



HAL
open science

Les voies médiatiques des incommunications européennes

Luciana Radut-Gaghi

► **To cite this version:**

Luciana Radut-Gaghi. Les voies médiatiques des incommunications européennes. Hermès, La Revue - Cognition, communication, politique, 2017. hal-02614645

HAL Id: hal-02614645

<https://hal.science/hal-02614645>

Submitted on 21 May 2020

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

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

Luciana Radut-Gaghi

Université de Cergy-Pontoise

Les voies médiatiques des incommunications européennes

Partiaux, en crise, assujettis politiquement, instrumentalisés : autant de critiques faites aux médias ces derniers temps. Ils représentent pourtant des reflets de la société et peuvent être un vecteur d'incommunication. Nous explorons dans cet article les manières dont les médias participent aux incommunications européennes et nous préconisons l'existence de trois mécanismes : le traitement partiel de l'actualité, le traitement divergent des informations et le traitement de l'absence de consensus sur l'actualité. Pour illustrer notre propos, nous nous appuyons sur des données collectées dans le cadre du projet « L'Europe dans les médias en ligne » (Lemel)¹.

L'incommunication par les médias

Depuis une dizaine d'années, l'incommunication est conçue comme une des composantes de la communication et se voit attribuer des valences positives. Robert (2005) et Wolton (2012) insistent sur l'enjeu qu'elle représente dans l'effort de vivre ensemble, de communiquer. Reconnaître nos incommunications nous oblige à nous pencher sur leurs

causes, sur leurs manifestations et donc à comprendre, à nous comprendre, pour enfin mieux communiquer. Ce processus indique l'existence de problèmes communs et entraîne, normalement, la discussion, la négociation, pour aboutir à la « cohabitation raisonnée » (Wolton, 2009).

Nous voulons identifier le lien entre deux phénomènes, la diversité européenne et la communication médiatique, et leur rapport à l'incommunication. « La norme est [...] de ne jamais se comprendre totalement car, en réalité, nous nous comprenons suffisamment pour faire société », synthétise Éric Dacheux (2015). Cette formule pourrait sans doute s'appliquer à l'Europe dans son ensemble, aussi bien Union européenne qu'Europe large, géographique, ce projet qui existe et perdure malgré les difficultés de se comprendre les uns les autres. Il existe principalement grâce à la volonté politique et n'a presque jamais bénéficié de l'appui des opinions publiques. Bien sûr, les adhésions des pays de l'Europe centrale et orientale ont apporté des vagues d'enthousiasme populaire, mais qui ont été par la suite assez rapidement essouffées. Il reste donc à vérifier s'il existe cette évidence européenne, ce « cela-va-de-soi » qui fait que les Européens

s'entendent, communiquent et acceptent de discuter leurs points d'incommunication.

Les trois arguments de la place de l'incommunication dans la communication (Dacheux, 2015) sont à vérifier pour le cas de l'Europe. Premièrement, le lien indissociable entre communication et culture. Les Européens se comprennent, malgré tout, car ils participent d'une culture commune, ce qui facilite leur communication. Deuxièmement, un argument épistémologique qui a le plus souvent été appliqué au niveau de la communication interpersonnelle, celui du partage de l'espace et du temps, relatif donc à la fonction phatique du langage. Nous tentons ci-après d'appliquer cet argument à l'espace médiatique de plusieurs pays européens. Au lieu du « Me suivez-vous ? » jakobsonien, nous proposons une question plus large : « Nous suivons-nous, entre espaces médiatiques nationaux ? Parlons-nous des mêmes sujets ? ». Enfin, le troisième argument est éthique et œuvre contre la simple instrumentalisation ou marchandisation de la communication. Il serait à prouver qu'il existe une véritable communication européenne par les médias et que tout n'est pas que séduction de la communication institutionnelle. Ce serait aussi l'occasion de faire quelques parallèles avec les analyses de l'espace public européen, qui semblent ici inévitables.

« L'Europe dans les médias en ligne »

Pour étudier les formes ou les degrés d'incommunication médiatique de l'Europe, nous nous appuyons sur une recherche que nous menons depuis quatre ans et qui réunit des chercheurs de huit pays européens autour de la question des images de l'Europe dans les médias. Nous travaillons sur les versions en ligne des principaux médias d'information de France, d'Allemagne, d'Italie, de Pologne, de Roumanie, de Bulgarie, de Slovaquie, du Royaume-Uni.

