

**MASTER MÉTIERS DE L'ÉDUCATION, DE L'ENSEIGNEMENT
ET DE LA FORMATION**

Mention	Parcours
Pratiques et Ingénierie de Formation	Éducation aux médias et à l'information

MÉMOIRE

**Les effets de la concentration économique des médias
d'information sur la confiance : Regards d'enseignant.e.s**

Émeline Hénique

Directeur de mémoire
Franck Bousquet , Maître de conférences (HDR) en Sciences de l'information et de la communication, Université Paul Sabatier – Toulouse 3.
Membres du jury de soutenance :
Franck Bousquet , Maître de conférences (HDR) en Sciences de l'information et de la communication, Université Paul Sabatier – Toulouse 3.
Nicole Boubée , Maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication, INSPE Toulouse Midi-Pyrénées, Université Jean Jaurès - Toulouse 2.
Soutenu le 23/09/2020

Année universitaire 2019-2020

Mémoire

Sous la direction de Franck Bousquet,

**Les effets de la concentration économique
des médias d'information sur la confiance :
Regards d'enseignant.e.s**

REMERCIEMENTS

Je souhaite, dans un premier temps, remercier mon directeur de mémoire, Monsieur Franck Bousquet, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université Paul Sabatier – Toulouse 3, pour sa disponibilité et ses précieux conseils qui ont nourri et enrichi ma réflexion tout au long des travaux.

Mes remerciements s'adressent également à Madame Nicole Boubée, Maître de conférence en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Jean Jaurès – Toulouse 2, pour son accompagnement rigoureux et pour les éclairages et les échanges constructifs distillés tout au long de cette année de Master.

Un immense merci à l'ensemble des enseignantes et enseignants qui, malgré les circonstances exceptionnelles du printemps dernier, ont accepté, avec enthousiasme, de participer à cette enquête ainsi qu'à mes camarades de promotion qui ont fait de ce challenge un peu fou une belle aventure humaine.

Pour finir, je veux également dire ma gratitude à toutes celles et tous ceux, famille, ami.e.s et collègues, qui m'ont encouragée et soutenue sans relâche dans la réalisation de ce projet. Et je conclurai sur un merci tout particulier adressé à mes trois super-héroïnes du quotidien : ma maman, Marine et Sandrine.

RÉSUMÉ

La dernière décennie a marqué un fléchissement de la confiance accordée par l'opinion publique aux médias d'information d'actualité. En parallèle, la révolution numérique et la globalisation des échanges, particulièrement économiques et financiers, ont profondément modifié les structures organisationnelles des entreprises de presse. Si les deux thématiques ont été inégalement traitées dans la littérature scientifique, il existe peu de travaux qui se proposent de questionner de façon croisée les conditions d'attribution de la confiance et les effets de la concentration économique des médias. Cette recherche s'est donnée pour visée d'explorer la potentielle existence de corrélations entre ces deux objets. Inscrite dans une démarche qualitative, l'étude repose sur des entretiens semi-directifs réalisés auprès de dix enseignantes et enseignants. L'hybridation d'analyses transversale et longitudinale a permis de faire émerger l'existence de trois catégories de liens caractéristiques. L'examen des discours a en effet révélé que, malgré une conscientisation manifeste des effets occasionnés par la concentration économique croissante des médias d'information d'actualité sur les contenus d'information, les effets sur la structuration de la confiance se révélaient disparates.

Mots-clefs : Concentration économique, confiance, pratiques informationnelles, médias, classes supérieures, positionnement politique.

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	6
PARTIE 1 : ETAT DE LA QUESTION	9
1.1 CONCENTRATION DES MEDIAS : ORIGINES, EVOLUTIONS ET EFFETS	10
1.1.1. <i>De la globalisation à la restructuration du marché informationnel</i>	10
1.1.2. <i>Une accélération du phénomène depuis les années 2000</i>	12
1.1.3. <i>Effets sur les contenus et le pluralisme</i>	13
1.2 LA CONFIANCE DANS TOUS SES ETATS	15
1.2.1. <i>Définir la confiance : une entreprise délicate</i>	15
1.2.2. <i>Confiance et information : une relation équivoque</i>	17
1.2.3. <i>État des lieux d'une confiance à la dérive</i>	19
1.3 UNE ECOLOGIE DES PRATIQUES INFORMATIONNELLES EN MUTATION	21
1.3.1. <i>Réception et usages de l'actualité</i>	21
1.3.2. <i>Des appropriations différenciées</i>	22
1.3.3. <i>Le cas des catégories sociales supérieures</i>	24
PARTIE 2 : METHODOLOGIE	26
2.1. METHODES QUALITATIVES : CADRE CONCEPTUEL ET REFLEXION CRITIQUE	26
2.1.1. <i>Définition et objectifs</i>	26
2.1.2. <i>Intérêts de l'approche qualitative</i>	26
2.1.3. <i>Limites de l'approche qualitative</i>	27
2.2. CHOIX DE LA METHODE QUALITATIVE : JUSTIFICATIONS ET MODALITES	28
2.2.1. <i>Une démarche adaptée à l'objet de recherche</i>	28
2.2.2. <i>Les entretiens comme dispositif de collecte des données</i>	29
2.2.3. <i>Caractéristiques et recrutement de l'échantillon</i>	30
2.2.4. <i>L'élaboration du guide d'entretien</i>	31
2.2.5. <i>Le déroulement des entretiens</i>	32
2.3. UN TRAITEMENT THEMATIQUE DES DONNEES	33
2.3.1. <i>La préparation du matériel</i>	34
2.3.2. <i>Tableau synoptique des personnes enquêtées</i>	35
PARTIE 3 : PRESENTATION DES RESULTATS	37
3.1. L'ANALYSE THEMATIQUE TRANSVERSALE DES DONNEES	37
3.1.1. <i>Caractéristiques et modalités des pratiques informationnelles</i>	37
3.1.2. <i>Économie des médias : connaissance des structures et des effets</i>	42

3.1.3.	<i>Évaluation et fondements de la confiance</i>	44
3.1.4.	<i>Synthèse de l'analyse transversale</i>	48
3.2.	L'ANALYSE THEMATIQUE LONGITUDINALE DES DONNEES	50
3.2.1.	<i>Portraits des enquêtés</i>	50
3.2.2.	<i>Des effets connus mais sensiblement limités sur la confiance</i>	58
3.2.3.	<i>Une confiance calculée et des effets en filigrane</i>	60
3.2.4.	<i>Une confiance conditionnée par une conscientisation forte des effets</i>	62
PARTIE 4 : DISCUSSION		65
4.1.	INTERPRETATIONS DES RESULTATS A LA LUMIERE DE LA RECHERCHE	65
4.1.1.	<i>Une forte sensibilité aux hiérarchies informationnelles</i>	65
4.1.2.	<i>Une conscientisation partagée du phénomène de concentration des médias</i>	67
4.1.3.	<i>Une percolation inégale des effets de la concentration sur la confiance</i>	68
4.1.4.	<i>Une confiance politiquement polarisée</i>	70
4.2.	LIMITES METHODOLOGIQUES.....	70
4.3.	IMPLICATIONS PROFESSIONNELLES	71
CONCLUSION		73
BIBLIOGRAPHIE		75
ANNEXES		78

INTRODUCTION

« *Il faut sauver les médias* » réclamait, en 2015, l'économiste Julia Cagé dans les pages de l'hebdomadaire *Les Inrocks*¹, faisant ainsi référence à la crise traversée par les entreprises de presse et plus particulièrement à une statistique révélatrice : en France, moins d'un individu sur quatre accordait alors de la crédibilité aux médias d'information. Depuis, la fracture s'est accentuée. Le sondage élaboré chaque année par le quotidien *La Croix* et l'institut *Kantar* comme le rapport annuel proposé par le département spécialisé dans les questions liées au journalisme de l'agence *Reuters* traduisaient l'un et l'autre un effondrement constant de la confiance pour atteindre, en 2020, un taux de 23%² en France, le plus bas des pays européens. Une situation qui soulève questionnements et inquiétudes et fait écho au vœu de Cagé.

Pour sauver les médias, il apparaît donc nécessaire de restaurer cette confiance. Et pour y parvenir, indispensable d'éclairer les racines à partir desquelles s'est bâtie la rupture entre l'information et son public. Sociologues et économistes se sont attelés à la tâche ces dernières années. Ils et elles ont ainsi exploré les critiques adressées aux journalistes et aux contenus d'information. En 2007, déjà, Jean-Marie Charon évoquait un « *malentendu* » entre la presse et son public alors que, quelques années plus tôt, Cyril Lemieux dans son ouvrage *Mauvaise presse* (2000) dressait une liste des principales « *accusations* » formulées par les usagers des médias d'information. En parallèle, la crise traversée par les médias s'est traduite, et se traduit toujours, à travers sa dimension économique. La révolution numérique et la mondialisation des échanges marchands et non marchands ont bouleversé le paysage et les structures organisationnelles du secteur favorisant l'émergence de grands groupes. La question de la concentration des médias et de ses effets, si elle est apparue tardivement dans les travaux de la recherche, fait désormais l'objet d'une vive attention et de débats nourris et les économistes des médias, à l'instar de Nathalie Sonnac ou de Nadine Toussaint-Desmoulins font état de préoccupations relatives à l'indépendance de l'information lorsqu'elle est produite par des entreprises détenues par des capitaux privés. Ébranlés, les médias d'information sont donc confrontés à une double problématique. Et une partie de la solution réside sans doute dans les liens qu'ils entretiennent avec leur public.

¹ <https://www.lesinrocks.com/2015/02/06/web/actualite/julia-cage-il-faut-sauver-les-medias-et-se-battre-pour-ce-bien-public/>

² https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf

Pourtant, si la recherche a exploré les pratiques médiatiques et les usages qui sont faits de l'actualité, peu de travaux ont pour objet l'étude des effets de la concentration économique des médias sur la confiance de l'opinion. Seul le rapport établi par l'*Institut Reuters* offre quelques données de nature qualitative permettant d'éclairer les relations entre adhésion aux contenus d'actualité et perception de l'indépendance des journalistes à l'endroit des pouvoirs politiques et financiers. Aussi, par ce travail de recherche, nous allons chercher à mettre au jour les corrélations qui pourraient exister entre la concentration des médias et la structuration de la confiance.

Il s'agit donc, à partir d'une enquête empirique fondée sur des entretiens, de mesurer la connaissance d'un échantillon - ici constitué d'enseignantes et d'enseignants - en matière d'économie des médias et de saisir d'éventuelles retombées sur l'attribution de la confiance pour tenter de répondre aux sous-questions en lien avec l'objet de recherche : le déclin de confiance a-t-il un lien avec la concentration économique croissante des médias ? Quelle conscience a le public de ce phénomène et de ses conséquences sur les contenus d'actualité ? Produit-il des effets sur la structuration de la confiance et sur les pratiques informationnelles ?

Dans cette perspective, une revue de la littérature traitant des différentes thématiques abordées s'impose et doit permettre de dessiner le cadre dans lequel va se positionner notre recherche. Nous évoquerons donc les travaux consacrés à l'économie des médias et plus spécifiquement ceux qui concernent leur concentration et les effets qu'on lui attribue. Il s'agira également d'approcher une définition de la confiance et d'exposer dans quelles conditions elle se structure lorsqu'il s'agit de l'attribuer aux supports d'information d'actualité. Puis, nous ne pourrons nous soustraire à esquisser un tableau des pratiques informationnelles, c'est-à-dire les « *procédures, les manières de faire sur et avec l'information (recherche, évaluation, exploitation, traitement, stockage, diffusion) permettant à une activité [...] de se dérouler* » (Gardiès, Fabre et Couzinet, 2010). Ce dernier point permettra de mesurer dans quel environnement s'expriment les discours que nous allons collecter.

Pour tenter d'éclairer les effets de la concentration économique des médias sur la confiance d'un public enseignant, nous avons opté pour une démarche qualitative. Cette approche nous permettra, de par ses caractéristiques qui favorisent l'exploration, d'aborder l'ensemble des questionnements en lien avec notre problématique. Les détails de la méthode adoptée et ses limites seront détaillés dans la deuxième partie de cette étude. Puis, nous

opérerons, dans une troisième partie, une analyse thématique transversale et longitudinale du matériau. Cette double lecture nous semble favoriser l'identification de catégories saillantes permettant, dans la communication des résultats, de proposer des profils-types. Enfin, dans une quatrième et dernière partie, nous confronterons nos résultats aux acquis de la recherche et tenterons d'apporter des réponses aux questionnements que nous avons soulevés.

PARTIE 1 : ETAT DE LA QUESTION

La rupture de confiance entre publics et médias d'information d'actualité est manifeste. En attestent les résultats annuels proposés par le baromètre *Kantar-La Croix* qui, en janvier 2019, relevait que la crédibilité accordée aux médias – quel que soit le support – était au plus bas depuis 2015³. *"Le fond de carte est qu'une personne sur deux pense que les choses ne se sont pas passées comme les médias l'ont raconté* », analysait à la suite de la publication du rapport le sociologue des médias Jean-Marie Charon⁴. Un constat inquiétant qui soulève nombre de questionnements quant aux racines de cette fracture entre l'information et son public.

Pour Jean-Marie Charon, le cœur de cette défiance se fonde sur un malentendu lié aux attentes du public à l'endroit de l'information d'actualité dont il exige une qualité « *zéro défaut* » (2007). Or, à ce défaut qualitatif, les professionnels de l'information objectent leurs conditions d'exercice dépendantes des moyens matériels, des contraintes économiques et de l'urgence liée à la concurrence. C'est justement aux liens entre structures économiques des entreprises de presse et confiance que veut s'attacher notre recherche. Il ne s'agit donc pas d'interroger l'ensemble des critiques formulées par le public à l'endroit des médias d'actualité mais de concentrer l'étude sur les rapports entre la concentration du secteur, la représentation consciente ou inconsciente qui est faite de ce modèle par le public et les conséquences de cette représentation sur le degré de confiance.

Il conviendra donc, dans le cadre de l'état de la question, de dresser un panorama des recherches en lien, dans un premier temps, avec l'historicité et les mécanismes de construction du modèle dominant des entreprises de presse et ceux de l'intensification de la concentration de médias en s'appuyant sur les travaux d'économistes des médias (Sonnac, Gabszewicz ; 2013. Toussaint-Desmoulins ; 2015). Puis, dans un deuxième temps, de définir la notion de confiance à travers les recherches de Louis Quéré et Éloi Laurent, particulièrement en ce qui concerne les conditions qui influencent l'attribution de la confiance à l'endroit des contenus d'information d'actualité sans omettre, dans un troisième temps, de s'intéresser à l'écologie des pratiques

³https://cdn.radiofrance.fr/s3/cruiser-production/2019/01/f0121ac0-7202-4d08-8be3-8075d5dd8df0/838_sans_titre.webp

⁴<https://www.franceculture.fr/medias/les-francais-et-les-medias-entre-confiance-et-defiance-depuis-trente-ans>

médiatiques et plus spécifiquement à celles qui caractérisent les catégories sociales supérieures auxquelles appartient le public étudié dans notre recherche.

1.1 Concentration des médias : origines, évolutions et effets

Si aujourd'hui, la dépendance des médias d'information d'actualité aux décisions et aux stratégies des champs de l'économie et de la finance est un fait reconnu (Miège, 2014), la recherche a tardé à s'intéresser à l'information médiatique sous son jour économique, la considérant davantage comme une « donnée » (Mayère, 1990) que comme une marchandise. A ce premier constat s'ajoutent des obstacles évoqués par Nadine Toussaint-Desmoulin dans *L'économie des médias* (2015) : la vision que l'information jouit d'une forme de noblesse qui la dispense de toute considération mercantile, qu'elle ne revêt d'intérêt que dans l'étude de son contenu et que, s'il existe bien un marché de l'information, son activité n'est pas suffisamment importante pour qu'on lui consacre des questionnements véritablement économiques.

