

Préface de
Jean Charron

Relations publiques et journalisme à l'ère numérique

Dynamiques de collaboration, de conflit
et de consentement

Sous la direction de
Nadège Broustau et Chantal Francoeur

 Presses
de l'Université
du Québec



Relations publiques et journalisme à l'ère numérique

Membre de
L'ASSOCIATION
NATIONALE
DES ÉDITEURS
DE LIVRES

Presses de l'Université du Québec

Le Delta I, 2875, boulevard Laurier, bureau 450, Québec (Québec) G1V 2M2

Téléphone: 418 657-4399

Télexcopieur: 418 657-2096

Courriel: puq@puq.ca

Internet: www.puq.ca

Diffusion/Distribution:

CANADA Prologue inc., 1650, boulevard Lionel-Bertrand, Boisbriand (Québec) J7H 1N7
Tél.: 450 434-0306 / 1 800 363-2864

FRANCE Sofédis, 11, rue Soufflot, 75005 Paris, France – Tél.: 01 53 10 25 25
Sodis, 128, avenue du Maréchal de Lattre de Tassigny, 77403 Lagny, France – Tél.: 01 60 07 82 99

BELGIQUE Patrimoine SPRL, avenue Milcamps 119, 1030 Bruxelles, Belgique – Tél.: 02 7366847

SUISSE Servidis SA, Chemin des Chalets 7, 1279 Chavannes-de-Bogis, Suisse – Tél.: 022 960.95.32

Diffusion/Distribution (ouvrages anglophones):

Independent Publishers Group, 814 N. Franklin Street, Chicago, IL 60610 – Tél.: (800) 888-4741



La Loi sur le droit d'auteur interdit la reproduction des œuvres sans autorisation des titulaires de droits. Or, la photocopie non autorisée – le « photocopillage » – s'est généralisée, provoquant une baisse des ventes de livres et compromettant la rédaction et la production de nouveaux ouvrages par des professionnels. L'objet du logo apparaissant ci-contre est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit le développement massif du « photocopillage ».

Relations publiques et journalisme à l'ère numérique

Dynamiques de collaboration, de conflit
et de consentement

Sous la direction de
Nadège Broustau et Chantal Francoeur

Préface de
Jean Charron



Presses de l'Université du Québec

**Catalogage avant publication de Bibliothèque et Archives nationales
du Québec et Bibliothèque et Archives Canada**

Vedette principale au titre :

Relations publiques et journalisme à l'ère numérique :
dynamiques de collaboration, de conflit et de consentement

(Communication – relations publiques)

Comprend des références bibliographiques.

ISBN 978-2-7605-4753-7

I. Presse et relations publiques. 2. Journalism. 3. Relations publiques. I. Broustau, Nadège, 1977- .
II. Francoeur, Chantal. III. Collection : Collection Communication et relations publiques.

PN4771.R44 2017 070.4 C2017-940567-5

Financé par le
gouvernement
du Canada

Funded by the
Government
of Canada

Canada



Conseil des arts
du Canada

Canada Council
for the Arts

SODEC

Québec 

Révision

Catherine Vaudry

Correction d'épreuves

Aude Tousignant

Conception graphique

Richard Hodgson

Image de couverture

iStock

Mise en page

Info 1000 Mots

Dépôt légal : 3^e trimestre 2017

› Bibliothèque et Archives nationales du Québec

› Bibliothèque et Archives Canada

© 2017 – Presses de l'Université du Québec

Tous droits de reproduction, de traduction et d'adaptation réservés

Imprimé au Canada

D4753-1 [01]

PRÉFACE
Sur quelques défis
de la recherche
sur le journalisme
et les relations publiques
à l'ère numérique

Jean Charron, professeur
Département d'information
et de communication,
Université Laval (Canada)

Le discours journalistique est, par nature, un discours polyphonique, au sens où la voix du journaliste, qui répond à des visées qui lui sont propres, se combine à d'autres voix qui sont celles de ses sources d'information, des sources citées ou non, identifiées ou anonymes, des personnes ou des organisations, qui ont des visées ou des finalités différentes et souvent opposées à celles du journaliste. Ce que les gens savent sur ce qui se passe dans le monde proche ou lointain provient en très grande partie du discours des médias d'information. Or ce discours est largement tributaire, dans ses objets, dans ses propos et dans ses formes, du type de rapports concrets qui s'établissent entre les journalistes et leurs sources d'information.

Ces relations cristallisent un formidable jeu de pouvoir entre, d'une part, tous ceux et celles qui cherchent à exercer une influence sur ce que les gens pensent – sur l'« opinion publique » – et, d'autre part, tous ceux et celles qui font le métier de rendre compte de l'actualité. Elles s'inscrivent dans un processus constant et complexe de définition des enjeux publics et de construction des représentations collectives à propos de ces enjeux. Ce processus se situe au cœur du débat public et donc de la régulation sociale dans une société qui se veut démocratique.

Or ces relations entre les journalistes et leurs sources se sont à ce point professionnalisées qu'un journaliste peut rarement aujourd'hui entrer en contact avec une organisation sans que cette relation soit encadrée par un professionnel de la communication et imprégnée d'une culture des *public relations*. Le journaliste peut difficilement y échapper. Inversement, une organisation a peu de chances de laisser sa marque dans un débat public ou de faire valoir son point de vue sans devoir transiger, à un moment ou un autre, avec des journalistes.

L'analyse des relations entre les journalistes et les relationnistes nous reporte donc au cœur de la problématique de la structuration du pouvoir et de l'exercice de l'influence dans l'espace public. Ces relations constituent une des principales modalités d'accès des acteurs sociaux à la visibilité publique et à la parole publique, et mettent en jeu la capacité des acteurs sociaux d'infléchir les représentations d'autrui dans la définition des enjeux publics et des choix d'action collective à travers la communication publique.

Ces relations représentent donc sur les plans social et politique un objet d'analyse de première importance et elles-mêmes un objet de débat public. Certes, les relations immédiates et quotidiennes entre des journalistes et des professionnels de la communication ne disent pas tout de la genèse, de la vie et de la mort des enjeux publics. Elles

ne sont pas l'alpha et l'oméga de la régulation sociale. Mais elles sont tout de même une manifestation concrète, tangible, observable de ce processus et, surtout, elles en portent les traces. Ces relations fascinent parce que ce qui s'y passe sur le plan de la communication et plus particulièrement dans la négociation des droits de parole dans l'espace public (qui peut parler à qui de quoi?, en quelles circonstances?, pour dire quoi?, en quels termes?, etc.) témoigne des structures de pouvoir qui façonnent la société. Les médias d'information traditionnels (le journal, les bulletins de nouvelles à la radio et à la télévision, les agences de presse) tiennent en effet la chronique des lieux de pouvoir dans la société – en tout cas de certains lieux de pouvoir –; ils nous disent jour après jour de quoi, dans cette société, est-on appelé à parler publiquement et qui est habilité à le faire. Cette chronique est le produit de la rencontre récurrente et quotidienne entre un dispositif de veille opéré par des journalistes, en fonction de critères et de normes qui sont les leurs et qui ont à voir avec l'industrie des médias, et un dispositif de communication opéré par des professionnels de la communication en fonction des intérêts et des visées des organisations qui les emploient.

