



# Sociologie de la production de l'information. Retour sur quelques expériences de recherche

Dominique Marchetti

## ► To cite this version:

Dominique Marchetti. Sociologie de la production de l'information. Retour sur quelques expériences de recherche. Cahiers de la recherche sur l'éducation et les savoirs, 2002, 1, p. 17-32. halshs-02379844

**HAL Id: halshs-02379844**

**<https://shs.hal.science/halshs-02379844>**

Submitted on 27 Nov 2019

**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.

## SOCIOLOGIE DE LA PRODUCTION DE L'INFORMATION

### *Retour sur quelques expériences de recherche*

*Dominique MARCHETTI\**

Les productions médiatiques, surtout écrites, constituent un matériel familier des chercheurs en sciences sociales. Pour schématiser, elles sont avant tout un des moyens d'information privilégiés sur leur thème de recherche ou d'enseignement. Différents types de presse (spécialisée, locale, professionnelle, etc.) peuvent être aussi parfois un moyen de socialisation dans le cadre d'enquêtes (Beaud et Weber, 1998 : 71 et suiv.). Au-delà de cette utilisation secondaire, de nombreux chercheurs peuvent être amenés à travailler plus directement sur ce matériau pour analyser le "discours", les "représentations" que véhiculent les médias, essentiellement à travers les publications des principaux producteurs d'information que sont les journalistes. Paradoxalement, peu d'entre eux se sont interrogés, par exemple à travers des publications scientifiques, sur les usages des médias à titre de recherche (pour une exception : voir Champagne et alii, 1989), alors que d'autres méthodes (entretiens, statistiques par exemple) ont fait l'objet de très nombreux articles et ouvrages visant à exposer les problèmes qu'elles posaient. Il s'agit donc ici de tenter de combler cette lacune en s'interrogeant sur les problèmes méthodologiques liés à l'étude de la production médiatique, de ses logiques, afin de mieux en comprendre le contenu. Ce retour sur quelques expériences de recherches menées sur les médias depuis 1993 n'est qu'une manière de montrer comment, avec d'autres, nous mobilisons des outils sociologiques pour cerner cet objet. Cela nous permettra aussi de soulever quelques problèmes communs ou spécifiques que ce type d'investigations pose aux chercheurs.

---

\* Sociologue, chargé de recherche CNRS au Centre de recherches administratives et politiques (IEP Rennes, Université de Rennes 1 et CNRS).

## Un objet piège

L'analyse sociologique des productions médiatiques est un objet "piège" à plusieurs titres. Nous prendrons ici uniquement l'exemple français sur lequel nous avons travaillé avec toutes les limites qu'il présente, notamment par rapport aux cas africains, eux-mêmes très différenciés. Bien évidemment, les chercheurs rencontrent en permanence ces problèmes méthodologiques mais ils se posent de manière spécifique et parfois exacerbée dans le cas des médias. Ainsi, l'un des obstacles majeurs à la sociologie des médias est qu'elle est fortement investie par des problématiques éthico-politiques. Parler du "traitement médiatique" est souvent perçu comme une manière de voir si la presse a "bien fait son travail", comment elle a rendu compte de "la réalité", c'est-à-dire souvent si elle a joué son "rôle" de "quatrième pouvoir" ou à l'inverse si elle n'a été que "porte-parole des sources officielles". Du fait que les journalistes insistent dans leurs discours publics sur la "liberté de la presse" comme "pilier de la démocratie" et sur leur contribution indispensable au bon fonctionnement de "l'espace public", ces problématiques de sens commun sont probablement plus fortes que dans d'autres espaces sociaux et rendent, du même coup, difficile le travail sociologique. Parmi les travaux universitaires qui se sont fortement développés dans différentes disciplines (sociologie, histoire, sémiologie, etc.), beaucoup n'échappent pas à ces problématiques (par exemple : Wolton, 1990 et Cayrol, 1997). Plus généralement, le risque majeur bien connu est d'emprunter aux journalistes des catégories de perception et d'appréciation non seulement sur eux-mêmes mais aussi à propos des sujets qu'ils traitent. En effet, pour ne prendre que l'exemple du «scandale du sang contaminé» sur lequel nous avons travaillé (Marchetti, 1997), la forte dimension émotionnelle de cette affaire et les instructions judiciaires tendaient à accroître le risque bien connu d'être pris par l'événement lui-même, et notamment par les problématiques médiatiques dominantes, c'est-à-dire de tomber dans la logique du procès présente chez tous les protagonistes. Au risque d'en subir des reproches, il n'était pas question d'adhérer aux catégories de pensée des magistrats, gendarmes, journalistes, etc. pour rendre, à notre tour, la justice.