Toutefois, ce déni de la dimension économique de l'information s'est dissout à la fin des années 1970. Stimulée par les débats organisés dans le cadre des discussions portées par l'UNESCO à l'occasion du Nouvel ordre mondial de l'information et de la communication (NOMIC), la recherche en sciences économiques s'est finalement davantage occupée du secteur des médias et de la communication. Néanmoins, l'étude de ses dimensions sociale, culturelle et politique a longtemps été placée au second plan à l'avantage des regards purement économiques ou techniques et l'hybridation des champs disciplinaires a mis du temps avant de s'imposer dans les travaux sur les industries de contenus.

Cependant, le rôle démocratique de l'information et l'influence jouée par les puissances économiques et financières ont finalement levé timidement ces frontières et soulevé des questionnements quant aux effets occasionnés par le modèle dominant d'entreprises de presse sur l'indépendance et la pluralité des contenus d'actualité.

1.1.1. De la globalisation à la restructuration du marché informationnel

Pour répondre à ces problématiques, les économistes des médias ont questionné la nature des produits informationnels et l'organisation du marché dont ils dépendent. Cet examen a permis d'identifier les similitudes et les singularités des mécanismes qui régissent

l'industrie médiatique. Ainsi, l'économiste Nathalie Sonnac (2006) désigne le marché de l'information comme « *une industrie à part entière et entièrement à part* ».

En effet, la révolution numérique et la globalisation des échanges économiques et culturels a engendré un décloisonnement des structures de marché. Ainsi, avant la libéralisation de l'Internet, les biens du divertissement, de la culture, de l'information appartenaient à des marchés distincts. L'arrivée des TIC a provoqué une forme de fusion entre les contenants et les contenus, quelle que soit leur nature et alors même que les biens informationnels se distinguent partiellement des autres biens de consommation. Nadine Toussaint-Desmoulins précise ce propos :

« L'industrie des médias suit une démarche comparable à celle d'autres activités économiques, il n'en demeure pas moins que la nature particulière des produits qu'elle diffuse lui confère une spécificité propre et entraîne des effets qui se répercutent sur tout le processus de production et de distribution ainsi que sur la structure du marché des médias » (2015 ; p. 1).

L'information est donc un produit qui répond aux conditions des sciences économiques : c'est-à-dire que sa production exige de la matière première, du travail et du capital. Mais elle revêt également une nature particulière attachée à des caractéristiques propres. Sa non-rivalité (la consommation d'un bien ne diminue pas sa quantité disponible), sa nature expérimentale (il faut consommer l'information pour évaluer sa qualité) et son caractère périssable (propre au renouvellement de l'actualité) induisent des coûts de production élevés qui nécessitent donc des investissements conséquents et incitent donc à regrouper la production des biens pour profiter d'économies d'échelle.

De cette spécificité résulte une composition hybride des produits médiatiques qui combine l'information et la publicité attachées chacune à un marché propre. Le premier marché met en relation les entreprises de presse et les consommateurs d'informations, le second les entreprises de presse et les annonceurs. Les médias sont ainsi contraints de proposer deux offres hétérogènes, voire discordantes. En effet, cette structure biface du marché médiatique se traduit par un double financement du secteur dont les ressources proviennent d'une part de l'achat de contenus par les consommateurs, d'autre part de la

vente d'espace publicitaires aux annonceurs et placent les entreprises de presse dans une position d'équilibriste face à cette double demande.

En parallèle de ces mécanismes micro-économiques, la capitalisation grandissante et la quasi absence de régulation financière du secteur des médias a permis à des industriels de la téléphonie, de l'énergie ou de l'armement d'investir massivement. Cette architecture distinctive du modèle d'affaire des entreprises de presse associée à un glissement, depuis le début des années 2000, du secteur de la publicité vers le « *hors-média* » est à l'origine d'un processus intensif de concentration de l'activité économique informationnelle.

1.1.2. Une accélération du phénomène depuis les années 2000

Notons, avant de développer, ce point que les phénomènes d'industrialisation et de concentration des médias ne datent pas d'hier. Comme l'explique Meier (2005), dès le XIX^{ème} siècle, des grandes maisons d'édition, et même l'État, adoptaient ou encourageaient déjà la monopolisation dans le but de servir leurs intérêts économiques ou politiques. L'argument invoqué aujourd'hui pour justifier l'accélération que connaît le phénomène de concentration des industries de contenus d'actualités s'appuie sur la nécessité de réduire les coûts de production afin de garantir une plus grande efficacité économique du secteur. Deux événements ont favorisé l'intensification du processus. En France, la déréglementation progressive du secteur, c'est-à-dire le retrait de l'intervention de l'État dans les domaines liés aux médias, orchestrée par les lois de 1982⁵ et 1986⁶, a encouragé l'entrée de nouveaux acteurs privés. L'objectif affiché était d'une part de limiter le sentiment d'une information tenue par le pouvoir politique et d'autre part de permettre aux entreprises de presse de faire face à une concurrence croissante opérée par l'expansion du média audiovisuel puis par l'émergence d'Internet pour garantir une pluralité de supports. Les évolutions des TIC ont en effet, d'une part, fragmenté l'offre et ainsi dispersé la répartition du marché publicitaire et, d'autre part, contraint à une coopération entre les entreprises de télécommunications et les entreprises de contenus. De plus, les changements sociétaux ont vu la presse écrite perdre de sa superbe et ses lecteurs modifier leurs modes de consommation pour se tourner vers de nouveaux supports.

⁵ La loi du 29 juillet 1982 met fin au monopole audiovisuel de l'État.

⁶ La loi du 30 septembre 1986, dite « loi sur la liberté de communication » entérine la création de la chaîne privée TF1.

L'ensemble de ces variables a profondément transformé les structures traditionnelles et a bouleversé les modèles économiques. La mondialisation s'est accompagnée d'une mise en concurrence grandissante entre les différentes entreprises de presse et les nouvelles plateformes impliquant un besoin croissant de financiarisation. C'est dans ce contexte que la concentration des médias s'est accélérée depuis les années 2000 avec l'émergence, en France et dans la plupart des pays industrialisés, de grands groupes de presse devenus propriété d'oligopoles composés d'un petit nombre d'actionnaires privés⁷. Le projet *Qui possède les médias ?* (2017) coordonné, au sein du laboratoire interdisciplinaire de SciencePo, par l'économiste Julia Cagé et le sociologue Olivier Godechot met en évidence la « *grande complexité et le manque de transparence de l'actionnariat des médias en France et en Espagne* ». Les résultats de cette recherche précisent que s'il est très difficile d'identifier de façon claire les réels propriétaires des entreprises de presse, en France, plus de 80% d'entre elles appartiennent au secteur privé dont 51% à la branche des finances et de l'assurance. Une situation qui interpelle et soulève nombre de questionnements et d'inquiétudes tant chez les scientifiques que dans l'opinion publique.

1.1.3. Effets sur les contenus et le pluralisme

Les enjeux liés aux effets de la concentration des médias sur le pluralisme et l'indépendance de l'information sont l'objet de débats animés. Dès les lendemains de la Seconde guerre mondiale, le Conseil National de la Résistance, dans son programme *Les jours heureux* adopté en 1944 et particulièrement par l'ordonnance du 26 août consacrée à la liberté de la presse reflétait déjà les inquiétudes liées à l'indépendance de l'information :

« Art. 1. La presse n'est pas un instrument de profit commercial, mais un instrument de culture ; sa mission est de donner des informations exactes, de défendre des idées, de servir la cause du progrès humain. »

Art. 2. La presse ne peut remplir sa mission que dans la liberté et par la liberté.

Art. 3. La presse est libre quand elle ne dépend ni de la puissance gouvernementale ni des puissances d'argent mais de la seule conscience des journalistes et des lecteurs. »

L'objectif du CNR était donc de réguler la structuration économique des médias pour garantir que la presse puisse tenir son rôle démocratique en proposant des contenus pluriels et

⁷ En 2019, Le Monde Diplomatique proposait un graphique synthétique intitulé « Médias français, qui possède quoi ? ». <https://www.monde-diplomatique.fr/IMG/png/ppav14-1.png>

indépendants. Les discussions actuelles ayant trait aux effets de la concentration reposent sur les mêmes questionnements et s'appuient sur des constats inquiétants. Malgré tout, on observe une certaine indigence de la recherche à s'approprier véritablement le sujet. Quelques économistes des médias s'en sont néanmoins emparés. En France, Nathalie Sonnac (2006) affiche son inquiétude à l'égard de cette remise en question du pluralisme et des effets de ce phénomène sur le bon déroulement démocratique. Elle prend l'exemple des titres de presse d'information politique et s'appuie sur les travaux du politologue américain Ben Bagdikian, qui dans *The Media Monopoly* (2000) précisait que la généralisation de la publicité dans les médias incitait les éditeurs à proposer des contenus de plus en plus neutres pour séduire le plus grand nombre de lecteurs et tendaient ainsi à communiquer l'idéologie dominante. Des observations déjà identifiées en 1952 par l'économiste américain Peter Steiner, l'un des premiers à s'intéresser aux liens entre financement et diversité des contenus, et qui démontrait que la dépendance à la publicité, dans un marché concurrentiel, tendait vers une uniformisation des contenus. A l'inverse, un marché monopolistique permettrait, lui, de proposer des programmes ou des contenus plus variés. Ainsi, la constitution d'oligopoles via la concentration garantirait une plus grande diversité. Si d'un point de vue purement économique, ce constat semble se vérifier, des travaux démontrent que variété ne rime pas avec pluralité et diversité.

Avant de développer ce point, il est indispensable d'en définir les termes. Dans *L'approche du pluralisme de l'information en France et la recherche internationale sur la media diversity* (2013), Franck Rebillard et Marlène Loicq précisent ce qui distingue, en France, le pluralisme de la diversité : « *Le premier renverrait à la pluralité des idées au nom de la liberté d'expression, alors que le second concernerait la représentation de la diversité de la société au nom de l'égalité. Le premier toucherait l'imaginaire d'une pluralité citoyenne, le second, d'une pluralité culturelle* » (p.4).

Les auteurs comparent la différenciation de conception de ces notions avec celle adoptée dans les pays anglo-saxons, où pluralisme et diversité sont souvent interchangeables et font référence « *à un état d'hétérogénéité médiatique, révélatrice d'une hétérogénéité culturelle plus assumée* » (p.5). Si la définition des concepts diffère, les inquiétudes que soulèvent la concentration des médias à l'égard de la diversité et du pluralisme convergent.

Dans un tableau synthétique, Meier Werner (2005 ; p. 34) expose les conséquences possibles de la concentration économique sur les contenus et les risques d'uniformisation

consécutifs aux coopérations rédactionnelles qui réduisent les coûts de production. Une situation qui tendrait également à limiter le pluralisme des opinions, la diversité des représentations et donc l'indépendance des médias d'actualités pour ne communiquer que des informations véhiculant une « *pensée dominante* » destinée à servir et à préserver les intérêts des propriétaires de grands groupes de presse. Pour Meier Werner, « *la concentration de la propriété ne constitue pas seulement une dérive économique, mais aussi un problème fondamental pour la démocratie parce que le pouvoir économique peut être transformé en pouvoir politique, mais aussi en pouvoir d'opinion, et qu'il menace le fonctionnement de la démocratie* » (2005 ; p.7). La perte d'indépendance de la presse et des médias d'information ébranlerait donc le jeu de la démocratie et elle s'accompagne, en parallèle, depuis quelques années, d'un déclin de la confiance institutionnelle et informationnelle.

1.2 La confiance dans tous ses états

Les travaux traitant des effets de la concentration des médias sur le pluralisme, la diversité et l'indépendance des contenus se sont intensifiés ces dernières années. Néanmoins, la recherche s'est peu penchée sur les possibles conséquences de ces effets sur la réception et l'orientation des choix informationnels des individus. Pour tenter d'éclairer ces questionnements, il apparaît nécessaire de définir le concept de confiance pour identifier ce qui caractérise son attribution à l'endroit de l'information d'actualité et d'établir un état des lieux de cette confiance en se fondant sur les récentes études quantitatives.

1.2.1. Définir la confiance : une entreprise délicate

Avant de questionner les relations qui unissent confiance et information d'actualité, on ne peut faire l'impasse sur la définition du concept de confiance. D'autant que définir la confiance se révèle, au regard de la dense littérature qui lui est consacrée, être une tâche bien ardue. La confiance revêt en effet un caractère polysémique que nous ne pourrions traiter de manière exhaustive mais qui exige toutefois qu'on en expose brièvement, et humblement, les différentes approches théoriques.

Dans *La confiance dans tous ses états* (2007), le psychologue Éric Simon expose les différentes perceptions de la confiance. Il évoque ainsi trois approches distinctes : celle des théoriciens de la personnalité qui définissent la confiance comme « *une croyance, une attente ou un sentiment profondément enraciné dans la personnalité et puisant ses sources dans le*

développement psychologique de l'individu », celle des psychosociologues qui lui attribuent une fonction liée au « *consentement d'un tiers qui s'engage dans une transaction* » et celle des sociologues qui l'associe à la compréhension du lien social et à « *un phénomène inter et intra-institutionnel* ». Selon le point de vue que l'on adopte, les caractéristiques de la confiance diffèrent et lui attribuer une définition générique apparaît inatteignable. Le concept apparaît donc comme fuyant d'autant que, comme l'explique le sociologue français Louis Quéré (2001), « *il n'y a pas nécessairement confiance chaque fois que l'on se fie à quelque chose* ».

L'attribution de la confiance dépend en effet de toute une série d'éléments mouvants, instables, mobiles liés aux contextes dans lequel elle s'opère et au but qu'elle poursuit. Malgré cette intrication, il nous semble toutefois que l'économiste Éloi Laurent, dans son ouvrage *L'Économie de la confiance* (2019 ; p.15), propose une définition intéressante du concept de confiance :

« *La confiance est une espérance de fiabilité dans les conduites humaines, qui suppose un rapport à un autre être humain (rapport qui peut être médiatisé par une norme collective éventuellement incarnée dans une institution, auquel cas la confiance repose sur le respect de cette norme), dans le cadre d'une situation incertaine (qui inclut la possibilité de voir la confiance accordée trahie, celui qui prend ce risque se plaçant en position de vulnérabilité), dans un but et un contexte précis (on ne peut faire confiance à tous, à tout propos et à tout moment), cette espérance de fiabilité étant le fruit d'une volonté individuelle (accorder sa confiance est un choix personnel, même s'il est souvent influencé par un contexte social).* »

Faire confiance revient donc à déléguer à un tiers, directement ou via un intermédiaire, une action ou l'obtention de réponses à des questionnements en ayant conscience des risques qui accompagne cet engagement. De fait, repose sur la confiance une responsabilité supérieure puisqu'elle incarne, selon Quéré, un rôle de « *mécanisme social essentiel sans lequel nous ne pourrions ni agir, ni interagir* » (2001 ; p.1). Pour conclure ce bref panorama théorique, il semble nécessaire de préciser que la confiance s'opère lorsque se présente une situation où la connaissance fait défaut. Ainsi, comme l'indique le sociologue britannique Anthony Giddens : « *La première situation exigeant un besoin de confiance n'est pas l'absence de pouvoir, mais l'insuffisance d'information* » (1994). Cette nécessité de s'en remettre à autrui dans un cadre régit par le jeu du bénéfice-risque dans le but d'acquérir les connaissances qui font défaut exige

désormais de questionner les dispositifs sur lesquels se fondent la relation de confiance entre usagers et médias d'actualités.