La recherche s'est depuis longtemps intéressée à l'étude de ce jeu de pouvoir entre les journalistes et les professionnels des relations publiques. Mais cet intérêt se trouve aujourd'hui renouvelé du fait de la révolution numérique qui tend à reconfigurer le système médiatique jusque dans ses fondements, en même temps qu'elle transforme les modalités de la communication publique des organisations. Dans ces conditions, qu'advient-il du rapport d'interdépendance et de la relation coopérative/conflictuelle entre le journalisme et les relations publiques? C'est la question centrale qui était posée lors du colloque duquel est issu cet ouvrage et qui unit toutes les contributions qui y sont rassemblées.

DE QUELLES TRANSFORMATIONS S'AGIT-IL ?

Il n'y a pas lieu d'entreprendre ici une longue description des changements importants dont les pratiques des métiers de la communication publique ont été l'objet depuis quelques années – les contributions à cet ouvrage en analysent plusieurs –, mais il y a quand même un contexte nouveau qu'il faut évoquer rapidement, car il justifie un effort de réflexion sur les transformations des relations entre les journalistes et les relationnistes.

L'usage des technologies numériques fait voler en éclats les barrières techniques qui, il n'y a pas si longtemps, plaçaient les différents types de médias (journal, magazine, radio, télévision) dans des univers de matérialité et de temporalité irréductibles. Il crée des possibilités nouvelles de production, de reproduction, de stockage, de traitement et de diffusion de l'information. La numérisation des médias entraîne une multiplication et une diversification des supports de diffusion et des modalités de production et de réception de l'information, et favorise une accélération du rythme de production et de la vitesse de circulation et de renouvellement constant des discours publics.

L'usage des technologies numériques mène aussi à l'effritement du modèle économique des médias traditionnels financés par la publicité. Une migration des investissements publicitaires des anciens vers les nouveaux médias provoque en effet une crise du financement des anciens médias, qui perdent des revenus, alors que les nouveaux peinent à se rentabiliser. Comment dorénavant financer le travail des journalistes ?

La numérisation favorise aussi la convergence des plateformes au sein de grands groupes médiatiques, de sorte qu'on multiplie la capacité de diffuser l'information produite par les journalistes, au moment où la crise du financement publicitaire se traduit par des compressions de personnel dans les salles de rédaction. Dans les médias traditionnels, les journalistes sont moins nombreux à faire le travail, mais leur production connaît une plus large diffusion.

La numérisation change les conditions d'accès à certaines informations, par la consultation de bases de données en ligne, par la collecte et l'analyse de données massives, par le recours aux archives électroniques, aux liaisons satellites, aux images captées sur le vif par des téléphones portables, et bien sûr, aux médias sociaux.

Ces mêmes médias sociaux permettent aux organisations de constituer leur public ou leur clientèle en un réseau avec lequel ou dans lequel elles communiquent sans subir la médiation des journalistes. Ils facilitent la mobilisation des groupes et la coordination de leur action dans l'espace public sans le truchement des médias traditionnels.

La numérisation a aussi entraîné une accélération du rythme des innovations techniques, ce qui force les organisations à une adaptation permanente en matière de communication. Un climat d'incertitude s'instaure; la planification à long terme devient difficile; les outils techniques à peine maîtrisés tombent en désuétude. Et cela est vrai tant pour les médias que pour les sources.

La croissance du volume des messages en circulation dans l'espace public, autant ceux des médias traditionnels que ceux des nouveaux médias, crée une situation d'hyperconcurrence dans laquelle chaque message ou chaque locuteur doit livrer une bataille pour capter une parcelle de l'attention publique.

On observe une diversification des statuts et une précarisation des conditions de travail des travailleurs du secteur, un secteur dans lequel les frontières entre les métiers, les pratiques et les éthiques de la communication deviennent mouvantes et poreuses.

Et bien d'autres choses encore, qui changent plus ou moins radicalement les conditions d'exercice des métiers de la communication publique et qui sont susceptibles de modifier le rapport d'interdépendance entre les journalistes et les professionnels des relations publiques sources. On peut formuler l'hypothèse d'une redistribution des ressources que les acteurs peuvent mobiliser dans la relation et aussi des contraintes avec lesquelles les acteurs doivent composer, et donc d'une transformation du rapport d'interdépendance entre les journalistes et les relationnistes et de la capacité des acteurs à exercer de l'influence.

DES DÉFIS POUR LA RECHERCHE

L'analyse de cette transformation pose cependant quelques défis sur le plan théorique et méthodologique. Je voudrais ici en souligner quelques-uns, sans souci d'exhaustivité et sans chercher à en pondérer l'importance.

Le chercheur qui s'intéresse à ces questions doit d'abord se prémunir contre des demandes sociales souvent teintées de corporatisme qui, par exemple, font du journaliste un rempart de la démocratie, en lutte héroïque contre des mercenaires de la communication au service des intérêts particuliers des puissants. Ou, inversement, qui font du relationniste l'ardent défenseur du droit des acteurs sociaux de faire valoir leur point de vue devant le tribunal de l'opinion publique, et qui est aux prises avec des journalistes paresseux ou trop pressés ou simplement incompetents qui s'imposent en arbitres autoproclamés du débat public.

Les chercheurs qui travaillent en ce domaine appartiennent pour la plupart d'entre eux à un champ scientifique qui s'est constitué dans des établissements universitaires ou para-universitaires voués à la formation professionnelle, et qui ont incorporé à leurs programmes

de formation et dans leur culture organisationnelle le rapport amour-haine et le travail de légitimation-dé légitimation qui caractérisent les relations entre journalistes et relationnistes. Cela crée une certaine homologie entre ce champ scientifique et le champ professionnel, qui rend les conceptions et les questionnements des chercheurs perméables à des préoccupations – voire des idéologies – qui sont celles des professionnels de la communication, des préoccupations qui embrouillent davantage qu'elles n'éclairent.

Les travaux sur l'interface journalisme-relations publiques renvoient principalement à trois traditions de recherche :

- Une sociologie plus ou moins critique du journalisme, qui est traversée par les débats et les enjeux de théorie et de méthode qui ont cours dans les sciences sociales et qui ont des visées explicatives et compréhensives, mais parfois normatives de dénonciation. Plusieurs des chercheurs qui œuvrent dans cette tradition ont eux-mêmes pratiqué le journalisme, l'enseignent et s'identifient à lui.
- Les études en relations publiques, fortement inspirées par les sciences de la gestion et par des problématiques de communication/marketing, et donc axées sur la recherche d'efficacité dans la communication. Ces études sont souvent le fait de chercheurs issus du milieu professionnel, qui enseignent les relations publiques et qui sont soucieux de contribuer à la légitimation de ce métier.
- Finalement, plusieurs chercheurs s'intéressent aux relations entre les journalistes et les relationnistes par le biais des études sur la genèse, la constitution et la circulation des discours publics qui participent à la définition des enjeux ou des problèmes publics. Ces chercheurs proviennent de diverses disciplines (communication, sociologie, science politique, études culturelles, histoire et d'autres) et ont l'avantage d'être moins exposés aux enjeux professionnels et de pouvoir adopter, par rapport au journalisme et aux relations publiques, une position de surplomb, un point de vue plus général qui leur font voir le journalisme et les relations publiques moins dans leur spécificité que comme deux pratiques qui, certes, obéissent à deux logiques d'action distinctes, mais qui ont en commun d'exercer une « autorité discursive » et de lutter pour la définition des enjeux publics.