Le second problème, qui vaut aussi dans d'autres domaines de la recherche, tient au fait que des professionnels (souvent les plus visibles) font une analyse de leur propre milieu, y compris et surtout une analyse "critique", voire en revendiquent le monopole, par exemple à travers leurs essais sur les "dérapages", les "dérives" du milieu. Depuis les années

*Sociologie de la production de l'information*

quatre-vingt et surtout quatre-vingt-dix, de nombreux espaces rédactionnels (émissions de radio et de télévision, pages consacrées aux médias et à la communication, journaux spécialisés, etc.) sont consacrés à la critique des médias. Autrement dit, il s'agit d'un terrain surinvesti par les journalistes sans compter ceux qui ont à faire avec les médias. C'est donc un objet où le sociologue est souvent bien moins armé que les journalistes pour trouver des informations pertinentes. Il est, du même coup, accusé de dire des choses "évidentes" et "déjà connues". De surcroît, ces deux types de productions intellectuelles peuvent être proches par leurs méthodes de recueil de données (observations, entretiens, etc.) d'autant que nombre de journalistes – dont le niveau d'études est de plus en plus élevé – connaissent les savoirs savants et se les approprient très rapidement (Champagne, 2000 ; Neveu, 2001 : 4-6). D'où la faible légitimité de la sociologie, surtout celle qui est jugée la plus "critique", aux yeux de nombre de journalistes.

La troisième série de problèmes est plus directement liée au matériel que constitue la "revue de presse"<sup>1</sup>. Le danger est grand d'être pris par l'abondance et le rythme des productions journalistiques surtout si on travaille sur un sujet "à chaud". La constitution d'un tel matériel est non seulement fastidieuse mais le flot des informations tend à "noyer" le chercheur dans sa quête d'exhaustivité. Traiter d'une actualité journalistique incite à courir après l'événement en train de se dérouler en ayant toujours, à la manière des professionnels, la peur de rater la dernière information jugée "importante" et "nouvelle" ou de ne pas avoir vu tout ce qu'ont réalisé les autres médias. Cette "veille" journalistique est essentielle mais ne doit pas enfermer le chercheur dans un rythme qui n'est pas le sien. Le travail sociologique n'a pas non plus pour ambition de chercher à suivre les journalistes sur le terrain des scoops et des révélations. L'accumulation des coupures de presse produit très souvent un autre effet pervers qui consiste à croire que la revue de presse se suffit à elle-même.

Au-delà de ce risque, qui concerne tout particulièrement l'étude d'événements "à chaud", la constitution d'une revue de presse pose un certain nombre de problèmes méthodologiques. Sans prétendre à l'exhaustivité, on peut en mentionner quelques-uns. Les premiers ont trait à la constitution et au traitement de la revue de presse sur l' "événement" ou

---

1 Pour faciliter la lecture du texte, nous avons enlevé dans la suite du texte les guillemets qui visaient à montrer que la "revue de presse" est le produit du travail du chercheur.

les “événements” ou encore le thème choisi. Sa réalisation se heurte souvent à des problèmes matériels difficiles à résoudre puisqu'elle oblige à consulter tous les titres un par un. L'accès direct aux dépêches d'agences et plus encore aux médias audiovisuels est parfois impossible. Il nécessite des recommandations et plus sûrement des dispositifs collectifs compliqués à réaliser pratiquement, par exemple pour arriver à enregistrer les émissions de radios et de télévisions. Cette difficulté peut être en grande partie résolue par la consultation de revues de presse déjà réalisées (institutions, particuliers, etc.), des sites internet – on peut y trouver par exemple une part des dépêches des agences de presse – et de la base de données des productions des principales chaînes de télévision (TF1, Antenne 2-France 2 et FR3-France 3) à l'Inathèque de France. Mais la quasi-totalité des radios (hormis Radio France) et des chaînes diffusées par câble ou satellite ne figurent pas dans cette base. Un autre problème bien connu est lié à la sélection du corpus qui consiste parfois notamment à généraliser sur “les médias” à partir d'un ou plusieurs titre(s) jugé(s) de référence, à reprendre préalablement des oppositions (presse populaire/de qualité, gauche/droite, etc.), qui ne sont pas forcément pertinentes par rapport aux questions de recherche. Un autre biais consiste à isoler, d'une part, les médias de leur champ de relations et, d'autre part, les articles ou les reportages, non seulement de l' “actualité” du moment mais aussi de leur place dans l'espace rédactionnel.