1.2.2. Confiance et information : une relation équivoque

La confiance et les médias d'informations ont ça de commun qu'ils incarnent l'une et l'autre un rôle essentiel dans la vitalité et le bon fonctionnement de la démocratie. Aussi est-il nécessaire d'identifier ce qui conditionne l'attribution de la confiance aux médias d'informations d'actualité. Cette relation ne revêt pas un caractère interpersonnel puisqu'elle associe un individu et une organisation. Comme l'explique Louis Quéré, les institutions et organisations auxquelles sont déléguée la confiance jouent alors le rôle de « *dispositif de confiance* » qui effectuent, à notre place, l'ensemble des démarches de contrôle et de vérifications. Toutefois, pour que ces dispositifs remplissent leur mission, il est évidemment nécessaire qu'ils inspirent eux-aussi la confiance et donc qu'ils jouissent d'une crédibilité, d'une autorité suffisante. Ainsi, si un dispositif de confiance fait l'objet de critique, il ne répond plus aux normes nécessaires à l'instauration de la confiance.

« Or qui dit critique dit suspension de la délégation, report de l'adhésion, vérification de l'information, examen des prétentions à la validité des normes, des institutions et des décisions. La critique implique une forme de contrôle, et le contrôle semble antinomique de la confiance » (Quéré, 2005, p.5).

Toujours selon Louis Quéré, les médias, qui sont un dispositif de confiance, ne peuvent donc remplir leur rôle dans les démocraties modernes que s'ils bénéficient de la confiance du public. Et le sociologue français de s'interroger sur cette relation : *« Il n'est pas sûr qu'ils continuent (les médias) à jouer ce rôle de dispositifs de confiance dans la société de l'information qui se développe, tant leur crédit est atteint, ni que les diverses initiatives compensatrices qui y sont prises pour accroître la transparence des institutions soient des facteurs de confiance »*. Ce constat, le chercheur l'impute aux bouleversements structurels et à la diversité des caractéristiques économiques que connaissent les entreprises de presse : *« Les médias actuels sont des organisations mixtes, marchandes et non marchandes. Ils ne poursuivent pas de buts univoques : ils informent, éduquent, divertissent, etc., tout en essayant de gagner de l'argent. Il est difficile de savoir quel rôle ils privilégient. Les conditions de la confiance ne sont évidemment pas les mêmes pour ces différents rôles »*. La nature des

organisation (marchandes, non marchandes) et l'opacité des buts recherchés par les médias d'information impliquent donc une incertitude quant à leur crédibilité.

Dans son livre *Les médias en France* (2014), le sociologue français Jean-Marie Charon consacre un chapitre au débat sur la crédibilité des médias longtemps ignoré au profit des questions relatives à la liberté et à la pluralité de la presse. Il retrace ainsi différents épisodes marquants du travail journalistique des années 80 à nos jours desquels se sont nourries les critiques à l'égard des médias d'information. Des critiques soulevées et entretenues par le public, par les acteurs de la vie politique mais aussi par des chercheurs émérites comme Pierre Bourdieu. Charon précise que la recherche française propose peu d'études qualitatives sur la confiance du public à l'égard des médias d'information. Toutefois, l'analyse des données quantitatives proposées depuis 1987 par le baromètre annuel *TNS-SOFRES* (désormais *Kantar*) et le quotidien *La Croix* permet à l'auteur de mettre en lumière plusieurs caractéristiques de cette crise de confiance : les effets conjoncturels qui – en période de conflits, de mouvements sociaux – tendraient à renforcer la perplexité des récepteurs sur les contenus, l'âge des publics (plus forte défiance entre 35 et 64 ans) et surtout le doute largement partagé par les sujets interrogés quant à la véracité des faits transmis.

Ce doute se fonde sur quatre tendances principales : le manque de compétence des journalistes, les atteintes à la vie privée, la recherche du sensationnalisme et le refus des professionnels de l'information à rendre des comptes sur leurs pratiques. Pour expliciter ces perceptions du public, l'auteur invoque les attentes des consommateurs qui exigeraient que, comme pour tout autre produit marchand, l'information fournisse une qualité de contenu « *zéro défaut* ». Dans le chapitre III de son ouvrage intitulé *Mauvaise presse* (2000), Cyril Lemieux dresse un panorama des critiques formulées à l'égard des journalistes et donc des contenus d'actualité : collusion, manipulation, tromperie, voyeurisme, partialité, superficialité. La liste est longue et permet d'appréhender la relation complexe qui s'opère entre confiance et médias d'information. Une relation vraisemblablement fragilisée qui, selon Louis Quéré, s'explique également par une modification de la hiérarchisation de l'information et par le renoncement des médias à honorer leur devoir en respectant les normes déontologiques qui leur incombent :

« *L'absence d'indexation de la consommation des médias sur leur fiabilité manifeste sans doute aussi que l'on ne hiérarchise plus les organes d'information en fonction des garanties d'indépendance, à la fois économique et rédactionnelle, qu'ils offrent. Il fut (peut-être) un temps*

où la crédibilité des médias était proportionnelle à l'indépendance des journalistes et à leur respect d'un certain nombre de règles dans l'exercice de leur métier : autonomie par rapport aux sources, recoupement de l'information, séparation des faits et des commentaires, conservation de l'initiative, etc.⁴¹. Aujourd'hui les assurances qu'ils donnent – sur l'absence de subordination aux pouvoirs extérieurs et aux institutions du marché, ou de collusion avec les élites politiques et intellectuelles, sur l'absence de distorsions dans la mise en œuvre de l'objectivité et de l'impartialité, de la précision et de l'honnêteté, du tact et de la décence, sur l'imperméabilité à la pression des raisonnements et des impératifs marchands, sur l'indépendance par rapport aux services de communication dans tous les domaines, qui présentent une information déjà organisée – paraissent de moins en moins crédibles, et n'ont sans doute plus la même valeur que par le passé. [...] La perte de confiance dans les médias serait alors à la mesure de leur renoncement à se laisser obliger par les exigences impersonnelles de la vérité et de l'objectivité, ou éventuellement de leur prétention à faire de ces idées normatives des choses à leur disposition » (2005, p.48).

L'ensemble de ces réflexions expose les racines d'une rupture dans la relation de confiance qui s'opère entre le public et les médias d'information et elles font également écho aux résultats de plusieurs études quantitatives qui corroborent, depuis plusieurs années, une dégradation du lien de confiance entre usagers et contenus d'actualité.

1.2.3. État des lieux d'une confiance à la dérive

Le rapport établi par l'agence *Reuters* en 2020 est édifiant. La confiance que la population française accorde à ses médias d'information s'élève à 23%⁸, soit le plus faible taux européen enregistré pour la deuxième année consécutive. Les résultats ne se limitent pas à fournir des données statistiques. À partir d'un travail de catégorisation, ils explorent également les motifs sous-jacents sur lesquels se fondent le déclin de confiance des individus issus de neuf pays européens. Ainsi, les principales raisons sont liées à un sentiment majoritairement partagé (67%) d'instrumentalisation des médias par des personnes ou des organes de pouvoir qui serviraient leur propre intérêt.

⁸ https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf (p.70).

Par ailleurs, s'il est reproché à la télévision de traiter de façon trop expéditive les informations, elle est aussi considérée comme moins exposée à la manipulation puisqu'elle propose des images gages d'une forme de crédibilité. Les médias sociaux sont majoritairement jugés moins fiables (24%) que les autres supports, même si des personnes interrogées considèrent qu'ils proposent un plus large éventail de points de vue et une certaine authenticité. En France, les médias du service public trouvent davantage de crédit tandis que la chaîne d'information en continue *BFMTV* fait l'objet de la plus grande défiance. Le classement proposé par *Reuters* établi également que les titres régionaux ou locaux sont les plus crédibles. Le journal *Le Monde* est le quotidien national qui récolte le plus d'opinion positive.

L'enquête menée chaque année par le quotidien *La Croix* en collaboration avec l'institut *Kantar*⁹ confirme la tendance exposée par le rapport de *Reuters* concernant le déclin de confiance. L'étude, qui se concentre sur un échantillon de 1000 individus issus de la population française, révélait en 2019 que la confiance n'avait jamais été aussi faible quel que soit le support. Déclin observé de façon constante, à l'exception de l'année 2018, depuis 2015. Toutefois, les résultats de cette enquête quantitative annuelle apportent quelques nuances à ces constats. En effet, la hiérarchisation relative à la crédibilité des médias ne respecte pas le même ordre que celui exposé par *Reuters*. Selon *La Croix* et *Kantar*, les usagers français accordent davantage de crédit à la radio (50%), à la presse écrite (44%) puis à la télévision (38%) loin devant internet (25%). Le regard porté sur l'indépendance des journalistes dans l'exercice de leur métier est quant à lui fortement marqué par une augmentation de la défiance : 69% des personnes interrogées estiment que les professionnels de l'information ne résistent pas aux pressions politiques et 62% aux pressions de l'argent. Cette donnée fait l'objet d'une nette augmentation depuis 2015 (p.19). Malgré quelques nuances, les résultats des deux études évoquées se rejoignent. Le rapport de *Reuters* affirme même que « *les raisons du manque de confiance dans les médias sont remarquablement cohérentes d'un pays à l'autre* ».

Malgré l'intérêt des données fournies par les deux rapports cités et la richesse des explorations menées par l'Institut *Reuters* pour identifier les sources plurielles du déclin de confiance, la recherche nous semble peu questionner les liens qui s'opèrent entre construction de la confiance et natures des structures économiques. De la même façon, les effets de la

⁹<https://fr.kantar.com/m%C3%A9dias/digital/2019/barometre-2019-de-la-confiance-des-francais-dans-les-media/> (p.9).

concentration des médias sur la confiance et donc sur les orientations en matière de pratiques informationnelles ne font que peu l'objet d'étude.

Pour achever ce second point, notons que s'il apparaît évident que la confiance dans les médias semble se dégrader, il n'est, au regard de la difficulté que requiert sa perception, sa mesure et ses effets, pas aisé d'identifier la façon dont elle impacte potentiellement les choix des individus à l'endroit des supports et des contenus d'actualité alors, qu'au même titre que l'aspect économique, l'environnement informationnel se révèle être, lui aussi, en pleine mutation.

1.3 Une écologie des pratiques informationnelles en mutation

En parallèle des transformations du champ économique des médias, l'émergence du numérique et, avec lui, la multiplication de l'offre ainsi que les évolutions sociétales ont également profondément modifié l'environnement informationnel et les pratiques des publics. Ainsi, l'analyse de l'écologie des pratiques d'information d'actualité, c'est-à-dire l'étude des relations entre les individus et leur environnement informationnel, si elle est encore peu étudiée, permet d'appréhender les mécanismes qui amènent les individus à composer leur propre paysage informationnel. Elle questionne donc la réception des contenus et les usages que fait le public de ces contenus. Nombreuses sont les études et les enquêtes qui s'intéressent, et se sont intéressées à la question de la réception des messages médiatiques et à ses évolutions. En revanche, la recherche s'est beaucoup moins attachée à questionner la reconfiguration des pratiques et des usages de l'information¹⁰, c'est-à-dire la façon dont le numérique a modifié les modalités d'accès à l'information, la manière, aussi, dont les usagers la sélectionnent, la hiérarchisent. Il apparaît pourtant nécessaire, pour traiter la question des effets de la concentration sur la confiance, d'identifier les contours de ce nouvel écosystème informationnel.

1.3.1. Réception et usages de l'actualité

« On peut retracer l'évolution du statut du récepteur d'un message selon un scénario classique : celui d'une progressive émergence à la vie d'un "sujet-légume" », annonce Rodolphe

¹⁰ Des exceptions à ce constat, à l'image des travaux menés par Josiane Jouët et Rémy Rieffel restitués dans l'ouvrage de référence *S'informer à l'ère numérique* aux Presses universitaires de Rennes.

Ghiglione (1993). En effet, la place du récepteur dans le processus de communication a connu plusieurs développements depuis les premières études dédiées aux théories de la communication. De récepteur-réceptacle dans les années 1950 souvent réduit à son rôle de cible quantifiable, l'usager des médias d'information s'est progressivement vu attribuer une capacité d'agir dans le processus de décodage des messages. Ce changement de paradigme fait, dès les années 1970, glisser le récepteur d'un rôle passif à un rôle actif dans le traitement de l'information. Cet *empowerment*¹¹ implique donc que les destinataires de messages informationnels opèrent des choix dans le flux de contenus qui leur parvient et construisent ainsi des pratiques informationnelles en lien avec les usages qu'ils ont et qu'ils font de l'actualité.

Avec l'émergence du récepteur-actif, la recherche, après avoir interrogé « *ce que les médias font aux gens* » s'est donc davantage intéressée aux pratiques informationnelles des publics et donc à « *ce que les gens font des médias* ». Aux travaux précurseurs du sociologue Paul Lazarsfeld qui dans *Personnal influence* (1955), ouvrage co-écrit avec Elihu Katz, et du théoricien Michel de Certeau dans *L'invention du quotidien : Arts de faire* (1980) qui nuancent le pouvoir des médias sur le public, succèdent les courants des *Uses and gratifications* (Katz, 1974) et des *cultural studies* (Hoggard, 1964) qui imposent de plus en plus la question des usages aux sciences de l'information et de la communication et interrogent tant ses conditions de réception que le degré d'autonomie des publics à l'égard des effets des médias. Les débats sont riches et évoluent à mesure des mutations de l'environnement médiatiques dans la perspective d'identifier et de comprendre les modalités différenciées d'appropriation des contenus médiatiques et informationnels par les publics. De l'ensemble de ces travaux ressort que réception et usages sont conditionnés par une multiplicité de variables.

1.3.2. Des appropriations différenciées

Toutefois, si les études, surtout qualitatives, sur les usages des nouveaux outils numériques sont pléthores, celles qui s'intéressent à la réception de l'actualité sont plus rares. Dans *Penser les usages sociaux de l'actualité*, Fabien Granjon et Aurélien Le Foulgoc (2011)

¹¹ Dans les sciences humaines et sociales, et plus spécifiquement en SIC, la notion d'*empowerment* – d'origine nord-américaine – est définie comme étant un processus qui offre aux individus de prendre conscience de leur capacité d'agir et leur permet ainsi d'avoir de l'influence, du pouvoir sur leurs existences.

font état de ce même constat et précisent, au terme d'une synthèse théorique de la littérature anglo-saxonne étoffée, qu'il n'est pas aisé de saisir l'ensemble des facteurs explicatifs des pratiques informationnelles tant « *l'écosystème des expériences médiatiques est foncièrement hybride et les diverses composantes du milieu (culturelles, sociales, politiques et techno-symboliques) sont fortement intriquées* » (p.15). Il apparaît ainsi nécessaire pour les auteurs que la science s'intéresse davantage « *aux configurations médiatiques que convoquent* » les individus. La réalisation de ce vœu permettrait certainement de mieux appréhender les orientations que prennent les publics pour construire leurs pratiques informationnelles, les critères sur lesquels ils les fondent et le sens qu'ils donnent aux contenus qu'ils reçoivent.

Néanmoins, un ouvrage fait référence dans le domaine. Dans *S'informer à l'ère du numérique* (2013) supervisé par Josiane Jouët et Rémy Rieffel, le sociologue Jean-Baptiste Comby livre une analyse étayée sur l'orientation sociale des goûts en matière d'actualité et vient relativiser l'affranchissement totale des individus vis-à-vis des médias en démontrant que les pratiques informationnelles sont fortement conditionnées par les structures sociales. L'étude menée par Comby dévoile en effet que selon le milieu social d'origine, le degré de sensibilité aux normes de légitimité informationnelle et les modes d'investissement varient : ils sont faibles en ce qui concerne les classes populaires et forts pour les classes supérieures.

