Qui est l'auteur des nouvelles ? Quelques problèmes autour du discours de l'information écrite

*Who is the source of the news ? A few problems raised by the discourse of
written information.*

Lucrecia Escudero-Chauvel

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/edc/2499>

DOI : 10.4000/edc.2499

ISSN : 2101-0366

Éditeur

Université Lille-3

Édition imprimée

Date de publication : 1 janvier 1995

Pagination : 95-107

ISSN : 1270-6841

Référence électronique

Lucrecia Escudero-Chauvel, « Qui est l'auteur des nouvelles ? Quelques problèmes autour du discours de l'information écrite », *Études de communication* [En ligne], 16 | 1995, mis en ligne le 22 juin 2011, consulté le 30 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/edc/2499> ; DOI : 10.4000/edc.2499

Ce document a été généré automatiquement le 30 avril 2019.

© Tous droits réservés

Qui est l'auteur des nouvelles ? Quelques problèmes autour du discours de l'information écrite

Who is the source of the news ? A few problems raised by the discourse of written information.

Lucrecia Escudero-Chauvel

- 1 L'industrie de l'information ne produit pas un discours structuralement homogène, mais un ensemble fort complexe de genres –comme par exemple la distinction entre les mensuels d'actualité et les journaux- et de types discursifs, comme la composante narrative et descriptive, la reproduction de dialogues ou bien les entretiens. Le « discours de l'information » apparaît comme une construction et un assemblage de niveaux socio-textuels différents et d'opérations d'énonciation hétérogènes où le statut d'auteur semble compromis.

1. Le récit de l'histoire et la narration de l'actualité

- 2 Dans une première approximation, le discours de l'information écrite apparaît comme remplissant une fonction référentielle qui a pour objet un faire-savoir sur l'actualité. L'objet de ce « faire-savoir » est la construction de l'« actualité », concept qui peut être défini à l'intérieur d'une théorie sur les médias, mais qui répond –dans ses grandes lignes- à un type d'effets que Roland Barthes a appelé « illusion référentielle ». Cette illusion de référentialité semble, dans une première approche, occulter ses conditions de production, en présentant le produit discursif comme une surface lisse et neutre. Dans la déontologie journalistique, le sujet de l'énonciation doit s'effacer derrière une stratégie de présentation des « faits », phénomène que l'on peut aussi retrouver dans le roman naturaliste avec le narrateur omniscient.
- 3 Dans la construction de cette illusion référentielle, l'élément descriptif organise la dimension déictique ou démonstrative du discours, où la citation des lieux, dates, heures

ou quantités -une pratique typique de la production journalistique- est présentée comme un effet d'objectivité. Dans la production du discours de l'information, on trouve l'utilisation des ancrages testimoniaux comme par exemple l'appelation des sources informatives, des lieux ou de temporalités différentes. Ces ancrages deviennent une des formes de structuration du récit médiatique : le média « écoute », comme l'historien, un « dehors » et il le répète : c'est la théorie du média comme reflet social. D'autre part, on peut constater aussi que le média organise un certain type d'organisation narrative, comme par exemple l'accélération ou le zapping de l'histoire racontée. Le média de l'information écrite place une certaine intelligibilité interne à la narration des nouvelles. C'est la théorie du média comme constructeur du réel. La pratique de l'écriture professionnelle relaie diégésis et mimesis, témoignage et organisation, comme cela se produit d'ailleurs avec tout fonctionnement discursif à l'intérieur de ce dispositif de production de l'actualité qu'on appelle « journal ».