Le traitement même de cette revue de presse ne va pas non plus sans poser problème. Elle est utile pour repérer les “moments forts” ou, au contraire, les périodes de désintérêt, les catégories de pensée des différents coproducteurs de l'événement, les principaux intervenants pour constituer un espace des prises de position, les propriétés de la “conjoncture médiatique” (un même problème peut faire l'objet d'un traitement très différent en fonction de l' “actualité” du moment), etc. Mais la revue de presse est aussi un instrument qui présente des limites qu'on ne veut pas toujours voir parce qu'il permet de se contenter de faire des analyses de contenus ou de réaliser des comptages divers par médias ou par périodes par exemple. Tout laisse souvent à penser, d'autant que l'accumulation des coupures de presse rassure en quelque sorte, que la revue de presse se suffit à elle-même pour étudier la médiatisation d'un “événement” ou d'une thématique, sans voir qu'elle cache (notamment les conditions de production des journalistes) souvent bien plus qu'elle ne montre, surtout pour un observateur peu informé. Exprimer ces réserves, ce n'est pas dévaloriser ce type de travail mais simplement en souligner les limites.

Une quatrième série de difficultés doit beaucoup, d'une part au nombre très faible de véritables enquêtes de terrain réalisées en France par rapport aux discours abondants sur "la presse", "les médias" ou "les journalistes" et, d'autre part, à l'insuffisance des données statistiques disponibles. L'expansion de recherches (rattachées souvent à plusieurs disciplines académiques : sociologie, histoire, science politique, sciences de l'information et de la communication) à partir des années quatre-vingt a cependant contribué à améliorer la connaissance du journalisme français. Outre l'apport régulier de travaux historiques sur les médias en général (notamment audiovisuels) ou sur les journalistes et de travaux d'inspiration sémiologique, des recherches récentes ont permis de mieux connaître ce champ d'activité sous différents aspects : l'étude de l'institutionnalisation de la profession, de ses débats identitaires, des sous-espaces d'activités (spécialités journalistiques, type de médias, etc.), des médias comme organisation ou encore des rapports du champ journalistique avec d'autres univers sociaux (politique et intellectuel notamment). Cependant, hormis quelques enquêtes sur des émissions ou des événements politiques (Darras, 1994, 1995 ; Neveu, 1995, 1997), sur le travail quotidien des journalistes (Accardo et alii, 1995) ou encore de développements plus généraux sur le fonctionnement du "système médiatique", rares sont ceux qui se sont intéressés au processus de sélection et de fabrication de l'information. C'est en Grande-Bretagne et aux Etats-Unis, où il existe une tradition de recherche plus ancienne, que les travaux sur ces questions – même si c'est moins vrai aujourd'hui – sont nettement plus développés. Certaines de ces études, menées dans les années soixante et soixante-dix, portent sur les journalistes comme *gatekeepers*, d'autres montrent le poids des *news organizations* dans la production de l'information, ou encore, dans une perspective "constructiviste", s'intéressent au passage de l'occurrence à l'événement ou à la manière dont les *news* sont construites socialement. Plus récemment, plusieurs auteurs qui ont analysé les valeurs et les standards professionnels, les conditions de production ou les rapports aux sources, ont permis également de mieux connaître les processus de production de l'information<sup>2</sup>. En revanche, les recherches sur cette question restent en France peu nombreuses en dépit de plusieurs travaux

2 On renvoie notamment pour une synthèse complète des travaux dans ce domaine aux publications d'Erik Neveu (2001), Philip Schlesinger (1992) et Michael Schudson (1989).

importants qui en sont proches sous certains aspects (Véron, 1980 et Padioleau, 1985). Quant aux données statistiques, elles restent faibles comparées à d'autres "professions et catégories socio-professionnelles" (PCS) parce que ceux qui exercent le journalisme sont dispersés dans les différentes catégories INSEE. Les seuls chiffres dont on dispose proviennent de la Commission de la carte d'identité professionnelle des journalistes (Devillard et alii, 2001, Marchetti et Ruellan, 2001) – ceux-ci ne permettent pas de rentrer dans le détail de variables décisives pour comprendre cet espace, comme les origines sociales par exemple –, et d'une étude sur les journalistes économiques (Duval, 2000).

Un dernier obstacle, lui aussi bien connu, est ce qu'on pourrait appeler le biais "intellectualiste". Parce que certains médias sont un objet familier pour les chercheurs, ils tendent le plus souvent à s'intéresser seulement aux organes les plus prestigieux du champ journalistique (notamment *Le Monde* et *Libération*) délaissant les chaînes de télévision, les différentes formes de presse populaire ou la presse magazine, qui est à la fois la plus lue en France et celle qui emploie le plus de journalistes. Ce biais est d'autant plus fort que les journalistes de ces médias dominants sous le rapport du prestige professionnel sont de plus en plus des concurrents objectifs dans la production de la réalité sociale (Neveu, 2001), ce qui ne va pas sans des réactions d'anti-intellectualisme d'un côté et de mépris pour le travail journalistique de l'autre.