L'étude conduite par la chercheuse en sciences politiques Charlotte Dolez (2015) précise ce constat. Dans la lignée des Cultural Studies, son analyse, qui repose sur une enquête ethnographique, interroge les liens entre l'environnement et l'expérience sociale des individus et leur réception des contenus d'actualité. Les résultats de l'étude mettent ainsi en évidence trois tendances autour desquelles s'opèrent les choix des contenus informationnels. L'importance d'abord des convictions politiques. L'ancrage idéologique tendrait en effet à orienter les individus vers des contenus en accord avec leurs idées. Un premier constat qui s'applique indépendamment du positionnement social du sujet. L'influence, ensuite, de la trajectoire sociale. La réception et le sens donné aux contenus se révèlent au travers de la position sociale des interviewé.e.s, d'autant plus si la situation sociale s'est dégradée au fil du temps. La troisième tendance mise au jour est l'emprise des identifications collectives. Les sujets interrogés sont apparus sensibles aux sujets d'actualité qui leur offrent de mettre en balance leur situation avec celles des autres accouchant d'un sentiment d'injustice et d'un scepticisme à l'endroit de l'action publique.

Ces rares mais riches travaux révèlent donc que, si l'écologie informationnelle a connu, et connaît encore des bouleversements constants liés en partie aux évolutions des dispositifs techniques des médias, les pratiques informationnelles et les usages qui sont faits de l'actualité demeurent fortement dictés par les ancrages culturels et sociaux (Balland, Berjaud et Vera Zambrano, 2015).

1.3.3. Le cas des catégories sociales supérieures

Notre enquête porte sur un échantillon composé d'enseignant.e.s qui appartiennent donc aux catégories sociales supérieures. Il est donc indispensable de brosser un rapide état des recherches à l'endroit des pratiques informationnelles et du rapport qu'entretient cette catégorie de population avec l'actualité. Là encore, les études qui s'intéressent à la thématique, qu'elles soient quantitatives ou qualitatives, se font rares. Toutefois, les résultats du volet quantitatif de l'enquête Médiapolis (2009)¹², issus d'un sondage établi à partir d'un échantillon représentatif de la population française de plus de 15 ans et qui s'intéressait à l'ensemble des pratiques culturelles et médiatiques des enquêtés, révèlent une différenciation des pratiques informationnelles en fonction de l'âge et du niveau d'étude.

Des données étayées par quelques, toujours rares, travaux qualitatifs. Comme évoqué dans le point précédent, la contribution du sociologue Jean-Baptiste Comby à l'ouvrage *S'informer à l'ère du numérique* trace les frontières qui délimitent les hiérarchies informationnelles des différentes catégories sociales et les normes sur lesquelles elles se construisent. En s'appuyant sur les données collectées dans le cadre de l'enquête Médiapolis, le chercheur a établi, dans le chapitre intitulé *L'orientation sociale des goûts en matière d'actualité* (2013), des normes de légitimité informationnelles : « *Ces normes définissent tant les « bonnes » manières de s'informer que les genres « nobles » et « mineurs » de l'actualité* ». De cette typologie ressort que les milieux populaires entretiennent des rapports qualifiés de « *détendus* » par l'auteur, que les classes moyennes font preuve d'une « *bonne volonté informationnelle* » tandis que les classes supérieures se distinguent par une forte sensibilité aux hiérarchies informationnelles. Cette distinction se traduit par une condamnation des actualités télévisées, une prise de distance avec les genres mineurs, soit, comme le précise Comby, les

¹² L'enquête *Médiapolis*, réalisée en novembre et décembre 2009, portent sur un échantillon de 1754 individus de 15 ans et plus, représentatif de la population française. 68 % des enquêtés utilisaient l'internet. Elle est accessible en ligne sur le site du CEVIPOF

actualités locales, aux « faits divers » ou à des traitements de l'information qualifiés de « sensationnalistes » ou « catastrophistes », une forte sélectivité élaborée selon un tri exigeant des contenus et une diversification des supports. Les pratiques informationnelles d'actualité des catégories supérieures se caractérisent donc pas des choix réfléchis et une démarche volontariste dans la quête d'obtention de contenus jugés légitimes.

Ces observations corroborent une autre contribution de Comby (2011) consacrée à l'appropriation des contenus en ligne des catégories sociales supérieures qui démontrait, elle aussi, que les usages des catégories supérieures se manifestent « *par une activité informationnelle plus intensive, plus cumulative et plus diversifiée que celle des catégories sociales intermédiaires ou populaires* ».

En conclusion

Les trois variables dont il est fait état dans la première partie de notre étude se révèle chacune en profonde mutation. Les structures organisationnelles des médias d'information d'actualité sont aujourd'hui fortement impactées par la globalisation des marchés économiques et financiers et par l'implantation des nouvelles technologies de l'information et de la communication. De la même façon, les pratiques informationnelles et l'écologie qui les accueille sont en perpétuel mouvement et de concert, la confiance se révèle fortement marquée par l'ensemble de ses évolutions. Les différents thèmes et concepts font l'objet de questionnements et d'études qui les mettent en relation. Toutefois, peu de travaux s'intéressent aux effets de la concentration économique des médias sur l'attribution de la confiance du public dans les contenus d'actualité et, de fait, sur les décisions prises en matière de pratiques informationnelles. Ce sont ces liens et leurs éventuelles répercussions que nous ambitionnons de questionner dans notre recherche.

PARTIE 2 : METHODOLOGIE

Selon la finalité qu'elle poursuit, la recherche en sciences humaines et sociales a recours à diverses méthodes. Il est donc indispensable d'adopter la stratégie adéquate en identifiant l'approche méthodologique, de la collecte des données à leur analyse, qui répond le plus justement à l'objectif visé (Alami, Desjeux, Garabuau-Moussaoui, 2013 ; p.7). Ce choix ne peut s'opérer qu'à la suite d'une réflexion et d'un questionnement rigoureux. Dans cette perspective, il s'agit donc de définir la méthode qualitative retenue dans le cadre de notre recherche en exposant ses objectifs, ses intérêts et ses limites. Puis, à partir de ces caractérisations, il sera question de justifier le choix de cette méthode avant d'explicitier sa mise en œuvre à l'endroit des travaux qui nous occupent.

2.1. Méthodes qualitatives : cadre conceptuel et réflexion critique

2.1.1. Définition et objectifs

Selon le *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales* (Mucchielli, 1996 ; p.332), une méthode qualitative est une succession d'opérations et de manipulations techniques et intellectuelles que l'on fait subir à un objet pour en faire surgir les significations. Cette approche scientifique implique la mise en œuvre de dispositifs caractéristiques. En effet, une démarche est dite qualitative d'abord parce qu'elle a recours à des procédés de collecte spécifiques, tels que les entretiens ou témoignages, ensuite parce que le matériau recueilli est traité puis analysé dans le but de « *donner du sens à un corpus de données brutes* » plutôt que dans celui d'en extraire des statistiques (Paillé et Mucchielli, 2012). Cette méthode a donc pour objectif une lecture compréhensive d'un phénomène en cherchant à découvrir comment et pourquoi les acteurs pensent et agissent dans un contexte ou dans une situation délimitée, un environnement particulier (Dumez, 2011 ; p.48).

2.1.2. Intérêts de l'approche qualitative

Nous l'avons brièvement évoqué dans le point précédent : l'un des intérêts majeurs de l'approche qualitative, c'est qu'elle offre d'accéder à une vision compréhensive d'une réalité sociale. Le recours à l'approche inductive permet ainsi de faire émerger des connaissances à partir du terrain. Il ne s'agit donc pas uniquement de valider des hypothèses émises en amont

de la recherche, comme c'est le cas dans la démarche hypothético-déductive, mais de faire surgir des résultats, a posteriori, en explorant les données. En s'émancipant partiellement des hypothèses de départ, le chercheur ou la chercheuse s'engage ainsi dans « *une dynamique d'ajustements constante de formulation des hypothèses* » (Barbot, 2012).

Le recours à une démarche inductive dans le cadre de la méthode qualitative, qui s'appuie sur des points de vue particuliers, concrets, permet donc une analyse plus fine, plus profonde et davantage ancrée dans la réalité des phénomènes étudiés. Cette méthode est donc particulièrement pertinente lorsqu'il est question d'interroger les usages convoqués dans un processus déterminé. Toutefois, elle confronte le chercheur ou la chercheuse à certaines limites qu'il est nécessaire de connaître et de garder à l'esprit.

2.1.3. Limites de l'approche qualitative

L'une des principales critiques formulées à l'endroit de l'approche qualitative et de ses méthodes, c'est leur défaut d'objectivité et donc la possible faiblesse de leur validité scientifique. Aussi, l'un des biais à prendre en compte, et à éviter, dans la mise en œuvre d'une méthode qualitative, c'est l'écart interprétatif qui peut exister entre le discours d'un enquêté, ses pratiques réelles et les conditions dans lesquelles sont collectées et analysées les données. Ainsi, la posture et l'attitude du chercheur ou de la chercheuse joue un rôle déterminant. Si les interactions, le rapport humain, entre enquêté et enquêteur incarne la grande force et la faiblesse fondamentale de l'approche qualitative (Vasilachis de Gialdino, 2012 ; p. 163), il n'est pas aisé, pour le chercheur ou la chercheuse, de faire totalement abstraction à la fois de son bagage de connaissances ni de ses sensibilités théoriques à partir desquels a émergé l'objet de recherche. Il convient toutefois de s'affranchir en partie de ces « *a priori* » pour ne pas dénaturer les résultats des travaux et ce en amont, lors de l'échantillonnage, pendant la collecte des données ainsi que lors de leur analyse. Notons également que le souci d'éviter ce biais ne doit pas dispenser le chercheur ou la chercheuse d'adopter une posture suffisamment souple lors des entretiens de recherche. Il s'agit donc de trouver le juste point d'équilibre pour placer l'enquêté.e dans une position centrale et favorable à la libre expression de son discours.

Le second reproche régulièrement opposé à l'approche qualitative, c'est son manque de représentativité. Il apparaît toutefois bien peu légitime considérant que, par essence, l'objectif de la recherche qualitative n'est pas de produire des résultats statistiques mais de faire émerger

du sens. Toutefois, cette observation encourage à faire preuve de vigilance. D'abord en ce qui concerne la généralisation d'une occurrence à l'ensemble d'un groupe ou d'une catégorie sans prendre en compte leur diversité car, en qualitatif, c'est la diversité des occurrences qui est généralisable (Alami, Desjeux et Garabuau-Moussaoui, 2019)¹³. Enfin, ces observations mettent au jour l'importance pour le chercheur ou la chercheuse de remplir les critères de scientificité. « *La valeur d'une recherche scientifique est en grande partie dépendante de l'habileté du chercheur à démontrer la crédibilité de ses découvertes.* » (Drapeau, 2004). D'où l'importance d'explicitier de manière précise, complète et rigoureuse les procédures mises en place dans le but de démontrer la solidité et la valeur des travaux entrepris.

Le recours à une approche qualitative doit donc s'accompagner d'une pleine conscience des limites que ce dispositif impose et des écueils à éviter. Concernant nos travaux de recherche, et en nous référant aux critiques évoquées précédemment, il convient de préciser ici que l'objectif de nos travaux n'a nullement pour ambition de formuler des réponses générales aux questionnements soulevés ni de proposer des résultats représentatifs au sens statistique du terme. La taille réduite de l'échantillon étudié a pour dessein de déterminer comment les représentations, c'est-à-dire les perceptions, les savoirs et les opinions, se traduisent en pratiques. L'objectif est donc, encore une fois, de donner du sens aux connaissances qui émergeront.

2.2. Choix de la méthode qualitative : justifications et modalités

2.2.1. Une démarche adaptée à l'objet de recherche

Le questionnement initial de la recherche qui nous occupe s'intéresse à la confiance que place l'opinion publique dans les médias d'information et aux conditions qui la structure. Il ne s'agit pas de quantifier cette confiance en dégagant des fréquences, mais de l'interroger, de l'explorer pour tenter de percevoir d'éventuels liens ou interactions entre le degré de confiance

¹³ La question de la généralisation nous semble être clairement explicitée par Alami, Desjeux et Garabuau Moussaoui dans l'ouvrage *L'approche qualitative* (2013, p. 16) : « *Le principe de généralisation des résultats d'une enquête qualitative n'est pas fondé sur la preuve par la fréquence, comme dans une approche quantitative, c'est-à-dire sur le dénombrement de cas identiques, la répétitivité d'un même fait. Il est d'abord fondé sur la preuve par l'occurrence, c'est-à-dire par le constat de l'existence d'une pratique ou d'un sens. Ainsi, si les approches quantitatives nous aident à réduire, à condenser, l'information pour la mobiliser, les approches qualitatives mettent, quant à elles, l'accent sur la diversité des occurrences que recouvre un fait social. C'est cette diversité des occurrences, son existence, qui est généralisable* ».

et la concentration économique des entreprises de presse. L'adoption de l'approche inductive doit donc permettre ici de prendre appui sur les expériences des individus, de saisir la réalité de leurs pratiques, leurs motivations individuelles et donc subjectives pour faire émerger des éléments de compréhension du phénomène.

Les relations entre confiance dans les médias et concentration des entreprises de presse, si elles font l'objet d'études quantitatives, sont relativement peu questionnées dans leur dimension qualitative. L'intérêt du qualitatif et de l'approche inductive nous semble pourtant opportun à l'endroit de notre objet de recherche. Selon Blais et Martineau (2006, p.14), l'analyse inductive laisse « *apparaître des dimensions encore inexplorées sur une problématique précise* ». Il n'est, en effet, pas question ici de vérifier uniquement les hypothèses formulées a priori mais, à partir d'un questionnement initial, d'identifier l'existence ou non d'une corrélation entre deux phénomènes, de comprendre les effets de cette potentielle corrélation et donc de produire, progressivement, des résultats en effectuant des allers-retours entre la problématique de départ et ce qui émerge du terrain. L'objectif de notre recherche revêt donc un caractère exploratoire à visée compréhensive auquel répond justement l'approche qualitative.

2.2.2. Les entretiens comme dispositif de collecte des données

Pour mettre en œuvre la recherche, nous avons eu recours, en ce qui concerne la collecte des données, à l'enquête par entretiens. Ce procédé permet « *la mise en évidence de la diversité des positionnements et des mécanismes sociologiques qui les expliquent* » (Bréchon, 2011, p. 33). L'objectif est d'offrir toute liberté d'expression aux sujets interrogés et d'explorer leur réalité du sujet questionné. Cette situation permet aussi à l'enquêteur d'interagir, de « rebondir », ce qui apparaît essentiel dans la compréhension de l'univers propre à l'enquêté (Blanchet, Gotman, 2007).

Pour favoriser les échanges et la libre parole des enquêté.e.s, nous avons opté pour des entretiens individuels de type semi-directif. Le choix de ce dispositif a « *l'avantage de permettre l'approfondissement par l'enquêté de son discours* » (Bréchon, 2011, p. 26). L'entretien semi-directif permet en effet d'aborder les thématiques sélectionnées en lien avec la question de recherche tout en laissant la possibilité à de nouveaux thèmes d'émerger. Un

exercice complexe comme le résumet Blanchet et Gotman (1992) en indiquant que « *l'entretien est une démarche paradoxale qui consiste à provoquer un discours sans énoncer les questions qui président à l'enquête* ». Pour parvenir à trouver le juste équilibre, il nous a semblé pertinent d'adopter ce procédé dans l'optique d'offrir aux échanges un cadre permettant d'une part de découvrir l'environnement, les pratiques de l'enquêté.e. et de comprendre la construction de sa réflexion tout en évitant d'influer son discours en introduisant la question centrale de notre recherche relative à la concentration des médias.

Les entretiens ont donc été menés à partir d'une grille composée de plusieurs thématiques renvoyant chacune à des questionnements précis en lien avec nos hypothèses de recherche. Par ailleurs, les entretiens semi-directifs permettent également, toujours selon Bréchon (2011, p. 26) « *d'obtenir des contenus moins éclatés* » qui favorisent la comparaison de l'ensemble des discours.