1.1. La construction de la vérité médiatique

- 4 Roland Barthes a aussi souligné un point où le récit de l'histoire paraît coïncider avec les formes de la narration médiatique : le statut du récit historique est uniformément assertif. Le statut du journal -indépendamment des contenus présents qui peuvent ou ne peuvent pas être sujets à vérification- ou, pour dire mieux, sa légitimité comme média de communication, est sa vocation de dire-vrai. J'appellerai *contrat médiatique* ce type particulier de contrat fiduciaire, pour reprendre le mot de Greimas, que les médias d'information écrite cherchent à établir avec leurs lectorats de façon à faire accepter *a priori* la vérité du récit véhiculé par le média, mais en lui laissant *a posteriori* la possibilité de vérification. Le contrat médiatique est certes un contrat de type coopératif, mais surtout créditif, qui sert de cadre au développement et à l'actualisation d'un ensemble de stratégies textuelles parmi lesquelles se situe la stratégie d'auteur.
- 5 Eliseo Veron (Veron 1984, 1985) a travaillé sur l'importance, dans les sociétés industrielles où les produits d'information ne se différencient pas par leur lectorat mais par l'élection des stratégies d'énonciation, de l'architecture d'un type postérieur de contrat qu'il appelle « contrat de lecture », et qui concerne le *type de rapport* que le média cherche à établir avec son public (complicité, distance, etc...).
- 6 Le contrat médiatique a le pouvoir de fonder la narration de l'événement - qu'on appelle couramment « actualité »- comme signifié privilégié du réel et simultanément du vrai. Les médias informatifs transmettent seulement ce qui est décidé -par le comité de rédaction du journal, par les routines de sélection des journalistes- ce qui doit être pris en considération. La fonctionnalité du *gate-keeping* met en évidence ce mécanisme caractéristique dans la production des nouvelles.

« News is a product of reality - making activities and not simply reality - describing ones (Lester, 1980 : 984) ».

1.2. La nature du contrat médiatique et la question de l'auteur

- 7 Les recherches classiques en sociologie du travail sur les critères de l'activité professionnelle des journalistes -auteurs « empiriques »¹ - centrées sur l'étude des paramètres de *newsworthiness*, c'est-à dire des transformations d'un « fait » en « événement » objet de valeur, montrent à quel point la pratique d'écriture quotidienne

des producteurs du circuit informatif est soumise à des restrictions et rituels (Galtung et Holmboe Ruge, 1965 ; Tuchman, 1978 ; Gans, 1979). D'autre part, la forte présence de la composante narrative dans le discours de l'information écrite devient révélatrice non seulement de l'autonomie croissante des médias, mais aussi d'une certaine fictionnalisation. D'une manière large, on peut dire qu'un récit trouve sa place dans le genre informatif -et non littéraire ou fictionnel- quand il existe une correspondance entre les propositions et le fait extradiscursif raconté. Néanmoins la notion de vérité appliquée au média d'information écrite reste entachée de soupçon. La perception que le lecteur se fait d'un monde réel ou « monde empirique », indépendamment du fonctionnement discursif et des systèmes cognitifs est un leurre. Dans le monde journalistique, la vérité est toujours discursive : elle est le résultat de la coïncidence entre les récits, de l'alternance et contraste des versions, des démentis et des déclarations, bref, la vérité est un effet du discours. (Escudero, 1992).