### Étude de cas, comparaison et construction du champ

Ces difficultés étant connues, on peut alors faire part de différentes manières de construire son objet. Travailler à partir de la presse ou sur la presse – on évoquera ici essentiellement la seconde configuration –, c'est d'abord procéder à des études de cas, c'est-à-dire analyser un ou des "événement(s)"<sup>3</sup> et/ou la médiatisation d'une thématique dans plusieurs supports. Cette approche a entre autres avantages d'éviter les généralités diffusées sans recherche spécifique sur "les journalistes", "les médias" et de dégager des transformations générales de cet espace social à partir de cas révélateurs. Là encore, il faudrait détailler les problèmes que pose la

---

3 Pour une synthèse des travaux sur les "événements" médiatiques, on peut se reporter utilement à la présentation d'Erik Neveu et de Louis Quéré dans le numéro 75 de la revue *Réseaux* (janvier-février 1996).

sélection de ces cas, des périodes, des occurrences, etc., en convoquant des exemples précis parce que ces choix sont liés aux questions de recherche. Pour reprendre le cas de la médiatisation de l'affaire du sang contaminé à travers lequel il s'agissait d'étudier des transformations intervenues dans le champ des médias généralistes nationaux, on a adopté une approche à la fois historique et comparative. Si la mise en perspective historique de cette affaire occupe une place importante dans ce travail, c'est parce qu'il était nécessaire de reconstituer la genèse médiatique de ce drame (1982-1991).

En effet, il fallait comprendre le décalage existant entre ce que les journalistes des médias nationaux disaient à propos de ce problème à l'époque des faits, et ce qu'ils en disaient quelques années plus tard, c'est-à-dire à partir de 1991. Il s'agissait d'expliquer comment le drame était devenu soudainement un "scandale" et pourquoi son émergence médiatique avait été aussi lente. Autrement dit, la genèse des "événements" ou des "problèmes publics" dans les médias, qui fait l'objet d'une littérature abondante, peut être d'un grand intérêt (par exemple : Collovald, 2000). Une seconde approche permettant de mieux construire l'objet a consisté à comparer l'affaire du sang contaminé à d'autres événements portant sur le sida, et qui s'étaient déroulés à des périodes charnières de l'histoire de cette pathologie. Non seulement elle livrait des points de comparaison dans le traitement même des informations et de ses évolutions mais elle permettait de les comprendre à l'aune des états différents de la structure du champ journalistique et de ses relations avec les autres espaces sociaux, en l'occurrence ici le champ médical.

Mais la principale approche utilisée a consisté à penser cet objet comme un champ (Champagne, 1991 et 1993 ; Bourdieu, 1994 ; Neveu, 2001). Ce concept permet tout à la fois de montrer ce qui fait l'unité et la diversité de cet espace et, surtout, de l'étudier en termes relationnels. Elle se traduit dans les opérations de recherche en apparence les plus banales. Ainsi, il faut tenter de traiter cet espace de production (ou l'un de ses sous-espaces) dans son ensemble, c'est-à-dire en ne s'intéressant pas seulement à une rédaction, à quelques grands médias, à une spécialité journalistique ou, si c'est le cas, il faut la ou les resituer dans cet espace de relations. On ne peut comprendre complètement les productions journalistiques sans voir à la fois comment ce champ de relations se structure à différents niveaux, puisqu'il est lui-même composé de sous-espaces qui fonctionnent selon des logiques en partie différentes, et quelles relations il entretient avec les univers dont il rend compte des activités (économiques, politiques, médicales, etc.).

Ainsi, le champ journalistique dans son ensemble est traversé par plusieurs oppositions qu'on retrouve ensemble ou non dans l'analyse suivant le type de médias : pôles intellectuel/commercial<sup>4</sup>, généraliste/spécialisé, national/local, parti-pris politique/"objectivité journalistique". L'une des utilités de ces principes de structuration – l'espace des producteurs étant relativement homologue à celui des consommateurs – est d'analyser les positions des différents médias dans l'espace journalistique et ainsi de comprendre par exemple leur hiérarchisation de l'information, leurs prises de position, leur définition du journalisme, etc. Bien évidemment dans ce champ de forces et de luttes, le poids fonctionnel des différents médias dans la production de l'information dominante n'est pas le même. Ainsi, on peut chercher à saisir par exemple la position d'un média par son prestige professionnel, à travers l'étude de la circulation des journalistes d'un média à l'autre, c'est-à-dire des trajectoires professionnelles, et plus encore celle des informations à l'intérieur de l'espace journalistique. Ce qu'on appelle les "reprises" entre les supports de presse, qui permettent de préciser le poids respectif de chacun de ces médias dans la production de l'information (Champagne et Marchetti, 1994). Nous avons montré, entre autres, comment certains quotidiens (notamment *Libération* et surtout *Le Monde*), qui jouent souvent le rôle de "déclencheur" dans le traitement de nombreuses informations (un scoop du *Monde* ne peut être ignoré par ses principaux concurrents) et l'Agence France Presse, par son pouvoir de consécration interne des informations, ont un poids fonctionnel décisif dans le processus de production de l'information des médias généralistes notamment (Marchetti, 1997). Ils constituent des références professionnelles dans de nombreux domaines.

