Jean STERN, *Les patrons de la presse nationale. Tous mauvais*

Paris, Éd. La Fabrique, 2012, 210 pages

Michael Palmer

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/8826>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.8826

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 31 décembre 2013

Pagination : 306-307

ISBN : 978-2-8143-0182-5

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Michael Palmer, « Jean STERN, *Les patrons de la presse nationale. Tous mauvais* », *Questions de communication* [En ligne], 24 | 2013, mis en ligne le 01 février 2014, consulté le 22 septembre 2020.

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/8826> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.8826>

fait de revenir sur les saisons antérieures : procédé dit de l'*arc narratif* qui se développe sur plusieurs épisodes et le procédé dit des *blessures du passé* (vécues par un/des personnages) qui modifient à la fois le déroulement du temps (prolongement possibles vers le passé ou vers le futur) et la mémoire diégétique dans les *soap operas*. Ces deux procédés facilitent le lien entre le contexte, les récits et les usages spectaculaires.

Dans le dernier chapitre, intitulé « Séries télévisées et réalités : les imaginaires sériels à la poursuite du réel » (pp. 193-211), et après un prologue visant à lever les ambiguïtés sémantiques sur les mots clés du titre *série télévisée* et *réalité*, Jean-Pierre Esquenazi fournit des indications sur le réseau sémantique distinguant le *réel*, du *symbolique* et de l'*imaginaire*. Il précise ensuite la nature des relations entre le récit fictionnel et le réel : la fiction peut être une « paraphrase du réel » (p. 198), peut se rapporter à la représentation de la réalité inspirée par un monde historique précis, contemporain ou non (p. 199) et peut être appropriée par le récepteur et par le monde du destinataire (p. 200), ce qui revient à considérer à travers de nombreux exemples les différents niveaux qu'entretient la série avec le réel : ceux des créateurs, du contexte social et des attentes spécifiques et celui du récepteur.

En conclusion, ces sept contributions – de difficultés de lecture différente – convergent parfaitement pour donner des clés d'analyse des séries télévisées. Toutefois, on peut regretter que le chapitre de Laurence Doury n'évoque pas la tendance nouvelle consistant à étudier le comportement des téléspectateurs dans un environnement dédié à l'observation expérimentale (*oculomètre* ou *eyetracker*), ce qui renouvelle la nature des contraintes qu'impose l'outil et revisite la méthodologie de la recherche sur la réception des programmes à la télévision. Pour autant, ce bémol ne diminue en rien le réel intérêt de l'ouvrage.

Frédéric Pugnère-Saavedra

*Prefics, université de Bretagne-Sud, F-56000
frederic.pugnere-saavedra@univ-ubs.fr*

Jean STERN, *Les patrons de la presse nationale. Tous mauvais.* Paris, Éd. La Fabrique, 2012, 210 p.

Solidement documenté, l'ouvrage se situe dans la lignée de publications engagées qui, depuis des lustres, réunissent informations pertinentes et tonalité peu amène avec l'objet scruté – ici, les patrons de presse. L'épilogue capture ce ton avec l'emploi d'allusions – « Tous à la ferme » (p. 169) – au discours managérial-publicitaire qui fait des ravages dans les médias

depuis un demi-siècle. « La ferme des contenus » (*ibid.*), quant à elle, est liée au développement des sites internet depuis les années 90 et les agrégateurs numériques des moteurs de recherche. Les « attentes de la multitude » (*ibid.*) façonneraient la production des *breaking news* par tout un chacun, les journalistes dits professionnels se trouvant ainsi broyés par l'abondance des producteurs de « l'info » et de ses produits dérivés.

En effet, le sort de journalistes se situe en filigrane de l'enquête conduite par le journaliste. Les patrons des groupes de presse/médias – « Pigasse-Lagardère-Rothschild-Dassault-Niel-Arnault » (p. 109) – tirent leur épingle du jeu, s'enrichissent souvent, non sans risque ; les journalistes, eux, restant souvent sur la paille, de plus en plus fragilisés. La rengaine est connue mais n'en est pas moins vraie, même s'il est des journalistes devenus eux-mêmes cadres dirigeants. Ceci est largement attesté dans un ouvrage nourri tant par des informations récentes, recueillies auprès de nombreux sources et sites, que par des « infos » puisées dans des volumes, souvent rédigés par des journalistes des années 70-80, dénonçant les « trois H [...] qui « mont[ai]ent en puissance » (p. 47) alors – les Havas, Hachette, Hersant, même si les deux premiers avaient déjà entamé leur ascension dès le milieu du XIX^e siècle.

Jean Stern démonte les avantages des divers *holdings*, des stratégies déployées par des groupes aux intérêts nombreux, des liaisons dangereuses entre ce patronat de presse, des médias, souvent présent dans d'autres branches des industries culturelles – qu'on voudrait rebaptiser « industries créatives »... – et des hommes politiques au pouvoir, sans parler des banques. Après les liens connus entre François Mitterrand et Robert Hersant, on revisite ceux entretenues entre Nicolas Sarkozy et François Pinault. Publié en 2012, *Les patrons de la presse nationale* ne traite pas de l'arrivée à la tête du quotidien *Le Monde*, en 2013, de Natalie Nougayrède – journaliste-maison – et de Vincent Giret – précédemment directeur délégué de la rédaction de *Libération*. Mais, plusieurs des thèmes – par exemple, l'importance du site internet du journal et le déclin de la version papier – se situeraient en arrière-fond.

Dans un court passage, Jean Stern, sorti du Centre de formation des journalistes (CFJ) en 1977, évoque son propre parcours de journaliste et indique que le trajet à l'origine du « naufrage... de la presse nationale » motive son essai.