2.2.3. Caractéristiques et recrutement de l'échantillon

En théorie, une enquête par entretien se poursuit jusqu'à saturation, soit, selon Bréchon (2011 ; p. 33), quand l'enquêteur ou l'enquêtrice a le sentiment que l'information obtenue est redondante. Toutefois, en pratique, « *la question du nombre d'entretiens se règle souvent de manière plus pragmatique* » (Bréchon, 2011 ; p.33). En effet, les contraintes temporelles et matérielles viennent bien souvent conditionner les choix. Ainsi, nous avons opté, dans le cadre de notre recherche, pour un échantillon réaliste et raisonnable de dix entretiens. Pour des motifs voisins, nous avons décidé d'interroger des enseignantes et enseignants-documentalistes, de Lettres et d'Histoire-géographie afin, d'une part, de faciliter la prise de contact et d'autre part de réduire le champ de notre recherche à des profils ayant pour variable commune leur profession et leur implication dans l'Éducation aux médias et à l'information.

Une fois cette typologie établie, et même si une recherche qualitative ne vise pas la représentativité, nous avons veillé à respecter une certaine diversité des profils en termes de genre et de discipline pour tenter de mettre en évidence « *la diversité des positionnements et des mécanismes sociologiques qui les expliquent* » (Bréchon, 2011 ; p. 35).

Ainsi, si notre enquête a interrogé davantage de femmes que d'hommes, cela s'explique par la répartition des deux genres dans les statistiques nationales publiées par le Ministère de

l'Éducation¹⁴. Par ailleurs, notre choix s'est volontairement porté sur l'enseignement dans le second degré, au collège (à l'exception d'une enseignante-documentaliste jeune retraitée qui enseignait en lycée agricole), où la mise en œuvre de l'Éducation aux médias et à l'information fait bien souvent l'objet de pratiques interdisciplinaires. Enfin, nous avons jugé judicieux d'équilibrer l'échantillon sur les trois disciplines concernées. Ainsi, trois professeur.e.s de Lettres, trois professeur.e.s d'Histoire-Géographie et quatre professeur.e.s documentalistes ont été interrogé.e.s. Les personnes interrogées viennent de trois secteurs géographiques : la région Picardie, le Nord et le département de la Charente. La prise de contact s'est faite soit directement via des listes de diffusion académique, soit via des groupes sur les réseaux sociaux soit indirectement par l'entremise d'un ou d'une collègue. Nous avons recherché l'absence de lien privilégié avec les personnes enquêtées pour minimiser les biais qu'aurait pu occasionner une relation de proximité tout en gardant à l'esprit que la prise de contact par un intermédiaire peut influencer sur la représentation que se fait l'enquêté.e de l'enquêteur (Bézille, 1985).

2.2.4. L'élaboration du guide d'entretien

Le guide d'entretien¹⁵ s'est construit progressivement au fil de notre exploration de la littérature scientifique, en adéquation avec la typologie de l'échantillon et en lien avec les questionnements qui venaient enrichir notre problématique de recherche. Il a été finalisé début juin et sa version définitive s'articule à partir d'une consigne précise et autour de quatre grandes thématiques théoriques : la confiance informationnelle, les pratiques médiatiques, l'économie des médias d'information et la sociologie des médias et du journalisme. La conception du guide a pour vocation d'offrir un fil rouge aux entretiens et chaque thématique, agencée de manière à accompagner le parcours de réflexion des enquêté.e.s, se traduit sous forme de questions parfois fermées, le plus souvent ouvertes favorisant toute latitude dans l'expression des discours. Notons que les questions n'ont pas systématiquement été formulées telles qu'elles sont rédigées dans le guide. Elles ont parfois soit trouvé réponse dans le discours sans qu'il fût nécessaire de les poser, soit elles ont fait l'objet d'une reformulation au gré de la dynamique des échanges. Leur existence s'est toutefois révélée indispensable pour garantir que l'ensemble des thèmes soient abordés lors de l'entretien.

¹⁴ <https://www.education.gouv.fr/reperes-et-references-statistiques-sur-les-enseignements-la-formation-et-la-recherche-2019-3806>

¹⁵ Annexe n°1

2.2.5. Le déroulement des entretiens

Les dix entretiens ont eu lieu entre le 18 juin et le 13 juillet. Le calendrier initial a été bouleversé par les nombreux événements liés à la crise de la Covid19. Pour les mêmes raisons, il n'a pas été possible de les réaliser en présentiel. Aussi, l'ensemble des échanges se sont déroulés soit en visioconférence, soit en audioconférence, selon les choix ou les moyens techniques des personnes interrogées. Toutefois, nous avons pris soin de respecter au mieux les paramètres évoqués par Blanchet et Gotman (2012 ; p. 67)¹⁶ visant à garantir le bon déroulement des entretiens. Ainsi, si nous n'avons pas eu pleinement la maîtrise de l'environnement dans lequel se trouvaient les personnes enquêtées, nous les avons laissé choisir le temps de l'entretien après leur avoir indiqué, au préalable, que nous avons besoin d'une amplitude allant de 30 minutes à une heure. Enfin, concernant la « *distribution des acteurs* » (Blanchet et Gotman, 2012 ; p. 70), la proximité sociale et « *l'univers de référence partagé* » avec les personnes interrogées a favorisé les échanges. Concernant le cadre contractuel de la communication, nous avons systématiquement débuté l'entretien en rappelant les éléments transmis lors de la prise de contact. Nous nous sommes donc présentée avant d'expliciter le contexte dans lequel s'organisaient notre recherche et ses objectifs, d'exposer les raisons qui nous avaient motivée à interroger la personne enquêtée, et d'énoncer la consigne. Au cours de cette étape introductive, nous avons également rappelé que l'entretien serait enregistré et l'anonymat garanti.

Après un test technique visant à vérifier la qualité du son et de l'enregistrement numérique que nous avons exploité pour installer une atmosphère sereine en échangeant de façon informelle sur des sujets bien souvent en lien avec l'enseignement, les entretiens ont débuté par des questions simples et volontairement assez fermées dans le but d'amorcer l'échange. Très rapidement, nous avons privilégié les questions très ouvertes destinées à libérer la parole des personnes enquêtées. Adopter un comportement d'écoute attentive nous a permis de diagnostiquer en temps réel le discours et de rebondir sur les propos des personnes enquêtées pour les guider sans les contraindre. Ainsi, nous avons adopté plusieurs des stratégies d'intervention évoquées par Blanchet et Gotman (2012 ; p. 77) : le plus souvent, nous avons privilégié les relances, mais aussi les consignes pour recadrer les échanges et plus rarement la contradiction dans le but d'inviter la personne interrogée à préciser son discours. L'ensemble

¹⁶ Selon Blanchet et Gotman, « *trois niveaux hiérarchiques de contexte peuvent être déterminés : l'environnement matériel et social, le cadre contractuel de la communication et les interventions de l'interviewer* » (2007 ; p.67).

de ces dispositifs nous ont permis de maîtriser le déroulement de l'entretien tout en plaçant l'enquêté dans une situation de confiance qui favorise sa libre expression. Il nous est arrivé de devoir rassurer la personne interrogée en lui indiquant que le propos était clair, qu'il n'y avait pas de « mauvaise réponse » ou en « l'encourageant » lorsqu'elle rencontrait des difficultés à verbaliser ses idées en reformulant la consigne ou la relance.

Notons que, en amont des entretiens, nous nous sommes beaucoup questionnée sur la posture à adopter et sur la nature des relations à installer avec les personnes interrogées. Comment trouver le juste équilibre entre proximité et distance lorsque l'on questionne des pairs ? Ainsi, tout en adoptant les stratégies qui nous ont semblé être les plus adaptées, nous avons utilisé le vouvoiement et veillé à maintenir une posture de neutralité pour éviter toute pression ou influence sur et par les enquêtés.e.s.

Lorsque l'ensemble des thématiques du guide d'entretien avaient été majoritairement abordées, nous avons informé les personnes interrogées de la proximité de la fin des échanges. Échanges que nous avons systématiquement ponctués en demandant aux enquêtés.e.s si elles ou ils souhaitaient ajouter quelque chose. Bien souvent, les personnes interrogées ont partagé leur sentiment sur le lien entre éducation et médias d'information et le rôle que joue l'enseignement à l'endroit du développement de l'esprit critique. Le plus souvent, les entretiens se sont poursuivis sur une discussion informelle. De façon générale, les personnes enquêtées se sont montrées très spontanées et prolixes dans les échanges. Plusieurs nous ont remerciée, nous indiquant que nos échanges les « *avaient fait réfléchir* ».

L'ensemble des entretiens s'est déroulé dans les meilleures conditions. Le cadrage établi par le guide d'entretien a été enrichi par des contenus et des conduites variées et nous avons pu collecter un matériau riche et diversifié qui laisse apparaître des points de convergence et des variations intéressantes à l'endroit de notre recherche, particulièrement en lien avec la conscientisation des effets qu'impliquent les différences de structures économiques des médias d'information sur la construction de la confiance.

2.3. Un traitement thématique des données

Une fois les entretiens achevés et le matériau brut collecté, nous nous sommes engagée sur le chemin de l'analyse. Puisque « *l'entretien de ne parle pas de lui-même* » (Blanchet et

Gotman, 2012 ; p. 89), l'objectif est ici de traiter les données brutes, de les déconstruire puis de les reconstruire pour produire des informations et des connaissances et les confronter aux hypothèses. Il est possible d'avoir recours à différentes méthodes d'analyse : l'analyse de discours qui étudie l'organisation sociolinguistique d'un texte en lien avec le contexte dans lequel il est produit et l'analyse de contenu qui s'intéresse, à partir d'un découpage du corpus, à faire émerger des thèmes et des récurrences (Bréchon, 2011 ; p. 67).

Cette seconde méthode se décline sous deux formes. La première tend à développer une analyse lexicale fondée sur la fréquence des termes usités. La seconde, aussi appelée analyse thématique ou catégorielle, est une approche de nature sémantique qui vise à classer le contenu dans des unités de sens. C'est ce dernier procédé qui est le plus souvent privilégié pour l'analyse d'entretiens et c'est également celui qui nous a semblé le plus approprié dans le cadre de notre recherche.

2.3.1. La préparation du matériau

La phase d'analyse a débuté par un long et fastidieux travail de retranscription des entretiens. En effet, si l'écoute offre de conserver les éléments oraux (silence, hésitation...), elle ne garantit pas une attention optimale et ne permet pas d'annoter les contenus. Aussi, le passage à l'écrit s'avère indispensable. Il permet aussi d'obtenir un corpus stable sur lequel s'appuyer tout au long de l'analyse. Par souci de rigueur, nous avons adopté une convention systématique pour les retranscriptions en mettant par écrit l'intégralité des propos, ceux de la personne enquêtée et de la chercheuse, ainsi que les mentions de contexte et des éléments de signalétique des enquêtés (âge, discipline, lieu d'exercice, positionnement sur l'axe politique...). Le corpus final se compose de 4h30 d'enregistrement pour plus de 60 pages de retranscriptions. Chacune d'elle fait l'objet d'un fichier de traitement de texte dédié dont le nom a été codifié pour garantir l'anonymat de la personne interrogée et simplifier l'association du fichier texte avec celui de l'enregistrement.

Parallèlement à ces retranscriptions, nous avons construit un tableau synoptique synthétisant les caractéristiques des personnes interrogées où chaque identité a été remplacée par un code correspondant aux noms attribués aux fichiers d'enregistrement et de retranscription et un pseudonyme a été attribué à chaque enquêté.e dans le but de garantir l'anonymat des répondantes et des répondants.

2.3.2. Tableau synoptique des personnes enquêtées

Entretien	Référence	Pseudonyme	Genre	Age	Lieu d'enseignement	Discipline	CSP d'origine ¹⁷	Positionnement ¹⁸ politique*	Durée de l'entretien
1	E1-F40-LET-COL	Susie	F	40	Collège (60)	Lettres classiques	NC	5	23min30
2	E2-H47-LET-COL	Claire	F	47	Collège (16)	Lettres classiques	3	2	34min20
3	E3-F43-LET-COL	Florence	F	43	Collège (16)	Lettres classiques	3	1	43min10
4	E4-F36-HG-COL	Solène	F	36	Collège (60)	Histoire- Géographie	4	2	19min00
5	E5-F37-DOC-COL	Amandine	F	37	Collège (59)	Documentation	3	2	28min45
6	E6-H55-HG-COL	François	H	55	Collège (16)	Histoire- Géographie	3	2	22min00
7	E7-F62-DOC-LYC	Agnès	F	62	Lycée agricole (80)	Documentation (retraîtée)	4	2	23min00
8	E8-F39-LETDOC-COL	Edwige	F	39	Collège (60)	Lettres et documentation (néo-titulaire)	4	3	28min30
9	E9-H47-DOC-COL	Thierry	H	47	Collège (80)	Documentation	3	6	29min30
10	E10-H39-HG-COL	Gérald	H	39	Collège (80)	Histoire- Géographie	3	3	26min00

¹⁷ La détermination des CSP d'origine se fonde sur les déclarations des personnes interrogées et respecte la classification proposée par l'INSEE :

<https://www.insee.fr/fr/metadonnees/pcs2003/categorieSocioprofessionnelleAgreguee/1?champRecherche=true>

¹⁸ L'attribution de l'indice se fonde sur les déclarations des enquêtés.e.s et a fait l'objet d'une harmonisation. Elle se réfère à un axe allant de 0 à 10, 0 étant le positionnement le plus à gauche et 10 le plus à droite (<https://www.ifop.com/publication/le-positionnement-des-francais-sur-un-axe-gauche-droite/>)

A partir du matériau retranscrit et du tableau synoptique, nous nous sommes engagée dans la phase d'analyse thématique des données, c'est à dire le découpage des discours recueillis qui vise, selon Bréchon (2011 ; p. 74) à « *une opération de classement et de qualification du matériau* ». Deux approches sont envisageables pour procéder à ce découpage. L'approche inductive, d'une part, qui consiste à se détacher des catégories du guide d'entretien et des hypothèses pour faire émerger des thématiques des propos collectés et l'approche déductive, d'autre part, qui consiste, elle, à s'appuyer sur les hypothèses de départ et sur les catégories issues a priori du guide d'entretien pour constituer une grille d'analyse. C'est cette dernière option que nous avons retenue dans le cadre de notre recherche tout en préservant la possibilité de dégager, à la marge et de façon déductive, de nouvelles connaissances absentes des thématiques établies en amont de l'analyse. Ainsi, nous avons relu à plusieurs reprises chaque retranscription pour y distribuer des extraits dans un tableau thématique. L'objectif de cette étape est d'obtenir une grille d'analyse stabilisée et augmentée de sous-catégories.

A partir de ce socle, deux types d'analyse sont applicables. L'analyse transversale qui consiste à analyser les extraits associés à chaque thème soit dans une approche quantitative en relevant le nombre de mention, soit dans une approche qualitative en identifiant les arguments récurrents, les expressions les plus ou les moins usitées et l'analyse longitudinale qui se construit entretien par entretien dans le but de dégager des profils-types ou des portraits en rapprochant des enquêté.e.s en fonction de leurs similitudes ou de leurs singularités. Dans le cadre de la recherche qui nous occupe, nous avons opté pour une approche hybride qui conjugue les deux axes d'analyse. Il s'agira donc d'effectuer, dans un premier temps, un examen transversal qualitatif des données avant de le compléter en procédant à une analyse longitudinale destinée à isoler des portraits-types présentant des analogies de discours.

PARTIE 3 : PRESENTATION DES RESULTATS

Nos travaux cherchent à identifier les éventuels effets de la concentration des médias sur la construction de la confiance dans les contenus d'information d'actualités. Pour tenter d'éclairer nos questionnements, nous avons choisi de conjuguer une analyse thématique transversale avec une analyse longitudinale. Ce dispositif nous a permis, dans un premier temps, de dégager les thèmes saillants qui émergeaient des discours des personnes interrogées puis, dans un second temps, de construire, à partir du matériau traité, des profils caractéristiques.