Un deuxième problème concerne la complexité et la contingence des phénomènes à l'étude. L'exercice de l'influence entre les journalistes et les relations publiques est une pratique sociale qui met en jeu différents niveaux de réalité et qu'il faut chercher à appréhender dans sa totalité, et non en isolant certaines dimensions comme on le ferait dans une perspective disciplinaire. Nous avons affaire, à un niveau microsocial, à des individus, avec leur personnalité, leurs valeurs, leurs identités, leurs actions, leurs choix, leurs sentiments, bref leurs idiosyncrasies qui peuvent agir de manière déterminante dans les relations concrètes et quotidiennes qu'ils entretiennent les uns avec les autres. Cependant, ces individus sont aussi, dans leurs actions et dans leurs représentations, largement tributaires des logiques, des politiques et des contraintes propres aux organisations auxquelles ils appartiennent. Un relationniste n'agit pas pour lui-même, et on n'imagine pas non plus le journalisme sans les médias. Les relations entre ces individus impliquent également une dimension institutionnelle. Au journalisme et aux relations publiques correspondent, respectivement, des systèmes de normes et d'attentes sociales, qui transcendent les individus et qui sont censés définir et légitimer l'une et l'autre pratiques. Certaines normes et attentes ont une portée très générale et constituent une sorte de noyau dur de l'institution; d'autres sont plus spécifiques et varient suivant, par exemple, la nature des organisations en cause, leurs domaines d'activité, la conjoncture, etc. Finalement, les relations entre les journalistes et les autres professionnels de la communication se définissent et se transforment dans le temps, court et long, où jouent les structures économiques, politiques et culturelles de la société tout entière.

La relation est aussi complexe à analyser et à en prédire le déroulement parce qu'elle met en jeu un rapport d'influence et d'interdépendance dont les acteurs ont conscience et qu'ils cherchent, de part et d'autre, à maîtriser. Nous avons affaire à un jeu de stratégies, dynamique, circonstancié, fluide, dont l'issue n'est pas prédéterminée, où se jouent des identités et des processus de légitimation-dé légitimation, et où les acteurs ne se laissent pas facilement enfermer dans des dépendances. L'interdépendance des acteurs sociaux et l'exercice de l'influence sont des réalités subtiles, difficiles à saisir empiriquement.

Un troisième problème est de nature conceptuelle. Quand on a une bonne théorie pour rendre compte d'un objet ou d'une situation, on est censé pouvoir, avec cette théorie, rendre compte du changement, des évolutions de cet objet ou de cette situation. Mais il arrive que le changement soit tel que les catégories ou certaines catégories avec lesquelles on a construit notre théorie ne fonctionnent plus.

Il se pourrait bien que les conditions dans lesquelles se réalisent les échanges entre les journalistes et les relationnistes se transforment à un point tel que certains concepts que nous avons développés dans le passé pour les analyser pourraient ne plus convenir. Certaines réalités commencent à sauter les clôtures conceptuelles avec lesquelles on cherchait à les contenir. Dans nos recherches sur les journalistes et leurs sources, il est question, par exemple, de médias, de système médiatique, de journalistes, de sources, de public, d'espace public, de relations publiques, et jusqu'à récemment, ces concepts ne posaient pas de réelles difficultés, ni sur le plan conceptuel ni sur le plan opératoire. Or ces concepts, qui désignaient hier encore des réalités assez bien balisées, désignent aujourd'hui des ensembles devenus flous.

Par exemple, qu'est-ce qu'un « média d'information » à l'heure des médias sociaux, des pages Facebook de personnalités qui attirent des centaines de milliers d'« amis » et d'abonnés, des vidéos amateurs qui, sur YouTube, créent un effet viral (*buzz*) et font le tour de la planète en quelques heures, des blogues et des médias « tout en ligne » (*pure players*) qui attirent suffisamment de curieux pour glaner des revenus publicitaires appréciables, des « journaux » en ligne et accessibles sur les appareils mobiles et qui proposent des documents vidéo en réalité virtuelle, des « médias de sources » qui adoptent toutes les formes du journalisme professionnel ?

Un quatrième problème concerne la juste mesure du changement. Comment déterminer si et dans quelle mesure les changements que l'on observe dans le monde du journalisme et dans le monde de la communication publique provoquent un déplacement du point d'équilibre dans les relations d'interdépendance entre, d'un côté, les journalistes et les médias et, de l'autre, les acteurs, professionnels de la communication ou non, qui cherchent à faire valoir leur point de vue dans l'espace public ?

Comment distinguer dans la mouvance actuelle les changements de surface, les innovations circonstanciées, des changements plus durables et qui ne sont pas toujours les plus perceptibles ? Pour y arriver, nous devons nous donner une certaine profondeur de champ en abordant les phénomènes avec une perspective sociohistorique ou, à tout le moins, diachronique. Autrement dit, constater un état de fait apparemment nouveau ne suffit pas pour décréter qu'il y a un changement ; il faut aussi voir comment cet état de fait advient et comment ou dans quelle mesure il s'inscrit dans des structures qui l'infléchissent et qu'il infléchit à son tour. Notre regard est attiré par des objets qui se transforment rapidement, sous nos yeux, ce qui nous

incite à observer et à analyser le changement dans la courte durée. Le piège du chronocentrisme nous guette, qui nous fait commettre des erreurs de perspective, qui nous fait voir des mutations là où il n'y a que mouvement éphémère sans suite, ou au contraire qui occulte des changements structurels peu perceptibles à brève échéance. Qui nous fait chercher (et trouver!) dans le contexte immédiat les explications à toutes choses. Ou qui fait que, par ignorance du passé, on voit de la nouveauté là où il n'y en a pas.

Les innovations les plus susceptibles d'entraîner des changements durables sont, le plus souvent, celles qui permettent aux acteurs de faire mieux ou plus efficacement ce qu'ils faisaient déjà, et non celles qui permettent aux acteurs de faire des choses auxquelles ils n'avaient pas pensé. C'est ce qu'en sociologie de la communication on a appelé *la logique de l'usage*, qu'on oppose à l'idée d'un déterminisme technologique. Pour dire la chose autrement : les acteurs subissent rarement les innovations passivement ; en général ils se les approprient. Ainsi, le changement se produit rarement par le surgissement de nouveautés révolutionnaires ; il se réalise plutôt par l'intégration d'une innovation dans un usage qui lui préexiste, par une incorporation de la nouveauté dans des structures d'action qui lui sont antérieures. L'ancien modèle le nouveau, qui transforme l'ancien en retour. L'analyse du changement distingue, certes, mais n'oppose pas la continuité à la rupture, l'innovation à la tradition. Elle cherche plutôt à saisir la dialectique qui les lie. C'est un principe de méthode : pour comprendre en quoi un phénomène nouveau contribue au changement, il faut se demander dans quelle structure plus stable il s'intègre. Ce qui ne signifie pas qu'à terme, l'ordre ancien – la structure – ne puisse pas être profondément transformé.

