

Akrich, M. (1992), "La presse et la technique : pluralité des modèles de journalisme", *MédiasPouvoirs*, 26, pp.24-32.

## ***La presse et la technique:***

### ***pluralité des modèles de journalisme***

Madeleine AKRICH  
Centre de Sociologie de l'Innovation  
Ecole des Mines

Le rôle actif de la presse dans la construction de l'information fait aujourd'hui l'objet d'un large consensus: l'idée selon laquelle les médias se borneraient à retransmettre des événements ou des données, à la fabrication desquelles ils ne participeraient pas, n'est plus soutenable, du moins en ce qui concerne la politique, les grands débats de société, en bref tout ce qui relève de l'information générale. Dès que l'on touche à des questions techniques ou scientifiques, les positions se font plus incertaines; l'analyse, effectuée par Eliseo Veron<sup>1</sup>, du travail des médias lors de l'accident de Three Mile Islands fait magnifiquement exception à la règle... à une petite réserve près: il conclut son livre sur un tableau chronologique de ce qui s'est "vraiment" passé à TMI; cette annexe, qui semble démentir ce que le titre du livre suggérait, réintroduit in extremis une dichotomie fâcheuse entre le monde des faits et celui des représentations, dichotomie dont la sociologie des sciences a fait son deuil depuis un certain temps<sup>2</sup>.

Entre les deux programmes, le lecteur l'aura compris, notre préférence va sans conteste au premier: nous appuyant sur un travail consacré aux différentes formes de conseil en économies d'énergie<sup>3</sup>, nous voudrions montrer comment, dans ce domaine "technique", la presse spécialisée peut jouer un véritable rôle de médiation<sup>4</sup> entre le grand public et le monde industriel. Ce faisant, nous verrons que cela implique de la part des journalistes un travail spécifique de traitement et de mise en forme de l'information qui permette de construire un monde ordonné selon le point de vue supposé des lecteurs-usagers.

---

<sup>1</sup>Veron E., *Construire l'événement*, Paris: Editions de Minuit, 1981.

<sup>2</sup> Latour B., *La science en action*, Paris: La Découverte, 1989.

<sup>3</sup> Akrich M. & V. Rabeharisoa, *Le conseil en économies d'énergie*, ANAH-ENSMP, 1990.

<sup>4</sup> Hennion A. & C. Méadel, "The artisans of Desire: the Mediation of Advertising between the Product and the Consumer", in *Sociological Theory*, vol.7-2, automne 89, p.400-424.

## Deux modèles de fonctionnement des médias

Les questions qui touchent aux économies d'énergie sont techniquement complexes, car elles mettent simultanément en jeu un ensemble de facteurs difficiles à mesurer et à contrôler. Or, dans ce secteur, l'on constate depuis plusieurs années la régression des formes institutionnelles de conseil, qui théoriquement offrent des garanties de sérieux et de désintéressement, alors que le marché des produits se maintient à un niveau honorable. D'où l'idée, à l'origine de cette recherche, que l'utilisateur trouve dans d'autres formes de conseil de quoi nourrir sa réflexion avant une décision d'équipement ou de travaux. Les revues grand public consacrées au bricolage et à la décoration nous sont apparues comme l'un de ces supports possibles: pour s'en convaincre, il suffit de jeter un coup d'oeil sur l'étalage des marchands de journaux à l'approche de l'hiver et l'on constatera que, chaque année, isolation, chauffage et régulation s'étalent en grosses lettres sur les couvertures des magazines. C'est d'ailleurs de cette manière que, mimant le comportement d'un usager à la recherche d'informations, nous avons sélectionné les revues auxquelles nous avons choisi de nous intéresser, à savoir: *Maison et Travaux*, "pour les amoureux de leur maison", *Maison Bricolages*, *Système D*, "pour le bricolage et la maison", *Pratique*, "le magazine pour la maison et le jardin". Avant même d'entrer dans les contenus des articles, nous avons cherché à caractériser les revues à partir d'un certain nombre de critères très simples et immédiatement repérables: en effet, entre plusieurs revues qui affichent des thèmes voisins, le futur lecteur va s'orienter vers celle qui, après un rapide feuilletage, lui paraîtra le plus correspondre à ses préoccupations et à ses goûts, autrement dit, vers celle qui lui propose la représentation de lui-même la plus proche de l'image qu'il s'en fait. Ainsi, selon qu'il est bricoleur ou pas, qu'il habite une maison ou un appartement, qu'il approuve la démarche des associations de consommateurs ou s'en remet toujours à l'avis de l'artisan de quartier etc., il sera sensible à un certain nombre de signaux affichés par les revues. Une première analyse menée sur les thèmes abordés dans les articles, tels qu'ils sont repérables dans le sommaire, permet de dresser un profil rapide des lecteurs construits par chaque revue: sans revenir sur les détails du comptage, il semble que que les lecteurs de *Maison & Travaux* et *Pratique* soient plutôt des "aménageurs" - ils sont définis par leur statut d'habitant -, alors que ceux de *Système D* et de *Maison Bricolages* appartiennent à la race des bricoleurs et des manuels - ils sont davantage caractérisés par leurs pratiques que par leur statut.