- 8 Le discours informatif produit un effet de légitimation de sa propre énonciation par l'utilisation alternée des sources textuelles officielles et extra-officielles (*off the record*), mais surtout grâce à la permanente citation des médias eux-mêmes comme source d'information. On doit ajouter aussi un ensemble de stratégies discursives -comme par exemple les identifications, les localisations et les temporalisations des acteurs et de leurs scénarios- en vue de produire la dimension véridictive du discours. Raconter « la vérité des faits » devient ainsi un vrai topic narratif, et c'est dans ce scénario que se développe une des lignes de force du média comme institution sociale.
- 9 Dans une situation de réception -où l'on considérera les stratégies d'actualisation et d'appréhension du lecteurs- la consommation de l'information écrite est possible parce que, parallèlement à l'établissement d'un contrat de « dire-vrai » proposé par le média, le lecteur accepte un contrat fiduciaire selon lequel l'énonciataire acquiert différents degrés de crédibilité. Ce qui rend le contrat médiatique possible c'est un rapport centré sur la confiance entre production et réception du média informatif. Le contrat médiatique, *frame* général, fait du journal un macro-énonciateur collectif de l'actualité. Ce contrat est vraisemblablement très stable, puisqu'il permet la circulation et la consommation d'informations dans le monde contemporain sans les risques d'infarctus, de collapsus communicatif.
- 10 Ce type de contrat est coopératif. Il est fondé sur ce que Umberto Eco, après Grice, a appelé *règle pragmatique*, selon laquelle « le monde de référence est le monde réel » (Eco, 1990 : 301). Dans le cas contraire, « doivent être fournies des indications textuelles particulières », comme on le fait dans le cas de la fiction littéraire pour indiquer dans quel monde possible se trouve le lecteur. En effet, alors que le discours littéraire s'articule sur la convention « ceci est un texte de fiction », malgré l'inclusion des indices d'historicité factuelle, le discours de l'information appartient, lui, à l'ordre du réel énoncé, même s'il présente des éléments tirés de la fiction - des faits qui n'ont pas nécessairement eu lieu et qu'on ne peut pas vérifier avec certitude-. Il est donc sujet à la crédibilité et à la confiance que le lectorat accorde au média par la vertu du contrat médiatique.
- 11 Bien entendu, le discours littéraire comme le discours de l'information sont des discours sociaux, mais c'est seulement le discours de l'information qui fait appel à un pouvoir *de dicto* qui le rend performatif vis à vis de la réalité qu'il énonce ; ce pouvoir le place dans une situation privilégiée. Bref, le contrat médiatique se construit grâce à la dissolution du monde factuel dans un monde exclusivement discursif. C'est pourquoi, lorsqu'il s'agit d'analyser l'écriture professionnelle, dont le discours de l'information est un exemple, je

propose de ne pas traiter le statut d'auteur comme *auteur empirique* mais il me semble pertinent en revanche d'introduire la notion de *stratégie d'auteur*.

2. Les sources d'information comme stratégie d'auteur

2.1. La nouvelle un lieu d'observation privilégié pour les stratégies d'auteur.

- 12 De toutes les écritures possibles que l'on trouvera dans le journal, c'est dans la production de la nouvelle que se déploient de la manière la plus visible les stratégies d'auteur.
- 13 J'appellerai « nouvelle » cette construction particulière du discours de l'information qui sélectionne des événements factuels et généralement publics, dans un monde possible supposé être le réel, sous un format graphique/thématique établi et identifiable : elle a un titre qui présente le *topic* ou argument principal à développer, ce titre pouvant opérer directement sur un préconstruit partagé avec le lecteur ; des « chapeaux » qui accomplissent le rôle de sommaire, et un dispositif très stable qui encadre les différents sujets thématiques avec une articulation choisie par le journal. Du point de vue du contenu, cette unité graphico-textuelle s'organise autour d'une ligne argumentative autour de laquelle se ramifient des thématiques secondaires ou parallèles.
- 14 L'organisation des éléments qui construisent la nouvelle se dispose de façon hiérarchique et présente non seulement une linéarité causale propre -une temporalité qui s'apparente généralement à la temporalité des faits-, mais inclut toujours un dispositif de mise en valeur, synthèse ou commentaire. Dans quelques cas, et surtout dans certains journaux, en particulier les nord-américains et les européens, les nouvelles peuvent être signées mais ce phénomène ne garantit pas que le signataire soit l'auteur empirique du texte. Dans les routines de production des nouvelles, le journaliste est le plus fréquemment la pièce finale d'un engrenage : il est celui qui prendra en charge l'énonciation. Dans d'autres journaux, en revanche, les nouvelles sont élaborées exclusivement avec le matériel des agences, et la caractéristique du travail productif de l'écriture consiste dans le montage et l'assemblage de la pièce qui se verra publiée sans signature. C'est ce genre de pièce d'écriture qui devient intéressant à analyser.

