Questions de communication

16 | 2009
Journalistes et sociologues

Rhétoriques journalistiques de médiatisation

La co-construction de l'expertise

Journalistic Rhetoric and the Representation of Sociologists in the Media. Co-building Expertise

Aurélie Tavernier

Édition électronique
URL : http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/341
DOI : 10.4000/questionsdecommunication.341
ISSN : 2259-8901

Éditeur
Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée
Date de publication : 1 décembre 2009
Pagination : 71-96
ISBN : 978-2-8143-0003-3
ISSN : 1633-5961

Référence électronique
Aurélie Tavernier, « Rhétoriques journalistiques de médiatisation », *Questions de communication* [En ligne], 16 | 2009, mis en ligne le 19 janvier 2012, consulté le 19 avril 2019. URL : http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/341 ; DOI : 10.4000/questionsdecommunication.341

Ce document a été généré automatiquement le 19 avril 2019.

Tous droits réservés

Rhétoriques journalistiques de médiatisation

La co-construction de l'expertise

Journalistic Rhetoric and the Representation of Sociologists in the Media. Co-building Expertise

Aurélie Tavernier

« Quelquefois l'expert c'est celui qui est légitime à dire ce que nous on sait mais qu'on ne peut pas dire »
Journaliste 1, *Libération,* service Société[1]

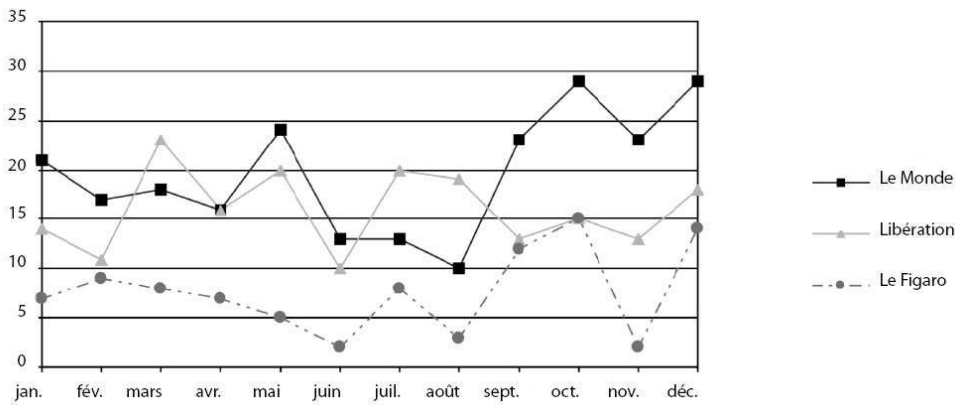
1 Le recours journalistique aux paroles extérieures rapportées[2] – que ce soit sous forme de citations, d'interviews, de tribunes – apparaît comme un trait caractéristique de l'écriture de presse et constitue à ce titre l'un des formants[3] du travail d'information. Cette écriture par « concessions » (Mouillaud, Tétu, 1989 : 106) s'inscrit dans un processus progressif d'anonymisation du discours journalistique, qui accompagne, dès la seconde moitié du XIX^e^ siècle, la construction d'une identité et d'un statut professionnels : si à l'époque du journalisme naissant, le journal fait entendre sa voix, celle-ci tend, à mesure de la professionnalisation du journalisme, à se reconstituer autour et à partir de la mise en scène de paroles extérieures ; le journal cesse d'être une institution de discours organique pour devenir une scène faite d'enchâssements de discours et d'énoncés polyphoniques, c'est-à-dire de voix qu'il n'intègre plus comme siennes.

2 Ici, le propos est de cerner l'enjeu que représente, pour les stratégies journalistiques de construction de l'information, le recours significatif à la parole du sociologue dans trois quotidiens nationaux « de référence » (Merril, 2000), *Le Monde*, *Libération* et *Le Figaro*. En 1999, celle-ci y est sollicitée dans près de 40 % des livraisons, ce qui représente en moyenne 43 propos rapportés chaque mois (graphique 1). En outre, l'analyse quantitative de cet ensemble, entre janvier et mars 1999 (Tavernier, 2004), indique que la parole du sociologue est la plus fréquemment sollicitée des paroles intellectuelles associées à un type de savoir spécifique (graphique 2). Nous voudrions montrer que la parole extérieure

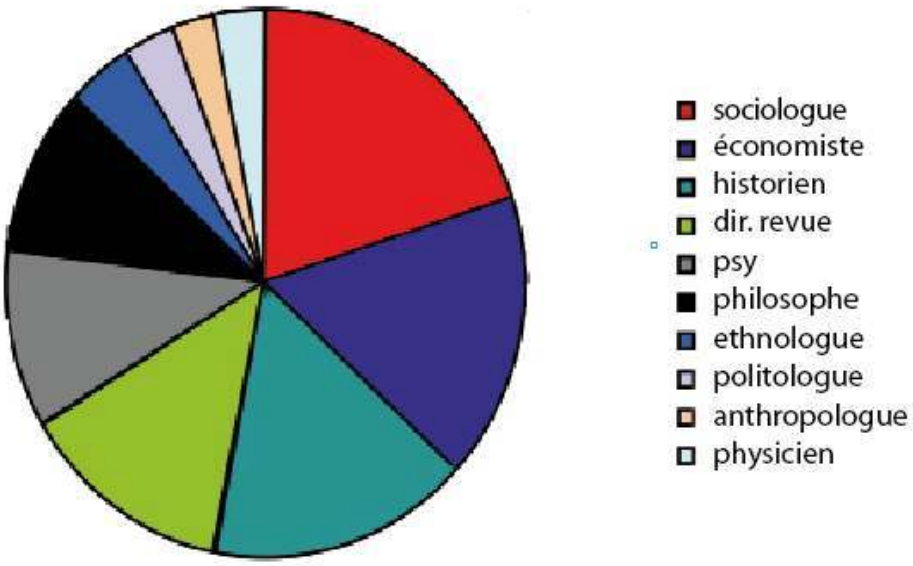
du sociologue constitue, bien plus qu'une source, une ressource pour la construction du discours journalistique : elle participe à sa légitimation, dans un processus de co-construction de l'expertise.

3 Nous développerons cette proposition en envisageant ce recours comme une rhétorique journalistique, que nous définirons comme le produit des pratiques professionnelles et des représentations que les journalistes projettent dans leur activité et que leur permet d'atteindre la médiatisation de « paroles d'experts ». Ou, plus exactement, de paroles dotées de qualités d'expertise, si l'on en croit le propos livré en entretien par cette journaliste de *Libération* : « Quelquefois ils disent des choses extrêmement séduisantes et puis après on se dit : mais d'où ils parlent ? » (Journaliste 1). Au-delà des positions de légitimité des sociologues dont les discours accèdent à la scène médiatique, nous questionnerons les processus de légitimation journalistique et d'acquisition du caractèrede l'expertise, au sens rhétorique, qui détermine qui est en droit de parler sur quoi (Aristote, I, 1, 1356a)[4]. Une analyse sémantique des dispositifs de l'expertise permettra de mettre en évidence les routines professionnelles et les critères de validation. On s'arrêtera notamment sur les opérations de labellisation des discours : la négociation du titre au nom duquel le discours se pose peut être considérée comme un marqueur conventionnel stratégique ; elle permet d'envisager la médiatisation de la parole rapportée comme le résultat d'un « consensus temporaire » (Goffman, 1973 : 18-19), engageant un certain nombre de prétentions et d'attentes normatives quant aux rôles prescrits et endossés de part et d'autre, vers la co-construction d'un discours légitime.

Graphique 1 : Paroles de sociologues dans *Le Monde*, *Libération*, *Le Figaro*, janv.-déc. 1999[5]



Graphique 2 : Labels intellectuels majoritaires dans *Le Monde*, *Libération*, *Le Figaro*, janv.-mars 1999[6]



Le sociologue, le journaliste et l'expertise : « perspectives réciproques »[7]

4 Érik Neveu (1995) a souligné, pour les chercheurs en sciences sociales, l'importance d'une réflexion traitant des usages et effets de l'importation de leurs travaux dans l'espace public. Du développement du *social engineering* à l'exigence de diffusion des acquis des sciences sociales comme condition de leur efficacité, voire de leur utilité (Lynd, 1945), la publicisation (Habermas : 1962) des savoirs soulève des enjeux éthiques, politiques et sociaux majeurs. De nombreux travaux, en Europe comme aux États-Unis[8], ont permis d'éclairer ces enjeux sous l'angle de l'institutionnalisation de la sociologie (Lepenies, 1985 ; Chenu, 2002 ; Tavernier, 2008), de ses dimensions épistémologiques (Durkheim, 1893 ; 1911), éthiques (Weber, 1959), mais aussi politiques (Fassin, Iacub, Borillo, 2001)[9]. Science du social, la sociologie est tout autant une théorie du politique dans la mesure où elle prend aussi en charge la question des valeurs engagées dans la délibération et l'action collectives. De sorte que le discours de connaissance que le sociologue expert est susceptible de produire est presque par essence performatif : le discours sociologique, même s'il s'efforce d'être constatif, semble toujours aussi enclin à prescrire, en plus d'une définition du monde social, une normalisation quant à ce qu'il devrait ou pourrait être[10]. Ainsi le sociologue se trouve-t-il soumis à une double injonction : celle, propre à son « métier de sociologue » (Bourdieu, Passeron, Chamboredon, 1973), d'analyser et de problématiser un questionnement sur le social ; et celle, née de la situation d'expertise, qui le somme de produire un schéma d'interprétation, d'apprécier les transformations souhaitables, voire de fournir un certain nombre de recommandations. Si l'activité scientifique proprement dite ne vise pas l'action (Tanguy, 1995), la demande faite au savoir sociologique peut toutefois rencontrer les « grandeurs » (Boltanski, Thévenot, 1991 : 167-168) que les sociologues projettent dans leur activité, selon la manière dont ils conçoivent leur position dans les espaces – distincts mais non disjoints – académique,

politique et plus particulièrement ici, médiatique. Une lecture compréhensive peut permettre d'envisager ces positions, entre « engagement et distanciation » (Elias, 1993), comme un mode de réglage stratégique des relations entre journalistes et sociologues.