		<b>Maisons &amp; Travaux</b>	<b>Maisons Bricolage</b>	<b>Système D</b>	<b>Pratique</b>
--	--	------------------------------	--------------------------	------------------	-----------------

<b>L E C  T E U R S</b>	<b>Courrier</b>	incité  non publié	  publié	payant  publié	courrier payant, sur les questions juridiques publié
	<b>"Trucs"</b>	non	non	payé si publié	payé si publié
	<b>Réalisations lecteurs</b>	quelques rénovations	non	objets: concours payé	objets: concours payé
<b>I N D U S T R I E  L S</b>	<b>Nouveautés</b>	2 à 3 pages	6 pages critiques	plus de 10 pages	4 pages
	<b>Mailing pub</b>	non	non	oui	oui
	<b>Adresses Industriels</b>	oui	oui	oui	oui
	<b>Pub séparée</b>	oui, sauf nouveautés	oui, sauf nouveautés	non	en partie

D'autres critères, résumés par le tableau ci-contre, permettent de caractériser la position occupée par chaque revue sur l'axe qui va des industriels aux usagers. Mais d'abord, quelques définitions préliminaires:

- nous entendons par "courrier", les lettres adressées par les lecteurs à la revue en vue d'obtenir un renseignement ou un avis; ce service est facturé par *Système D* et *Pratique*;
- les "trucs" sont constitués de toutes les trouvailles faites par les lecteurs qui, par le canal de la revue, peuvent en faire bénéficier leurs pairs;
- au delà des "trucs", certaines revues se font l'écho de réalisations importantes de leurs lecteurs (objets de menuiserie, rénovation d'une maison etc.) et organisent même des concours;

- le terme "nouveau" fait référence à la rubrique qui, sous une forme à peine modifiée par rapport aux communiqués de presse dont les industriels inondent les revues, présente les derniers produits sortis;
- si certaines revues centralisent les demandes de renseignements provoquées par les publicités ("mailing pub"), toutes fournissent au lecteur les adresses des industriels qui fabriquent les produits présentés par la revue;
- enfin, dans *Maisons & Travaux* et *Maison Bricolages*, la publicité, qui se trouve en début et en fin de magazine, est complètement séparée des contenus rédactionnels.

Une observation rapide du tableau permet de dégager deux groupes de revues, d'un côté *Maisons & Travaux (M&T)* et *Maison Bricolages (MB)*, de l'autre *Système D* et *Pratique*. Ces deux dernières se caractérisent par la position d'experts qu'elles se donnent vis-à-vis des lecteurs: elles jugent leurs réalisations et leur font payer toute demande de renseignements; *Système D* a même systématisé cette règle en élaborant une facturation à trois niveaux: demande d'adresses, question simple appelant une réponse de quelques lignes, étude plus complexe qui fera l'objet d'un devis avant réalisation - la frontière entre presse et professionnels est ici particulièrement mince! Ce qui est d'ailleurs corroboré par l'examen des autres critères de tri: *Système D* mélange contenus rédactionnels et publicité - les publi-reportages figurent dans le sommaire au même titre (sans signe particulier) que les autres articles-, vante les nouveaux produits et se charge du mailing publicitaire.

A l'opposé, *M&T* et *MB* jouent la proximité avec leurs lecteurs - ceux-ci sont invités à écrire ou téléphoner, comme ils le feraient auprès d'un ami bien informé, pour demander un renseignement ou un conseil gratuit - et se démarquent nettement des industriels: pas de publi-reportages, ni de mailing publicitaire, et une stricte séparation entre publicité et contenus rédactionnels.