Nous avons donc aujourd'hui plus de 10 000 articles en huit langues (8 268 en 2014 et 2015, le comptage de 2016 est en cours)². Cette base de données est organisée par pays d'origine et par événement. Les items sont placés dans des sous-corpus en fonction de l'événement médiatique qu'ils composent. Une attention particulière est accordée aux événements principaux : ceux qui réunissent plus de 10 articles par corpus national. Une comparaison de ces événements donne un premier aperçu des sujets qui intéressent les médias dans chacun des pays du projet. Notons ici que l'événement médiatique en ligne a une étendue plus importante que celui du média papier, car les articles suggérés ou liés (par des liens web dans le corps de l'article) s'ajoutent à l'événement et forment de véritables dossiers médiatiques. Ces données nous permettront de mettre en évidence le premier mécanisme d'incommunication médiatique : le traitement partiel de l'actualité au niveau européen.

Le deuxième critère d'organisation de notre corpus est celui des thèmes, qui sont les angles, les approches générales du sujet. Ce choix journalistique donne d'emblée une vision générale de la représentation du sujet. Le même événement peut donc être traité de manières différentes dans chaque pays. Ces images générales de l'Europe, quand elles sont différentes, sont intéressantes car elles illustrent des intérêts, des habitudes ou des inerties journalistiques. Nous nous retrouvons ici sur le terrain du deuxième mécanisme d'incommunication médiatique : le traitement différent de l'actualité, d'un pays à l'autre.

Un dernier élément que nous avons introduit dans notre analyse est les manières dont les journalistes approchent le sujet européen, les manières presque diffuses de présenter l'Europe au détour d'une phrase ou d'une idée. Il s'agit donc de comprendre le mélange d'un choix journalistique conscient à du traitement intuitif de l'Europe. Nous appelons ce procédé l'appropriation journalistique de l'Europe, qui se fait par le discours que le journaliste formule et qui illustre sa manière de penser,

son ancrage institutionnel, national, son instrumentalisation de l'Europe pour des fins d'explication, de compréhension, de justification, d'exemplification³. Les données relatives aux appropriations journalistiques de l'Europe nous permettront d'illustrer, le cas échéant, le troisième mécanisme d'incommunication : le traitement de l'absence de consensus sur l'actualité.

Un traitement partiel de l'actualité

Est-ce que les médias européens traitent les mêmes événements ? Sans entrer dans les détails des événements, il nous intéresse pour le moment de savoir si les médias des différents pays abordent les mêmes sujets, s'intéressent aux mêmes occurrences, consacrent des articles aux mêmes faits. Pour l'analyse des événements médiatiques en ligne, nous avons fait la distinction entre trois temps de l'événement : « le repère » (période de recueil du corpus), « le temps effectif » (allant de la date du premier article lié/suggéré à la fin de la récolte du corpus) et « le temps réel ». Ce dernier correspondrait à la période de parution de tous les articles attachés, de près ou de loin, au sujet en question. Cette troisième période, ou durée, n'est accessible qu'au chercheur, à l'historien, et elle ne fait pas l'objet de notre analyse⁴. Les événements nous intéressent car ils structurent la réalité médiatique européenne. Ils sont un outil méthodologique du chercheur, mais ils sont avant tout une réalité. La réalité peut être fait, occurrence, comme elle peut être idée, analyse, donc souci journalistique de traitement de la réalité. Nous n'interrogerons pas ici le processus de structuration de la réalité européenne, mais comparerons, à ce stade de l'analyse, le résultat de ce processus tel qu'il est illustré dans la presse.

Dans l'ensemble des corpus des trois années, les événements majeurs représentent environ 13 % du nombre total d'événements (pour le corpus de 2015, nous avons 16 sur 108 en France, 10 sur 71 en Pologne, 27 sur 77 en

Allemagne, par exemple ; en 2016, nous avons 13 événements majeurs sur 73 en France, 6 sur 68 en Italie). Cela veut donc dire que les versions en ligne des médias étudiés dédient plus de 10 articles par sujet à un nombre très limité de sujets.