Contrairement à ce qu'on entend souvent (« *Ils font ça pour faire vendre du papier, pour faire de l'audience* »), la production de l'information n'est jamais purement commerciale. Les logiques professionnelles, souvent invisibles pour le "public", sont décisives, se manifestant très concrètement dans la concurrence pour la priorité. Cet enjeu est en partie "ce qui fait courir les journalistes" au sens où se jouent à travers ces

---

4 Le champ journalistique se caractérise historiquement par une opposition entre, d'un côté, un pôle qui, dans une logique commerciale, cherche à attirer le plus grand nombre de lecteurs (puis d'auditeurs et de téléspectateurs) et, d'un autre côté, un pôle à diffusion plus restreinte. Ce dernier s'adresse à des publics souvent plus segmentés et considère que l'information n'est pas un produit "comme les autres".

mécanismes les réputations professionnelles, l'autorité, le capital de relations dans le milieu journalistique et auprès des sources. Être "le premier" (à donner une information, à diffuser une image, une interview, à rendre compte d'un rapport, etc.) ou faire des "bons coups" contribue largement à fonder les notoriétés. Les crédits professionnels des médias et des journalistes se constituent dans la relation avec le champ journalistique, notamment par le biais des "reprises" qui sont une sorte de bourse des meilleures informations. De nombreux professionnels, notamment les rédacteurs en chef, ont aujourd'hui intégré cette dimension à la fois commerciale et professionnelle.

Il n'en demeure pas moins que l'espace médiatique est dominé par les médias audiovisuels de grande diffusion, tout particulièrement les chaînes hertziennes généralistes qui jouent un rôle prépondérant dans la production de l'information dominante en contribuant à décupler l'impact des informations sorties dans la presse écrite.

### **Des sous-espaces avec leurs logiques propres**

Les deuxième et troisième niveaux d'analyse concernent les rédactions et les différentes spécialités journalistiques (la médecine, la politique, l'actualité judiciaire, le sport, l'éducation, etc.), ceux-ci formant autant de sous-espaces de concurrence relativement autonomes. En effet, les journalismes spécialisés constituent en eux-mêmes des microcosmes professionnels comme par exemple la chronique judiciaire, le journalisme médical, scientifique, politique, le "journalisme d'investigation" qui sont régis à la fois par des logiques générales du champ journalistique mais aussi d'autres plus autonomes. Cette dimension comparative<sup>5</sup> est souvent éclairante pour comprendre par exemple les différentes prises de position journalistiques (y compris dans un même support) sur tel ou tel événement ou thématique suivant le type de journalistes (local/national, politique/judiciaire, "spécialiste"/"généraliste", etc.). On comprend aussi mieux pourquoi dans certains cas les mêmes médias n'occupent pas les mêmes positions d'un sous-espace à l'autre : si *Le Monde* occupe une

5 Les variations selon les domaines tiennent aux degrés de concurrence, à l'histoire des rubriques, au travail des associations de journalistes spécialisés, aux crédits professionnels des différents journalistes et médias, aux trajectoires sociales, scolaires et professionnelles, etc.

position dominante dans la production de l'information politique ou culturelle par exemple, il n'en va pas de même dans le domaine sportif où ses informations sont peu lues et reprises par les journalistes sportifs. Rendre compte de ces logiques propres à ces microcosmes permet ainsi également de comparer l'état des relations du champ journalistique avec les autres champs.

Le troisième niveau de compréhension des logiques de production de l'information consiste à analyser le fonctionnement des rédactions à travers, par exemple, des observations ethnographiques et/ou des entretiens. En s'intéressant à la division du travail journalistique à propos d'événements qui suscitent une concurrence entre rubriques et services, ou à l'attribution et à l'organisation de l'espace rédactionnel, on peut rendre compte à la fois des positions occupées par les journalistes dans leur rédaction, et par conséquent des positions de leurs rubriques dans la hiérarchie des rubriques, et du fonctionnement singulier de chaque média (par exemple les différences entre une rédaction de presse quotidienne et de radio), du poids de chaque spécialité, des rapports entre les différents métiers qui peuvent être différents d'un organe à l'autre. C'est pourquoi, il faut mettre en relation les positions des différents types de journalistes en distinguant à la fois leurs titres (pigistes, reporters titulaires, grands reporters, éditorialistes, etc.) et leurs spécialisations (politique, médecine, science, économie, justice, sport, etc.).