2.2. La production de la nouvelle comme « travail ».

- 15 Du point de vue de l'énonciation, ce dernier type spécial de récit anonyme se structure à partir d'un ensemble de restrictions, de contraintes qui sont suffisamment générales : il n'y a pas d'appel direct au lecteur ; l'auteur assume un style impersonnel de narrateur omniscient ; il ne fait pas recours au langage familier mais au contraire à une langue standard où les traits personnels d'écriture sont annulés derrière la figure impersonnelle du « on » à la recherche d'une échelle de dépersonnalisation croissante. Le journal devient un macro-énonciateur collectif qui s'assume comme énonciateur idéal.
- 16 Dans les recherches d'origine sociologique, le concept de « nouvelle » n'est pas séparé du travail qu'elle montre. Galtung et Homlboe Ruge (Galtung, J. Homlboe Ruge, M., 1980 : 113/133) ont étudié les critères parmi lesquels les événements sont sélectionnés comme nouvelles pour être publiés dans les médias d'information. Dans les routines de production des nouvelles il y aurait une certaine adéquation entre les fréquences d'un

« fait » et les fréquences imposées par le média. En outre, un autre critère serait la clarté ou netteté de l'événement : au moins l'événement sera ambigü, au plus il aura de chance d'être choisi, sélectionné. Un troisième critère, la proximité géographique (*relevance*) concerne le lieu de production des événements (pays centraux versus pays périphériques, etc...). Enfin un dernier critère que j'appellerai *l'attente* révèle quelles sont les matrices socio-culturelles qui sélectionnent un événement particulier pour le faire entrer dans la circulation des expectatives, selon la très vieille formule du monde journalistique où les nouvelles sont ce que les gens attendent déjà. Plus les faits satisfont à ces critères, plus ils ont de chance d'être sélectionnés comme « nouvelles ».

- 17 Analysant les différentes sortes de travail développées à l'intérieur d'un comité de rédaction, Lester a signalé (Lester, M, 1980) le travail de *gate-keeping* qui est essentiellement de nature typologique, centré sur une structure inférentielle de sélection et d'interprétation du notoire (« hard-news », « spot-news », « developing news », etc...). La recherche montre jusqu'à quel point le travail de production de nouvelle devient routinier et inter-organisationnel (*interorganisational activity*). Pour Mary Lester, l'objet « nouvelles » est le résultat d'un travail de triple cadrage des faits : un cadre organisationnel, qui fournit des dispositifs d'imposition de sens ; un cadrage dans les normes des nouvelles, comme par exemple l'identification et la localisation ; et en dernier lieu, un cadrage narratif (*framing stories*) qui trouve l'angle, la perspective à partir de laquelle on va présenter un sujet. Ce qui relie la recherche de Lester avec celles plus récentes qui se sont attachées à inventorier les effets cognitifs de la structure des nouvelles (van Dijk, T, 1987, 1988) est que les cadrages narratifs ne sont pas une description littérale des faits mais une « procédure d'interprétation permettant de construire par assemblage l'essence de l'événement »

« an interpretative device for actually assembling the essence of the occurrence »
(Lester, M., 1980 : 992).

- 18 La recherche de Tuchman souligne aussi le fait que la production de la nouvelle s'insère à l'intérieur d'un travail social et institutionnel propre au journal, où les processus de production suivent une vraie ligne d'assemblage correspondant à une division précise du travail. Pour Guy Tuchman, il n'y a pas véritablement de nouvelles, mais des *événements-nouvelles*, c'est-à-dire des transformations, des mises en relief et mises en scènes de faits qui vont se conformer à des critères de classification et de types :

« les journalistes classent les événements nouvelles selon les exigences et besoins organisationnels, à l'intérieur desquels les articles sont construits » (Tuchman, G, 1978 : 165).