Une autre erreur de perspective consiste à diagnostiquer le changement en projetant unilatéralement dans l'avenir une tendance que l'on observe dans le présent sans envisager que cette tendance puisse provoquer un ou des mouvements contraires. Par exemple, on peut constater que les technologies numériques, les nouveaux médias, le Web 2.0, que tout cela offre de nouvelles possibilités pour les organisations de communiquer directement avec leur public, ce qui pourrait, dans une certaine mesure, diminuer leur dépendance par rapport à la médiation journalistique traditionnelle. Alors doit-on conclure à un déplacement, en faveur des sources et au détriment des journalistes, du point d'équilibre dans le rapport d'interdépendance ? Ce déplacement est possible, mais il y a aussi d'autres réalités, d'autres conditions qui apparaissent et qui offrent d'autres possibilités. L'accroissement de la capacité des organisations à communiquer directement et librement

crée une surcharge d'information dans l'espace public, car la capacité technique de faire circuler de l'information n'a pas augmenté les ressources d'attention que le public peut y consacrer. Le temps et l'énergie que les gens peuvent investir dans l'information n'augmentent pas; ils diminueraient plutôt, ce qui crée un goulot d'étranglement. Alors la capacité des organisations à communiquer directement avec le public n'est peut-être pas, en règle générale, si grande et si généralisée qu'on pourrait le croire. Par ailleurs, la surcharge informationnelle que provoquent les organisations peut constituer un avantage pour les journalistes, qui peuvent en effet se présenter au public comme des agents, les seuls agents capables de gérer pour le public et dans l'intérêt public cette surcharge d'information. Le journaliste se présente alors au public comme celui qui dispose d'outils techniques et professionnels qui lui permettent d'opérer un tri des informations suivant des critères d'intérêt public et des normes de professionnalisme, comme celui qui offre des garanties quant à la validité des informations qu'il diffuse, et enfin comme celui qui, par un travail de synthèse et de décryptage propre à la démarche journalistique, confère aux informations un caractère d'intelligibilité et de fiabilité qui serait exclusif au discours de presse. Et, du fait de la surcharge informationnelle, cette offre journalistique prend de la valeur. Il se pourrait donc que la soi-disant capacité des organisations à communiquer librement dans l'espace public n'ait pas pour conséquence de miner ou de dévaloriser la fonction de médiation qu'exercent les journalistes. Il se pourrait que ce soit le contraire.

Cela étant dit, il faut aussi tenir compte du caractère extrêmement variable des situations concrètes d'échange entre des journalistes et des sources. Le monde du sport n'est pas celui de la politique, qui n'est pas celui des affaires, qui n'est pas celui de la culture, et ainsi de suite. Une première au théâtre n'est pas un conseil des ministres, qui n'est pas l'annonce par la police d'un coup de filet, qui n'est pas le match de finale de football, etc. Une théorie sur les relations entre les journalistes et les professionnels des relations publiques doit intégrer l'idée de contingence. Il est assez clair en effet, à la lumière des travaux qui ont été réalisés sur le sujet, que ce qui est susceptible de se passer entre des sources et des journalistes, et la capacité des uns d'exercer de l'influence sur les autres sont fortement tributaires des contextes et des arrangements organisationnels, institutionnels et culturels propres à chaque situation.

CONCLUSION

Quand on conçoit le journalisme comme une pratique discursive et que l'on s'attarde à observer l'évolution des relations entre les journalistes et leurs sources en tant que coproducteurs du discours de presse, on est appelé à adopter une perspective qui est à la fois sociodiscursive et sociohistorique.

Sociodiscursive veut dire que nous nous intéressons aux relations entre les journalistes et leurs sources en fonction de l'hypothèse selon laquelle ces relations influent sur la nature et les caractéristiques du discours polyphonique des médias d'information.

Sociohistorique veut dire que nous cherchons à inscrire les changements ou les innovations que nous observons dans des évolutions structurelles.

Cela n'implique pas cependant qu'il faille faire tout cela à chacune de nos opérations de recherche ou à chacun de nos articles ou de nos communications dans des colloques. Cela signifie que nos travaux – les problématiques spécifiques que nous formulons – devraient être conçus comme des contributions interprétables dans le cadre d'une analyse sociodiscursive et sociohistorique. C'est, il me semble, dans cet esprit qu'il faut lire les contributions de cet ouvrage.

Sur le plan méthodologique, toutes les approches sont bonnes si elles sont adaptées aux objets concrets et aux problèmes spécifiques qu'on veut aborder. Mais on peut avancer que, compte tenu des défis théoriques et méthodologiques que j'ai évoqués, les études de cas prennent un relief particulier, si elles peuvent permettre de saisir les dynamiques à l'œuvre dans toute leur complexité et leur contingence. Les études comparatives (entre cas, entre domaines d'activité, entre types d'organisation, entre cultures nationales, entre enjeux débattus, etc.) sont aussi d'une grande utilité afin, comme on dit, de « monter en généralité ». Elles servent aussi pour commencer à distinguer, d'un côté, ce qui diffère d'un cas à l'autre et qu'on peut rapporter à la conjoncture et à la contingence des cas étudiés, et qu'il faut, de toute façon expliquer, et, de l'autre côté, ce qui est commun aux cas comparés et qu'on peut rapporter à des aspects plus structurels. Finalement, si c'est le changement qui nous intéresse, alors il faut travailler en diachronie et mettre en place des dispositifs de recherche qui donnent au changement le temps qu'il lui faut pour se réaliser et pour en permettre l'observation.

REMERCIEMENTS

Cette publication n'aurait pas été possible sans le travail investi des auteurs et des collaborateurs. Nous tenons à remercier ici les auteurs des chapitres, les étudiants et les professionnels qui ont soutenu les travaux de recherche et d'écriture, en particulier Anne-Marie Brunelle pour la révision linguistique et Geneviève Leclerc pour la traduction du texte de Chiara Valentini, ainsi que les participants au colloque de 2014 qui ont nourri le projet. Nous remercions aussi vivement Jean Charron d'avoir accepté de s'impliquer dans la réflexion et d'y avoir apporté sa vision riche et claire des défis à relever. Nos pensées vont enfin à Sophie Boulay qui a accompagné avec enthousiasme et rigueur le développement du projet dès ses débuts. Sa lecture et ses conseils attentifs ont été d'une aide précieuse.

TABLE DES MATIÈRES

PRÉFACE

Sur quelques défis de la recherche sur le journalisme et les relations publiques à l'ère numérique	vii
<i>Jean Charron</i>	

Remerciements	xix
----------------------------	-----

Liste des tableaux	xxvii
---------------------------------	-------

Liste des sigles	xxix
-------------------------------	------

INTRODUCTION

Les dynamiques entre les acteurs des relations publiques et du journalisme	1
Bibliographie	8

CHAPITRE 1

Les relations publiques, une puissance concrète occupant le discours journalistique	11
<i>Chantal Francoeur</i>	

1. Définition des termes <i>journaliste</i> et <i>relationniste</i> : marquer la frontière	13
2. Le journalisme, un discours; les relations publiques, une technique d'intervention dans le discours	17
3. La vision de trente relationnistes sur leur profession.....	20
4. Les actions possibles des journalistes.....	22
4.1. Les relationnistes sont des « journalistes internes ».....	22
4.2. Les « journalistes internes » gardiens des journalistes.....	24
4.3. Les « journalistes internes » formatent l'information pour répondre aux besoins de leur employeur/client/cause	26
5. Les relations publiques, une puissance concrète dans le discours journalistique	31
6. Le pouvoir du discours journalistique au service des relations publiques	33
Bibliographie	34

CHAPITRE 2**Les pratiques de veille en salle de rédaction.
S'ajuster à la production médiatique
des professionnels des relations publiques.....**