Les métiers du sociologue

5 En effet, l'intronisation du sociologue comme « expert » par la demande journalistique apparaît comme un terrain privilégié d'observation de cette ambivalence : dans l'interaction du journaliste et du sociologue, comme d'ailleurs dans la production d'un « rapport d'étude » (Guy, Bedin, 2002) sur commande institutionnelle, la condition du succès de l'expertise repose sur la rencontre entre les attentes du commanditaire et la perception, par le sociologue, de son propre domaine de compétence. Dans les deux cas également, le sociologue se trouve aux frontières de plusieurs espaces de légitimité, convertibles en autant de répertoires de parole publique. Nous en distinguons trois principaux : le répertoire du « chercheur », qui comprend et explique le monde social grâce à des méthodes spécifiques ; celui de l'« expert » proprement dit (Trépos, 1996), qui utilise sa connaissance dans un domaine spécifique pour répondre à des demandes pratiques, politiques ou professionnelles ; et celui du « savant », dont la tâche est de justifier ou de critiquer une situation au nom de certaines valeurs. La première posture, du chercheur, peut être définie par le principe wébérien de « suspension du jugement de valeur » (Weber, 1959), c'est-à-dire la stricte limitation de la parole à la production d'une analyse descriptive. Un cas exemplaire[11] de cette éthique de distanciation est fourni par la « neutralité engagée » revendiquée par Nathalie Heinich (2002 : 119) : « De mon point de vue, seul le registre descriptif [...] est spécifiquement celui du chercheur, alors que les registres évaluatif et prescriptif relèvent d'une normativité qui est du ressort soit de l'expert, soit du penseur [...] : il s'agit simplement que le chercheur, lorsqu'il intervient en tant que tel, *s'interdise* les registres évaluatif et prescriptif » (souligné par nous).

6 Le répertoire de « l'expert » ressortit de l'évaluation et de la prescription : la spécialisation de la compétence autorise le sociologue à prescrire les contours légitimes des enjeux et les solutions d'un problème public.

> « Il s'agissait de faire une consultation sociologiquement neutre. [...] Alors évidemment il faut maîtriser le jeu, parce que le risque est de devenir soi-même un journaliste, et surtout au fond de perdre le rapport à l'expertise, c'est-à-dire de ne plus savoir de quoi on parle. C'est pour ça qu'en ce qui me concerne, l'essentiel de mes papiers ont porté sur [les] domaines dans lesquels la communauté scientifique m'a reconnu [une] capacité » (Sociologue 1, Bordeaux 3, CADIS[12], auteur d'un rapport pour le gouvernement en 1999).
>
> « L'expertise n'est pas par nature abusive. Le fait qu'on utilise les travaux des savants, ou que les savants soient pris dans un dialogue avec les politiques, avec les décideurs, me paraît être une bonne chose. La seule ligne que j'ai essayé de défendre, c'est qu'on ne peut pas faire passer des choix politiques pour des vérités scientifiques. [...] Les politiques sont là pour décider, quand ils sont au gouvernement et votent des lois, et pour se présenter, quand ils sont élus. Les savants sont payés pour produire de la recherche et pour enseigner, selon les cas. C'est mon métier » (Sociologue 2, ENS Cachan)[13].

7 Enfin, le répertoire du « savant » renvoie à un type particulier de prescription ou d'évaluation, non pas sur la foi d'une compétence spécialisée mais sur la foi d'une compétence morale (Memmi, 1992), d'un jugement de valeur, voire d'une injonction à mettre « la raison au service de l'intelligence des affaires humaines » (Mills, 1959 : 183)[14].

> « Après, il y a bien souvent un malentendu du fait que, puisqu'il y a d'un côté les politiques et de l'autre les savants, on oublie que le travail savant est aussi un travail politique. À mon avis, on a intérêt à expliciter ce caractère politique du savoir. [...] Il me semble qu'il est très important de faire la différence entre les valeurs et les vérités scientifiques au nom desquelles on fait un choix politique : ça fait une différence pratique » (Sociologue 2, ENS Cachan).

8 Notre propos n'est pas ici de trancher la question, fortement discutée, de l'arbitrage entre ces positions potentiellement conflictuelles (Trépos, 1996 : 43-47) : c'est plutôt le caractère stratégique de l'arbitrage qui nous intéresse, car il permet de souligner *a contrario* l'absence de plasticité de la « figure d'expert » que le sociologue sollicité par les médias peut endosser. La question se pose en effet du devenir, dans l'espace médiatique, de la « rupture épistémologique » en vertu de laquelle ces répertoires peuvent être distingués.

9 D'une part, les chercheurs sont moins sollicités – dans les médias comme dans la sphère décisionnelle – pour fournir des schémas généraux nécessaires à la régulation sociale, que pour leurs compétences spécifiques. De sorte que la posture du « savant » paraît dominée par celle de « l'intellectuel spécifique », « poursuivi par le pouvoir politique, non plus en fonction du discours général qu'il [tient], mais à cause du savoir dont il [est] détenteur » (Foucault, 1994 : 155). Un marché s'est ainsi ouvert, d'où les chercheurs comme les politiques – et ici, les journalistes – retirent des intérêts et des profits partagés, et dans lequel le chercheur se trouve contraint de juguler la tension entre deux types de légitimité également nécessaires à la reconnaissance de son travail : la légitimité scientifique et la légitimité sociale[15]. D'autre part, ces postures ne sont pas étanches : spécialiste reconnu pour une compétence spécifique, le sociologue médiatisé peut ainsi naviguer dans des registres de légitimité concurrents, actualisés dans des répertoires pluriels de parole publique.

De l'état de légitimité au processus de légitimation

10 Yves Chevalier (1999) propose d'envisager cette concurrence en termes d'« hybridation », qu'il définit comme le brouillage des frontières entre des formes sociales établies de compétence et de légitimité au cours de leur transfert dans l'espace médiatique. Cette hybridation réalise le point de passage entre un certain *agir social* renvoyant à l'ordre global d'acquisition de la légitimité, et un certain *discours social* renvoyant aux stratégies de légitimation dans l'espace médiatique : « Il s'agit donc [...] d'une renégociation de territoires et de frontières, plus que d'une redéfinition des contenus des champs » (*ibid.* : 46). Dans la polyphonie qui caractérise l'espace médiatique, cette hybridation prend alors une tonalité stratégique : puiser dans plusieurs répertoires de légitimité peut aider l'acteur à s'imposer parmi l'ensemble des paroles disponibles sur un nombre élargi d'enjeux et d'événements. Avec la logique marchande, notamment télévisuelle, les discours sociaux se trouvent « peu ou prou subsumés à un principe unique, celui de l'offre et de la demande » ; les procédures de recours et de mise en scène des paroles extérieures dans des dispositifs visant à attester de leur compétence peuvent alors apparaître comme « autant de stratégies discursives qui ont pour fonction de simuler à l'écran une demande du public et de présenter l'émission qui va suivre comme l'offre censée y répondre » (*ibid.* : 59).

11 Dans cette perspective, la légitimité d'une parole publique peut être définie comme « un statut qui autorise un individu ou un groupe d'individus (mais aussi une idée ou une

action publique) à jouer le rôle qui est le sien aux yeux des autres membres d'une collectivité » (*ibid.* : 17). Elle est le fruit d'un contrat instituant un domaine de compétence, mais aussi de prescription : « Toute légitimité inaugure une prescription, serait-elle tacite, c'est-à-dire des normes pour l'action. On voit ainsi que les procédures de légitimation constituent la zone de contact entre le savoir et la production de normes, une interface entre le rationnel et l'axiologique. Cette double nature permettra tantôt d'accentuer la performance scientifique, tantôt la performance éthique, et de pouvoir ainsi quelquefois passer insensiblement du fait au droit, de la description à la prescription » (*ibid.* : 23). Ainsi la compétence renvoie-t-elle moins aux critères objectifs de légitimité, qui consacrent le degré de spécialisation du locuteur dans l'espace de positions objectives, qu'aux critères de légitimation valides dans une formation discursive donnée (Foucault, 1969 : 150-151).

12 Pour la parole extérieure comme pour le journaliste qui la sollicite, une approche rhétorique permet de faire le lien entre la compétence du locuteur et la légitimité symbolique qui en découle. En effet, dans une lecture rhétorique de l'activité journalistique, attentive aux procédures et aux valeurs professionnelles qui les fondent, les formes de compétence que nous analysons s'exercent dans un double sens : les journalistes développent par procuration, en mobilisant la parole extérieure comme compétente, le professionnalisme qui les autorise à désigner ceux dont l'avis mérite d'être pris en compte ; et, dans le même temps, cette compétence journalistique en construit une autre, celle de l'intervenant extérieur sollicité pour co-construire une représentation légitime du réel. Pour comprendre comment se produit ce processus de légitimation double, d'une part, celle de la parole rapportée et, d'autre part, celle de la mise en mots journalistique du réel, il convient de s'intéresser aux représentations journalistiques qui rendent nécessaires le recours à la parole extérieure : il ne suffit pas d'étudier « ce que l'on fait en parlant, mais ce que la parole, d'après l'énoncé lui-même, est censée faire » (Ducrot, 1984 : 174).