2.3. Les sources d'information dans la production des nouvelles

- 19 Dans les lignes qui suivent, je voudrais montrer que c'est parce que les critères de classification de l'information montrent un univers fortement thématique et organisé, qu'il devient indispensable, si l'on veut analyser la stratégie d'auteur, de prendre en considération la fonctionnalité stratégique des sources d'information.
- 20 Dans un article déjà classique sur les rituels de production informative américaine, Herbert Gans (Gans, H, 1979 : 116/145) signale que l'utilisation des sources d'information et leur répétitivité reflète « la hiérarchie de l'Etat et de la société ». Dans la plupart des cas, le journaliste utilise une quantité réduite de sources, et il les utilise selon un critère pratique : leur efficacité. On fait appel à une source d'information quand celle-ci valorise

la nouvelle et offre un haut degré de fiabilité et de productivité, comme par exemple dans le cas où la source même est à l'origine de l'événement -source directe, ou quand elle occupe une place importante dans la hiérarchie du pouvoir politique, économique et social, ou encore quand l'information fournie est crédible sans besoin de vérifications postérieures. Enfin on utilise une source pour sa proximité géographique avec l'événement et le journaliste.

- 21 Ainsi, on est amené à penser que les sources ne déterminent pas, par leur qualité propre, la valeur de la nouvelle, cette valeur étant implicite dans l'information qu'elles fournissent. En revanche, il semblerait qu'en ce qui concerne le processus de mise en valeur de la nouvelle, celui-ci soit inhérent au fonctionnement même des sources. On comprendrait alors que les sources informatives utilisées et citées de préférence comme le souligne Gans soient, pour reprendre sa classification « un autre journal et un autre journaliste » : l'effet de crédibilité et de légitimation de la prise de parole du média est ainsi renforcé.
- 22 Dans la recherche de Cesareo (Cesareo, C, 1981 : 72 et sq) l'hypothèse de Gans sur la localisation des sources dans la pyramide du pouvoir est confirmée. Cesareo analyse le type de corrélation fiduciaire et symbolique existant entre source et journaliste. Il remarque que l'intérêt du rapport source-journaliste consiste dans le fait que « la réalité qui n'entre pas dans le circuit des sources soit effacée ». Une dernière recherche, celle de Miguel Rodrigo Alsina (Rodrigo Alsina, M, 1989 : 135-138) présente la contextualisation comme une activité spécifique de la pratique d'écriture du journaliste. Il existerait une pré-structuration de la part du journal, par la mise en page en particulier, telle que l'événement considéré comme porteur d'une valeur d'actualité s'insérerait d'une façon recontextualisée. De cette manière, la source devient le dispositif de cadrage que mettrait en place le journaliste pour concrétiser sa compétence en tant qu'informateur.
- 23 On peut esquisser deux grandes caractéristiques du système des sources : d'une part l'auto-légitimation du circuit informatif comme source principale et, en même temps, comme garantie de crédibilité. D'autre part l'effet d'écho des événements publics entre eux. Les médias informatifs - journaux, radio et journal télévisé - se font écho réciproquement comme dans une grande boîte à résonance informative : ainsi le lecteur peut confirmer dans le journal du matin l'information qu'il a écoutée précédemment à la radio et qu'il reconnaîtra dans le journal télévisé du soir.

2.4. Les sources textuelles comme stratégies d'auteur.

- 24 Il est intéressant de souligner que, dans toute cette série de recherches sociologiques, le problème des sources - problème récurrent dans le débat sur l'objectivité de l'information -, est considéré dans sa version « empirique » sans faire une distinction, à mon avis fondamentale, entre *sources empiriques* et *sources textuelles*. Dans les recherches citées auparavant, les sources sont considérées dans la perspective empirique et dans leur fonctionnalité par rapport à l'ordre social. Néanmoins la source apparaît toujours comme une construction du discours de l'information qui recouvre une stratégie d'auteur.
- 25 Si on s'interroge sur la pratique d'écriture du journaliste, il devient évident que les sources sont un *dispositif complexe textuel de médiations et de transformations* qui va de la source empirique à la source comme elle apparaît au niveau de la surface discursive de la nouvelle. La considération de la source seulement dans son aspect empirique participe de la même illusion proposée par le contrat médiatique : confondre les différentes stratégies

textuelles -la construction des acteurs nommés « source »- comme un des camouflages possibles de l'écriture journalistique. Dans le passage et dans la médiation des « faits » en « nouvelles », les acteurs sociaux acquièrent le statut d'actants narratifs grâce à leur construction comme sources textuelles directes ou indirectes de l'information.