Nous voyons là se dégager deux modèles assez différenciés du rôle que doit jouer la presse spécialisée: d'un côté, elle prolonge le travail des industriels en présentant une sorte de vitrine des produits existants, de l'autre, elle s'établit plutôt en usager-expert, indépendant du milieu industriel. Mais, pour valider notre hypothèse de départ à savoir que les revues redéfinissent, par leur travail spécifique de médiation, les contenus techniques, il nous faut montrer que les deux modèles repérés par un feuilletage rapide se traduisent par des différences appréciables dans la forme des articles. Pour cela, nous allons nous concentrer sur les deux revues qui occupent les positions extrêmes dans notre schéma, à savoir *Système D* et *Maison & Travaux*. Il faut noter par ailleurs que ces deux revues sont parmi les plus importantes du domaine, puisqu'elles sont créditées par le CESP (1988) de 1 087 000 lecteurs (*Système D*) et de 2 373 000 lecteurs (*Maison & Travaux*)

### **Maison & Travaux, ou comment constituer l'utilisateur en expert**

L'analyse d'un dossier consacré aux isolants minces<sup>5</sup> va nous permettre de spécifier le travail mené par des rédacteurs de la revue. Le sous-titre du dossier pose le problème du point de vue supposé de l'utilisateur, à la fois sensible et méfiant vis-à-vis des argumentations fournies par les fabricants et les vendeurs de matériaux:

*"Améliorer l'isolation thermique d'une pièce, rapidement, sans engager de travaux importants est le défi que tentent de relever les "isolants minces". Certains d'entre eux sont destinés plus particulièrement à l'isolation acoustique et d'autres se prévalent d'apporter une isolation thermique et acoustique. Qu'en est-il de ces isolants "de substitution"?"*

Le corps de l'article est scindé en trois parties principales: une introduction "technique", et deux volets consacrés aux "isolants thermiques" et aux "isolants phoniques et thermiques". L'introduction répond en quelque sorte à la question "que font les isolants minces?", en envisageant successivement le point de vue du thermicien, de l'acousticien, du bricoleur, du décorateur et de l'habitant: les arguments des uns et des autres sont ici mis à plat et font l'objet d'une série de traductions qui permettent leur appropriation par des publics différenciés. Ainsi on passe de l'énoncé technico-scientifique:

*"Selon la norme NF P 75-101, on considère qu'un produit peut être défini comme un isolant thermique si sa résistance thermique est au moins égale à 0,5 m<sup>2</sup> °C/W et si le rapport de son épaisseur (en m) et de sa résistance thermique est au plus égal à 0,065 W/ m °C, soit  $e/R = 0,065$ ."*

à un mode d'emploi pour la lecture des spécifications:

*"Plus R est grand, plus le matériau est isolant."*

ou encore au commentaire opératoire:

*" De nombreux isolants minces sont avant tout des absorbants, destinés à la correction acoustique des pièces, facilement identifiables, car qualifiés d'isolants phoniques par les fabricants. Ils atténueront les bruits émis de la pièce, mais pas ceux provenant d'autres pièces."*

Les deux autres parties sont organisées par type de matériaux, chacun faisant l'objet d'un commentaire descriptif qui porte sur tous les aspects, techniques, pratiques, esthétiques etc. (composition, aspect, dimensions, présentation, applications particulières, performances, mise en oeuvre etc.), commentaire complété par un tableau chiffré qui présente les caractéristiques, performances et prix des produits disponibles sur le marché. Enfin, deux types d'encarts, visuellement différenciés, s'insèrent dans le

---

<sup>5</sup> Maison & Travaux n°75, Septembre-Octobre 88, p 55-61.

corps du dossier: les premiers expliquent les "principes de pose" des différents types de matériaux; les seconds montrent, à l'aide d'une série de photos, la mise en oeuvre d'un produit particulier. *Maison & Travaux* présente donc une sorte de mise en scène du cheminement possible d'un usager qui, confronté à un problème dans son habitat, commencerait par faire l'inventaire des solutions possibles, les comparerait suivant différents critères, prendrait une décision et mettrait en oeuvre ou ferait mettre en oeuvre la solution choisie: à chaque étape de ce parcours éventuel, *Maison & Travaux* met à la disposition de son lecteur une capacité d'expertise qui doit lui permettre d'argumenter avec les professionnels du domaine (thermiciens, vendeurs ou fabricants, installateurs); tout est fait pour qu'il puisse prendre sa décision et passer commande (les adresses des fabricants sont communiquées en première page du dossier) sans quitter son fauteuil. Encore faut-il que le lecteur soit pleinement convaincu que le journaliste adhère à sa cause: les tableaux comparatifs, en usage dans les revues de défense des consommateurs, constituent l'une des pièces du dispositif de confiance, renforcé par un certain nombre de prises de position qui rompent avec la monotonie du ton descriptif et surtout démarquent clairement le discours produit de ceux (des fabricants, des commerciaux, des thermiciens etc.) avec lesquels il ne doit pas se confondre:

*"Comme les autres isolants minces, les films réfléchissants sont l'objet d'une querelle entre thermiciens et fabricants. La certification ACERMI (non obligatoire) qui détermine les capacités thermiques des matériaux isolants ne prend pas en compte notamment les films réfléchissants (on se demande bien pourquoi)."*

L'univers installé par *M&T* est donc peuplé d'une série d'acteurs aux points de vue et intérêts différenciés si ce n'est divergents; dans ce contexte, la revue se donne pour mission d'aider à la constitution d'un point de vue autonome de l'usager capable de réordonner le marché en fonction de ses préoccupations propres.

### **Système D, ou le court-circuit entre l'offre et la demande**

Alors que les articles de *M&T* présentent une structure relativement stable quels que soient les sujets traités, ceux de *Système D* défient toute tentative de caractérisation. Ainsi, le ton de l'article sur le chauffage au fioul diffère radicalement de celui consacré à la chaudière à condensation ou à la chaudière électrique. On remarque au passage que le choix même des thèmes reprend un découpage qui est celui du milieu professionnel. Prenons par exemple, le cas d'un article consacré à la chaudière électrique; le résumé introductif donne le ton:

*"Le chauffage électrique à l'aide d'une chaudière permet d'obtenir un rendement de près de 100%. Il s'agit incontestablement d'une*

*solution moderne car l'électricité est une énergie qui s'asservit très bien à la régulation ainsi qu'à la programmation. Il est alors aisé d'obtenir un confort certain pour un investissement limité."*

Les trois premiers paragraphes sont consacrés au développement de ces idées, "chaudière électrique = modernité, performances, confort, investissement limité", ainsi qu'à la levée des éventuels obstacles qui pourraient s'opposer à l'installation d'une chaudière électrique: il est facile d'obtenir une augmentation de la puissance de l'abonnement à l'électricité, la chaudière électrique peut se brancher sur n'importe quelle installation de chauffage central, elle s'installe très aisément etc. En dernier lieu, l'article suggère de s'adresser à un technicien spécialisé qui évaluera la puissance nécessaire, selon des méthodes dont on précise qu'elles peuvent varier d'un spécialiste à l'autre mais doivent tenir compte de la surface de l'appartement, du climat régional et du degré d'isolation. En bref, on rassure l'éventuel client en lui fournissant juste ce qu'il faut comme informations, mais pas assez pour remettre en question l'avantage, en termes de compétences, du professionnel. Le reste de l'article, c'est-à-dire les trois quarts, présente les différents modèles existants en reprenant manifestement les documentations fournies par les industriels.

L'article sur les chaudières fuel ou même celui sur la chaudière à condensation se présentent de manière différente: la description des modèles figure en légende des photographies et non plus dans le corps de l'article qui prend l'allure d'un discours de portée générale sur les caractéristiques de ces équipements. A quoi peut-on attribuer cette différence de parti-pris? Tout simplement au fait que, dans ces deux derniers cas, les constructeurs ont accepté de se donner un porte-parole commun, ASFUEL dans le cas des chaudières fuel et GDF pour les chaudières à condensation: l'article est construit autour de données et de graphiques fournis par ces acteurs.

En résumé, on constate que *Système D*, à l'instar des industriels dont il se fait le porte-parole, plaide tour à tour en faveur de l'une ou l'autre technologie et rassure les éventuels clients d'une technologie particulière. Il serait cependant inexact de considérer que *Système D* ne prend pas en compte le point de vue des usagers, disons plutôt qu'il met essentiellement en oeuvre la représentation que se sont faits les industriels des préoccupations, des désirs, des inquiétudes de ces usagers, et qu'à la différence de *M&T*, il ne se dote d'aucun outil permettant de se construire en propre une représentation de ces mêmes usagers, du moins en ce qui concerne leurs besoins en équipements et leurs pratiques de consommateurs-acheteurs<sup>6</sup>. Pour *Système D*, l'utilisateur recherche en priorité des informations techniques sur les produits, informations