Une première conclusion à tirer est donc un émiettement important du traitement médiatique des sujets européens. Seul un événement a été commun à l'ensemble des corpus nationaux de 2014 : le conflit en Ukraine, appelé différemment par les chercheurs des divers pays, en fonction des termes utilisés par les médias : « situation en Ukraine » en France, « crise ukrainienne » en Italie, Royaume-Uni, Slovaquie, Allemagne et Pologne, « guerre en Ukraine » en Roumanie. En 2015, la crise de réfugiés a été l'événement majeur. Les médias parlent le plus souvent de « migrants », d'ailleurs. Il a été décliné en plusieurs sous-événements, eux-mêmes rassemblant plus de 10 articles par pays : les mesures prises par l'Union européenne, l'accueil des migrants en Allemagne, les migrants dans les pays en transit. En 2016, l'événement majeur présent dans les 5 pays où l'analyse des corpus a déjà été faite est le Comprehensive Economic and Trade Agreement (CETA) et les négociations autour de cet accord.

Quand on parle d'événement majeur, nous avons donc affaire à ces événements qui font l'unanimité des agendas médiatiques européens. Remarquons le caractère des événements qui ont été traités par tous les médias nationaux : il s'agit d'événements liés à des pays (Ukraine et Canada) ou populations (les migrants) extérieurs à l'Union européenne. Il n'est pas anodin de remarquer ici qu'aucun événement interne, lié aux institutions européennes, n'occupe cette place importante dans les médias. Retenons aussi qu'un très faible nombre de sujets suscite l'intérêt unanime. Les entités libres, indépendantes les unes des autres que sont les médias nationaux ne font pas les mêmes choix les unes par rapport aux autres pour des raisons liées aux intérêts de leurs publics, aux traditions journalistiques, aux environnements géographiques et politiques en fin

de compte. Nous concluons pour le moment surtout qu'il existe une non-communication médiatique européenne.

Cette radiographie très simple (faite « à la main », sans outil informatique) des médias nous incite aussi à formuler des remarques sur l'idée d'espace public européen, dont l'absence a été tellement décriée et qui serait vérifiée par ces données. Nous sommes certainement loin de la synthèse habermasienne de l'espace public formé de positions contradictoires. Nous avons un intérêt relativement rare pour des sujets communs, mais point de « délibération fondée sur des échanges dûment argumentés » (Lits, 2014). Il pourrait s'agir d'espaces publics mosaïques qu'analyse Erik Neveu (2015), dont la réalité au niveau de l'Europe reste encore à prouver.

Le traitement divergent des informations

Revenons un instant sur la spécificité de notre corpus : nous avons soumis à l'analyse les versions en ligne des médias nationaux, qui sont les plus lus et qui proposent un espace de débat et d'argumentation national avant toute chose. Il nous intéresse donc de savoir s'il existe une cohérence, d'éventuels échanges entre ces médias nationaux, un dialogue, des renvois à des sources d'informations des autres pays.

Pour ce faire, lors de la collecte du corpus, nous avons attribué à chaque item, donc à chaque article, un thème, qui est exclusif⁵. Il s'agit de la modalité de traitement du sujet dans sa globalité, qui prédomine donc sur un article : politique, économie, migration (introduit en 2015, quand la migration était devenue un angle et non seulement un sujet d'actualité), société, culture, climat, action militaire, analyse générale. En 2016, le Brexit est devenu aussi un contexte, un angle, donc nous l'avons testé comme thème, tout en continuant d'assigner aux articles les thèmes ci-dessus. Ce thème serait donc ce que Denis

Ruellan (2006) analyse comme le « niveau de structuration ignoré du public qui est à déduire de l'analyse comparée des articles », l'angle journalistique.

Pour l'événement « crise ukrainienne » de 2014, la distribution par pays indique des différences notables. Le thème « action militaire » est le seul présent dans la presse britannique analysée ; il est également relativement présent en Roumanie, Pologne, Slovaquie. Il est donc difficile d'avancer une explication par l'éloignement géographique de la Grande-Bretagne par rapport à l'Ukraine et il apparaît que l'action militaire est le seul angle par lequel les journalistes de ce pays conçoivent le sujet par rapport à l'Europe. Néanmoins, nous remarquons que le thème « politique » semble fédérer les angles des journalistes en Italie, Slovaquie, Pologne, France, Bulgarie. Nous remarquons également une diversité plus importante des angles en Pologne et France. D'ailleurs, en France on trouve des articles du thème que nous avons appelé « analyse générale », donc des points de vue qui abordent la crise dans son ensemble, incluant à la fois les approches politiques, économiques, sociales, etc., démarche très spécifique de la presse de ce pays, selon les discussions avec les autres chercheurs du projet Lemel.