3.1. L'analyse thématique transversale des données

Opérer une analyse thématique transversale des données en identifiant les mentions communes, leurs hybridations et leurs nuances a permis de relever des correspondances et des contrastes dans les discours des personnes enquêtées. Cette première phase de décryptage a permis de dégager trois grandes thématiques en lien avec les hypothèses et la problématique de la recherche : d'abord une certaine homogénéité des pratiques d'information en terme de rythme de consommation, de modalités de consultation et de sélectivité, ensuite le degré de connaissance des structures économiques des médias et la conscientisation de leurs effets et pour terminer les variations dans l'évaluation du degré de confiance et les critères qui la conditionnent.

3.1.1. Caractéristiques et modalités des pratiques informationnelles

Notre analyse s'est en premier lieu intéressée aux pratiques informationnelles des personnes enquêtées et plus précisément à leurs caractéristiques et leurs modalités de consommation ainsi qu'à leurs attentes en matière d'information. Procédant à une exploration transversale quantitative des données distribuées dans la grille d'analyse, nous avons vu émerger trois axes dominants que nous allons expliciter et illustrer.

▪ Une haute intensité de la consommation informationnelle

Pour neuf des dix personnes interrogées, s'informer est une pratique quotidienne, voire même une activité qui se répète régulièrement au cours de la journée. En effet, à l'exception d'une des enquêtées, toutes et tous ont indiqué entretenir un rapport régulier et assidu aux médias d'information. Ainsi, quatre enquêtés ont utilisé le terme « *quotidiennement* » à la question

relative au rythme de consommation des médias d'information. Trois ont précisé s'informer « *plusieurs fois pas jour* » quand deux ont déclaré le faire « *quasi-quotidiennement* ». Une seule des personnes interrogées a confié qu'elle s'informait « *une fois toutes les trois semaines, pas du tout régulièrement* ».

Le plus souvent, l'activité informationnelle est rythmée par l'emploi du temps de la journée : les personnes interrogées s'informent le matin avant de se rendre sur leur lieu de travail ou sur le trajet et le soir : « *J'écoute souvent dans ma voiture, à 8 heures* » (E8) ; « *Y a un moment dans la journée, souvent c'est le soir...* » (E10).

▪ **Des modalités différenciées mais une forte sélectivité**

Si majoritairement, les pratiques informationnelles font partie du quotidien des personnes interrogées, nous pouvons noter des concordances et des disparités dans les modalités d'accès à l'information. La presse en ligne (10 mentions) et l'écoute de la radio (9 mentions) sont les supports privilégiés. La lecture de la presse écrite (5 mentions) et la télévision (6 mentions) font l'objet d'une consultation plus épisodique. Deux des enquêtés ont également indiqué accéder à l'information presque exclusivement via les réseaux sociaux (Twitter, 1 mention ; Facebook ; 1 mention). Cette diversité des moyens d'accès à l'information permet également de mettre au jour certaines oppositions. Ainsi, les réseaux sociaux (2 mentions) et la télévision (4 mentions) font l'objet d'une forme de rejet par certaines personnes interrogées : « *Je ne regarde jamais la TV, en tous cas, pas pour m'informer* » (E5) ; « *Les réseaux sociaux, je n'y vais pas* » (E1).

Ce constat fait écho à une certaine sélectivité des moyens d'accès mais aussi des supports informationnels. En effet, nous avons observé des rapprochements et des concordances fortes concernant le choix des médias. Le quotidien Le Monde (8 mentions) et les radios France Inter (6 mentions) et France Info (4 mentions) sont largement cités. Les quotidiens locaux Sud-Ouest, La Charente Libre, Le Courrier Picard et La voix du Nord (6 mentions) ainsi que Médiapart (4 mentions), Libération (4 mentions) et Le Canard enchaîné (3 mentions) sont également des titres communément utilisés. A la marge, on trouve Le Monde Diplomatique (3 mentions), Charlie Hebdo (2 mentions), Courrier international (2 mentions), le magazine Causette (1 mention), Le 1 (1 mention) et les médias télévisés avec le JT de France 2 (3 mentions) et la chaîne Arte (2 mentions). BFMTV (3 mentions) et le JT de TF1 (2 mentions)

ne sont cités que pour être condamnés : « *Je ne supporte pas BFMTV. Je ne supporte pas le journal de la Une* » (E1) ; « *BFMTV c'est insupportable. Tout avec n'importe quoi en faisant venir n'importe qui...* » (E9).

▪ Une hiérarchisation commune de l'information

Au regard des discours collectés et quels que soient les modes d'accès à l'information, l'échantillon partage une sensibilité proche des normes de légitimité informationnelle et affiche une sélectivité forte. Nous l'avons constaté dans le point précédent, les personnes enquêtées accordent du crédit aux médias que l'on qualifie de traditionnels et exposent de façon précise ce qu'elles attendent de l'offre informationnelle. On note ainsi une forte sanction du traitement « *superficiel* » (4 mentions), « *sensationnel* » (2 mentions) de l'information. Le terme « *buzz* » est cité à six reprises par quatre des enquêtés.e.s, terme souvent associé à celui d'instantanéité et d'immédiateté (3 mentions). Le constat est partagé par l'ensemble des personnes interrogées. La répondante ayant indiqué ne s'informer que de façon très irrégulière (E3) précise ainsi son sentiment : « *Je trouve que ça véhicule beaucoup de peur. C'est pour faire du buzz* ».

Ce constat convergent dans les discours fait écho à des attentes largement partagées illustrées par des termes récurrents. En effet, l'exigence d'une information « *fouillée* » (3 mentions) et « *vérifiée* » (6 mentions) ressort des propos collectés. Le souhait de contenus offrant une « *diversité de points de vue* » (4 mentions) sur un sujet, d'un traitement à « *plusieurs entrées* » (2 mentions) ainsi que le besoin « *d'explications* » (5 mentions), « *d'analyse sur le fond* » (3 mentions) et « *d'objectivité* » (2 mentions) émergent de façon commune dans les discours à l'image des propos d'une des enquêtées :

« *J'attends des explications plus larges, détaillées une mise en relation avec des événements passés, qu'un média soit capable quand il y a un fait important, au niveau géopolitique par exemple, de me refaire l'historique d'un conflit pour expliquer pourquoi cet événement est important, pourquoi il est arrivé. Donc j'attends du contexte et des explications. Une certaine objectivité aussi* » (E2, 47 ans, professeure de Lettre Classique en collège, Charente).

Cette exigence à l'égard du traitement et des contenus d'information trouve d'autres illustrations parmi lesquelles cet argumentaire confié par une des personnes interrogées :

« Je peux prendre un exemple ? Y a eu une interview de Timothée de Fombelle qui a été éditée par *Le Point* hier ou avant-hier. C'est un écrivain jeunesse et il se voit refuser par son éditeur américain la publication de la traduction de sa nouvelle trilogie qui se passe pendant... Enfin qui a pour héroïne une jeune fille africaine pendant la traite négrière et la période esclavagiste en Europe et aux États-Unis. [...] On n'a que le point de vue de Timothée de Fombelle qui se dit victime de censure et... Ça m'a fait réagir, ça m'a mise en colère parce que je pense que la personne qui a interviewé, qui a réalisé l'article autour de l'interview aurait dû donner la parole à l'éditeur ou au représentant en France de cet éditeur-là et essayer de comprendre et faire comprendre au lectorat ce refus de publier qui n'est pas une censure. Et ça n'a pas été fait du tout » (E5, 37 ans, professeure documentaliste en collège, Nord).

Par ailleurs, on relève également que le terme « *sérieux* » est associé aux médias les plus consultés. Ainsi, *Le Monde* est considéré comme « *le média de référence* » (3 mentions), *Médiapart*, *Le Canard enchaîné* et *Le 1* comme des titres qui laissent une place plus large à l'investigation. La conception de cette hiérarchisation informationnelle ne trouve aucun point de divergence dans les discours des personnes interrogées.

▪ **Un respect critique du travail journalistique**

Le regard porté par l'échantillon sur le travail des journalistes est davantage nuancé. Toutefois, on retrouve plusieurs correspondances dans les propos. La profession est ainsi qualifiée « *d'intéressante* » (1 mention) et on relève un « *respect* » (3 mentions) pour la fonction : « *J'ai beaucoup de respect pour le travail des journalistes. Je veux dire y a une vraie éthique et une vraie déontologie.* » (E5).

Une des personnes interrogées indique qu'il y a « *un minimum de rigueur* » (E1). Notons également une conscience partagée de la « *difficulté* » (3 mentions) et de la « *complexité* » (1 mention) de la tâche illustrée par la définition de la mission que se fait l'une des enquêtées de la pratique journalistique : « *C'est quelqu'un qui doit aller au fond des choses et expliquer la complexité. C'est très difficile* » (E3). Cette considération n'est toutefois pas partagée par l'ensemble du panel et elle est assortie de critiques et de reproches.

Des enquêtés.e.s considèrent en effet que le travail des journalistes a tendance à manquer de profondeur et qu'il ne laisse pas assez de place à « *l'investigation* » (2 mentions), faisant

écho à la superficialité des contenus. Deux des personnes interrogées jugent les professionnels de l'information trop consensuels et tournés davantage vers la facilité :

« C'est une facilité d'édulcorer. Et pour leurs lecteurs et pour eux-mêmes. Parce que c'est plus difficile d'aller chercher la complexité dans tout. Et puis, on est dans une époque où on se contente de ça, où on se contente de ne pas trop réfléchir et de regarder la TV, des séries pour remplir le vide. Des choses qui ne font pas forcément trop mal à la tête quoi » (E3, 43 ans, professeure de Lettres modernes en collège, Charente).

Un des répondants considère que le consensuel vire parfois à l'obséquieux : *« Comment elle s'appelle... Bah celle-là, là justement, Léa Salomé (sic), que sa direction a envoyé interviewer Carlos Ghosn. France Inter lui a payé le voyage au Liban où elle a interviewé de façon très gentille, très obséquieuse Carlos Ghosn alors qu'il y avait déjà tout un parterre de journalistes et que c'était pas la peine d'envoyer une des stars de leurs journalistes pour faire le laquais là-bas quoi. On est un petit peu aussi dans ça quand même »* (E6, 55 ans, professeur d'Histoire-géographie en collège, Charente).

Trois des personnes interrogées estiment qu'il y a une forme de « collusion » (2 mentions) entre les journalistes et le pouvoir et que cette proximité, si elle permet d'obtenir des informations, est problématique. Toutefois, parmi les dix personnes interrogées, cinq font preuve d'une certaine bienveillance et pondèrent les critiques formulées. Ils et elles déclarent en effet que les journalistes doivent se plier aux exigences de leur direction et du marché, que les contenus qu'ils produisent dépendent des moyens mis à leur disposition : *« il faut être dans un média qui finance suffisamment son équipe pour qu'il y ait des enquêtes, qui prennent du temps, qui soient contradictoires et j'ai bien peur qu'il n'y ait pas beaucoup de médias qui puissent se permettre ça. »*

Émerge aussi de plusieurs discours (3 mentions) le sentiment que le travail des journalistes est contraint par la hiérarchie : *« Ils font ce qu'on leur demande. Si on leur demande de faire du sensationnel, il faut sortir le scoop »* (E1). Une des personnes estime ainsi que *« de très bons journalistes sortent des écoles »* et relativise la responsabilité des journalistes à l'égard du traitement de l'information : *« je pense que les organes de presse sont plus responsables de ce que je reproche que les journalistes individuellement »* (E5). Enfin, des

enquête.e.s déclarent que les journalistes font l'objet de « *pression* » (3 mentions) de la part du pouvoir : « *Même si on a la liberté de la presse, parce que ça remet en cause le pouvoir, je pense que des journalistes subissent des pressions* » (E7).

3.1.2. Économie des médias : connaissance des structures et des effets

En lien étroit avec la problématique de notre recherche, nous avons poursuivi l'analyse en explorant, dans les discours, le degré de connaissance des personnes enquêtées à l'endroit de l'économie des médias, c'est à dire des structures qui composent le paysage médiatique informationnel et les effets qu'elles suscitent aux yeux de notre échantillon.

▪ Des modèles économiques identifiés

Au regard des pratiques informationnelles qui se dégagent des discours, nous nous attendions à ce que les personnes interrogées disposent de connaissances élémentaires sur l'organisation économique des médias d'information. Et en effet, les dix enquête.e.s ont identifié une à plusieurs structures économiques. Certaines et certains ont confié ne pas maîtriser le sujet (3 mentions). D'autres se sont révélés davantage avertis dans le domaine. Ainsi, quatre sources de financement ont émergé des propos collectés : la publicité (5 mentions), l'État (5 mentions) avec la redevance et les subventions publiques, les ventes et les abonnements (4 mentions) et les grands groupes et l'actionnariat (9 mentions).

A partir de ces sources de financement, différents modèles se distinguent des discours : les chaînes et radios publiques (3 mentions), les journaux gratuits (2 mentions), les médias appartenant à des groupes de presse (TF1, Le Monde, Libération, Le Figaro ; 6 mentions) et les indépendants (Médiapart, Le Canard enchaîné, Le 1 ; 4 mentions) définis par une des personnes interrogées comme un média « *qui ne vit ni par la pub, ni pas les dons publics mais par les abonnements* » (E3). Une nuance est toutefois apportée à cette définition par trois enquête.e.s qui estiment qu'un média ne peut pas être totalement indépendant puisque sa survie est tributaire du lectorat et des informateurs :

« *Après, y a toujours une forme de dépendance parce que, ils le disent très bien dans le Canard. Quand ils ont tapé sur Sarkozy, ils ont perdu un de leurs informateurs les plus importants. Ils sont aussi dépendants des gens qui leur donnent les informations* » (E3).

Quatre personnes interrogées citent les quatre modèles, trois enquêtés en évoquent deux, une répondante en liste trois et les deux derniers en identifient un seul : les grands groupes privés.

▪ Des regards diversifiés sur les effets

Pour ce qui concerne les effets des modèles économiques informationnels sur les contenus et le traitement de l'information, les visions sont plus hétérogènes. Trois des dix personnes interrogées estiment que la variété des modèles économiques favorise la diversité (2 mentions) du paysage informationnel : « *Je pense qu'il faut de la diversité. [...] Je pense qu'on a besoin de façon différentes de travailler et de financer l'information* » (E5). Les différentes structures et le financement privés facilitent le renouvellement des médias (1 mention) : « *J'en pense que si ça peut garantir des médias d'information dynamiques, innovants, tant mieux* » (E9).

En parallèle de ces effets jugés positifs, l'ensemble de l'échantillon partage des questionnements et des inquiétudes plus ou moins prononcés. Toutes et tous s'interrogent en effet sur les conséquences de l'organisation économique des médias sur l'indépendance de l'information (4 mentions) et sur la liberté de la presse (3 mentions) et s'inquiètent de l'influence dont dispose le propriétaire d'un titre ou d'un groupe sur le traitement de l'information :

« *Ça me paraît évident que quand un grand groupe se paye un média, ça pose des problèmes. Là, c'est clair que si le média veut faire une enquête contre les intérêts économiques de la personne qui finance ce média...* » (E2, 47 ans, professeure d'Histoire-géographie en collège, Charente).

Trois personnes interrogées ont illustré leurs inquiétudes de façon précise. Ainsi, E5 déclare que « *les groupes qui possèdent certains organes de presse sont aussi des industriels qui vendent des armes par exemple, je pense qu'un certain traitement des conflits armés dans le monde est influencé par ça. Je pense qu'il y a certaines choses qu'on n'a pas le droit de dire, où certains conflits qu'on va mettre sous le tapis pour ne pas alerter l'opinion quand on travaille pour tel ou tel titre qui appartient à Dassault ou Lagardère...* » Un raisonnement partagé par un autre enseignant : « *S'il y a besoin de faire une enquête sur une construction*

faite par Vinci ou Bouygues il ne peut pas y avoir d'indépendance de ces médias sachant qu'ils sont financés par ces groupes ».

