3) : 63-65.

**Sternthal, B., et LEE, A. Y. (1999).** Les tests publicitaires au banc  
d'essai. *Les Échos*, 21 au 21 mai 99 ; Supplément L'Art du marketing  
(6) : VIII-IX.

**Stroemer, A.F. (1998).** *Scientists are more satisfied with  
journalists*. Paper presented at the 5 th International conference  
on public communication of science and technology, Berlin, 17  
au 17 septembre.

**Syndicat national de l'édition (1996).** *Statistiques 1994*.  
Paris : S.N.E.

**Syndicat national de l'édition (2001).** *Statistiques 2000*.  
Paris : S.N.E.

**Thélot, C (1992).** *Que sait-on des connaissances des élèves ?*  
Paris : Ministère de l'Éducation nationale et de la Culture,  
Direction de l'évaluation et de la prospective.

**Thénard, J.-M. (2000).** On nous cache tout, on nous dit rien.  
*Libération*, 5 juin 2000.

**Tichenor, P.J., Donohue, G.A., Olien, C.N. (1970).** Mass media flow  
and differential growth in knowledge. *Public opinion quarterly*, 34  
(2) : 159-170.

**Toffler, A. (1980).** *La troisième vague*. Paris : Denoël.

**Trégouët, R. (1998).** *Des pyramides du pouvoir aux réseaux  
de savoirs*. Rapport 331 de la Commission des finances du Sénat.  
Paris : Sénat.

**Trotsky, L. (1923).** Le journal et son lecteur *in* Les questions du  
mode de vie. Moscou : Gosizdat. Traduction J. Aubert-Yong. Paris :  
Éd. de la Passion, 2000.

**UCIP (1998).** *La religion dans les médias : un défi professionnel*.  
Document adopté par le Conseil de l'UCIP à Luxembourg le 23 mars  
1998. Genève : Union catholique internationale de la presse.

**Valette-Florence P. (1994).** *Les styles de vie : Bilan critique  
et perspectives*. Paris : Nathan.

**Van Dijk, T.A. (1997).** *Political discourse and political cognition*.  
Invited paper, Congress Political discourse, Aston University,  
juillet 1997.

**Vanhuele, M. (1999).** Les effets de la publicité ambiante. *Les  
Échos*, 21 au 21 mai 1999 ; Supplément L'Art du marketing (6) : V.

**Voirol, M. (1995).** *Guide de la rédaction*. Paris : CFPJ.

**Voyenne, B. (1985).** *Les journalistes français*. Paris : Retz/CFPJ.

**Waldner, R. (1998).** *What's it all about ? EUSJA News*,  
Spring 1998 : 1.

**Watine, T. (1996).** *Sans titre*. (contribution au comité Traitement  
journalistique de la complexité ; reprographié). Lille : École  
supérieure de journalisme.

**Weber, M. (1910).** Allocution aux premières assises  
de la sociologie allemande. Traduction G. Musy. In *Réseaux*,  
51, 1992.

**Weber, M. (1919).** *Le savant et le politique*. Paris : 10/18 (1963).

**Wernick, I.K., Herman, R., Govind, S., Ausubel, J.H. (1996).**  
Materialization and dematerialization : Measures and trends.  
*Daedalus* 125 (3) : 171-198.

**Wolton, D. (1990).** *Éloge du grand public*. Paris : Flammarion.

**Wolton, D. (1997).** *Penser la communication*. Paris : Flammarion.



Conception  
www.lavitrinedetrafik.com  
Tél. 04 78 29 16 19

Impression  
**Imprimerie Forézienne**  
Dépot légal n°?????  
Décembre 2002