- 26 Quand on commence à travailler avec des corpus de textes informatifs, la première chose qui devient évidente est que la totalité de l'univers représenté est introduite dans le scénario journalistique avec cet artifice textuel qu'est la référence à des sources informatives. Le journaliste, comme auteur « empirique », choisit une double stratégie : camouflage et en même temps légitimation. Par exemple, les sources textuelles officielles sont présentées en utilisant toute une panoplie de personnalisation et leurs acteurs deviennent identifiables à travers un ensemble générique de localisations et d'appartenances : *'les sources militaires à Washington ont confirmé'*, *'selon l'interprétation des experts économiques de la Banque de France'*, etc... D'autre part, les sources textuelles officieuses peuvent ne présenter aucun signe direct d'identification et s'exprimer de façon tout à fait impersonnelle : *'Selon ce qu'on dit..., On savait que..., Un milieu bien informé'...* Cette dernière stratégie rend très difficile la vérification de l'information dans le contrat médiatique et les sources textuelles deviennent réfractaires aux démentis et aux répliques ; elles ouvrent l'espace à ce type d'information polymorphique et proliférante que sont les rumeurs.
- 27 Si la structure linguistique qu'elles présentent est relativement simple - utilisation des impersonnels et génériques, et notamment le discours rapporté (Darde, J.N, 1988) - l'analyse peut s'intéresser dès lors au rôle fonctionnel qu'elles ont dans l'écriture. Le rôle des sources textuelles devient alors évident : un type d'information mise en circulation, qui ne peut pas être vérifié. C'est le contrat fiduciaire des médias qui devient le support de ce type d'information. L'effet de crédibilité est produit, dans le cas le plus fréquent, à travers la figure rassurante de « l'expert » et à travers le partage d'un ensemble d'opinions. La légitimation de l'information se réalise à travers un actant textuel du destinataire d'une information, qui ne sera jamais identifiée - voilà le paradoxe - mais qui, par sa présence redondante, produit l'effet d'un « savoir » nécessaire.

- 28 On conclura en rappelant que, dans l'utilisation des sources textuelles, l'événement raconté se recontextualise à l'intérieur d'un cadrage progressif donnant place à différents mouvements textuels d'identification, de mise en valeur ou de camouflage des personnages en jeu. Et cette restructuration produit au moins trois ordres d'effets dévoilant précisément sa nature stratégique : l'effet de l'actualité partagé avec le discours de l'information télévisée (les sources sont là et parlent), l'effet de véridiction (le « dire-vrai » des protagonistes) et l'effet d'objectivité (le journaliste s'efface derrière la prise de parole des acteurs sociaux). Ce rôle crucial développé par la stratégie des sources dans la structure textuelle de la nouvelle permet de reconnaître une des caractéristiques fondamentales du genre informatif : la construction d'un espace référentiel perçu comme actuel et en même temps fortement réel. Et cette stratégie permet aussi le développement des jeux de prédilection du discours de l'information, comme ceux des démentis, des découvertes et des rumeurs.
- 29 Dans ce sens, l'activité de la pratique d'écriture journalistique organise un récit où les sources deviennent les personnages principaux. *'Sources bien informées à la Banque Centrale*

ou les observateurs soutiennent que'... sont des exemples où l'écriture journalistique se masque derrière la présentation des sources comme une sorte de structure qui permet l'existence même du discours d'actualité, en lui attribuant un programme de faire-savoir ou des performances spécifiques. La structure des sources proposées par les médias informatifs écrits devient ainsi le simulacre non seulement de la hiérarchie sociale, mais surtout de la pratique des émetteurs. L'utilisation stratégique des sources textuelles se dessine comme un des éléments indispensables à la construction du rapport de confiance qu'on peut aussi appeler contrat médiatique.