Le financement par la publicité interroge également une autre des enquêtées :

« Et je me dis est-ce qu'on peut dire du mal de Lancel quand on a en page 3 une magnifique pub de Lancel ? J'ai déjà lu des choses comme ça dans le Canard enchaîné. Que tel journal ne voulait pas dire du mal de telle marque parce qu'ils le subventionnaient à fond, qu'ils leur donnaient beaucoup d'argent... Je sais que c'est une réalité... » (E3).

Pour finir, un des enquêtés trouve regrettable que la composition de la structure économique ne soit pas davantage connue du grand public :

« C'est dommage que le grand public ne le sache pas davantage. Pour savoir à quoi s'en tenir. Après, on est d'accord ou pas d'accord. Mais euh... Voilà. Oui, c'est dommage de ne pas savoir à quoi s'en tenir et puis que les médias soient de plus en plus tributaires de la publicité, des Lagardère et compagnie. Parce qu'il y a très peu d'indépendance du coup » (E6).

3.1.3. Évaluation et fondements de la confiance

Variable centrale de notre recherche, la confiance est au cœur du troisième axe de l'analyse transversale. L'objectif est ici d'identifier le degré de confiance qu'accordent les personnes interviewées aux médias qu'elles consultent en particulier ainsi qu'aux médias de façon générale et de repérer les critères sur lesquels elles fondent cette confiance.

■ Une confiance majoritairement acquise aux médias consultés

En ce qui concerne les médias faisant partie du quotidien du panel interrogé, le degré de confiance qui leur est accordé est élevé. Neuf des dix personnes questionnées déclarent en effet qu'elles accordent « *dans l'ensemble* » (2 mentions), « *globalement* » (2 mentions), « *en général* » (1 mention), du crédit aux informations livrées par les médias qu'elles ont sélectionnés. Une seule des répondantes affiche, à l'inverse, davantage de méfiance et indique ne faire que « *très partiellement* » confiance aux médias qu'elle consulte : « *Par exemple, je ne ferai pas confiance complètement à Libé. En revanche, j'irai plutôt les yeux fermés vers le*

Canard enchaîné parce qu'ils n'ont jamais perdu un procès ou quasi et ils sont hyper fiables dans leurs informations » (E3, 43 ans, professeure de Lettres classiques en collège, Charente).

Cette réserve est également perceptible, dans une moindre mesure, dans les discours de cinq personnes interrogées qui, si elles accordent leur confiance aux médias qu'elles consultent, conservent toutefois un regard critique sur l'information qu'elles reçoivent. Elles ont confié avoir confiance « *avec toujours un vague soupçon* » (E2), « *avec toujours... un regard critique. C'est pas une confiance aveugle* » (E5) précisant pour l'une d'entre-elle que « *c'est toujours bien de recouper, de comparer* » (E6).

▪ Une confiance plus fragile dans les médias en général

En ce qui concerne le degré de confiance des enquêté.e.s sur les médias en général, c'est-à-dire sur l'impression dégagée par l'ensemble des médias, émergent des propos davantage prudents, voire méfiants. Seules deux des dix personnes interrogées confient accorder leur confiance aux médias.

Six enquêté.e.s se montrent plus nuancé.e.s et évoquent davantage de réserve. La plupart affiche une réelle intention de confiance, par respect pour le travail des journalistes (2 mentions) ou pour la qualité des contenus (2 mentions) mais adopte malgré tout une certaine prudence fondée sur une critique des contenus d'informations : « *Ça dépend lesquels... Mon ressenti général... 70% de confiance... Y a du travail... Faut quand même faire confiance aux journalistes. Les 30% c'est pour les informations buzz, la peur véhiculée dans les journaux, le sensationnel* » (E4).

A l'inverse, deux des personnes interviewées n'accordent que rarement leur confiance aux médias d'information et opère un filtrage précis en amont de l'attribution de leur confiance.

▪ Les critères de la confiance et leur évaluation

Se pose alors la question des critères sur lesquels se fondent la relation de confiance avec les médias. On note des concordances dans les discours. Le nombre et la légitimité des sources (4 mentions) et la variété des points de vue (4 mentions) apparaissent comme les conditions les plus citées. L'importance de la mise en contexte de l'information et les

explications (2 mentions) influent également sur le degré de confiance : « *Je me méfie des informations brutes, je préfère les articles de fond* » (E7).

Trois des personnes répondantes déclarent accorder davantage de crédit à l'information écrite. Un des enquêtés (E9) insiste sur la nécessité de bien distinguer faits et interprétation. Ensuite, quatre des dix enquêté.e.s conditionnent leur confiance à une variable majeure : les sources de financement du média. La présence de publicité est considérée comme un indice de mauvaise qualité de l'information : « *Tu lis un article et tu tombes sur une allusion à un fast-food et du coup tu t'interroges sur la raison de l'article. L'article, il n'est pas là pour m'informer, il est là pour me vendre quelque chose* » (E8). Même constat pour deux des enquêté.e.s à l'endroit de médias financés par des grands groupes industriels (2 mentions) qui jugent que la structure économique influence le contenu informationnel. Enfin, la dernière personne concernée par ce critère considère que « *plus un média est indépendant plus authentique et fiable sera son information* » (E3).

Concernant les modalités d'évaluation de ces différents critères, la majorité des personnes interrogées disent s'appuyer sur une liste qu'elles valident le plus souvent de façon automatique, voire inconsciente. Trois des répondant.e.s précisent toutefois qu'ils et elles recourent instinctivement l'information en consultant plusieurs médias. Deux autres indiquent procéder à un filtrage par vérification, particulièrement s'agissant des sources de financement des médias : « *C'est facile à vérifier ! On peut facilement savoir à qui appartient le média* » (E6).

▪ **Le climat de confiance dans la société**

Interrogées sur le climat de confiance de l'opinion publique, six des dix personnes interrogées ont majoritairement confié qu'elles avaient le sentiment qu'une certaine défiance s'était installée à l'égard des médias d'information. Ils et elles jugent que différents facteurs, qui ont en commun de créer une confusion dans la hiérarchie informationnelle, sont à l'origine de la défiance : la surinformation, les contenus sensationnalistes en quête de buzz et les réseaux sociaux.

« *Cette défiance à l'égard des médias d'information proprement dits, elle est renforcée aussi parce que par les réseaux sociaux tout le monde peut produire ou propager de*

l'information et que la hiérarchie de l'information n'est plus claire et elle est perdue de vue par beaucoup de personnes » (E9).

« Les réseaux sociaux, y a des gens qui vont privilégier ça pour s'informer, sachant que ça va vite. Mais tout y est mélangé. Et une information, ça peut être balancé par n'importe qui, qui n'est pas journaliste. Et c'est un peu malheureux que des gens fassent confiance uniquement à des réseaux sociaux qui peuvent être manipulés par n'importe qui, n'importe comment, par des quidams qui ne sont pas journalistes avec les dégâts que ça peut engendrer » (E6).

Un des enquêtés fait également un parallèle entre le déclin de confiance à l'endroit des médias d'information et la défiance à l'égard des institutions traditionnelles : *« Je crois que les gens d'un point de vue plus général perdent confiance dans toutes les... à tort ou à raison, à mon avis à tort, dans les structures classiques que ce soit les politiques, les experts, les médias d'information traditionnels » (E9).*

Une des répondantes estime quant à elle que cette défiance est en partie le résultat d'une plus grande transparence de l'information : *« Les gens ont moins confiance, paradoxalement, parce qu'il y a plus de choses cachées qui sont révélées et du coup, les gens ont plus le sentiment qu'on leur cache des choses parce qu'en fait on leur en révèle plus qu'avant. Je ne sais pas si je suis très claire mais comme on peut moins nous cacher de choses mais que le fait qu'on révèle des choses qui ont été cachées, les gens se disent ah bah en fait, les médias nous cachent des choses » (E5).*

Deux des interviewées considèrent que cette défiance touche particulièrement les jeunes générations et se fondent sur leurs échanges avec leurs élèves : *« Je le vois avec les élèves et même mes enfants. On a des débats parfois. Mais avec les élèves surtout [...] Chez les jeunes, les médias jetés en bloc sans les connaître » (E2).*

Une des personnes estime, elle, que le public affiche davantage un désintérêt pour l'information qu'une perte de confiance :

« En fait, si tu essayes de creuser un peu, tu te rends compte qu'ils pensent que c'est pas suffisamment précis, ou que ça ne correspond pas à leurs centres d'intérêt. C'est peut-être plus

du désintérêt que de la défiance. J'ai 40 ans, j'ai l'impression que les gens s'intéressent au cinéma, à leurs enfants, mais quand tu commences à parler de ce qu'il se passe dans le Monde, bah c'est pas leur affaire » (E8).

Enfin, deux répondant.e.s n'ont pas l'impression que la confiance se dégrade. L'une estime toutefois que ce qui fait du tort aux médias, c'est leur multiplication et les réseaux sociaux où « *tout le monde se fait le spécialiste de n'importe quoi* » (E1) tandis que le second enquêté relève que la défiance est davantage dirigée vers les représentant.e.s politiques que vers les médias.

3.1.4. Synthèse de l'analyse transversale

▪ Les caractéristiques et modalités de pratiques informationnelles

- A l'exception d'une des répondantes, l'information occupe une place importante dans l'existence des personnes interrogées.
- La presse écrite en ligne et la radio sont privilégiées comme modes d'accès à l'information. Les réseaux sociaux font l'objet de divergences puisque seules deux des personnes interrogées les utilisent comme porte d'entrée vers l'information. La presse écrite, si elle est peu fréquentée, fait l'objet d'une consommation épisodique relativement marquée tandis que l'usage informationnel de la télévision est relativement faible.
- Les habitudes informationnelles sont majoritairement tournées vers les grands médias traditionnels (Le Monde, France Inter, France Info). Les références aux médias considérés comme indépendants (Médiapart, Le Canard enchaîné, Le 1) sont fréquentes tout comme un intérêt pour la presse locale. A la marge, l'échantillon partage aussi une consultation épisodique de titres récurrents de la presse écrite (Le Monde Diplomatique, Courrier international, Causette).
- Cette sélectivité se traduit au travers des attentes formulées à l'endroit des contenus informationnels. Ainsi, sont privilégiés les contenus vérifiés, offrant une diversité de points de vue, des explications et des analyses de fond et sont écartés les sujets jugés sensationnels ou cherchant à faire le buzz.
- Le panel interrogé se montre à la fois critique et bienveillant à l'endroit des pratiques journalistiques. Le métier est ainsi considéré comme difficile et

inspirant le respect. Toutefois, lui est aussi reproché une tendance à la superficialité et une trop grande promiscuité avec les pouvoirs politiques et économiques.

▪ **Économie des médias : connaissance des structures et effets**

- L'ensemble de l'échantillon connaît à minima un modèle de financement des médias d'information. Le plus fréquemment évoqué étant celui des grands groupes de presse industriel.
- Les personnes interrogées ayant une consommation intense des médias affichent une plus grande connaissance de l'économie des médias et en maîtrise davantage les mécanismes.
- Concernant les effets des modèles économiques des entreprises médiatiques, deux des personnes enquêtées estiment que la diversité des modèles favorise le dynamisme et l'innovation du secteur informationnel.
- Toutefois, la majorité de l'échantillon expose des inquiétudes à l'endroit de l'indépendance de la presse et considère que le mode de financement peut avoir une influence préjudiciable sur les contenus.
- Ce sentiment est particulièrement perceptible concernant les entreprises de presse financés par des capitaux privés.

▪ **Évaluation et structuration de la confiance**

- Les répondantes et répondants accordent une large confiance aux médias qu'ils ont l'habitude de consulter. Certain.e.s précisent toutefois qu'ils et elles conservent toujours un regard critique sur l'information qu'ils et elles reçoivent.
- A l'inverse, la confiance accordée aux médias de façon générale est plus instable. Deux des personnes interrogées confient ne pas faire confiance aux médias.
- Les critères sur lesquels reposent la confiance s'attachent majoritairement à évaluer la qualité des contenus et la nature de la structure économique du média.
- L'évaluation des critères de confiance se réalise le plus souvent de façon intuitive, voire inconsciente à partir des attentes formulées. Toutefois, plusieurs des personnes interrogées opèrent une validation des médias et des contenus.

- Le sentiment de défiance à l'égard des médias de la part de la société est assez marqué. Six des personnes interrogées considèrent que la confiance décline pour différentes raisons : la multiplication des supports et les réseaux sociaux en particulier qui créent une confusion dans la hiérarchie informationnelle.
- A l'inverse, deux des répondants ne partagent pas ce sentiment et considèrent que la défiance est davantage dirigée vers les institutions politiques que vers les médias d'information.

3.2. L'analyse thématique longitudinale des données

En complément de l'analyse transversale, nous avons réalisé une analyse longitudinale des données collectées dans le but de regrouper les personnes enquêtées sous des profils-types construits en comparant le degré de connaissance des structures économiques des entreprises de presse et les critères d'évaluation de la confiance. Il s'agit ici de mettre en lumière la variabilité des effets de la concentration des médias sur l'établissement de la confiance et, implicitement, sur les pratiques informationnelles des personnes interrogées. Trois profils ont émergé de notre analyse :

- Des effets limités sur la confiance
- Une confiance calculée et des effets en filigrane
- Une confiance conditionnée par des effets puissants

3.2.1. Portraits des enquêtés

Afin d'établir des profils-types, il est apparu indispensable de brosser à gros traits les portraits des dix personnes qui composent l'échantillon de notre recherche. L'objectif étant, en nous appuyant sur l'évaluation des volumes thématiques mis en lumière à la faveur de l'analyse transversale, de basculer progressivement vers une lecture longitudinale pour identifier les caractéristiques les plus saillantes à l'endroit des hypothèses et de la problématique de recherche. Aussi, nous avons cherché à repérer les caractéristiques sociobiographiques de chacune des personnes interrogées avant d'extraire et d'éclairer dans les discours les extraits opportuns nous permettant de mesurer l'existence éventuelle de corrélations entre la confiance, la concentration des médias d'actualités et les pratiques informationnelles.

▪ **Susie, 40 ans, est professeure de Lettre classiques dans un collège de l'Oise (60)**

Susie a suivi un itinéraire traditionnel allant du Bac L au CAPES en passant par les classes préparatoires littéraires. Si elle n'a pas souhaité préciser ses origines socioprofessionnelles, elle a confié se positionner au centre (5) de l'échiquier politique. Elle entretient des relations d'intensité moyenne avec l'information de par son rythme de fréquentation et la palette restreinte des médias qu'elle consulte. Elle déclare utiliser trois canaux principaux d'information : la radio France Info, la chaîne France TV Info et le site Le café pédagogique dédié à l'actualité du monde de l'Éducation. Ses choix et son discours reflètent toutefois une exigence à l'égard des contenus et elle déclare qu'elle aimerait adopter une approche plus prospective dans son activité informationnelle mais considère ne pas disposer de suffisamment de temps pour le faire. Elle exprime également des critiques à l'endroit de l'offre informationnelle et des pratiques journalistiques, leur reprochant leur trop grand sensationnalisme et l'absence de points de vue diversifiés. Elle juge que ses connaissances en matière d'organisation économique des entreprises de presse sont relativement sommaires mais exprime malgré tout son inquiétude quant aux conséquences que peuvent avoir les modes de financement d'un média sur son contenu et sur le degré de liberté des journalistes, en particulier lorsqu'il est question de médias financés par des grands groupes. Sa confiance est relativement acquise aux médias qu'elle a l'habitude de consulter et elle déclare fonder le plus souvent cette confiance sur la clarté des sources. Elle ne semble donc pas faire de lien conscient entre la structure économique du média et son degré de confiance.