Le CETA est un événement qui est traité de manière différente par les médias, également : une quasi-égalité entre les thèmes « politique » et « économie » en France, une prédominance du thème « économie » en Allemagne et en Italie, et un traitement presque exclusivement économique en Pologne, par exemple.

Nous avons aussi des événements qui bénéficient d'angles presque identiques dans les pays étudiés. Le sujet des banques européennes face à la crise a été traité sous un angle économique, le Brexit a été traité d'un point de vue politique, la crise des migrants a bénéficié majoritairement de l'étiquette « migration⁶ ». Ces événements traités de manières similaires par les journalistes des différents pays sont d'emblée imprégnés d'un thème. Si l'on creuse encore plus, nous observons que le genre journalistique employé

diffère d'un pays à un autre, pour des événements à thèmes communs. Le Brexit, par exemple, est presque uniquement traité d'un point de vue de l'information stricte en Bulgarie ou en Roumanie, la part du récit est presque identique à celle de l'information stricte en France.

Nous pouvons certainement conclure à une grande diversité des traitements médiatiques de l'Europe. Mais est-elle le signe d'une incommunication qui fait avancer le projet européen ? Est-ce qu'ils contribuent à l'identification d'incommunications européennes ? Il nous semble que cette étude comparée des médias nationaux rend compte de l'accomplissement de la fonction informative des médias, mais pas de celle de communication (Akoun, 2002). Il existe certes une connaissance de l'Union européenne, voire de l'Europe (diverse d'un pays à l'autre, d'ailleurs), qui est le rôle de l'information, mais presque pas d'échange, pas de « dynamiques de reconnaissance » (*Ibid.*) entre Européens. Des médias comme *Courrier international* auraient peut-être pu mettre en lumière ce type d'échanges, mais ce n'est pas le cas des médias nationaux.

L'acceptation de l'absence de consensus

Cet aspect communicationnel des médias constitue un troisième mécanisme d'incommunication médiatique européenne : le traitement de l'absence de consensus, c'est-à-dire des clarifications journalistiques de sujets potentiellement contradictoires, controversés à travers l'Europe. Il s'agirait donc de ces événements communs à plusieurs pays et qui impliquent un dialogue, une négociation, un échange entre les différents médias nationaux. Idéalement, nous sommes à la recherche de ces polémiques médiatiques européennes, faites et entretenues par les médias. Elles ne sont pas inexistantes⁷, mais sont très rares et jamais retrouvées dans nos corpus Lemel.

À défaut, nous pouvons nous concentrer sur les sujets qui naissent ailleurs et sont relayés par la presse, et qui

définissent la forme « classique » de polémique (Lemieux, 2007). Nous pouvons identifier des espaces d'échanges scientifiques, économiques, politiques où émergent des débats au niveau européen. Ces débats sont relayés dans les médias. Les significations de l'Europe sont ainsi interprétées.

Prenons pour exemple de l'événement médiatique « crise des migrants » du corpus de 2015 (récolte entre les 19 octobre et 15 novembre, contenant donc des liens web vers les articles parus depuis la vague de migrants de l'été 2015). Dans la presse italienne, nous remarquons une prépondérance des appropriations de l'Europe en tant que société, les récits (souvent des vidéos) des personnes qui arrivent en Europe et leur accueil. Dans la presse polonaise et la presse allemande, l'événement a donné surtout l'occasion à des analyses de l'Europe politique, des mécanismes et décisions politiques mis en place pour l'accueil des migrants, surtout au niveau national et pas tellement celui de l'Union européenne. La presse française a analysé l'événement par le prisme des décisions prises à Bruxelles, mais contient, à l'exception des autres corpus nationaux, presque autant d'entrées par l'éthique, donc des discussions sur les valeurs européennes interpellées à l'occasion de l'arrivée des migrants.