La rhétorique : l'art de convaincre, ou comment faire de nécessité vertu

13 Considérer le journal comme une formation discursive, c'est postuler l'existence de normes réglementant les rôles et les discours qui y sont distribués, invitant à dégager « le régime général auquel obéissent les différents modes d'énonciation, la distribution possible des positions subjectives, et le système qui les définit ou les prescrit » (Foucault, 1969 : 151). La notion de « rhétorique journalistique » s'avère utile dans cette perspective : mobilisée par Jean-Gustave Padioleau (1976 : 268) pour l'analyse des stratégies d'action des rédacteurs spécialisés du quotidien *Le Monde*, elle englobe « les procédures d'écriture de presse pour communiquer les nouvelles mais aussi les représentations qu'y projettent les journalistes d'eux-mêmes, des *alter*, des éléments physiques ou culturels présents dans les contextes d'interaction attachés à leurs positions de journalistes spécialistes ». En fonction de leurs ressources et des contraintes inscrites dans des systèmes d'interactions spécifiques avec d'autres acteurs (pairs, lecteurs, sources), ces professionnels disposent de plusieurs rhétoriques idéales-typiques leur permettant d'afficher les gages de leur professionnalisme à l'extérieur comme à l'intérieur du groupe.

14 Ainsi peut-on relire les procédures journalistiques de recours aux paroles des sociologues comme autant de stratégies[16] visant à satisfaire les prétentions fondatrices du journalisme de référence à atteindre l'objectivité, la compétence analytique, et la dissociation formelle de l'opinion par rapport au discours d'information[17]. La parole du sociologue est largement présentée par les journalistes rencontrés en entretien comme un outil de travail, un palliatif aux contraintes formelles du rythme effréné de production de l'actualité, un moyen d'honorer malgré tout le contrat de lecture d'une presse soucieuse d'analyse et de pédagogie. En somme, comme une nécessité faite vertu : ce qui se joue dans le recours à la parole sociologique, c'est bien la levée des incertitudes et des tensions contradictoires, formelles et symboliques, qui pèsent sur l'activité des journalistes et sur la représentation mythifiée de leur rôle, pour eux-mêmes et à destination d'autrui. Ces dimensions apparaissent clairement à l'analyse croisée des genres et des sémantiques de l'écriture journalistique dans lesquelles la parole du sociologue est mise en scène.

La citation, gage de l'exactitude des faits

15 Près de 68 % des paroles attribuées à des sociologues dans les pages du *Monde*, de *Libération* et du *Figaro* en 1999 sont rapportées sous forme de citation. Intégrée dans l'économie globale de l'article d'information, la parole vient en appui du discours journalistique portant sur le fait, dont elle garantit la véracité. Les termes d'escorte[18], en particulier les verbes mentionnés en introduction et en fin de citation, situent nettement le propos dans le registre analytico-descriptif : le sociologue « souligne », « remarque », « constate » l'émergence d'un phénomène, dont la qualification s'accompagne alors très largement d'une attestation par le chiffre ou le travail de terrain.

> « Un sociologue qui ne fait plus d'enquêtes de terrain, ce n'est plus un sociologue, peut-être qu'il fait un autre métier, je ne sais pas, mais pour moi ça reste la marque » (Journaliste 1, *Libération*, service Société).
> « C'est pas du terrain, c'est du chiffre qu'on nous demande. Alors qu'il n'y a peut-être rien de plus manipulable que les chiffres. Enfin, les entretiens, c'est manipulable aussi. Mais là, c'est une manipulation des chiffres pour assimiler la sociologie à l'exactitude des sciences dures » (Sociologue 3, Paris 5, CERLIS[19]).

16 L'effet de réalité ainsi produit fournit au discours journalistique une caution d'objectivité et de compétence : double de l'énonciateur journaliste, le sociologue est aussi celui de l'enquêteur de terrain à l'heure où la spécialisation et la segmentation des tâches cantonne l'essentiel du travail journalistique au *desk*. Ce que confirme la prise en compte des procédures de sollicitation des sociologues cités : d'une « conversation à bâtons rompus » par téléphone, tel journaliste dit « puiser » dans le discours du spécialiste une « explication, en trois petites phrases toutes simples » ; telle autre précise qu'elle « reçoit leurs ouvrages à la rédaction mais le plus souvent, [...] n'interviewe même pas : je cherche, je surligne ». De sorte que la dynamique de fragmentation du fait journalistique s'exerce également à l'endroit du savoir sociologique, et ce, dès la procédure sélective d'envoi des publications aux services de la rédaction susceptibles d'être intéressés :

> « Quand on élabore un plan de lancement, il y a toujours une interrogation support par support. Est-ce que c'est plus un livre pour les pages Société, est-ce que ça peut rentrer dans la rubrique Culture ou dans les pages Livres. Il faut anticiper sur la logique du journaliste, et chaque support a sa logique » (Chargé des relations presse, en charge des collections universitaires des éditions Armand Colin/ Larousse)[20].

17 Le poids du relationnel pèse également sur la sélection de l'expert : si la logique du « carnet d'adresses » détermine fortement le choix qui s'opère et rétrécit de ce fait considérablement le champ des possibles journalistiques, elle permet surtout de convertir les contraintes structurelles de l'activité journalistique en vertu symbolique, où la justification de l'expert de référence atteste comme par procuration la compétence du journaliste : « Ce qui légitime leur intervention, c'est qu'on pense qu'il est légitime de leur donner la parole, de solliciter leur éclairage pour le lecteur » (Journaliste 2, *Le Monde*, service France – Société)[21].

18 Le recours à la parole extérieure apparaît bien ici comme une stratégie de légitimation du travail journalistique d'information à l'extérieur et pour le journaliste lui-même. À l'image du référentiel mobilisé dans le champ politique pour l'élaboration d'une politique publique (Müller, 1991 : 42-43), le choix de la parole d'expert constitue une catégorie mentale et un instrument de cadrage stratégiques : lorsqu'une parole est rapportée, un référentiel est construit, celui-ci garantit la validité du discours en même temps qu'il rationalise la procédure du recours. Il offre une image cognitive du réel sur lequel porte le discours, limité à la sphère d'expertise mobilisée, tout en fournissant une justification au cadrage journalistique ainsi opéré. Il remplit alors une double fonction de représentation : exhibition externe et organisation interne des valeurs du groupe professionnel des journalistes. Sa fonction est de rendre intelligible le réel en limitant sa complexité et de justifier la procédure du choix de l'expert en la référant aux grandeurs du journalisme de référence.

L'interview : la mise en scène d'une double expertise

19 La prétention à sélectionner « le bon expert » organise aussi formellement et symboliquement la procédure de l'interview, qui concerne 17,5 % des paroles des sociologues dans notre corpus. Le choix de ce dispositif se justifie d'abord chez les journalistes par la nécessité de produire « une analyse un petit peu en hauteur d'un événement dans lequel nous, on est plongé en direct » (Journaliste 2) : la sémantique des verbes présents dans les chapeaux introductifs et dans les questions rédigées par le journaliste montre clairement la visée pédagogique de l'exercice (« expliquer, décrypter, faire comprendre »). Or, ces dispositifs d'écriture renseignent bien plus sur les stratégies de re-présentation du savoir sociologique par le journaliste que sur la réalité de l'interaction entre le journaliste et le sociologue : la réécriture nécessaire de l'interview qui s'opère après-coup s'apparente ainsi à une opération de remise dans l'ordre des contraintes et des valeurs professionnelles des journalistes. La nécessité est de nouveau renvoyée à des contraintes pragmatiques, ici la lisibilité du propos, dont le journaliste se porte juge et garant :

> « Il y en a qui savent résumer leur pensée en une formule, qui sont clairs, qui se prêtent très bien à l'interview ; et d'autres moins, pour lesquels on a plus intérêt à faire un papier en utilisant des citations, en traduisant la pensée, qu'à la livrer "brute" entre guillemets – brute, c'est vraiment entre guillemets, parce que c'est très travaillé, une interview : on n'écrit pas comme on parle. C'est une des facettes du boulot » (Journaliste 3, *Le Monde*, service France – Politique)[22].
>
> « En règle générale, c'est le métier qui veut ça, on ne se trompe quand même pas énormément » (Journaliste 4, *Le Figaro*, service France – Société)[23].

20 Mais le professionnalisme du journaliste qui s'affirme par la procuration de la parole d'expert n'est pas qu'une compétence formelle : préférer l'interview à la citation, c'est

« mettre en valeur un point de vue qui le mérite» (Journaliste 2). On perçoit donc aussi la vertu symbolique de l'exercice qui place le journaliste en posture de juge expert de l'expertise et permet l'actualisation et l'exhibition du rôle de médiateur-pédagogue[24] – ce dont témoigne d'ailleurs à lui seul le jeu des questions-réponses, formellement remis en scène dans le dispositif scriptural de l'interview :

> « Un expert, on attend de lui qu'il nous apporte les infos qu'on n'a pas. [...] Parce que les sociologues doivent connaître un petit peu ce qu'il y a derrière, quels sont les enjeux que nous journalistes, soit on n'a pas vus, soit on a vus mais on se dit : ce n'est pas à nous de le dire, on n'est experts en rien du tout, donc on ne peut pas sur notre seule signature affirmer telle ou telle chose » (Journaliste 1, *Libération*, service Société).

21 Le recours à la parole d'expert remplit ici une fonction doublement stratégique quant à l'actualisation d'un professionnalisme journalistique : prétention à l'objectivité, attestée par la dissociation de l'opinion et du fait avéré par la parole experte ; prétention à la compétence du journaliste lui-même, attestée par la mobilisation, puis la sélection du « bon expert ».