BIBLIOGRAPHIE

- Cesareo, C.**, (1981), *Fa Notizia, Roma*, Editori Reuniti.
- Charaudeau, P.**, (1988), *Langage et discours*, Hachette.
- Darde, J.-N.**, (1988), *Discours rapporté - Discours de l'information : l'enjeu de la vérité*, in Charaudeau, P., dir, *La Presse, Produit, Production, Réception*, Didier.
- Ducrot, O.**, (1972), *Dire et ne pas dire*, Hermann.
- Van Dijk, T.**, (1987), *News analysis*, Lawrence Erlbaum Publishers.
- Van Dijk, T.**, (1988), *News as discourse*, Lawrence Erlbaum Publishers.
- Eco, U.**, (1985), *Lector in Fabula*, Grasset.
- Eco, U.**, (1990), *I Limiti dell' Interpretazione*, Bompiani (Ed Française *Les limites de l'interprétation*, Grasset, 1992).
- Eco, U.**, (1994), *Sei Passegiare nei Boschi Narrativi*, Bompiani.
- Escudero, L.**, (1992), *Malvine : il gran racconto. Fonti e voci nell'informazione di guerra*, Università di Bologna, Thèse doctorale.
- Galtung, J., Holmboe Ruge, M.**, (1965), *La struttura della notizie dall'estero*, in Baldi, P., dir, (1980), *Il giornalismo come professione*, Milano, Il Saggiatore.
- Gans, H.**, (1979), *Deciding what's news*, New-York, Random House.
- Genette, G.**, (1991), *Fiction et diction*, Seuil.
- Lester, M.**, (1980), *Generating newsworthiness : the interpretative construction for public events*, in *Sociological Review*, vol. 45, décembre.
- Rodrigo Alsina, M.**, (1989), *La construccion de la noticia*, Buenos Aires, Paidos.
- Tuchman, G.**, (1979), *Making the news*, New York, Free Press.
- Veron, E.**, (1984), *Quand dire c'est faire : l'énonciation de la presse écrite*, in *Sémiotique II*, Paris, IREP.
- Veron, E.**, (1985), *L'analyse du contrat de lecture : une nouvelle méthode pour les études de positionnement des supports presse*, in AAVV *Les médias. Expériences, Recherches actuelles, Applications*, Pris, IREP.

NOTES

1. Sur la distinction entre auteur empirique et stratégie d'auteur textuel, voir Ducrot (1972), Chareau (1989), Genette (1991) et Eco (1985 ; 1994).

RÉSUMÉS

L'article tente de décrire ce qu'on pourrait appeler l'auteur de l'information écrite. Il ne s'agit pas ici d'une étude sociologique des qualités des auteurs empiriques, mais d'une analyse sémiologique des marques par lesquelles on peut décrire l'auteur comme stratégie textuelle.

Le contrat médiatique avec le lecteur semble rendre inutile l'auteur textuel : en vertu de ce contrat de confiance, la vérité du récit, tout comme son adéquation au réel, est acceptée a priori, sous réserve de vérification possible. Néanmoins un phénomène textuel, repérable de manière privilégiée dans l'information écrite, construit, en le masquant et le légitimant tout à la fois, l'auteur textuel : la présence textuelle des sources. Celles-ci, personnages principaux de l'information écrite, contextualisent la nouvelle, permettent l'existence d'un discours d'actualité et créditent le récit des légitimités nécessaires.

The author focuses on a semiotic analysis of the textual strategies of the « authors » providing the written product within the press industry, rather than a sociological study about an empirical writer. The article attempts to describe the status of the « author », investigating the way a journalist re-constructs his sources. So she brings out the author's strategies in making the news. This strategies take part in establishing the « media contract », the basis of a relationship of trust and credibility between journals and their readers.

INDEX

Keywords : written press, semiology, story, author, speech, journalism, news, media, source

Mots-clés : presse écrite, sémiologie, récit, discours, journalisme, actualité, média, source

AUTEUR

LUCRECIA ESCUDERO-CHAUVEL

Lucrecia Escudero-Chauvel, GERICO-Lille 3