L'Europe n'est pas représentée de la même manière, l'Union européenne n'est pas comprise et interprétée de façon identique dans une situation donnée. Ces incompréhensions sont sources de communication réflexive (Dacheux, 2015). Nous avons bien affaire à des conceptions différentes de l'Europe, à des appropriations médiatiques de l'Europe spécifiques à des journalistes, médias ou pays. Mais il n'y a guère de communication entre elles. Nous n'avons donc pas affaire à un traitement de l'absence de consensus – pas encore. Peut-être que ce niveau serait celui d'une incommunication source de discussions et permettant l'avancement de la communication dans l'espace européen.

Notre position est que, davantage que la seule diversité, c'est la controverse et la polémique qui définissent l'Europe dans son ensemble. La possibilité de soutenir des opinions contradictoires lui est consubstantielle. L'acceptation de la polémique est définitoire de l'Europe car sans elle, la diversité ne serait source que de divisions. Les médias, porteurs de l'espace de débat, se définiraient donc au niveau européen essentiellement par la prise en charge de la grande diversité qui est celle des espaces d'expression nationaux et, idéalement, par le relais de contradictions, d'oppositions, de polémiques. Mais, selon nos résultats de recherche, la réalité des médias nationaux est beaucoup moins dynamique et plus locale.

Nous remarquons une évolution de la notion d'incommunication. Raymond Boudon (1989) et André Akoun (2002) l'analysent notamment sous des aspects négatifs, comme des difficultés pour le processus communicationnel dans la société, en particulier pour les médias. Au vu des résultats de recherche que nous avons

présentés, il semble que cette conclusion n'a pas beaucoup évolué, quand elle est appliquée aux médias nationaux en Europe. Nous sommes plutôt en situations de non-communication et non encore d'incommunication telle que définie par D. Wolton. Ce fait serait à mettre en relation avec l'espace démocratique européen, lui-même en difficulté et crise de légitimité. Nous avons bien affaire à de la diversité, mais pas à du dialogue. Les raisons tiennent à des représentations différentes. L'inexistence de l'incommunication comme accès à la négociation est la preuve de différences profondes (historiques, culturelles, autres que médiatiques), d'impossibilités contextuelles (linguistiques, géographiques, etc.), d'inerties journalistiques (des agendas médiatiques, des études d'audience, etc.). Mais c'est peut-être aussi le signe de la nécessité de plus de négociations au niveau politique et scientifique. La non-communication médiatique apparaît finalement aussi bien comme un des moteurs et comme une illustration des difficiles négociations européennes.

NOTES

1. Le projet « L'Europe dans les médias en ligne » (Lemel) vise à comparer de manière synchronique et diachronique le traitement médiatique de l'Europe. Nous avons fait évoluer la liste des pays qui intéressent notre récolte de corpus des pays de l'Union européenne et de l'Espace économique européen, en leur ajoutant la Biélorussie, l'Ukraine, la Moldavie, la Russie, la Géorgie, l'Arménie, l'Azerbaïdjan, les pays des Balkans, la Turquie. Cette délimitation, à visée méthodologique (permettant donc de délimiter le corpus recueilli), est censée nous apporter aussi des réponses sur la présence d'informations relatives à ces aires géographiques et culturelles dans les médias. Pendant quatre semaines par an, nous collectons simultanément et selon les mêmes critères l'intégralité des articles qui traitent de l'Europe, de l'Union européenne, de la relation d'un pays avec l'Union européenne, d'au moins deux pays de la liste ci-dessus.
2. Nous comparons ici les corpus de 2014 (3 501 articles pour huit pays), de 2015 (3 775 articles) et de 2016 (comptage en cours, 456 articles en France). Durant quatre semaines – du 20 octobre au 16 novembre en 2014 (huit pays de récolte du corpus, sept analysés), du 19 octobre au 15 novembre en 2015 (sept pays), du 24 octobre au 20 novembre 2016 (sept pays) –, période appelée « repère », nous avons identifié et sauvegardé « à la main » sur une base de données en ligne, Trello, les articles de la « presse de qualité » en ligne portant sur l'Europe et sur des thèmes européens. Les périodes soumises à l'analyse ont été choisies principalement pour leur absence d'événements électoraux européens, communément soumises à des enquêtes. Nous analysons donc le temps normal de la politique, pendant lequel les médias jouent un rôle primordial dans le maintien de l'intérêt ou tout simplement de l'information sur les sujets européens, selon l'analyse de Dominique Wolton (1989). Les journaux en ligne ou sites d'informations