39

Isabelle Bédard-Brûlé

1.	De l'interaction à l'intermédiation	41
1.1.	De nouvelles productions médiatiques	41
1.2.	La veille médiatique dans la production journalistique	43
1.3.	La lutte pour l'attention des publics	45
2.	Une démarche multidimensionnelle pour comprendre la veille	47
2.1.	La production au quotidien <i>Le Soleil</i>	47
2.2.	De la veille médiatique à l'adaptation des messages journalistiques.....	50
3.	Des compétiteurs de plus en plus semblables.....	56
	Bibliographie.....	57

CHAPITRE 3**La convergence des rôles respectifs des relationnistes
et des journalistes influence-t-elle la perception
qu'ils ont les uns des autres? Un point de vue italien**

61

Chiara Valentini

1.	Contexte	65
1.1.	Les relations avec les médias et les interactions entre les relationnistes et les journalistes	65
1.2.	Les relations publiques en Italie	67
2.	Méthodologie	70
2.1.	Les méthodes de collecte et d'analyse des données	70
2.2.	Les répondants	71
3.	Résultats.....	72
3.1.	Le rôle des relations publiques.....	72
3.2.	Le rôle des journalistes.....	74
3.3.	Les opinions relatives aux relations publiques et au journalisme.....	76
3.4.	L'évaluation des méthodes de travail en relations publiques et en journalisme	78
3.5.	L'évaluation des interactions entre les praticiens des relations publiques et les journalistes	80
4.	Vers une compréhension mutuelle	82
	Bibliographie.....	84

CHAPITRE 4**Les journalistes au regard des professionnels de la communication. Des relations «stratégiques»** 91*Isabelle Pailliant, Chloë Salles et Laurie Schmitt*

1.	Les journalistes au regard des professionnels de la communication	93
1.1.	Des relations anciennes entre journalistes et professionnels de la communication.....	93
1.2.	Des formes de déclassement/reclassement des journalistes.....	95
1.3.	Les regards croisés des professionnels de l'information et de la communication	96
2.	Des dynamiques contrastées selon les professionnels.....	99
2.1.	La diversification des activités des journalistes.....	99
2.2.	La multiplication des activités professionnelles au contact des journalistes.....	103
2.3.	La caractérisation des relations au regard des professionnels de la communication.....	105
3.	Le jeu de la différenciation et de l'indifférenciation.....	107
3.1.	Le journaliste lecteur	108
3.2.	Le journaliste spectateur.....	110
3.3.	Le journaliste stratège	111
	Conclusion.....	113
	Bibliographie.....	114

CHAPITRE 5**Les traces rhétoriques d'une reconfiguration dans le cycle de l'information entre journalistes et relationnistes du milieu culturel** 119*Nadège Broustau*

1.	L'information culturelle et ses acteurs dans le milieu québécois.....	121
1.1.	L'évolution de la visibilité médiatique accordée aux arts et à la culture	123
1.2.	Les enjeux d'indépendance et de communication	124
1.3.	Les nouveaux acteurs et les nouveaux rôles.....	126
2.	Les traces de la couverture médiatique et de la promotion.....	127
2.1.	Les organisations culturelles ciblées.....	128
2.2.	Le corpus à l'étude	129

2.3.	Les entretiens de recherche.....	129
2.4.	Une analyse séquentielle.....	130
3.	Une couverture médiatique neutre et favorable à sursauts critiques	131
3.1.	Les catégories de l'analyse de contenu.....	131
3.2.	Une couverture médiatique majoritairement neutre ou favorable	132
3.3.	Des priorités et des dissidences fluctuantes dans le temps.....	136
3.4.	La censure promotionnelle interpellée, les missions sociale et artistique rappelées.....	140
4.	Le champ argumentatif du monde social des arts et de la culture	143
4.1.	L'analyse du discours argumentatif	143
4.2.	La reprise de l'argumentaire promotionnel au fil des modes.....	145
4.3.	Un cas de porte-à-faux	146
5.	Conclusion.....	148
5.1.	Les échanges et les rebonds de l'information entre journalistes et relationnistes.....	148
5.2.	Une rhétorique entre cadrage et regain critique.....	149
	Bibliographie.....	151

CHAPITRE 6

	La relation journalistes-officiers d'affaires publiques dans les opérations militaires.....	157
	<i>Aimé-Jules Bizimana</i>	

1.	Des relations publiques à la surveillance.....	159
2.	Définition des termes de la relation.....	162
3.	Méthodologie.....	164
4.	Les interactions, les rôles et les fonctions des officiers d'affaires publiques	165
5.	La relation surveillant-surveillé	168
6.	La gestion des mouvements journalistiques.....	170
7.	La machine à histoires	173
8.	Le commandant et l'officier d'affaires publiques	177
9.	L'interdépendance, le contrôle et la surveillance	180
	Conclusion.....	181
	Bibliographie.....	183

CHAPITRE 7

Les journalistes devenus communicants politiques.

Miser sur la confiance et la connaissance des codes..... 189

Lara Van Dievoet

- 1. Cadre théorique..... 190
 - 1.1. Des forces distinctes..... 191
 - 1.2. Coopération et conflit..... 192
 - 1.3. La grammaire journalistique 194
- 2. Le cas belge à l'étude..... 195
 - 2.1. La question de recherche 198
 - 2.2. L'interrogation des acteurs 198
 - 2.3. Les treize communicants politiques 200
 - 2.4. Analyse des données 201
 - 2.5. Les codes et la confiance pour mieux coopérer 202
- 3. L'accent sur la coopération..... 208
- Bibliographie..... 210

Conclusion..... 213

Notices biographiques 219

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 3.1.	Le rôle des relations publiques	73
Tableau 3.2.	Le rôle des journalistes	75
Tableau 3.3.	Les opinions relatives aux professions en relations publiques et en journalisme.....	77
Tableau 3.4.	L'évaluation des méthodes de travail en relations publiques et en journalisme.....	79
Tableau 3.5.	L'évaluation des interactions entre les praticiens des relations publiques et les journalistes.....	81
Tableau 4.1.	Les professionnels de la communication rencontrés	97
Tableau 4.2.	Les professionnels de l'information rencontrés	98
Tableau 5.1.	Les sujets et les dossiers de la grille d'analyse de contenu	133
Tableau 5.2.	Les sujets les plus traités dans les journaux par ordre décroissant	134
Tableau 5.3.	Les sujets positivement traités.....	135
Tableau 5.4.	Classement croisé des sujets selon les années.....	137
Tableau 5.5.	Synthèse des argumentaires comparés selon les corpus et les années.....	146

LISTE DES SIGLES

EDF	Écrits des Forges
FERPI	Fédération italienne des relations publiques
FPJQ	Fédération professionnelle des journalistes du Québec
MR	Mouvement réformateur
OSQ	Orchestre symphonique de Québec
PSC	Parti social-chrétien
RTB	Radio-télévision belge
RTBF	Radio-télévision belge francophone
RTL-TVI	Radio-télévision Luxembourg – Télévision indépendante
TNM	Théâtre du Nouveau Monde

INTRODUCTION
Les dynamiques
entre les acteurs
des relations publiques
et du journalisme

Nadège Broustau
et Chantal Francoeur

Cet ouvrage porte sur les dynamiques existant entre les acteurs de la communication et de l'information, plus spécifiquement entre les professionnels que sont les journalistes et les relationnistes, acteurs interagissant dans l'espace public¹. Plusieurs auteurs se sont intéressés aux relations entre ces professions, s'attachant à les étudier à travers les rapports entre divers métiers ou domaines: relationnistes et journalistes (Pew Research Center, 2010; Chaire de relations publiques et communication marketing – CRPCM, 2006; Charron, 1991), attachés politiques et journalistes (Gingras, 2012; Strömbäck et Nord, 2006; Iyengar et Reeves, 1997; Charron, 1994), relations publiques et marketing (Davis, 2013), etc.