---

<sup>6</sup> Il en va tout différemment en ce qui concerne leur pratique de bricoleurs, qui représente ce sur quoi la revue construit sa spécificité.

que l'industriel est le mieux placé pour fournir; la revue se trouve donc positionnée en intermédiaire, venant ré-installer de la transparence là où les circuits de commercialisation ne font que créer de l'opacité:

*"On n'a pas tellement de relations avec des vendeurs. Ils ne connaissent pas toujours le sujet. Ils sont là pour vendre les marques qu'ils proposent. Techniquement, je ne vois pas ce qu'apporte un vendeur. Moi, je m'adresse toujours directement au fabricant." (pigiste)*

Cette possibilité de court-circuit entre l'offre et la demande est institutionnalisée dans un concours annuel "Les systèmes d'or" qui repose sur le vote des lecteurs en faveur de tel ou tel produit choisi dans une gamme présélectionnée (100 produits répartis dans 5 catégories): chaque produit fait l'objet d'une fiche qui se présente sous la forme d'un descriptif technique élaboré par les fabricants selon une grille commune à tous les produits. Ce concours comporte deux types de gagnants: d'un côté, les industriels qui ont recueilli le plus de suffrages et qui se voient décerner un système d'or, d'argent ou de bronze, et de l'autre, les lecteurs dont le classement s'est approché le plus du classement final. Par cette mise en scène, non seulement l'on donne à voir le fonctionnement d'un marché réduit à la rencontre brute entre l'offre et la demande, mais on montre qu'il existe, au sein des demandeurs, des individus qui ont la particularité de faire les mêmes choix que le collectif et qui, donc, peuvent le représenter: la revue ne peut mieux signifier (activement!) que son rôle se limite à celui d'un intermédiaire passif.

Nous venons de voir comment une caractérisation des revues portant sur des critères généraux à dominante formelle (mise en pages de revues, existence de certains types de rubriques etc.) recoupe les résultats d'une analyse précise des contenus portant sur quelques articles thématiques: au delà de la diversité des ressources et des métiers qui sont agrégées dans sa réalisation, la revue présente une cohérence forte entre les différents paramètres qui la définissent. Dans une dernière partie, nous souhaiterions montrer comment la possibilité de tenir telle ou telle politique éditoriale - si l'on choisit de donner ce nom à la cohérence relevée plus haut - est liée à l'organisation même de la revue: de *Système D* à *Maison & Travaux*, ce n'est pas le même journalisme qui est pratiqué.

### **Deux définitions du journalisme: de l'intermédiaire au médiateur**

Première différence de taille dans l'organisation des deux revues: *Maison & Travaux* s'appuie sur une équipe, à l'origine de la fondation de la revue, composée de 6 journalistes, d'un "manuel" ou "bricoleur professionnel", et de deux photographes; en revanche, le fonctionnement de *Système D* repose sur un personnel stable très réduit



(2 personnes pour la rédaction) auquel viennent s'adjoindre un certain nombre de pigistes, qui, bien que collaborant régulièrement avec la revue, sont moins impliqués dans la définition de la politique éditoriale.

Les méthodes employées pour la collecte de l'information présentent le même contraste: lorsque *Système D* projette un dossier sur tel ou tel sujet, elle envoie une lettre circulaire aux différents industriels concernés. A partir des informations recueillies, les pigistes rédigent l'article avec les effets d'hétérogénéité que nous avons déjà analysés. A l'opposé presque de cette démarche, *Maison & Travaux* a mis en place un certain nombre d'outils permettant d'introduire une distance avec le monde des professionnels qui fournit une part importante des informations primaires.