En conclusion, qu'il nous soit permis de poser une question *dérangante* : que font de tels ouvrages les enseignants-chercheurs en communication dispensant,

par exemple, des cours d'économie des médias ? Car les informations présentées leur sont des plus utiles. Peut-être le point de vue motivant l'enquête l'est-il moins. Les stratégies et milieux décrits décourageraient plus d'un apprenti-journaliste ou pratiquant des médias. Mais, il est vrai que, depuis au moins les *Illusions perdues* (1837-1843) d'Honoré de Balzac, il en est ainsi.

Michael Palmer

CIM, université Sorbonne nouvelle-Paris 3, F-75005

michael.palmer@univ-paris3.fr

Adeline WRONA, *Face au portrait. De Sainte-Beuve à Facebook*.

Paris, Hermann, coll. Cultures numériques, 2012, 441 p.

Comment le portrait est-il devenu un genre journalistique ? Comment analyser un corpus de portraits de presse parus sur trois siècles ? Comment envisager l'analyse du portrait numérique du ^{xx}e siècle ? Telles sont les questions majeures posées par l'ouvrage réalisé à partir d'un mémoire d'habilitation à diriger les recherches.

Adeline Wrona propose une approche littéraire de la communication conjuguée à une approche communicationnelle du littéraire qui s'approche des orientations développées par Alain Vaillant et Marie-Ève Thérenty et de celles des collègues d'Adeline Wrona au Celsa. L'ouvrage s'appuie sur des auteurs aussi divers qu'Aristote, Michel Foucault, Roland Barthes et Paul Ricœur. À l'ambition de l'entreprise, Adeline Wrona ajoute une qualité d'écriture, un choix judicieux d'illustrations (le ^{xix}e siècle domine) et la mise en valeur de certaines perles, longtemp oubliées, telle le « portrait-carte » (p. 92), phénomène au succès important au milieu du ^{xix}e siècle et dispositif qui permet de rendre l'absent présent par une série de portraits photographiques ou écrits que le journal adapte pour un support d'information.

Reprenant l'idée selon laquelle « la civilisation du journal » débute dans les années 1830, Adeline Wrona estime que les formes renouvelées du portrait sont à penser en rapport avec l'essor du journal quotidien. Or, on peut ne pas souscrire à cette notion de « civilisation du journal » mais apprécier la démarche et les découvertes. La démocratisation du portrait, un thème en filigrane de l'ouvrage – notamment du remarquable troisième chapitre (pp. 137-192) où se croisent les notions de « bibliographie médiatique » et de « métamorphose du support » – sous-tend le processus que l'auteure entame véritablement avec Charles-Augustin Sainte-Beuve, qui n'était peut-être pas l'auteur critique et journaliste auquel on s'attendait

à cet égard. Avec Émile Zola, par ailleurs critique des mutations de la presse, ce processus est autrement plus net. Un des bonheurs de l'ouvrage est le va-et-vient avec la peinture, la sculpture, la photographie, jusqu'à la danse, qui informent sur ce qui se joue dans la presse même. Technologie et sémiotique peuvent faire bon ménage.

En résumé, le livre peut se lire comme un déroulé chronologique – bien qu'Adeline Wrona affectionne le terme « généalogie » – mais aussi par entrée « multimédia ». Ses analyses du portrait à l'ère numérique informent autant sur ceux publiés dans le *Libération* des années 2000 que sur ceux de l'internet avec, par exemple, Wikipedia. L'auteure tente un rapprochement insolite entre deux séries de texte. La première est constituée de ceux de Jules Vallès (journaliste, écrivain et homme politique d'extrême gauche du ^{xix}e siècle ayant notamment été élu lors de la Commune de Paris) qui transforment le corpus journalistique consacré dans la presse d'opposition à la commémoration, sous le Second Empire finissant, de l'enterrement de la figure de Victor Noir. Surtout parus sur l'internet, les textes composant la seconde série concernent l'icône martyre "instantanée" », Nêda, une jeune iranienne, tuée en 2009, lors des manifestations d'opposants à Mahmoud Ahmadjad. Le visage de celle-ci se trouve en deux jours aux quatre coins du monde. Celle de Victor Noir, tué le 10 janvier 1870 par le cousin germain de l'empereur, est portée lors d'un enterrement suivi par 10 000 personnes. Sa résonance est franco-française.

Le livre achevé, on relit l'Introduction (pp. 25-136) et les premiers chapitres. Quelle est la place accordée à l'individu dans le discours d'information ? Ne convient-il pas de penser le portrait peint avec le portrait de presse comme deux déclinaisons d'un usage communicationnel de la représentation ? Comment transformer la pratique du portrait en un genre informatif et d'actualité ? Qu'est-ce qui est médiatique et qu'est-ce qui est médiagénique ? Autant de questions qui trouvent ici bien des réponses, qui, à leur tour, suscitent d'autres questions. Le portrait n'est-il pas toujours un simulacre, cette « fabrique de soi » (p. 288) relevée par Michel Foucault, que cite Adeline Wrona ? Pourquoi apparaît dans les quotidiens français à la fin du ^{xix}e siècle cette mode de la rubrique « L'homme du jour » ? Les rubriques « portrait » et « interview » seraient-elles à étudier ensemble, ce que l'auteur semble suggérer ? Le portrait rédigé par le journaliste cohabite-il toujours aisément avec le portrait en images ?

Michael Palmer

CIM, université Sorbonne nouvelle-Paris 3, F-75005

michael.palmer@univ-paris3.fr