Or les professions liées aux communications et à l'information subissent des métamorphoses stimulées par des facteurs économiques, sociaux et technologiques (Maisonneuve, 2010; Bernier *et al.*, 2005; Brin, Charron et Bonville, 2004). Parmi celles-ci, notons l'évolution des technologies de l'information et des communications, les mutations des industries médiatiques (Bouquillion et Matthews, 2010; George, 2005), les nouvelles plateformes communicationnelles, dont les médias socionumériques (Proulx, Millerand et Rueff, 2010), l'intérêt renouvelé pour les notions de transparence et d'éthique (Boulay, 2012), les nouveaux types de contenus médiatiques, tels que l'*infotainment* (Bastien, 2012) ou le *metacoverage* (Esser et D'Angelo, 2006).

Considérant ces bouleversements, examiner à nouveau la nature des liens entre les divers acteurs créant l'information et orchestrant la communication nous semblait nécessaire. Comment, par exemple, l'obligation de mettre du contenu en ligne, d'occuper l'espace public, de communiquer (Miège, 2007) modifie-t-elle les liens entre les différents communicateurs?

Les textes rassemblés ici découlent de cette réflexion entamée de manière collective lors d'un colloque que nous avons organisé sur le sujet avec Sophie Boulay lors du Congrès annuel de l'Association francophone pour le savoir (ACFAS) en 2014. En cohérence avec ce que nous croyions être une nouvelle réalité vécue sur le terrain, un des objectifs était de valider si les approches oppositionnelles, d'amour-haine ou axées sur l'interdépendance restaient pertinentes ou si d'autres perspectives pouvaient être envisagées. C'est dans ce cadre de réflexion que nous avons posé quatre ensembles de questions, questions qui ont animé la rédaction des chapitres présents:

1. L'ouvrage utilise les termes *relationnistes*, *professionnels des relations publiques*, *professionnels des communications*, *communicants*, *communicateurs* et *praticiens des relations publiques* comme des synonymes.

- Les transformations de ces professions modifient-elles leurs interactions?

L'augmentation des journalistes indépendants sur le Web modifie-t-elle le travail des relationnistes? Les exigences de production d'heure en heure des journalistes les rendent-ils plus dépendants des relationnistes? L'exigence de transparence que formule la société civile à l'endroit de la classe politique modifie-t-elle ses stratégies communicationnelles? Quels rôles jouent les considérations éthiques (l'authenticité, la responsabilité sociale, le dévoilement des sources, etc.) au sein des relations entre les acteurs?

- Ces transformations créent-elles de nouveaux rapports de force?

Comment l'infériorité numérique des journalistes face aux relationnistes influence-t-elle leurs relations? Les journalistes deviennent-ils le relais d'intérêts privés plutôt que les serviteurs de l'intérêt public? Les zones de concurrence pour l'accès à l'espace public et son occupation sont-elles déplacées, multipliées? Quels sont les rapports de force dans les processus décisionnels de publication de l'information?

- Quels sont les effets des médias sociaux sur les acteurs de ces professions et leurs interactions?

Considérant que les organisations peuvent communiquer directement avec leurs publics par l'intermédiaire des médias sociaux, les relationnistes ont-ils toujours besoin des journalistes? Les campagnes électorales 2.0 modifient-elles les relations entre les médias et la classe politique? Grâce aux médias sociaux, les occasions de coopération et les interdépendances sont-elles favorisées ou remises en question? Comment les communicateurs se positionnent-ils face au rôle collaboratif ou participatif des publics?

- Ces professions sont-elles toujours aussi distinctes?

Transparence, intérêt public, droit à l'information, communication bidirectionnelle, vérité, etc.: comment les professionnels s'approprient-ils, perçoivent-ils et revendiquent-ils ces notions? Sur quels critères ces professions se différencient-elles au sein de leurs associations professionnelles, de leurs syndicats? De quelles balises déontologiques se dotent-elles pour circonscrire leurs frontières éthiques? Quelle mission caractéristique se donnent-elles? La transmission intergénérationnelle des identités professionnelles est-elle ou devrait-elle être revisitée?

Pour tenter de répondre à ces questions, ce livre présente de récentes recherches majoritairement inédites sur la nature des interactions entre les divers acteurs créant l'information et orchestrant la communication. Il ne propose pas de méthodes issues de bonnes pratiques ou de recettes, mais explique plutôt ce qui ne se constate que de l'intérieur: les particularités de différents contextes de travail, la nature des échanges qui naissent dans ces environnements particuliers et, surtout, les perceptions qu'ont les uns des autres et leurs perspectives sur leur propre travail.

Afin de rendre compte de réalités mouvantes, de perceptions croisées, nous avons pensé cet ouvrage à l'aune de dynamiques sociales, c'est-à-dire de la participation effective d'acteurs au sein de processus traversés de puissances et de forces qui amènent les acteurs sociaux à négocier, remodeler, créer les possibles à partir desquels « [ils] peuvent orienter leur avenir » (Balandier, 2004, p. 9). Les études rassemblées, qui montrent à la fois des dynamiques « du dedans » et « du dehors », peuvent ainsi se lire comme autant de manifestations du caractère mouvant des configurations sociales, « constamment en train de se faire et de déterminer leur sens », comme le souligne Balandier (2004, p. 9). Tout comme cet auteur, nous envisageons la notion de dynamique sociale « sous l'aspect des différences résultant du devenir des sociétés, mais aussi sous celui des *dynamismes inhérents aux systèmes de différences constitutifs de ces dernières* » (Balandier, 2004, p. 17; l'auteur souligne).

Les recherches présentées permettent ainsi d'observer les caractéristiques, les propriétés des rapports entre les acteurs à l'étude, de leurs relations sociales aux configurations culturelles dans lesquelles ils baignent. C'est dans une logique du cas par cas qu'elles abordent ces aspects, selon des contextes géographiques (Québec, Canada, France, Italie, Belgique), sectoriels (culture, armée, politique) ou selon des zones de production (discours journalistique, pratiques de veille, publications en ligne ou multiformats). Elles dégagent comment les acteurs de l'information et de la communication se positionnent stratégiquement face aux changements de leur environnement de travail ou aux représentations qu'ils se font de leurs rôles et de ceux d'autrui.

Sur le plan méthodologique, les dynamiques appellent fréquemment, pour tenter de les saisir, des méthodes mixtes, triangulées ou des entretiens séquentiels avec les différents groupes d'acteurs étudiés. Ces choix, qui semblent logiques dans une perspective de développement, d'évolution, renvoient à l'idée de démarche sociohistorique prônée par Jean Charron.

Dans son chapitre, Chantal Francoeur analyse les relations de pouvoir entre les journalistes et leur source principale, les relationnistes. Elle décortique les approches et les stratégies des relationnistes et montre comment ils arrivent à occuper le discours journalistique et à profiter de sa puissance: les relationnistes laissent peu de marge de manœuvre aux journalistes en se positionnant comme des acteurs incontournables, en agissant comme des journalistes *de l'interne* et *à l'interne*, et en proposant du matériel clé en main à insérer tel quel dans les reportages. Le pouvoir des relationnistes connaît quand même des limites, parce que le choix éditorial définitif appartient aux journalistes. Mais même ce choix éditorial définitif des journalistes donne de la puissance aux propos des relationnistes, aux angles qu'ils suggèrent et aux porte-parole qu'ils mettent de l'avant. C'est ce que démontre Chantal Francoeur, qui a interviewé trente relationnistes de différents horizons. Son cadre théorique foucauldien permet d'éclairer de façon originale les échanges journalistes-relationnistes.