Les multiples dossiers de presse, émanant des fabricants et dont les revues sont inondées, sont traités immédiatement après leur réception: les références du document sont entrées sur ordinateur, assorties d'une liste de mots-clés qui correspondent à l'ensemble des situations problématiques dans lesquelles on peut avoir besoin de faire appel au produit en question. Cette première traduction coupe l'information des circonstances précises qui ont provoqué son arrivée sur le bureau du rédacteur en chef (lancement d'un nouveau produit par exemple); elle installe d'emblée un point de vue différent de celui de l'industriel, point de vue à partir duquel s'effectue le choix des thèmes traités par la revue:

*"Nous partons toujours d'un problème auquel est confronté un usager."*

Cette "demande" est elle-même appréhendée grâce aux multiples relations que la revue entretient avec le public: courrier, appels téléphoniques, animation d'une émission de radio avec intervention des auditeurs etc.<sup>7</sup> Généralement, le traitement d'un thème comporte deux parties: une analyse de la gamme des produits répondant à un problème particulier doit permettre au lecteur de s'informer et de préparer une décision d'achats ou de travaux; un "gestuel" présente la mise en oeuvre d'un matériau ou l'installation d'un équipement, sous la forme d'un reportage photo commenté, reportage effectué lors d'un chantier pris en charge par la revue et réalisé, dans une maison "réelle", par le "bricoleur professionnel" de *Maison & Travaux*. Cette dernière expression dit bien toute l'ambiguïté ou plus exactement l'ubiquité dans la position des rédacteurs du journal qui

---

<sup>7</sup> En pratique, il semble que les "saisons" imposent malgré tout un certain rythme au contenu de la revue, qui, de ce point de vue, entre en résonance avec les autres acteurs professionnels du domaine: à l'approche de l'hiver, on parle isolation et chauffage, alors que lorsque l'été revient, les vérandas, piscines, et terrasses tiennent le haut du pavé. Ce qui est appelé "demande" est, ici comme ailleurs, le résultat de l'interaction d'une série de porte-parole.

se définissent à la fois comme journalistes, c'est-à-dire traducteurs, et comme utilisateurs:

*"Nous sommes des journalistes et non des techniciens. Et un journaliste doit être un bon traducteur, un décodeur. Nous, nous sommes des décodeurs qui ont un avis. Ça vient de notre méthode de travail qui ne s'arrête pas à la transmission de l'information, comme ça, mais qui consiste à essayer les matériaux que nous proposons; on a un avis à donner. En gros, nous sommes des utilisateurs qui avons l'avantage d'expériences cumulées."*  
(rédacteur en chef)

A l'univers de *Maison & Travaux*, tourné vers l'aval, celui des usagers, répond celui de *Système D*, orienté vers l'amont: la revue établit des collaborations avec les écoles d'apprentissage, les pigistes travaillent pour des revues professionnelles, et cette aptitude à naviguer dans le monde des "pros" est même considérée comme indispensable:

*"Moi, je suis un gros bricoleur. J'aime bien parler de ce que je connais, comme la plupart de mes confrères d'ailleurs. Dans la presse professionnelle, il y a beaucoup d'anciens professionnels. Pour parler de quelque chose, il vaut mieux connaître. Les lecteurs le sentent ça. Et puis les industriels aussi s'en aperçoivent: si vous ne connaissez pas le sujet, vous vous dépréciez auprès d'eux. Ils diront: "Celui-là, il est gentil mais il n'a vraiment aucune perception de la profession".* (pigiste)

Du feuilletage des revues à la pratique des journalistes en passant par l'analyse de contenus, on retrouve toujours cette même dichotomie entre deux façons d'envisager le rôle de la presse et de manière complémentaire, celui des industriels, du marché et des usagers: d'un côté, le journaliste se définit surtout comme un intermédiaire qui permet à une information pratiquement inchangée de se propager un peu plus loin, de l'autre, il se veut un véritable médiateur qui reconstruit le contenu de l'information en fonction du point de vue supposé du lecteur, le point important étant ici que, pour effectuer cette reconstruction, il faut des outils et un travail spécifiques. A l'instar de la presse généraliste dont elle ne s'écarte pas fondamentalement, la presse à caractère technique ne peut se ramener à un unique modèle de fonctionnement: chaque revue installe, au travers de son organisation et de ses pratiques, un micro-univers au sein duquel elle se donne des attaches et des ressources, un public et des missions particulières à accomplir.

Au delà, et nous concluerons sur ce retour à notre problème initial, la question de savoir si le journaliste est un simple intermédiaire ou un véritable médiateur n'est pas (ou pas seulement) une question de chercheurs; c'est avant tout le problème des journalistes eux-mêmes qui, selon la réponse qu'ils lui donnent, définissent leur propre profession. Dans cette perspective, l'étude des médias passe par l'analyse concrète des modalités

de travail (sources, outils, relations etc.) qui, seule, permet de comprendre comment une posture "éthique" peut se traduire dans une pratique effective: c'est, en tous cas, ce que l'exemple de la presse technique démontre clairement.