La tribune : une forme d'extériorisation paradoxale

22 La publication d'une tribune d'opinion (14,6 %) est le dernier dispositif que nous évoquerons : il permet d'insister sur le caractère paradoxal de l'anonymisation du discours journalistique qui multiplie les concessions faites aux discours extérieurs dont il demeure en quelque sorte l'archi-locuteur. On sait que les procédures journalistiques de sélection des tribunes déterminent fortement la libre expression de l'opinion dans les pages « Débats » de la presse quotidienne[25] ; la publication du point de vue autorisé consacre aussi l'autorité du journal dans l'espace intellectuel. Mais ce qui se joue, du point de vue des rhétoriques journalistiques, c'est l'organisation d'un espace réservé à l'opinion et au commentaire, formellement séparé de la scène énonciative où se déploie le discours du journaliste dont la compétence professionnelle peut alors revendiquer le monopole de l'objectivité et du discours sur les faits. Ce métadiscours du médiateur du *Monde* témoigne clairement de cet enjeu de légitimation pour le journal :

> « La distinction entre informations et commentaires a fait dire plus d'une fois dans le passé que *Le Monde* est "le plus anglo-saxon des journaux français". Ce souci de ne pas mélanger les genres a été accentué par la réforme de 1995, avec la création de pages "Horizons" et des différenciations graphiques pour chaque type d'article. [...] Le contrat de confiance entre le lecteur et la rédaction repose en grande partie sur la dissociation scrupuleuse entre information et commentaire »[26].

23 L'analyse sémantique des termes de cadrage des tribunes (titre, intertitres, chapeau) s'avère cette fois délicate dans la mesure où ces libellés se présentent pour l'essentiel comme de simples extraits du texte dont la responsabilité est confiée à l'auteur signataire ; mais c'est précisément l'effacement du travail journalistique qui nous intéresse ici :

> « Le titre de la tribune, il est arrivé qu'il soit modifié, mais toujours en mieux, de mon point de vue : les journalistes, il ne faut pas oublier qu'ils ont un métier. [...] Parce que moi je serais plutôt tenté de faire des titres du style "À propos du", et eux, ils ont le sens de la formule, de l'accroche » (Sociologue 1, Bordeaux 3, CADIS).

24 Si l'on peine donc à déterminer avec certitude qui, du journaliste ou du tribuniste, est l'auteur du titre libellé, on peut néanmoins affirmer que la fonction symbolique du journaliste comme garant de la liberté d'expression des opinions est bien à l'œuvre dans

le choix de ne pas apparaître comme scripteur manifeste, à la différence des articles signés dans lesquels la parole extérieure est citée et intégrée à l'énonciation première du journaliste, ou interviewée et « recueillie » par le professionnel de l'information. La séparation des registres entre information et commentaire apparaît comme la règle de validation du rôle démocratique du journaliste, au point de rejaillir sur les procédures de sélection des sociologues en dehors de ce *topos* symbolique. Ainsi de l'impossibilité, pour un même sociologue, d'apparaître simultanément comme l'auteur d'une tribune et le co-énonciateur du discours d'information : l'analyse de corpus révèle qu'un sociologue n'apparaît jamais dans deux statuts de parole concurrents au sein de la même édition. Quant aux possibilités de circulation de la parole d'un statut à l'autre et d'une livraison à l'autre, elles paraissent extrêmement normées. La règle de la séparation des registres y domine, aussi bien chez les journalistes que chez les sociologues qui se prêtent au jeu, selon les principes d'arbitrage précédemment soulignés :

> « Je crois qu'il faut bien distinguer les genres. Vous remarquerez que quand j'ai fait mon papier [tribune] sur le collège unique, je n'étais plus dans le ministère » (Sociologue 1, Bordeaux 3, CADIS).
> « Sur le PACS[27], la référence c'était Irène Théry. Fassin c'est différent. Il s'est tout de suite positionné en termes très idéologiques, pas du tout sociologiques. C'est un intellectuel, quelqu'un qui prend position, qui incarne un courant de pensée. Je ne sais pas à quel niveau il est sociologue ou pas sociologue sur [ces] questions. Je crois qu'il n'a jamais fait d'enquête de terrain, dans les bars homosexuels par exemple » (Journaliste 1, *Libération*, service Société).

25 Et, de fait, si Éric Fassin travaille objectivement sur les questions d'égalité des sexes et des sexualités, il n'est jamais ni cité, ni interviewé, et confirme n'avoir été sollicité sur la période étudiée par aucun des trois quotidiens pour l'expertise du débat relatif à l'adoption du PACS – débat qui figure pourtant aux agendas politiques et médiatiques en 1999, pour l'élaboration duquel il est auditionné par la Commission des lois du Sénat, et à propos duquel il signe plusieurs manifestes dans les pages « Débats » de notre corpus. La défiance ici manifestée renseigne encore sur les critères d'élection des paroles de référence par les journalistes : le jugement journalistique de la compétence sociologique s'effectue à l'aune des grandeurs du professionnalisme journalistique, aussi bien la nécessaire séparation de l'opinion et du fait, que la justification de l'expertise par la mention d'un travail d'enquête sur le terrain.

De la distinction

26 Toutefois, il s'avère délicat de déterminer une règle du jeu de la distinction des genres qui serait susceptible de rendre compte de manière univoque, d'une part, des pratiques de non-sollicitation par les journalistes, et des refus par les sociologues de répondre positivement, d'autre part : en la matière, les déterminants biographiques et les facteurs contextuels sont prépondérants[28]. Pourtant, trois éléments significatifs méritent d'être soulignés.

La distinction des genres

27 En premier lieu, le principe de distinction, revendiqué par les journalistes professionnels comme gage de validation de la parole d'expert, apparaît bien pour eux comme un instrument de rationalisation stratégique : il constitue un schème classificatoire objectivé

qui conduit à discriminer des types de discours disponibles et mobilisables en fonction des routines déployées. Chez les journalistes interrogés, en témoigne l'évocation spontanée de figures de sociologues, jugées plus ou moins adéquates aux cadrages de l'information qui s'imposent alors comme « un choix évident » : tel sociologue sera brandi comme « la référence » pour le traitement des politiques familiales ; tel autre, pour sa capacité à « saisir l'air du temps » et alimenter les pages « Société » et « Magazine » des quotidiens :

> « Il y a des sociologues tout terrain [...]. Ceux-ci, c'est vrai que je vais les éviter. Quelquefois, il y en a qui peuvent avoir cette image à leur corps défendant : [sur] les mœurs en France, j'avais le choix entre plein de gens, et j'ai choisi Singly, qui est plus généraliste mais justement c'était bien parce qu'il pouvait nous expliquer les changements des années 80 à 2000 » (Journaliste 1, *Libération*, service Société).

28 Deuxièmement, pour les sociologues, la distinction des genres intervient aussi comme un outil de justification et de remise en ordre des grandeurs auxquelles ils peuvent adosser leur participation au jeu des médias. La métaphore du jeu n'est d'ailleurs pas anodine pour rendre compte de la distanciation qu'opèrent *a posteriori* les sociologues lors des entretiens : systématiquement invoquée, elle renvoie à la mise en œuvre d'une *illusio* et permet de lever les tensions contradictoires qui pèsent sur la parole scientifique affrontée aux exigences de la médiatisation, qu'il s'agisse de simplifier la pensée pour permettre l'écriture de l'interview ou de quitter la posture d'expert pour investir celle de tribuniste. La dénaturation relative de la pensée sociologique est ainsi présentée comme une condition d'accès à l'espace médiatique :

> « C'est de la vulgarisation, de la simplification. [...] Mais c'est pas une trahison. Je considère que c'est une sorte de prolongement » (Sociologue 1, Bordeaux 3, CADIS).

29 La refiguration du savoir fait office de condition nécessaire à l'actualisation du rôle vertueux de « passeur de savoir », voire de « pédagogue », mais aussi d'artisan du débat démocratique :

> « Et là vous jouez un rôle qui n'est plus tellement un rôle de sociologue et qu'on appelle dans la tradition française un rôle d'intellectuel. Alors là vous faites quelque chose qui est assez... sale, parce que votre lucidité scientifique ne vous autorise pas à dire ce qu'il faut faire dans tel ou tel domaine : vous utilisez une notoriété que vous avez acquise dans le champ scientifique pour en faire une opinion » (Sociologue 1, Bordeaux 3, CADIS).

30 Enfin, ce qui ressort de ces perspectives croisées, c'est aussi l'existence et la reconnaissance d'un commun accord entre journalistes et sociologues sur les règles du jeu de la validation du discours. Ainsi peut-on relire la règle formelle du *casting* comme un outil fondamental pour la stabilisation d'un consensus temporaire : la revendication de part et d'autre d'une compétence formelle définit *a minima* les termes de ce commun accord sur à la légitimité de la parole rapportée ; et c'est autour de cette règle que peuvent se déployer les stratégies et les prétentions que les deux parties engagent pour peser sur la tournure d'un jeu dont le principe n'est, lui, pas remis en cause. Mais elle révèle aussi la part d'affrontement qui se joue dans l'interaction des deux acteurs pour en maîtriser le cours :

> « On me dit : vous avez 4000 signes pour dire pourquoi vous êtes contre une loi qui interdise le foulard à l'école. Ils s'adressent à moi parce qu'ils savent que je sais faire ça. [...] D'autres fois, on vous interviewe. On vous demande vos idées. Et ça demande un apprentissage : on apprend à être bon dans les médias, si je peux me permettre, c'est-à-dire à être clair, à épurer, à aller à l'essentiel. [...] Il arrive très souvent que le journaliste veuille vous faire dire ce que vous ne voulez pas dire. En

> général, il veut vous arracher une phrase, vous tirer du côté de l'idéologie de son journal, et dans ce cas, faut pas caler... Mais c'est la règle du jeu » (Sociologue 1, Bordeaux 3, CADIS).

31 On peut alors s'interroger sur la réticence manifeste de nos interlocuteurs, journalistes comme sociologues, lorsque nous évoquons avec eux le moment de la « négociation » qui doit régler la prestation requise. L'analyse du titre au nom duquel le discours se pose comme légitime dans l'espace du journal est à cet égard très révélatrice.