Isabelle Bédard-Brûlé fournit de son côté une observation pointue des journalistes qui scrutent les productions publiques des relationnistes. Elle explore comment la salle de rédaction du quotidien *Le Soleil* fait la veille par Internet de ce que les professionnels des relations publiques produisent, et comment les journalistes en tirent des connaissances pour construire leur propre production. Elle propose de voir les journalistes et les professionnels des relations publiques comme deux producteurs médiatiques en compétition pour l'attention des publics. Cette compétition influence le traitement que les journalistes font de l'information de relationnistes déjà diffusée auprès de différents publics: les journalistes cherchent un angle nouveau, une façon de pousser plus loin la nouvelle, une réaction exclusive. Les journalistes vérifient aussi les réactions à la diffusion de contenu venant des relationnistes: des commentaires nombreux peuvent indiquer une controverse méritant leur attention ou mener les journalistes vers d'autres sujets de reportage. L'analyse d'Isabelle Bédard-Brûlé fait ressortir les réactions paradoxales des journalistes dans ce nouveau contexte de production médiatique: tout comme les relationnistes, les journalistes se préoccupent de leur public cible et de leur image de marque personnelle, mais ils insistent encore et toujours sur leur devoir de servir l'intérêt public; les journalistes sont influencés par la production médiatique des relationnistes, mais ils tiennent à leur autorité professionnelle sur les choix éditoriaux.

Le texte de Chiara Valentini, première traduction en français d'un article initialement paru en anglais, se concentre sur les représentations sociales des professionnels des relations publiques et

des journalistes. Focalisant sur la situation en Italie, l'auteure croise des entretiens en face à face et des enquêtes en ligne pour explorer comment les deux groupes s'auto- et s'entre-évaluent. Elle confronte les acteurs interrogés à certains effets de la professionnalisation, dont l'utilisation de savoir-faire médiatiques par les relationnistes. En tenant également compte de l'émoussement des frontières entre les deux professions, elle constate que l'antagonisme préalable entre les deux groupes se serait atténué. Au-delà de convergences avec les études sur le sujet surtout menées aux États-Unis, Chiara Valentini met ainsi minutieusement en lumière comment, dans le cas italien, une compréhension mutuelle s'est installée. Ce résultat global s'accompagne cependant d'un contraste marquant entre les groupes : alors que la connaissance du métier de journaliste est affirmée comme partie intégrante du métier de relationniste par les membres de ce dernier, les témoignages des journalistes, eux, attestent d'une méconnaissance des fonctions des relations publiques.

Isabelle Pailliar, Chloë Salles et Laurie Schmitt invitent à considérer les positionnements des journalistes à l'égard de l'ensemble des professions en communication qui alimentent les professionnels de l'information. En complément de relationnistes, elles ont ainsi rencontré documentalistes, professionnels du Web, des images, et journalistes ou gestionnaires de l'information travaillant sur différents formats. Au fil d'entretiens menés en France sur plusieurs années, les auteures ont analysé les stratégies mises en place par les journalistes pour se différencier, pour légitimer leurs activités, mais aussi pour en garder le contrôle. Leur enquête fouillée dessine les phénomènes de diversification qui entourent les journalistes : diversification des sources potentielles d'information, des professions en contact avec eux, qui viennent intensifier la concurrence au sein de l'espace public et impliquent, pour les auteures, une dynamique de revalorisation, de reclassement de la part des journalistes. Isabelle Pailliar, Chloë Salles et Laurie Schmitt proposent trois postures permettant de dégager le rôle stratégique que tentent alors de se ménager les journalistes : la posture du journaliste lecteur, celle du journaliste spectateur et celle du journaliste stratège. Cette vision les amène à spécifier les compétences liées à un « capital journalistique » qui émerge des points de rencontre avec les professions de la communication connexes.

C'est au milieu culturel et artistique au Québec que s'est intéressée Nadège Broustau pour étudier l'évolution des interactions entre relationnistes et journalistes depuis l'accélération de la professionnalisation des années 1970 jusqu'aux années 2010. Sa recherche explore une reconfiguration des rôles entre les acteurs des deux professions

ainsi que les phénomènes de distribution et de redistribution de l'information entre ces acteurs partageant un même monde social, celui de l'information culturelle. Croisant analyses de contenu, analyses de discours argumentatif et entretiens avec des membres des deux professions de plusieurs générations, Nadège Broustau met en évidence les traces rhétoriques de dynamiques de médiation, de médiatisation et de substitution. À travers les pressions propres au milieu liées aux enjeux de financement public des arts et de la culture, elle observe la résistance à l'omniprésence promotionnelle de la part des journalistes, la coopération assumée, voire revendiquée avec les relationnistes et l'expérience partagée d'un rôle accru des publics et des artistes. Les résultats conduisent alors à envisager des dynamiques d'intermédiation et d'intermédiatisation.

Aimé-Jules Bizimana plonge le lecteur dans la communication militaire canadienne où la surveillance et le rôle de facilitateur sont indissociables : dans un contexte où le journaliste est intégré aux opérations militaires (*embedded*), l'officier d'affaires publiques informe, influence et surveille le journaliste. Leurs interactions oscillent entre la coopération, la négociation et le conflit, suivant la conjoncture opérationnelle et les personnalités en présence. La perspective théorique de la surveillance proposée par Aimé-Jules Bizimana situe la relation journalistes-officiers d'affaires publiques dans un appareil bureaucratique militaire de contrôle. Cette façon de voir permet de montrer les petites batailles dans les interstices des rapports de force entre les journalistes intégrés et les relationnistes de l'armée. Témoignages à l'appui, Aimé-Jules Bizimana expose, par exemple, comment des violations du contrat d'intégration des journalistes ou des reportages défavorables peuvent mener les relationnistes à refuser des demandes d'entrevue ou des requêtes de sorties opérationnelles. Cela suscite des questions sur les nouvelles formes de censure et d'autocensure dans la couverture des affaires militaires.

Lara Van Dievoet étudie les relations entre communicants politiques et journalistes à partir du cas particulier des journalistes devenus communicants politiques dans le contexte de la Belgique. Elle s'intéresse à ce que révèlent ces « passages » des rapports entre journalistes et acteurs de la communication politiques. Son analyse montre l'importance accordée par les acteurs à la connaissance des contraintes, des codes et des valeurs du milieu journalistique, qui sont un indicateur de la valeur de ce savoir dans le champ politique. Dans un monde politique en interaction quasi permanente avec les médias, connaître le fonctionnement d'une rédaction de l'intérieur est un capital valorisable, car cela permet d'éviter des « erreurs grammaticales ».

Lara Van Dievoet met aussi en évidence la récurrence de l'utilisation des notions d'« amour-haine », « je t'aime, moi non plus », de proximité et d'interdépendance entre les deux champs.

