

Aurélie AUBERT, *La société civile et ses médias. Quand le public prend la parole*

Paris, Éd. Le Bord de l'eau, coll. INA, 2009, 288 p.

Aurélie Olivesi



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/305>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.305

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2010

Pagination : 284-285

ISBN : 978-2-8143-0056-9

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Aurélie Olivesi, « Aurélie AUBERT, *La société civile et ses médias. Quand le public prend la parole* », *Questions de communication* [En ligne], 18 | 2010, mis en ligne le 09 mai 2012, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/305> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.305>

Aurélie AUBERT, *La société civile et ses médias. Quand le public prend la parole.*

Paris, Éd. Le Bord de l'eau, coll. INA, 2009, 288 p.

Dans *La société civile et ses médias*, Aurélie Aubert approfondit son étude de la manière dont les profanes s'arrogent une place de plus en plus importante dans le discours médiatique. À partir de l'analyse du courrier reçu par le médiateur de l'information de France 2, elle observe les relations que les usagers entretiennent avec la télévision; ce en actualisant la réflexion concernant l'ouverture de l'espace public *via* les médias. En effet, un paradoxe apparaît entre, d'une part, l'absence de confiance dans les médias et le discrédit qui frappe les journalistes et, d'autre part, la surconsommation d'informations qui fait souvent des usagers des « accros à l'info ». Ce paradoxe est révélateur d'un mouvement de fond qui conjugue distance critique et volonté participative : les courriers des lecteurs témoignent de l'imbrication de plus en plus forte entre production et réception de l'information – ce que l'auteure interprète comme une forme de prise de pouvoir des individus sur leurs médias.

L'ouvrage s'ouvre sur une préface de Jean-Claude Allanic, médiateur de France 2 entre 2000 et 2005, qui montre dans quelle mesure le champ journalistique peine à s'attribuer les relations émergentes entre journalistes et publics et comment cette prise de pouvoir des téléspectateurs sur ce qu'il nomme une « élite désavouée », permet aux professionnels de l'information de revenir à l'essence même du journalisme. Le premier des six chapitres composant l'ouvrage – qui propose une approche diachronique des phénomènes de médiation – dresse un historique de la méfiance du public envers les médias, pour montrer que diverses instances ont pu éduquer le regard du téléspectateur contemporain, comme les analyses de Pierre Bourdieu ou l'émission *Arrêt sur images*. Or, s'il n'est pas possible de superposer le discours des intellectuels et celui des téléspectateurs, on note que les derniers ont l'habitude de décoder les médias en même temps qu'ils les consomment, même si leurs techniques d'analyse sont moins pointues que celles des professionnels. La médiation est un phénomène relativement neuf qui se donne pour enjeu de répondre à cette expertise croissante du public.

Le deuxième chapitre dresse un panorama des différents publics des médias, à partir des lettres reçues

par le médiateur. Ce chapitre, dont la méthodologie est explicitée avec précision, a pour ambition de donner une vision complémentaire de ce que peut apporter la mesure d'audience. À partir des différences de ton adoptées par les téléspectateurs, l'auteure montre dans quelle mesure contacter le médiateur permet à ces consommateurs d'information de refaçonner leur identité. Les trois chapitres suivants établissent une typologie des différents types de prise de parole propres aux téléspectateurs écrivant au médiateur. Le chapitre 3, consacré à la « parole critique », recense les accusations émises à l'encontre des journalistes. On y trouve l'appel à une éthique médiatique fondée sur l'objectivité et la vérité. Cet idéal s'appuie sur un retour à la vérité des faits, par opposition à un prétendu parti-pris des journalistes. Ces critiques sont révélatrices de l'imaginaire que suscite cette profession dans l'esprit des téléspectateurs. Dans le chapitre 4, intitulé « La parole identitaire » (pp. 139-191), Aurélie Aubert analyse le positionnement des individus les uns par rapport aux autres. Le chapitre 5, portant sur la « parole citoyenne » s'interroge sur la légitimité des profanes à émettre une opinion sur l'information. C'est en se fondant sur l'émergence de la figure des citoyens comme experts que le dernier chapitre, portant sur les différentes formes de journalisme amateur et de journalisme participatif, montre dans quelle mesure les profanes jouent désormais un rôle essentiel dans la production de l'information, notamment par l'intermédiaire des blogs et des sites d'information.

La chercheuse conclut en soulignant dans quelle mesure les citoyens ont transformé les contenus médiatiques en réinterprétant leurs interrogations éthiques à l'aune de leur subjectivité et de leur créativité, déterminantes dans leur engagement vis-à-vis des médias. L'apport de cet ouvrage tient à la finesse de l'analyse des stratégies identitaires mises en place par les téléspectateurs écrivant au médiateur. Cette recherche, s'appuyant sur une méthodologie solide et clairement posée, permet d'élaborer une taxinomie précise des types de réactions, en fonction des catégories de téléspectateurs, à partir de comparaisons pertinentes entre les divers contenus de leurs courriers (p. 155). Cette approche, qui s'appuie également sur une analyse lexicologique (p. 176), permet une observation féconde des diverses facettes de l'opinion publique, dans la mesure où elle n'exclut pas la prise en compte des contradictions possibles des téléspectateurs (p. 119). Dans cette perspective, on regrette certaines approximations conceptuelles sur la désinstitutionnalisation de la société actuelle (p. 142), l'état d'esprit propre aux habitants d'Europe

de l'ouest (p. 169) ou la mention (sans référence) de l'individualisme contemporain (p. 194). En contradiction avec la précision de certaines de ses analyses, Aurélie Aubert se laisse également entraîner à des commentaires axiologiques sur le travail des journalistes qui masquent les diverses étapes processus de production de l'information – pourtant au cœur de sa problématique.

Aurélie Olivési

*LERASS, université Montpellier 3
aurelie.olivesi@gmail.com*