« Mais d'où ils parlent ? ». L'expertise au motif du titre

32 Nous avons établi une typologie de l'ensemble des signes d'identité et de validation institutionnelle, professionnelle et statutaire (Fraenkel, 1992 : 21-22) qui escortent les paroles des sociologues rapportées dans nos trois quotidiens, de manière à prendre en compte tout ce qui tient lieu de discours sur le discours, constituant le système énonciatif auquel obéit la performance verbale : « En exprimant ainsi à quel titre elle recrute ses agents, l'institution fournit un des indicateurs les plus puissants de l'image qu'elle a et cherche à donner d'elle-même » (Boltanski, 1973 : 5). Un retour réflexif sur l'opération même de codage permet de relire le choix des positions mentionnées comme un processus de légitimation double : d'une part, du sociologue dont l'autorité est sollicitée ; du discours d'information qui se construit par son truchement, d'autre part. La perspective rhétorique permet de préciser cette réciprocité : définie comme le rapport entre soi et autrui *via* un discours, la rhétorique recouvre bien une double validation, du réel sur lequel porte le discours, et de l'image de soi stabilisée dans le discours.

33 Dans ce cadre, le titre au nom duquel la parole intervient dans le journal constitue un enjeu de légitimation, une mise en jeu de sa propre légitimité et une entrée dans le jeu de la médiatisation. Un enjeu, parce que ce qui se joue est de l'ordre de la légitimation du discours rapporté, mais aussi de l'institution discursive qui le rapporte. Une mise en jeu, parce que le discours posé dans l'espace médiatique engage, bien plus que l'individu, une représentation d'ordre collectif quant à ce qui fonde cette autorité, rattachée aux grandeurs du « monde » (Habermas, 1982 : 26) dont le locuteur se réclame. Une entrée dans le jeu, parce que le travail journalistique qui consiste à construire un discours d'information sur la base d'autres discours repose sur la labellisation systématique des titres et qualités du locuteur. Dès l'interaction du journaliste et de l'intervenant extérieur, le titre à parler embrasse ainsi tout un horizon d'attentes : il circonscrit le répertoire de l'intervention et délimite la surface de légitimité intersubjectivement accordée au discours. On peut donc le considérer comme un motif rhétorique, au double sens de dispositif et de raison d'agir (ou de parler).

34 Or, lorsque nous questionnons les sociologues et les journalistes sur la signification du titre mentionné pour qualifier la parole rapportée, on est frappé par l'extrême naturalisation qu'ils font de la procédure de labellisation du discours, comme de la négociation qui la détermine :

> « C'est normal de dire au lecteur d'où les gens parlent, ce qu'ils font, ce qu'ils sont. C'est une information parmi d'autres » (Journaliste 2, *Le Monde*, service France – Société).
>
> « C'est pour présenter la personne, parce que *de facto*, on ne nomme jamais personne sans dire qui il est » (Journaliste 4, *Le Figaro*, service France – Société).
>
> « Une négociation, c'est beaucoup dire : c'est plutôt un choix d'affichage. C'est un enjeu, mais il n'y a rien de mystérieux. Ça se fait assez simplement : si j'interviens à

propos des États-Unis, je suis tenté d'ajouter "américaniste" pour que les gens se disent que ça a du sens » (Sociologue 2, ENS Cachan).

35 Si le discours d'information est une construction sociale, l'acteur qui le (co-) produit s'engage dans un processus de mise en sens du monde sur lequel porte le discours, mais aussi de la portée et de l'image de soi qu'il construit par ce discours. Du côté des sociologues, le choix du titre apparaît surtout comme un outil de réglage du répertoire, au regard des grandeurs de l'activité sociologique :

> « Si j'utilise des arguments pour parler d'égalité ou d'universalisme, si je compare avec le mouvement des droits civiques aux États-Unis, je suis clairement dans un registre politique : je fais des comparaisons qui ont pour but de faire réfléchir en termes politiques. [Le] but n'est pas de parler avec l'autorité du sociologue pour fonder la vérité de ma position, mais de dire que le fait d'être sociologue n'empêche pas d'intervenir » (Sociologue 2, ENS Cachan).
>
> « L'argument d'autorité fonctionne assez, il ne faut donc pas en faire des tonnes. Professeur, pour un lecteur banal, c'est une espèce de titre ; sociologue, c'est une profession. C'est mieux » (Sociologue 1, Bordeaux 3, CADIS).

36 Et, du côté des journalistes, on peut penser que ce qui se joue derrière la naturalisation du choix des positions mentionnées, c'est aussi l'enjeu à croire et à faire croire en l'évidence de ce choix, et du choix même du « bon expert » : le plus naturellement légitime à prendre la parole dans une configuration donnée.

> « On lui demande son titre exact, bien sûr, puisqu'on met "machin, professeur à Paris 4, ou laboratoire truc", parce qu'il faut décliner l'identité des gens. Mais je vais vous dire une chose : pour moi il n'y a pas de parole magique [...]. Ce qui est important, c'est le contenu de ce que les gens disent » (Journaliste 3, *Le Monde*, service France – Politique).
>
> « C'est un choix évident. En conférence de rédaction, chacun propose un expert susceptible d'être sollicité, chaque journaliste pense à quelqu'un, certains finissent par s'imposer comme une référence, ce qui explique que ce sont toujours les mêmes, finalement » (Journaliste 2, *Le Monde*, service France – Société).

37 La naturalisation des critères de labellisation des paroles rapportées apparaît bien comme un élément essentiel à la double légitimation. « L'ordre que l'on respecte uniquement pour des motifs rationnels en finalité est en général beaucoup plus instable que si l'orientation se fait purement et simplement en vertu de la coutume » (Weber, 1959 : 321) ou, comme ici, de la routine professionnelle : non discuté, le titre a force de loi. Pourtant, on peut mettre au jour des « grammaires » de la labellisation journalistique à travers lesquelles réapparaît l'ordre normatif et symbolique qui organise la distribution des paroles dans le journal. On sait que la notion de grammaire désigne l'ensemble des contraintes pragmatiques et sémantiques que les acteurs doivent respecter pour satisfaire aux règles de la formation discursive qu'ils investissent (Lemieux, 2000 : 9-10), notamment au titre de sociologue. Or, selon le registre mobilisé, les invariants des motifs de labellisation montrent qu'il s'agit d'une pratique extrêmement normée.

38 Ainsi remarque-t-on que la mention de signes de validation professionnelle, institutionnelle et bibliographique accompagne systématiquement les rhétoriques d'objectivation et de démonstration de la compétence : il s'agit de critères électifs, à la fois comme dispositif d'écriture et, en amont, comme routine journalistique et procédure de sélection des experts de référence. La mention d'un ouvrage bibliographique accompagne ainsi près de 36 % des paroles des sociologues :

> « Je reçois [les livres], en général. Et puis on en entend parler. J'essaie de lire toute la presse, de voir ce qui sort. C'est toujours le problème : j'essaie d'ouvrir un peu ce

carnet d'adresses à des gens nouveaux, parce que la facilité ou plutôt la sécurité, quand on connaît bien quelqu'un, ce qu'il fait, la façon dont il travaille, sur quoi il travaille, c'est plus facile de l'appeler lui… » (Journaliste 1, *Libération*, service Société).

39 Le Centre national de la recherche scientifique (CNRS) apparaît également comme l'un des labels de légitimation privilégiés, en validant près de 13 % des expertises sociologiques :

« Je dis que je suis sociologue, directeur de recherches au CNRS. [Singeant le regain d'intérêt du journaliste] "Ah, directeur de recherches au CNRS !" Il y a là un label qui permet d'assurer la fonction de légitimité » (Sociologue 3, Paris 5, CERLIS).
« Quand on interviewe, c'est "sociologue au CNRS" qu'on met en avant : c'est cette compétence-là qu'on met en avant » (Journaliste 1, *Libération*, service Société).

40 Mais si les journalistes interrogés confirment ces pratiques, tous en limitent aussitôt la portée : manifestement, la dénaturalisation des routines et dispositifs discriminatoires contrevient à l'évidence du choix du bon expert. D'où l'invalidation de la procédure au regard des prétentions journalistiques :

« Oui, on a un carnet d'adresses, et quelquefois, mais c'est rare, quelques personnes, comme à l'IRESCO[29], qui font bien leur boulot. Mais ce n'est pas comme ça que ça marche : il faut connaître quelqu'un qui nous dira d'appeler tel labo. C'est long : la première fois, on peut aller à un colloque, et puis on va rencontrer quelqu'un, et puis on va lire ses travaux, et puis on va l'interviewer » (Journaliste 1, *Libération*, service Société).
« On est tentés de le faire, souvent. Mais il ne faut pas que ce soit une espèce de béquille commode, il ne faut pas que ce soit systématique » [à propos du coup de fil aux laboratoires] (Journaliste 2, *Le Monde*, service France – Société).

41 Ainsi passée sous silence, la procédure sélective naturalise du même coup, en les rendant transparentes, les opérations de cadrage et de normalisation qui sont nécessairement à l'œuvre dans la construction du référentiel au prisme duquel l'actualité est traitée. Or, les effets produits par la légitimation de la parole sociologique dans le discours d'information ne sont pourtant pas neutres sur la représentation du réel qui se donne à lire.

La bonne parole

42 Si la parole du « bon » expert répond aux contraintes de l'activité journalistique en permettant l'actualisation des prétentions qui l'organisent, à l'intérieur comme à l'extérieur de la profession, elle est aussi une « bonne parole » (Mehl, 2003) : celle qui lève les incertitudes, fournit une source de savoir non discuté, et remet les faits disparates dans un ordre des choses adossé à la rationalité du savoir savant.

« Qu'est-ce qu'on fait d'autre dans ce métier, en dehors du premier volet qui est d'informer, c'est-à-dire de donner des faits : c'est aussi de donner les clés de compréhension des faits et de l'articulation de ces faits entre eux. C'est ça qu'on fait quand on a recours aux travaux des sociologues : on y cherche des clés d'explication du monde ! » (Journaliste 3, *Le Monde*, service France – Politique).
« On a les infos : ils donnent du sens aux infos qu'on peut avoir » (Journaliste 1, *Libération*, service Société).