- sont les suivants : Bulgarie : *Dnevnik* (www.dnenik.bg) et *Media-pool* (www.mediapool.bg); Italie : *Corriere della Sera* (www.corriere.it) et *La Repubblica* (www.repubblica.it); Pologne : *Gazeta Wyborcza* (http://wyborcza.pl) et *Rzeczpospolita* (www.rp.pl); Roumanie : *Adevarul* (www.adevarul.ro), *Gandul* (www.gandul.info) et *Hotnews.com* (www.hotnews.com); Slovaquie : *Hospodárske noviny* (http://hnonline.sk) et *Pravda* (http://www.pravda.sk); Grande-Bretagne : *Daily Mail* (www.dailymail.co.uk) et *The Guardian* (www.theguardian.com/uk); France : *Le Monde* (www.lemonde.fr), *Le Figaro* (www.lefigaro.fr) et *Mediapart* (www.mediapart.fr); Allemagne : *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (www.faz.net) et *Süddeutsche Zeitung* (www.sueddeutsche.de).
- Un volume réunissant les analyses Lemel de ces premières années du projet est en cours de préparation.
 - L'« avant » et l'« après » de l'événement ne nous intéressent pas ici. Tels qu'ils sont conçus par Jocelyne Arquembourg (2011), ils pourraient apporter des informations très intéressantes pour le processus de construction européenne, par exemple.
 - Cette liste est le résultat de discussions au sein du groupe de chercheurs du projet Lemel et amendée chaque année.
 - Qui n'aura finalement peut-être pas été un choix méthodologique judicieux, homogénéisant ainsi une réalité qui aurait peut-être pu être présentée avec plus de détails avec les thèmes anciens seulement.
 - À l'exemple de cette campagne médiatique initiée par *Guardian* et à la riposte du quotidien roumain *Gândul*, sujet analysé par Denisa-Adriana Oprea et Elena Negrea-Busuioac (2016).

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- AKOUN, A., « Nouvelles techniques de communication et nouveaux liens sociaux », *Cahiers internationaux de sociologie*, n° 112, 2002, p. 7-15.
- ARQUEMBOURG, J., *L'Événement et les médias. Les récits médiatiques des tsunamis et les débats publics (1755-2004)*, Paris, éditions des Archives contemporaines, 2011.
- BOUDON, R., « Petite sociologie de l'incommunication », *Hermès*, n° 4, 1989, p. 53-66.
- DACHEUX, E., « L'incommunication, sel de la communication », *Hermès*, n° 71, 2015, p. 266-271.
- LEMIEUX, C., « À quoi sert l'analyse des controverses ? », *Mil neuf cent. Revue d'histoire intellectuelle*, n° 25, vol. 1, 2007, p. 191-212.
- LITS, M., « L'espace public : concept fondateur de la communication », *Hermès*, n° 70, 2014, p. 77-81.
- NEVEU, E. et FRANÇOIS, B. (dir.), *Espaces publics mosaïques. Acteurs, arènes et rhétoriques des débats publics contemporains*, Paris, Res publica, 2015.
- OPREA, D.-A. et NEGREA-BUSUIOC, E., « "Don't bother. We're closed". Limites et intersections dans deux campagnes média en Grande-Bretagne et Roumanie », in ALEMANNI, S., BECIU, C. et OPREA, D.-A. (dir.), *Communications publiques et organisationnelles. Intersections des savoirs*, Bucarest, comunicare. ro, 2016, p. 173-192.
- ROBERT, P., « De la communication à l'incommunication », *Communication et langages*, n° 146, 2005, p. 3-18.
- RUELLAN, D., « La Routine de l'angle », *Questions de communication*, n° 10, 2006, p. 369-390.
- WOLTON, D., « La communication politique : construction d'un modèle », *Hermès*, n° 4, 1989, p. 27-42.
- WOLTON, D., *Il faut sauver la communication*, Paris, Flammarion, 2005.
- WOLTON, D., *Indiscipliné, 35 ans de recherche*, Paris, Odile Jacob, 2012.
- WOLTON, D., « Communication, l'impensé du xx^e siècle », *Hermès*, n° 70, 2014, p. 13-20.
- WOLTON, D., *Communiquer, c'est vivre*, Paris, Le Cherche-Midi, 2016.