En essayant de construire le champ, on se donne ainsi les moyens de voir plus précisément comment les contraintes (économique, politique, technique notamment), relativement communes à l'ensemble des journalistes, pèsent à ces différents niveaux sur la production de l'information. Nous avons pris ici deux cas concrets. Ainsi par exemple, nous avons été amenés à montrer les usages économiques des développements technologiques et leurs effets sur la production de l'information. En effet, les contraintes techniques, surtout en télévision (prévoir quelquefois un faisceau, avoir des images, etc.) sont omniprésentes. Et l'analyse de ce type de contraintes permet d'éviter les erreurs d'interprétations sur la hiérarchie d'un journal télévisé : tel sujet peut être placé en fin de journal car il n'était pas prêt et non pas en raison d'un choix rédactionnel. En prenant l'exemple de la chaîne paneuropéenne d'information en continu *Euronews*, on peut saisir l'accélération du rythme de production de l'information : du fait de ces usages des nouvelles techniques, les journalistes travaillent de plus en plus vite et la rapidité est un des critères essentiels (voire le plus important dans certains médias) de la compétence professionnelle. Parce qu'ils

doivent économiser leur temps, les professionnels (notamment dans les médias audiovisuels) effectuent un travail de plus en plus “assis”, bien loin du grand reportage.

Nous avons cherché aussi à saisir concrètement les logiques économiques à l'œuvre en dégagant l'influence qu'exercent des chaînes de télévision sur la sélection de l'information dans l'ensemble des supports d'information générale. L'activité journalistique est largement régie par une concurrence pour satisfaire des attentes supposées ou réelles des “publics”, ce qui explique que soit privilégié, par exemple, l'usage des témoignages ou le recours à des procédés de simplification et de dramatisation. Ces pratiques autrefois réservées à la presse populaire ou aux seules chaînes de télévision sont de plus en plus utilisées par les médias dits “sérieux”. Le développement de l'information “de proximité”, qu'elle soit géographique, sociale, etc., dans tous les secteurs de l'information – le traitement “pratique” des questions de santé ou économiques est assez éclairant sous ce rapport – est aussi un effet direct de cette logique de l'audience que les médias audiovisuels ont contribué à renforcer.

### **Un champ “médiateur”**

27

Sauf à tomber dans une sorte de “média-centrisme”, il serait naïf de croire à une autonomie du champ journalistique et de faire comme si on pouvait comprendre ce qu'il produit seulement à l'aune de ces logiques internes. La médiatisation d'un “événement” ou d'une thématique est en fait le produit des changements internes au champ journalistique mais aussi de transformations qui affectent les différents espaces sociaux considérés (scientifique et médical, judiciaire, économique, politique, etc.). Elles sont ensuite “retraduites” selon les logiques de l'espace médiatique. Pour ne prendre que l'exemple de la santé, on sait que la médiatisation récente de nombreux problèmes tient en grande partie au développement sans précédent des progrès techniques qui ont contribué à induire de nouveaux risques (affaires de la “vache folle” et du “sang contaminé”). La croissance des effectifs de médecins, l'intensification de la concurrence à des degrés divers suivant les domaines et une plus grande spécialisation constituent une autre série de transformations majeures dans l'univers médical. Depuis l'après-guerre, la santé est également devenue un enjeu économique (visible par exemple à travers l'accroissement de la part des dépenses de santé dans le PIB, le développement de l'industrie pharmaceutique), les progrès de la médecine posant en outre des problèmes

éthiques nouveaux (cf. les débats sur l'IVG, la bioéthique ou la transfusion). Bref, la santé devient de plus en plus une affaire politique. La médiatisation de ces nouveaux risques de santé publique renvoie également à des transformations plus générales dans la population, comme par exemple l'augmentation du niveau moyen d'éducation qui a entraîné des modifications dans le rapport au corps des différents groupes sociaux, contribuant à un certain nombre d'attentes et à la montée des attitudes consuméristes (cf. la parution de palmarès des urgences des hôpitaux, des établissements scolaires ; la croissance d'une presse spécialisée).