43 La construction de l'agenda médiatique peut ainsi trouver une caution de légitimité dans le recours à l'explication sociologique : la sélection des faits dignes d'accéder au statut d'information bénéficie de leur présentation comme objets d'analyse scientifique. À titre d'exemple, on mentionnera les cahiers spéciaux que *Libération* et *Le Figaro* consacrent pendant les vacances d'été aux « comportements des Français à la plage » : présentés dans

les deux quotidiens sous forme de feuilletons, ils mobilisent l'un et l'autre le concours de quatre experts, tous sociologues, dont l'« Enquête sous les parasols » ou la « Radiographie de la plage » contribuent sensiblement à convertir le marronnier journalistique en problème requérant l'expertise de chacun des « spécialistes », labels académiques et références bibliographiques à l'appui. Effectivement, comme le mentionne *Libération* en chapeau, « la plage *est devenue* une réalité sociologique, avec ses codes d'occupation et de proximité »[30]. De sorte que la demande faite au sociologue consiste souvent à « réagir à des faits divers, un truc qu'aiment beaucoup les journalistes » (Sociologue 1).

44 L'article que consacre *Le Monde* du 2 janvier 1999 au fait divers des voitures incendiées à Strasbourg la nuit de la Saint-Sylvestre en est assez représentatif. En contrepoint d'un premier article de reportage reposant sur le traitement factuel de l'occurrence, témoignages de citoyens ordinaires à l'appui, le quotidien propose d'interroger « le rôle des médias » dans la récurrence de ces phénomènes. En surplomb des pratiques dont « témoignent » trois professionnels (deux directeurs de l'information de chaînes nationales et le rédacteur en chef d'un quotidien régional), deux sociologues sont largement citées. La première, « sociologue au CADIS, chercheuse à l'École des hautes études en sciences sociales (EHESS), explique » que le phénomène « est une date anniversaire parce que les médias l'ont érigée comme telle », et « estime » qu'en parlant de la violence, « on ne parle pas de l'essentiel » : le diagnostic sociologique livre les clés d'explication, définit les enjeux, normalise les contours du « vrai problème ». La seconde, elle aussi « chercheuse au CADIS », « qualifie » cette violence d' « impasse réelle », qu'elle « explique » par l'existence d'un « fossé entre les jeunes et les politiques ».

45 En constituant l'occurrence en symptôme d'un phénomène plus large, la parole ainsi convertie en diagnostic sociologique nourrit le travail journalistique d'ordonnancement et de rationalisation des faits par le savoir. La rhétorique d'expertise enclenche alors une dynamique phénoménologique en rompant avec l'immédiateté du fait pour y substituer un raisonnement interprétatif : l'analyse déictique du réel offre à la perception ordinaire une interprétation rationnelle et instaure un intermédiaire logique « entre ce qui est délimitable par l'intuition, ce qui est formulable par le discours et ce qui est attestable par un rassemblement d'indices sensibles » (Mouloud, 1969 : 31). Mais alors que, dans le raisonnement sociologique, la démarche phénoménologique permet au chercheur de rompre avec les perceptions ordinaires, vers le dépassement d'une représentation positiviste du réel, un renversement est bel et bien à l'œuvre dans l'espace médiatique : il s'agit de replacer les faits objectivés dans l'ordre de la perception ordinaire en subordonnant la connaissance scientifique de l'objet à la représentation spontanée qu'en donne le travail journalistique de collecte des faits. La parole du sociologue est ainsi convertie en source de savoir positif et fournit la caution de légitimité nécessaire à l'ancrage du discours d'information dans le registre du vrai, immédiatement attesté par le surgissement du fait : « On est dans de vraies réalités sociales ; ils parlent de la vraie vie des gens » (Journaliste 1, *Libération*, service Société).

46 L'assimilation de la parole sociologique au discours vrai n'est évidemment pas sans conséquence sur la discipline elle-même : elle questionne les usages sociaux des sciences sociales et la responsabilité collective que prennent les chercheurs qui s'y affrontent. Significativement, ces enjeux apparaissent lorsque la parole médiatisée du sociologue bascule insensiblement du répertoire analytico-descriptif au répertoire prescriptif : entre le « jugement de réalité » portant sur les faits et le « jugement de valeur » portant sur le bien commun, la parole du sociologue constitue une ressource hybride, d'autant plus

valorisable pour les rhétoriques journalistiques de construction de l'information. L'expertise sociologique comme instrument d'aide à la décision politique est également un outil de travail et de légitimation pour les journalistes : le recours à la parole du sociologue nourrit les rhétoriques du journalisme politique, en offrant notamment un contrepoint de choix.

> « Ce sont des gens qui me permettent, même politiquement, de pouvoir estimer, analyser des mesures qui sont prises. Et sans eux, je ne vois pas comment je pourrais travailler : je n'aurais aucune visibilité, le gouvernement pourrait raconter n'importe quoi » (Journaliste 1, *Libération*, service Société).

47 Pourtant, seuls 13,5 % des termes journalistiques qui escortent les citations et interviews des sociologues situent directement la parole rapportée dans le répertoire de la prescription. Le relevé des verbes, notamment, montre dans ce cas la propension du discours sociologique à évaluer l'action des décideurs politiques (« estimer, donner son avis, alerter ») et à y formuler une alternative (« prôner, préconiser, recommander »). Le répertoire prescriptif associe clairement le sociologue au champ de la décision : l'expert informe les politiques publiques (6 % des sociologues sollicités le sont au titre d'auteur d'un « rapport »), voire la doctrine politique (« référence pour la gauche, maître à penser ») ; il prend une part active au débat (« rétorquer, juger, défendre l'idée»), voire à l'action politique (il peut avoir exercé des fonctions politiques, être « militant », « faire prendre conscience »). Mais la frontière qui sépare les registres de la description et de la prescription apparaît particulièrement ténue : c'est bien sur le gage de la neutralité de l'expertise que s'élabore le répertoire prescriptif. En effet, le savoir sociologique est considéré comme fondé à « esquisser les axes de changement » à la condition que soit levée toute suspicion de particularisme dans le rapport de l'expert à l'enjeu idéologique :

> « Il peut avoir des convictions, qu'il peut défendre politiquement, comme tout citoyen ; mais utiliser ses travaux... [...] Le sociologue n'est pas un prescripteur, ça ne doit pas être un prescripteur, je trouve. Non, il raconte, il constate » (Journaliste 1, *Libération*, service Société).

48 On voit alors l'ambivalence du recours journalistique à la parole sociologique lorsque la demande faite au savoir est de formuler ou de justifier des arguments qui appartiennent au registre de la décision ou de la délibération : dans ces cas, la parole d'expert est clairement convertie en argument d'autorité.

Conclusion

49 En analysant les procédures et les dispositifs d'institutionnalisation des paroles rapportées dans les journaux, nous avons cherché à saisir le processus de leur légitimation : si le concept de légitimité renvoie au système plus ou moins stabilisé des valeurs et des représentations d'une communauté, la notion de légitimation désigne le processus de négociation à travers lequel on cherche à nourrir la croyance en la légitimité, pour soi-même et à destination d'autrui. Dans l'espace du journal, la légitimation du discours repose sur la production d'un gage, qui valide à la fois le professionnalisme du journaliste et l'autorité de la parole rapportée : on peut alors parler de co-construction du discours d'information qui se nourrit de la parole d'expert. Cette construction porte fondamentalement sur le *caractère* qui autorise à prendre la parole, et dont le titre au nom duquel le discours s'énonce fournit sans doute le gage le plus probant. « On persuade par le caractère quand le discours est de nature à rendre l'orateur digne de foi [...]. Mais il faut que cette confiance soit l'effet du discours, non d'une

prévention sur le caractère de l'orateur » (Aristote, I, 1, 1356a : 22-23). Autrement dit, la légitimation du discours ne doit pas apparaître comme le projet manifeste de ce discours : le truchement de la parole d'expert constitue à ce titre un motifde légitimation tout à fait stratégique pour les rhétoriques journalistiques d'information. Tant et si bien qu'on pourrait parler d'inversion de la charge de la preuve dans la mesure où l'expertise qui se donne à lire par le recours à la parole extérieure est peut-être d'abord celle du journaliste lui-même : la convocation du « bon » expert est ainsi revendiquée par les journalistes comme un gage de professionnalisme. Celui-ci passe notamment par le carnet d'adresses, qui constitue un capital social et symbolique essentiel, et aussi très largement par la compétence formelle dont les journalistes exercent le monopole de jugement.

50 Mais on peut encore penser que la reconnaissance de la compétence des sociologues par les journalistes repose fondamentalement sur la proximité qu'ils perçoivent entre leurs propres pratiques et celles de leurs interlocuteurs : « Je reconnais ce travail et je le valorise parce qu'il n'y a pas de *hiatus* avec ce que moi je rencontre quand je vais en reportage. On est un peu cousins éloignés. On comprend son langage, on peut valider ou pas ce qu'il dit », confie une journaliste. « On parle des mêmes choses. On les regarde, on les travaille, on les observe de manière différente, mais on parle de la même chose », renchérit une autre. Cette affirmation comporte une part essentielle de réalité. Cependant, elle est également l'expression d'une identité professionnelle largement mythifiée dont le caractère illusoire ne doit surtout pas faire oublier la dimension fondatrice qu'elle comporte pour le travail de légitimation de l'activité journalistique.

BIBLIOGRAPHIE

Aristote, *Rhétorique*, *Livre I et II*, texte établi et traduit par M. Dufour, Paris, Gallimard, 2003.

Boltanski L., 1973, « L'espace positionnel. Multiplicité des positions institutionnelles et habitus de classe », *Revue française de sociologie*, XIV, pp. 3-26.

Boltanski L., Thévenot L., 1991, *De la Justification. Les Économies de la grandeur*, Paris, Gallimard.

Bourdieu P., Passeron J.-Cl., Chamboredon J.-Cl., 1973, *Le Métier de sociologue : préalables épistémologiques*, Paris, Mouton-Bordas.