À travers des études menées sur des périodes plus ou moins longues, le livre offre un aperçu sociohistorique des relations entre les journalistes et les professionnels des relations publiques, tout en actualisant la conception des dynamiques à l'œuvre entre eux, qu'elles opèrent dans les secteurs privé, public, culturel, militaire ou politique. L'ouvrage s'adresse d'abord aux chercheurs et aux étudiants en journalisme et en relations publiques, ainsi qu'à ceux de domaines connexes tels que la science politique, la sociologie ou le marketing. Il intéressera également les praticiens, qu'ils soient journalistes ou issus du monde des relations publiques, de même que toute personne qui s'interroge sur les modes de création de l'information dans nos sociétés hautement médiatisées.

Cet ouvrage focalise sur le centre névralgique des relations médias, soit la relation entre deux acteurs, deux professions. Une culture des relations médias existe bel et bien ; c'est ce que cet ouvrage explique. Il dresse ainsi un panorama très large des différentes situations de pratique des relations médias : dans le domaine militaire, culturel, politique, par les gouvernements, en vue de créer l'actualité médiatique. De plus, il s'attache à offrir, pour le public scientifique, une recension des écrits, des réflexions sur l'évolution des professions, de leur définition et de leur pratique.

BIBLIOGRAPHIE

- Balandier, G. (2004). *Sens et puissance: les dynamiques sociales*, Paris, Presses universitaires de France.
- Bastien, F. (2012). « Devine qui vient dîner ? Invitations politiques dans les talk-shows et les affaires publiques à la télévision québécoise », dans P. Amey et P. Leroux (dir.), *L'échange politique à la télévision*, Paris, L'Harmattan, p. 21-58.
- Bernier, M.-F., F. Demers, A. Lavigne, C. Moumouni et T. Watine (2005). *Pratiques novatrices en communication publique: journalisme, relations publiques et publicité*, Québec, Presses de l'Université Laval.

- Boulay, S. (2012). «Quelle(s) considération(s) pour l'éthique dans l'usage des technologies d'information et de communication en relations publiques? Analyse de cas d'astroturfing et réflexion critique», *Revue internationale de relations publiques*, vol. 2, n° 4, juillet-décembre, p. 173-200.
- Bouquillion, P. et J.T. Matthews (2010). *Le Web collaboratif. Mutations des industries de la culture et de la communication*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- Brin, C., J. Charron et J. de Bonville (dir.) (2004). *Nature et transformation du journalisme: théories et recherches empiriques*, Québec, Presses de l'Université Laval.
- Chaire de relations publiques et communication marketing – CRPCM (2006). *Relationnistes et journalistes québécois: une relation complexe*, rapport de recherche, Université du Québec à Montréal, mai.
- Charron, J. (1991). «Les relations entre journalistes et relationnistes: coopération, conflit et négociations», dans J. Charron, J. Lemieux et F. Sauvageau (dir.), *Les journalistes, les médias et leurs sources*, Boucherville, Gaëtan Morin, p. 171-204.
- Charron, J. (1994). *La production de l'actualité. Une analyse stratégique des relations entre la presse parlementaire et les autorités politiques*, Québec, Boréal.
- Davis, A. (2013). *Promotional Cultures: The Rise and Spread of Advertising, Public Relations, Marketing and Branding*, Cambridge, Polity Press.
- Esser, F. et P. D'Angelo (2006). «Framing the press and publicity process in U.S., British, and German general election campaigns: A comparative study of metacoverage», *The Harvard International Journal of Press/Politics*, vol. 11, n° 3, p. 44-66.
- George, É. (2005). «À propos des stratégies industrielles des entreprises médiatiques, relecture de quelques travaux en économie politique de la communication», *Observatoire des mutations des industries culturelles*, <<http://www.observatoire-omic.org/fr/art/294/a-propos-des-mutations-des-strategies-industrielles-des-entreprises-mediatiques-relecture-de-quelques-travaux-en-economie-politique.html>>, consulté le 6 mars 2017.
- Gingras, A.-M. (2012). «Enquête sur le rapport des journalistes à la démocratie: le rôle de médiateur en questions», *Revue canadienne de science politique*, p. 685-710.

- Iyengar, S. et R. Reeves (dir.) (1997). *Do the Media Govern? Politicians, Voters and Reporters in America*, Londres, SAGE.
- Maisonneuve, D. (2010). *Les relations publiques dans une société en mouvance*, Québec, Presses de l'Université du Québec.
- Miège, B. (2007). *La société conquise par la communication. Tome 3: Les TIC entre innovation technique et ancrage social*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- Pew Research Center (2010). *How News Happens: A Study of the News Ecosystem of One American City*, <<http://www.journalism.org/2010/01/11/how-news-happens/>>, consulté le 6 mars 2017.
- Proulx, S., F. Millerand et J. Rueff (2010). *Web social: mutation de la communication*, Québec, Presses de l'Université du Québec.
- Strömbäck, J. et L.W. Nord (2006). «Do politicians lead the tango? A study of the relationship between Swedish journalists and their political sources in the context of election campaigns», *European Journal of Communication*, vol. 21, n° 2, p. 147-164.



Le présent ouvrage actualise la conception des interactions entre les professionnels des relations publiques – qu'ils œuvrent dans le secteur privé, public, culturel, militaire ou politique – et les journalistes. Il revisite les approches dites traditionnelles (oppositionnelles, d'amour/haine ou axées sur l'interdépendance) et propose d'autres perspectives pour appréhender les nouvelles dynamiques suscitées notamment par la révolution numérique.

Ces transformations entraînent-elles de nouveaux rapports de force entre les acteurs de l'information et ceux qui orchestrent la communication? Quelles sont les influences des médias sociaux sur ces acteurs et leurs interactions? Les professions des relations publiques sont-elles toujours aussi distinctes?

Entretiens avec les acteurs, analyses de corpus et enquêtes en ligne constituent quelques-unes des méthodes utilisées par les auteurs pour scruter les échanges et les particularités de différents contextes de travail au Canada, en Belgique, en France et en Italie.

Ce livre s'adresse aux chercheurs et aux étudiants en journalisme, en relations publiques et en science politique, de même qu'aux praticiens qui s'intéressent aux bouleversements que connaissent les professions de médiatisation de l'information.

NADÈGE BROUSTAU est titulaire de la Chaire de communication publique de l'Université libre de Bruxelles et professeure à cette même université ainsi qu'à l'Université du Québec à Montréal (UQAM). Elle est membre du Centre de recherche sur l'information et la communication (ReSIC), du Groupe de recherche sur les mutations du journalisme, de la Chaire de relations publiques et communication marketing et directrice adjointe du Laboratoire d'analyse de presse Caisse Chartier. Ses recherches portent sur les rapports entre communicants et journalistes, les représentations médiatiques et l'argumentation.

CHANTAL FRANCOEUR est professeure de journalisme à l'École des médias de l'UQAM. Elle est membre du Centre de recherche interuniversitaire sur la communication, l'information et la société (CRICIS). Ses recherches portent sur les liens entre les journalistes et les relationnistes, la convergence et les nouveaux formats journalistiques. Elle a œuvré pendant près de 20 ans comme journaliste à Radio-Canada, le radiodiffuseur public canadien.

COLLABORATEURS

Isabelle BÉDARD-BRÛLÉ
Aimé-Jules BIZIMANA
Nadège BROUSTAU

Chantal FRANCOEUR
Isabelle PAILLIART
Chloë SALLES

Laurie SCHMITT
Chiara VALENTINI
Lara VAN DIEVOET