En effet, l'univers journalistique est « *fortement dominé ou contrôlé dans son fonctionnement par d'autres champs (économique et politique notamment)* » (Champagne, 1995 : 216), comme l'ont montré plusieurs travaux. L'exemple de la montée médiatique récente de certaines "affaires" montre bien que pour qu'un problème émerge dans les médias, il faut qu'il soit constitué en enjeu politique, économique, scientifique et/ou judiciaire. Le traitement (ou non) du problème par l'État mais aussi, dans ces cas précis, par le champ judiciaire, est une des conditions nécessaires à la mobilisation journalistique. L'ouverture d'enquêtes judiciaires et administratives, l'existence d'articles publiés dans des revues scientifiques ou de résultats de commissions d'experts, les problèmes posés par l'indemnisation, qu'elle concerne l'État et/ou les compagnies d'assurance, la prise en compte du problème par le législateur, l'existence de rapports administratifs publiés sur ces questions sont autant d'éléments qui contribuent à déclencher ou à alimenter une "affaire". Pour comprendre l'émergence médiatique des "affaires", il faut aussi analyser plus particulièrement les mobilisations individuelles ou collectives (notamment associatives) qui semblent être un facteur déterminant pour qu'une "cause" ait quelque chance d'être entendue par les autorités politiques, par les professionnels de la Justice et par les journalistes. C'est pourquoi il convient de prendre en compte les propriétés sociales des principaux défenseurs de ces "causes" et de repérer les différents types de capitaux qu'ils sont susceptibles de mobiliser : capital économique, capital de relations dans la presse, capital "médiatique", etc. Ces mobilisations associatives ne peuvent être analysées sans cerner les types d'actions possibles compte tenu de la conjoncture politique, et notamment de l'existence d'autres "dossiers" de même type.

Une autre manière de saisir le degré très relatif d'autonomie du champ journalistique à l'égard des activités qu'il couvre est de voir par exemple à quel degré il impose ou non ses ou des catégories de perception

au détriment de celles de l'univers considéré. Par exemple, on ne peut comprendre le traitement médiatique de l'affaire du sang contaminé, et notamment les oppositions entre certains journalistes, sans voir qu'il tient pour une part à l'histoire conjointe de deux groupes, les journalistes médicaux et les médecins spécialistes du sida, qui se sont progressivement divisés. Les situations de guerre montrent également avec force les logiques externes qui pèsent sur la production journalistique. Les travaux sur la professionnalisation des sources et la montée de la communication confirment aussi le poids des sources institutionnelles.

Si l'espace journalistique est faiblement autonome à l'égard d'autres univers sociaux, il n'en est pas moins puissant dans ses effets, au sens où il s'agit d'un espace stratégique. On peut penser, entre autres, au pouvoir de consécration qu'il exerce à travers la sélection des "experts" et/ou des "intellectuels" qu'il sollicite. Nous pouvons aussi nous interroger sur la contribution spécifique des médias à l'évolution de la *doxa*, concernant la responsabilité des politiques, des scientifiques et des hauts fonctionnaires. Du point de vue médiatique d'abord puisque, on l'a vu, les médias ont eu un rôle actif dans la transformation du rapport aux risques ; du point de vue politique et judiciaire ensuite, puisque l'affaire du sang contaminé a profondément modifié le droit de la responsabilité comme le montre l'omniprésence aujourd'hui du "principe de précaution" et, corrélativement, la crainte croissante, chez les "responsables", de poursuites judiciaires.

On peut également mettre en évidence le poids croissant de l'espace médiatique dans le fonctionnement des autres champs sociaux, y compris les plus autonomes, quand il impose des logiques concurrentes. L'étude de la coproduction des événements médicaux les plus obligés pour les journalistes, comme les annonces scientifiques, met en exergue le fait que le champ journalistique est un moyen pour certains chercheurs de concurrencer les modes habituels d'évaluation scientifique ou d'agir sur le champ politique. De même, l'analyse des épisodes judiciaires de l'affaire du sang contaminé met en lumière le poids grandissant des médias dans le fonctionnement même d'une petite partie de l'activité judiciaire : ils sont non seulement un recours pour agir sur les instructions des grandes affaires, mais ils introduisent aussi directement une logique externe concurrente par le biais des enquêtes et même des procès parallèles qu'ils instruisent. Ils contribuent ainsi à imposer une forme de justice populaire au nom de l' "opinion publique".

Bien évidemment, ces problèmes sont redoublés par d'autres, probablement encore plus connus, quand il s'agit d'étudier les médias dans

des pays étrangers. Là encore, l'analyse en terme de champ peut être très féconde. C'est en prenant en compte un certain nombre de propriétés de ces champs nationaux qu'on peut mieux en saisir les spécificités. Ainsi, des travaux comparatifs avec d'autres situations nationales feraient probablement apparaître l'extrême centralisation des médias français par rapport à l'exemple allemand ou américain et ses effets, une structuration des types de médias s'articulant largement autour de la presse magazine (les quotidiens français sont peu lus par rapport à leurs homologues des pays voisins), des rapports privilégiés entre l'espace journalistique et les champs politique et intellectuel (comme le montre l'histoire du cas français) ou encore, pour ne prendre que cet exemple, un poids important de l'État dans les modes d'organisation des professionnels et des entreprises. Comme le montrent des travaux contenus dans ce numéro, on voit bien en effet comment, dans de nombreux pays, la structuration du champ journalistique (et donc de ses productions) est aussi et surtout le produit de celle des champs politique et économique. En utilisant ce type d'outils comparatifs, on évite ainsi non seulement les problèmes évoqués plus haut mais aussi les risques d'une sociologie "ethnocentrée".