Bourdieu P., 1987, « De la règle aux stratégies », pp. 75-93, *in* : *Choses dites*, Paris, Éd. de Minuit.

Bourdieu P., 1994, *Raisons pratiques, sur la théorie de l'action*, Paris, Éd. Le Seuil.

Charle C., 1990, *Naissance des intellectuels (1880-1900)*, Paris, Éd. de Minuit.

Chenu A., 2002, « Une institution sans intention. La sociologie en France depuis l'après-guerre », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 141-142, pp. 46-59.

Chevalier Y., 1999, *« L'expert » à la télévision. Traditions électives et légitimité médiatique*, Paris, Éd. du CNRS.

Cornu D., 1994, *Journalisme et vérité. Pour une éthique de l'information*, Genève, Labor et Fides.

Delporte C., 1995, *Histoire du journalisme et des journalistes en France*, Paris, Presses universitaires de France.

Ducrot O., 1984, *Le Dire et le Dit*, Paris, Éd. de Minuit.

Durkheim É., 1893, *Les règles de la méthode sociologique*, Paris, Presses universitaires de France, 1967.

— 1911, « Jugements de valeur et jugements de réalité », pp. 90-109, *in* : *Sociologie et philosophie*, Paris, Presses universitaires de France, 2004.

Elias N., 1993, *Engagement et distanciation. Contributions à la sociologie de la connaissance*, trad. de l'allemand par M. Hulin, Paris, Librairie Arthème Fayard.

Fassin E., Iacub M., Borillo D., dirs, 2001, *Au-delà du* PACS *: l'expertise familiale à l'épreuve de l'homosexualité*, Paris, Presses universitaires de France.

Ferenczi T., 1993, *L'invention du journalisme en France. Naissance de la presse moderne à la fin du XIX^e^ siècle*, Paris, Plon.

Foucault M., 1969, *L'archéologie du savoir*, Paris, Gallimard.

— 1994, *Dits et écrits*, 3, Paris, Gallimard.

Fraenkel B., 1992, *La signature, genèse d'un signe*, Paris, Gallimard.

Goffman E., 1973, *La mise en scène de la vie quotidienne. 1- La présentation de soi*, trad. de l'anglais par A. Accardo, Paris, Éd. de Minuit.

Guy D., Bedin V., 2002, « Du rapport d'étude à la décision. La problématique du texte "formateur"« , *Questions de communication*, 2, pp. 37-46.

Habermas J., 1962, *L'Espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, trad. de l'allemand par M. B. de Launay, Paris, Payot, 2006.

— 1982, *Théorie de l'agir communicationnel. 1-Rationalité de l'agir et rationalisation de la société*, trad. de l'allemand par J.-M. Ferry, Paris, Fayard, 1987.

Heinich N., 2002, « Pour une neutralité engagée », *Questions de communication*, 2, pp. 117-127.

Jamet C., Jannet A.-M., 1999, *La mise en scène de l'information. 1*, Paris, Éd. L'Harmattan.

Lasswell H. D., 1971, *A Pre-View of Policy Sciences*, New York, American Elsevier.

Lemieux C., 2000, *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Paris, Métailié.

Lepenies W., 1985, *Les trois cultures. Entre science et littérature, l'avènement de la sociologie*, trad. de l'allemand par H. Plard, Paris, Éd. de la Maison des Sciences de l'homme, 1990.

Lettieri C., 2002, *Formes et acteurs des débats publics contemporains. Les tribunes publiées dans la presse quotidienne en Italie et en France*, thèse en sciences de l'information et de la communication, Institut français de presse, Université Paris 2 Panthéon-Assas.

Lynd R.S., 1945, *Knowledge for What ? The Place of Social Science in American Culture,* Princeton, Princeton University Press.

Martin M., dir., 1991, *Histoire et Médias. Journalisme et journalistes français 1950-1992*, Paris, A. Michel.

Mehl D., 2003, *La Bonne parole. Quand les psys plaident dans les médias*, Paris, Éd. La Martinière.

Memmi D., 1992, « La compétence morale », *Politix. Revue des sciences sociales du politique*, 17, pp. 104-124.

Merril J., 2000, « Les quotidiens de référence dans le monde », *Les Cahiers du journalisme*, 7, pp. 10-14.

Mills C. W., 1959, *L'imagination sociologique*, trad. de l'américain par P. Clinquart, Paris, Maspero, 1967.

Mouloud N., 1969, *Langages et structures, essais de logique et de sémiologie*, Paris, Payot.

Müller P., 1991, *Les politiques publiques*, Paris, Presses universitaires de France.

Neveu É., 1995, « Les sciences sociales face à l'espace public, les sciences sociales dans l'espace public », pp. 37-64, *in :* Pailliart I., dir., *L'espace public et l'emprise de la communication*, Grenoble, Ellug.

Padioleau J.-G., 1976, « Systèmes d'interactions et rhétoriques journalistiques », *Sociologie du travail*, 3, pp. 256-282.

— 1985, *« Le Monde » et le « Washington Post ». Précepteurs et mousquetaires*, Paris, Presses universitaires de France.

Pinto L., 1991, « La doxa intellectuelle », *Actes de la recherche en sciences sociales*,90, pp. 95-100.

Rodriguez J., 2007, « Le sociologue, l'expert et le moraliste : à propos de la *Social Administration* anglaise », *Socio-logos*, http://socio-logos.revues.org/document873.html.

Schütz A., 1971, *Le chercheur et le quotidien. Phénoménologie des sciences sociales*, trad. de l'anglais par A. Noschis-Gilliéron, Paris, Klincksieck, 1987.

Tanguy L., 1995, « Le sociologue et l'expert : une étude de cas », *Sociologie du travail*, 3, pp. 457-477.

Tavernier A., 2004, *Paroles d'experts : les rhétoriques journalistiques de recours aux paroles extérieures dans Le Monde, Libération et Le Figaro. Journaliste et sociologue, la construction d'un référentiel*, thèse en sciences de l'information et de la communication, Université Charles-de-Gaulle Lille 3.

— 2008, « Del saber sociológico al conocimiento experto político y mediático : institucionalización, difusión y fragmentación de saberes » [« Du savoir sociologique à l'expertise politique et médiatique. Institutionnalisation, diffusion et fragmentation des savoirs »], pp. 103-122, *in* : Natalucci A., dir., *Sujetos, movimientos y memorias. Sobre los relatos del pasado y los modos de confrontación contemporáneos* [*Sujets, mouvements et mémoires. Sur les récits du passé et les modalités de la confrontation contemporaine*], Argentina, La Plata, Ed. Al Margen.

Trépos Y., 1996, *Sociologie de l'expertise*, Paris, Presses universitaires de France.

Weber M., 1959, *Le savant et le politique*, trad. de l'allemand par J. Freund, Paris, Plon, 1971.

NOTES

1. Cette phrase est extraite d'un entretien, réalisé le 16 mai 2003, fait partie d'une série de douze entretiens effectués entre le 30 avril et le 23 juillet 2003 avec des journalistes rédacteurs des pages Société et Politique des trois quotidiens du corpus, et des sociologues particulièrement sollicités en ces rubriques en 1999. Pour en faciliter la lecture et l'interprétation, malgré l'anonymisation que nous avons choisi d'opérer, nous avons attribué à chacun de nos interlocuteurs un numéro d'identification par ordre d'apparition dans la contribution.

2. Le terme de « parole » rapportée, préféré à celui de « discours » rapporté, permet d'insister sur la dimension intersubjective et pragmatique de l'interaction ; il invite à prendre en compte les intentions et les stratégies de présentation de soi que les acteurs engagent dans la

médiatisation, là où le discours désigne plutôt l'ensemble des énoncés appartenant à une même formation discursive (Foucault, 1969 : 150).

3. Le terme de « formant », emprunté à M. Mouillaud et J.-Fr. Tétu (1989 : 101) dans leur analyse du *Journal quotidien*, invite à considérer la mise en mots de l'actualité comme un élément du processus social de construction de l'information. Un positionnement dans l'interdiscipline des sciences de l'information et de la communication conduit à réfuter une opposition quelque peu réifiée entre, d'un côté, des approches formelles supposées aveugles aux déterminants sociaux des discours, et, de l'autre, des approches sociologiques jugées oublieuses de la matérialité discursive du social. Deux écueils semblent ainsi devoir être contournés : celui, positiviste, qui conduirait à envisager le discours sédimenté dans le journal comme le simple miroir – déformant ou non – de la réalité ; et celui, médiacentriste, qui conduirait à isoler l'objet des discours en le cantonnant à la sphère – ou au « champ » – médiatique et à ses déterminants, notamment aux stratégies déployées par les acteurs pour y conquérir des positions de légitimité. On peut plutôt considérer que le discours rend possible le social, dont il constitue le formant ou le « dispositif permettant l'articulation entre des mises en scène, des positions interlocutives et les conditions extralinguistiques du discours grâce à laquelle les co-énonciateurs construisent un mode commun d'appréhension de leur représentation du monde » (Jamet, Jannet, 1999 : 16).

4. Notre propos portera uniquement sur les discours des sociologues médiatisés en 1999 dans le corpus étudié. Ceux qui ont refusé de répondre positivement aux sollicitations médiatiques, comme ceux qui n'ont pas été sollicités, n'apparaissent pas dans la présente étude, mais constituent sans aucun doute un matériau riche d'enseignements.

5. Nous retrouvons un total de 520 paroles rapportées sous le label de « sociologue » en 1999 dans les trois quotidiens (236 dans *Le Monde*, 192 dans *Libération* et seulement 92 dans *Le Figaro*, où le recours aux parole extérieures privilégie plus globalement les types de savoirs généralistes – « écrivains », « intellectuels », et significativement « académiciens » – au détriment des labels porteurs de compétences spécifiques). Ce corpus a été constitué par le relevé systématique de l'ensemble des paroles rapportées au titre de « sociologue », citées au style direct (présence dans l'écriture journalistique de guillemets et/ou de caractères italiques signifiant l'appui de l'informateur sur une source extérieure) et indirect (présence d'indices d'extériorisation du discours, anonymisé ou non – tels que « selon un sociologue »), rapportées sous forme d'interviews, ou publiées sous forme de libre opinion. Le total des éditions analysées, tous quotidiens confondus, s'élève à 893.

6. Sur un total de 2 696 paroles rapportées, tous labels et signes statutaires non journalistiques confondus en 1999 dans les trois quotidiens, dont 810 paroles rapportées au titre de labels « intellectuels ». Ce sous-corpus a été constitué par le relevé systématique des indices de situation des locuteurs dans le champ universitaire et/ou scientifique (mention d'une appartenance à une institution de production de savoir – université, laboratoire, académie, organisme public ou privé de recherche, etc.) et/ou des indices de mobilisation d'une compétence à parler au nom d'un savoir spécifique (par exemple : « sociologue », « spécialiste de sociologie urbaine », « professeur » ou « enseigne la sociologie »).

7. Le principe des « perspectives réciproques » défini par A. Schütz (1971) permet d'analyser les pratiques et les représentations des chercheurs parallèlement à celles des journalistes, en examinant comment chacun se situe, à l'intérieur de sa propre communauté et dans ses interactions relatives, par rapport à la définition de l'expertise et plus largement, à la médiatisation du savoir sociologique.

8. Science de gouvernement et outil de rationalisation et de modernisation des États européens (Weber, 1959), la sociologie se développe dans les années 40 aux États-Unis sous l'impulsion de la demande sociale : celle des entreprises, et celle des politiques, également soucieux de connaître « les publics » auxquels ils s'adressent. Un exemple des controverses que suscite le développement de la sociologie comme « science des politiques publiques » (Lasswell, 1971) peut

aussi être fourni par le cas de la *Social Administration*, comme discipline académique dès l'origine vouée à l'étude des politiques du *Welfare State* anglais (Rodriguez, 2007).

9. Voir le dossier – « Du discours politique au discours expert » – que la revue *Mots. Les langages du politique* a consacré à ce sujet en novembre 2008 (88 : 5-65). Pour une lecture d'ensemble des problématiques soulevées par l'expertise scientifique, nous renvoyons aux livraisons que *Questions de communication* a fait paraître en 2002 (2, « L'expertise en situation » : 3-143) et 2003 (4, « Échanges » : 241-287).

10. Cette ambivalence est soulignée par É. Durkheim (1911 : 90) au sujet de la rupture axiologique qu'il préconise entre les jugements portant sur les « faits » et les « jugements de valeur » : « [Les] jugements qui se bornent à exprimer des faits donnés [...] énoncent ce qui est et pour cette raison, on les appelle jugements d'existence ou de réalité. D'autres jugements ont pour objet de dire non ce que sont les choses, mais ce qu'elles valent par rapport à un sujet conscient, le prix que ce dernier y attache : on leur donne le nom de jugements de valeur ».

11. La démarche ici adoptée ne prétend pas à la *représentativité* telle que peuvent l'atteindre d'autres méthodes d'enquête par échantillonnage ; l'approche par l'*exemplarité* permet toutefois de saisir finement les déterminants biographiques et situés de « figures » de sociologues, dont les trajectoires peuvent être croisées pour offrir une lecture intéressante des stratégies déployées et des justifications avancées (Tavernier, 2004).

12. Centre d'analyse et d'intervention sociologiques. Entretien réalisé le 30 avril 2003.

13. École normale supérieure. Entretien réalisé le 3 juillet 2003.

14. Par opposition, chez C. W. Mills, à la « bureaucratisation de la raison » que constitue la situation d'expertise (*ibid. :* 196).

15. La trajectoire professionnelle des chercheurs se construit d'ailleurs sur le mode de la « légitimité croisée » : scientifiquement reconnus par leurs pairs pour leurs travaux, valorisés dans et par-delà le monde académique par leurs publications, ils peuvent ainsi être identifiés comme experts par les sphères politiques et administratives, et acquérir une position qui renforcera en retour celle qu'ils occupent dans leur champ d'origine (Rodriguez, 2007).

16. Le terme de « stratégie » est utilisé au sens où l'entend P. Bourdieu (1987 : 77) : « Il faut inscrire dans la théorie le principe réel des stratégies, c'est-à-dire le sens pratique, ou, si l'on préfère, ce que les sportifs appellent le sens du jeu, comme maîtrise pratique de la logique ou de la nécessité immanente d'un jeu qui s'acquiert par l'expérience du jeu ».

17. La prescription de ces règles s'effectue progressivement, à mesure que la figure du journaliste professionnel s'autonomise par rapport à celles du politique et de l'homme de lettres, largement entremêlées jusqu'à la première moitié du XIX^{e} siècle et l'évolution de la presse d'opinion vers la presse d'*opinions*. Notamment, « L'objectivité n'était pas un problème pour la presse du XVIII^{e} siècle ou de la première moitié du XIX^{e} siècle, tout entière vouée à l'expression d'opinion, au débat d'idées constitutif de l'espace public. Elle le devient avec l'essor de la grande presse et le développement de l'information. La grande presse se voit contrainte d'observer une neutralité ajustée à ses ambitions marchandes. Comment faire pour déplaire au moins grand nombre de lecteurs potentiels, à défaut de pouvoir plaire à tous ? Tel est alors, formulé en termes de marché, l'enjeu de l'objectivité journalistique » (Cornu, 1994 : 17). Sur l'autonomisation progressive de la figure du journaliste professionnel, voir en particulier : Charles (1990), Delporte (1994), Ferenczi (1995).

18. L'analyse sémantique a porté sur les îlots textuels mentionnés avant et après les paroles citées entre guillemets, sur les verbes qui organisent l'argumentation journalistique, sur les formules de labellisation des paroles citées et interviewées, ainsi que sur les chapeaux introductifs et les questions libellées dans les interviews.

19. Centre de recherche sur les liens sociaux. Entretien réalisé le 4 juin 2003.

20. Entretien réalisé le 23 juillet 2003.

21. Entretien réalisé le 11 juin 2003.

22. Entretien réalisé le 13 mai 2003.

23. Entretien réalisé le 16 mai 2003.

24. « La représentation (mentale) que le groupe se fait de lui-même ne peut se perpétuer que dans et par le travail incessant de représentation (théâtrale) par lequel les agents produisent et reproduisent, fût-ce dans et par la fiction, l'apparence au moins de la conformité à la vérité idéale du groupe » (Bourdieu, 1994 : 236).

25. Entre autres travaux, voir sur ce point ceux de L. Pinto (1991) et de C. Lettieri (2002).

26. « Une plume plurielle » (R. Solé, *Le Monde*, 12/07/99). Voir aussi Padioleau (1985).

27. Pacte civil de solidarité.

28. En particulier, il faudrait détailler les prétentions des sociologues à se prêter au jeu de la médiatisation, c'est-à-dire les horizons symboliques auxquels ils rattachent respectivement leurs interventions : ambition de traduction du savoir savant dans l'espace public médiatisé, participation du savant aux processus d'élaboration de la décision politique, politique du savoir et responsabilité collective de la communauté scientifique dans les arènes du débat public... Ces dimensions seront évoquées brièvement dans la suite de cet article ; elles font l'objet d'un travail en cours, partiellement réalisé dans notre thèse *via* l'approche monographique de trois « figures » de sociologues (Tavernier, 2004 : 501-643).

29. Institut de recherches sur les sociétés contemporaines.

30. *Libération*, « Un été 99 », cahier paru dans les éditions du 1er au 25 juillet 1999. Soulignons que la plage est surtout « devenue » une information légitime par le truchement de l'analyse scientifique. Or, le fait devenu digne d'intérêt médiatique permet également de présenter le travail journalistique de sélection et de mise en forme comme le récit de la réalité telle qu'elle est, dont le journaliste n'est que la courroie de transmission – ou le miroir.

RÉSUMÉS

L'objectif est d'interroger la ressource que représente la parole du sociologue pour les rhétoriques journalistiques de construction de l'information quotidienne. En partant des dispositifs d'écriture et des routines journalistiques qui organisent le recours aux paroles rapportées dans la presse dite de référence, il s'agit de remonter le fil de l'interaction entre journaliste et sociologue jusqu'aux horizons symboliques des acteurs et aux visées qu'ils projettent, respectivement et réciproquement, dans le travail de médiatisation. L'analyse de séquences discursives, confrontée aux justifications des acteurs recueillies en entretiens, permet d'éclairer les conditions auxquelles sociologues et journalistes se prêtent. Le discours d'information – fondé sur la parole légitime du sociologue – apparaît alors comme une co-construction, portant à la fois sur le réel dont on parle et sur le caractère de l'expertise déterminant qui est en droit de parler sur quoi.

This paper aims to examine journalists' use of sociologists' discourse as a background resource in their reporting of daily news. Starting from the writing practices and journalistic routines which prompt recourse to experts' quotations in quality papers, I will try to analyze what journalists and sociologists respectively and reciprocally expect from such mediatising process by spinning back the thread of their various exchanges. An analysis of speech segments confronted with the justifications given by the participants in the context of interviews will contribute to highlighting the terms of the game sociologists and journalists are ready – and sometimes

eager – to go along with. The informative discourse journalists produce *via* experts' claims turns out to be a co-building process relating not only to the actual events or ideas such discourse bears upon in the real world, but also to the very nature of the expertise, which determines who is authorized to speak on a given topic.

INDEX

Mots-clés : expertise, légitimation, médiatisation, paroles rapportées, rhétoriques journalistiques
Keywords : expertise, journalists' rhetoric, legitimization, mediatisation, quotations

AUTEUR

AURÉLIE TAVERNIER

Université Paris 8
Groupe d'études et de recherche interdisciplinaire en information et communication
Université Charles-de-Gaulle Lille 3
aurelie.tavernier@univ-paris8.fr