**BIBLIOGRAPHIE**

ACCARDO (A.), ABOU (G.), BALBASTRE (G.) & MARINE (D.), 1995, *Journalistes au quotidien. Outils pour une socioanalyse des pratiques journalistiques*, Paris, Bordeaux, Le Mascaret.

BAISNÉE (O.) & MARCHETTI (D.), 2000, « Euronews, un laboratoire de production de l'information "européenne" », *Cultures et Conflits*, n° 39, décembre, pp. 121-155.

BEAUD (S.) & WEBER (F.), 1998, *Guide de l'enquête de terrain*, Paris, La Découverte, coll. « Guides Repères ».

BOURDIEU (P.), 1994, « L'emprise du journalisme », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 101-102, mars, pp. 3-9

CAYROL (R.), 1997, *Médias et démocratie, la dérive*, Paris, Presses de Science Po.

CHAMPAGNE (P.), LENOIR (R.), MERLLIÉ (D.) et PINTO (L.), 1989, *Initiation à la pratique sociologique*, Paris, Dunod.

CHAMPAGNE (P.), 1991, *Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique*, Paris, Minuit.

CHAMPAGNE (P.) & MARCHETTI (D.), 1995, «L'information médicale sous contrainte. À propos du scandale du sang contaminé», *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 101-102, mars, pp. 40-62.

CHAMPAGNE (P.), 1995, «La double dépendance. Quelques remarques sur les rapports entre les champs politique, économique et journalistique», *Hermès*, n° 17-18, pp. 215-229.

CHAMPAGNE (P.), 2000, «Le journalisme à l'économie», *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 131-132, mars, pp. 3-7.

COLLOVALD (A.), 2001, «Les désordres sociaux et la violence urbaine», *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 136-137, mars, pp. 104-113.

DARRAS (E.), 1994, «Un paysan à la télé. Nouvelles mises en scène du politique», *Réseaux*, n° 63, pp. 75-100.

DARRAS (E.), 1995, «Le pouvoir "médiacratique" ? Les logiques de recrutement des invités politiques à la télévision», *Politix*, n° 30, pp. 183-198.

DEVILLARD (V.), LAFOSSE (M.-F.), LETEINTURIER (C.) & RIEFFEL (R.), 2001, *Les journalistes français à l'aube de l'an 2000. Profils et parcours*, Paris, Éditions Panthéon-Assas.

DUVAL (J.), 2000, *Un journalisme en expansion. Contribution à une sociologie du journalisme économique et des relations entre le champ économique et le champ journalistique*, Paris, doctorat de sociologie, EHESS.

MARCHETTI (D.), 1997, *Contribution à une sociologie des transformations du champ journalistique dans les années 80 et 90. À propos d' "événements sida" et du "scandale du sang contaminé"*, Paris, doctorat de sociologie, EHESS.

MARCHETTI (D.) & RUELLAN (D.) (CRAP-DDM), 2001, *Devenir journalistes. Sociologie de l'entrée sur marché du travail*, Paris, La Documentation française.

NEVEU (E.), 2001, *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte, coll. «Repères».

NEVEU (E.), 1995, «Les émissions politiques à la télévision. Les années quatre-vingts ou les impasses du spectacle politique», *Hermès*, n° 17-18, pp. 145-162.

NEVEU (E.), 1997, «Des questions "jamais entendues". Crise et renouvellement du journalisme politique à la télévision», *Politix*, n° 37, pp. 25-56.

PADIOLEAU (J.-G.), 1985, «Le Monde» et le «Washington Post». *Précepteurs et mousquetaires*, Paris, PUF.

SCHLESINGER (P.), 1992, «Repenser la sociologie du journalisme, les stratégies de la source d'information et les limites du média-centrisme», *Réseaux*, n° 51, pp. 77-98.

SCHUDSON (M.), 1989, «The sociology of news production», *Media, Culture and Society*, vol. 11, 1989, pp. 263-282.

VÉRON (E.), 1981, *Construire l'événement. Les médias et l'accident de Three Miles Island*, Paris, Minuit.

WOLTON (D.), 1990, *Éloge du grand public. Une théorie critique de la télévision*, Paris, Flammarion.