▪ **Claire, 47 ans, professeure agrégée de Lettres classiques dans un collège de Charente (16).**

Claire est issue d'un foyer de la classe moyenne avec un père directeur d'agence bancaire et une mère au foyer. Étudiante, elle a suivi un parcours classique du Bac L aux classes prépa de Lettres à Poitiers jusqu'à l'agrégation externe et se sent proche des valeurs politiques de gauche (3 sur l'axe politique). Elle enseigne les Lettres classiques dans un collège de Cognac (Charente). Son activité informationnelle se caractérise par une forte intensité et une diversité des supports. Abonnée au Monde en ligne, elle se souvient avoir pris l'habitude de se référer au quotidien national depuis ses années de prépa aux cours desquelles un professeur d'Histoire lui avait indiqué que *Le Monde* jouissait d'une certaine neutralité dans le traitement de

l'information. Toutefois, elle a tendance à remettre en question cette qualité et confie, après avoir été abonnée plusieurs années à la version papier, s'être éloignée du titre, déçue par la présence de publicité pour des produits de luxe et par des articles jugés partisans lors de la réforme du collège en 2015. Elle a renouvelé son intérêt pour *Le Monde* en raison de la profondeur des enquêtes qu'elle juge fouillées et riches mais elle cumule et diversifie ses sources d'information puisqu'elle parcourt régulièrement *Libération* et *Médiapart*, achète régulièrement *Le Canard enchaîné* et de temps en temps *Le Monde Diplomatique*. Elle apprécie l'écoute de France Inter et France culture et regarde volontiers l'émission 28 minutes d'Arte. Le JT de France 2 est perçu de façon très critique pour son manque de perspective. Elle affiche des exigences précises et attend des médias qu'ils proposent des explications et une mise en contexte de l'information. Elle apprécie qu'un média soit ouvertement engagé politiquement. Claire considère ne pas maîtriser pleinement la question relative à l'organisation économique des médias mais énumère clairement les différents modèles de financement et leurs effets. Elle s'inquiète des conséquences sur la diversité et sur les contenus des médias dont le financement provient des capitaux privés et a pleinement conscience que le problème se pose pour *Le Monde* et pour *Libération*. Elle accorde en grande partie sa confiance aux médias qu'elle consulte régulièrement en premier lieu parce qu'ils répondent à ses attentes mais déclare toutefois qu'elle conserve un regard critique particulièrement en ce qui concerne l'origine des financements. La structure économique des médias apparaît donc comme un critère important dans la construction du lien de confiance.

■ **Florence, 43 ans, professeure de Lettres classiques dans un collège de Charente (16)**

Florence déclare que son intérêt pour l'information est apparu tardivement. Issue d'une famille de la classe moyenne, c'est au contact de son compagnon qu'elle en a développé une pratique intensive. Particulièrement à travers l'écoute de la radio France Inter. Cela fait plusieurs années qu'elle n'a plus la télévision et qu'elle consulte quotidiennement le site de *Libération* et qu'elle achète régulièrement *Le Canard enchaîné*. Elle se dit très à gauche sur l'axe politique et se montre déçue par les contenus informationnels, les jugeant très orientés, tombant dans la facilité, au service des pouvoirs politique et économique alors qu'elle attend des explications et davantage de transparence. Florence ne pense pas disposer de connaissances en ce qui concerne l'organisation économique et financière des médias mais elle sait que certains, comme *Le Canard enchaîné*, ne sont pas dépendant de la publicité et vivent des ventes

et des abonnements et devine donc que d'autres sont subventionnés par le privé. Elle considère que ce modèle de financement n'est pas favorable à la qualité de l'information et qu'il encourage une certaine uniformité des contenus et pose la question de l'indépendance de l'information. Elle n'accorde que très partiellement sa confiance aux médias, même à ceux qu'elle consulte régulièrement, à l'exception du Canard enchaîné et précise qu'elle a tendance à penser que plus un média est indépendant, c'est à dire qu'il ne vit ni de la publicité, ni des subventions publiques ou privées, plus il proposera une information fiable et authentique.

▪ **Solène, 36 ans, professeure d'Histoire-Géographie dans un collège de l'Oise (60)**

Issue d'un milieu relativement modeste, Solène se positionne à gauche de l'axe politique. Elle entretient une relation très irrégulière avec l'information. Elle déclare ne consulter les médias que très épisodiquement, considérant qu'ils véhiculent trop souvent des éléments anxigènes et qu'ils cherchent le plus souvent à faire le buzz. Il lui arrive toutefois de consulter le site du Monde et d'écouter les flashes de France Info ou de RTL2. Elle n'a pas le sentiment que les médias qu'elle connaît répondent à ses attentes, c'est-à-dire qu'ils proposent de la mise en contexte et des explications et précise qu'elle n'a pas cherché à savoir si certains pourraient davantage lui correspondre. Solène juge toutefois le travail des journalistes très intéressant. Elle sait que les médias sont parfois financés par des grands groupes ou des milliardaires et juge cela problématique s'agissant de leur indépendance. Elle considère qu'il serait préférable que les lecteurs financent les médias mais n'a pas connaissance de l'existence de ce modèle d'entreprise de presse. Concernant la confiance qu'elle accorde, elle considère qu'elle n'a pas besoin de l'évaluer puisqu'elle ne s'informe que de façon très ponctuelle et factuelle. Malgré l'absence de lien direct entre la construction de la confiance et la structure économique des médias, Solène interroge les effets du financement sans pour autant les répercuter sur ses pratiques informationnelles.

▪ **Amandine, 37 ans, professeure documentaliste dans un collège du Nord (59)**

Professeure documentaliste depuis 2004 après un parcours universitaire mariant la littérature et les langues, Amandine a grandi dans un foyer composé d'une enseignante et d'un

éducateur spécialisé. Elle pratique une activité informationnelle intensive à travers les articles de presse partagés sur Facebook, son abonnement à *Médiapart*, l'écoute de la radio, particulièrement *France Inter* et la *RTBF* et la lecture plus ponctuelle du *Courrier international* et de *Causette*. Elle considère que ses choix informationnels sont conditionnés par ses attentes en terme de traitement de l'information. Elle recherche avant tout une pluralité des points de vue, de la mise en contexte et des angles en accord avec ses valeurs qu'elles considèrent à gauche de l'axe politique. Elle dispose de connaissances solides sur les modèles économiques des médias d'information et si elle considère que les financements issus de capitaux privés favorisent le dynamisme du secteur et la diversité des supports, elle questionne également leurs effets sur l'indépendance de l'information. Amandine accorde globalement sa confiance aux médias qu'elle consulte sans pour autant que celle-ci soit aveugle. Elle adopte systématiquement un regard critique et croise régulièrement les informations qu'elle reçoit. Ce qui l'importe le plus, c'est que les contenus se fondent sur plusieurs entrées, plusieurs perspectives. Les ressources économiques des médias n'apparaissent pas comme un critère de confiance conscientisé pour Amandine mais davantage comme un élément connu et intégré de manière plus intuitive dans le processus d'évaluation.

▪ **François, 55 ans, professeur d'Histoire-Géographie dans un collège de Charente (16)**

Après un baccalauréat scientifique et un début de parcours universitaire consacré aux statistiques et à la gestion, François a obtenu une maîtrise d'Histoire avant de réussir le CAPES. Fils de journaliste, il se positionne très à gauche sur l'axe politique et témoigne d'une activité informationnelle régulière majoritairement au travers des radios France Inter, France Culture et plus ponctuellement *Là-bas-si-j'y-suis*, de la presse hebdomadaire avec Charlie Hebdo, des sites du Monde et de Libération et plus rarement de la télévision avec Arte. Il explique sélectionner ces différents supports en lien avec ses attentes en matière de traitement et de contenus. François attend en effet une information objective, débarrassée de l'influence des pouvoirs financier et politique. Il se dit déçu de l'évolution des pratiques journalistiques qui expédient l'information au détriment de l'investigation. Il considère aussi que certains journalistes se montrent trop consensuels à l'endroit des pouvoirs. François dispose de solides connaissances dans le domaine de l'économie des médias et il identifie avec justesse les différents modèles de financement. L'enseignant regrette que ces mécanismes ne soient pas davantage connus du grand public et s'indigne en évoquant les conséquences qu'impliquent

l'existence de groupes de presse tenus par de grands industriels sur l'indépendance de l'information. Il accorde sa confiance aux médias qu'il consulte régulièrement sans s'abstenir pour autant de recouper les informations qu'il reçoit. Par ailleurs, il déclare très clairement qu'il conditionne sa confiance et le choix des médias consultés à la nature de la structure économique et privilégie les médias qui ne sont financés ni par la publicité, ni par des groupes industriels.

▪ **Agnès, 62 ans, professeure documentaliste retraitée d'un lycée agricole de la Somme (80)**

Jeune retraitée, Agnès est devenue professeure documentaliste en lycée agricole après avoir obtenu un BTS assistante de direction et au bénéfice d'une formation continue. Elle a grandi dans un foyer modeste. Très active en tant que bénévole à la ligue des Droits de l'Homme et au sein d'une association d'aide au réfugié.e.s, elle entretient une activité informationnelle quotidienne et consulte les sites du Monde et de Médiapart, les radios France Inter et France culture, le Canard enchaîné, la chaîne Arte ainsi que le quotidien et la presse locale. Elle explique choisir les supports pour varier les échelles et privilégier les articles de fond qui mettent l'actualité en perspective plutôt que le buzz. Agnès estime que les médias qu'elle consulte répondent à ses attentes. Elle tient en estime le travail des journalistes, d'autant plus qu'elle présume qu'ils doivent faire l'objet de pression de la part du pouvoir en place et des lobbys. Concernant sa perception de l'organisation économique des médias, elle se souvient d'un organigramme qu'elle avait affiché dans son CDI et qui exposait la toile des grands groupes de presse français et des fortunes qui les possédaient et considère que c'est assez révélateur du degré d'indépendance de la presse. Elle précise que c'est sans doute pour cette raison qu'elle consulte Médiapart et le Canard enchaîné, deux titres qui se disent libres. Elle fait confiance aux médias qu'elle consulte et fonde cette confiance sur les correspondances entre ses attentes et les contenus qui lui sont proposés. Ses critères de confiance s'attachent donc davantage à la qualité des contenus informationnels qu'à la composition de la structure économique.

▪ **Edwige, 39 ans, professeure documentaliste dans un collège de l'Oise (60)**

Après un début de carrière comme professeure de Lettres, Edwige a obtenu en 2020 le CAPES de documentation. Fille d'une assistante comptable et d'un dessinateur industriel, elle se positionne à gauche de l'axe politique et aurait voulu devenir journaliste d'où un intérêt nourri de longue date pour l'information d'actualité. Elle indique d'ailleurs s'informer plusieurs fois par jour. Abonnée à la version numérique du journal Le Monde, elle consulte aussi la radio France Inter sur le chemin du travail et visionne également le JT de France 2 mais davantage pour analyser la manière dont sont traités les sujets. Elle attend de l'offre informationnelle qu'elle propose une diversité de points de vue sur un sujet pour qu'elle puisse se faire sa propre opinion et estime que les médias qu'elle consulte répondent à ses critères. La préparation du CAPES de documentation lui a permis d'acquérir davantage de connaissances sur le fonctionnement économique des médias. Toutefois, Edwige considère qu'elle n'a qu'une idée assez vague de leur organisation. Elle a néanmoins retenu que certains médias étaient financés par les lecteurs via les abonnements tandis que la plupart des grands médias étaient soumis à des grands groupes économiques. Ce qui l'inquiète, c'est qu'il puisse y avoir des conflits d'intérêts entre les sphères économique et financières et que la neutralité des informations en souffre. Elle déclare accorder sa confiance à l'ensemble des médias, avec toutefois une préférence pour la presse écrite et précise toutefois que la neutralité du traitement, la clarté des sources et l'absence de publicité qui distille le doute sur les objectifs de l'information sont des critères déterminants.

▪ **Thierry, 47 ans, professeur documentaliste dans un collège de la Somme (80)**

Enfant de cadres de la fonction publique, Thierry a suivi une maîtrise d'Histoire avant d'obtenir le CAPES de documentation. Il précise qu'il se positionne au centre-droit sur l'axe politique. Il entretient une activité informationnelle quotidienne et explique que ses pratiques ont beaucoup évolué depuis années. Habitué à s'informer à travers la radio, il consulte désormais l'actualité exclusivement via Twitter en consultant les pages du Monde, de la Voix du Nord, du Courrier Picard et de personnalités politiques. Il considère que cette évolution dans son mode d'accès à l'information répond à un besoin de diversité, jugeant que l'écoute de France Info ou le visionnage de BFMTV sont très répétitifs. Il attend d'un média qu'il lui fournisse avant tout des informations vérifiées, factuelles et éventuellement de l'interprétation

à condition qu'elle soit clairement assumée. Il distingue deux modèles économiques d'entreprises de presse : les médias publics financés par l'État et, la majorité, ceux financés par capitaux privés et considère que c'est bénéfique si cela permet aux médias d'être dynamiques et innovants. Thierry précise toutefois qu'il est nécessaire que l'indépendance de l'information soit garantie et il espère que c'est bien le cas. Il estime accorder sa confiance aux médias en précisant qu'il croise le plus souvent les informations et stipule que le critère essentiel sur lequel repose sa confiance est la distinction entre les faits et l'interprétation.

▪ **Gérald, 39 ans, professeur d'Histoire-Géographie dans un collège de la Somme (80)**

Issu de la classe ouvrière, Gérald, après des études de géographie, obtient le CAPES en 2005. Il déclare se positionner à gauche de l'axe politique et manifeste une activité informationnelle intensive. Il utilise tous les supports : la presse écrite, la radio, internet et la télévision en fonction des moments de la journée mais précise toutefois privilégier les grands médias nationaux comme Le Monde, Le Parisien, RTL ou France Info. A la télévision, il regarde le JT de TF1 ou de France 2. Il attend de l'information qu'elle lui fournisse des connaissances nécessaires à l'exercice de son métier d'enseignant et un traitement qui se décline sous plusieurs points de vue sur un sujet. Toutefois, Gérald considère que les médias ne répondent que trop peu à ses exigences : ils les jugent trop superficiels, pas suffisamment contradictoires et apprécierait que l'on traite les sujets avec davantage de recul. Gérald considère maîtriser les mécanismes de financement des médias et mentionne quatre catégories de ressources : la redevance télévisuelle, le lectorat, la publicité et l'actionnariat privé. A ses yeux, à l'exception de *Médiapart* et du *Canard enchaîné*, il y a très peu de médias indépendants et il se demande si les journalistes de TF1, chaîne appartenant à l'actionnaire Bouygues, peuvent vraiment tout dire. S'il se montre davantage méfiant vis-à-vis d'internet, il accorde sa confiance aux médias traditionnels en précisant que le degré varie tout de même selon les supports et que ses critères trouvent davantage d'écho dans la presse écrite que dans la télévision.

A partir de cette première étape de l'analyse longitudinale, nous avons regroupé les personnes interrogées présentant des caractéristiques communes. Après avoir, pour chacun des trois profils, présenter ses particularités, nous les illustrerons à travers un portrait.

3.2.2. Des effets connus mais sensiblement limités sur la confiance

Ce premier profil est celui qui rassemble le plus de personnes interrogées (Susie, Solène, Thierry, Edwige et Gérald) : une professeure de Lettres classiques, deux professeur.e.s d'Histoire-Géographie et deux professeur.e.s documentalistes. Ils et elles ont entre 36 et 47 ans. Tous les cinq partagent une connaissance élémentaire de l'organisation économique des médias. Sans être dépositaires de connaissances expertes, les cinq enseignant.e.s ont toutefois identifié un modèle commun : celui qui renvoie à un financement par capitaux privés à travers de grands groupes de presse industriels. Chacune et chacun fait, à ce propos, état d'une certaine préoccupation, voire d'une inquiétude à l'endroit des effets que ce type de structure occasionne sur l'orientation des contenus informationnels. Si les cinq enseignant.e.s se questionnent et considèrent, de façon graduée, que l'indépendance de l'information est difficilement garantie, la conscientisation des effets de la concentration des médias ne conditionne pas pour autant l'attribution de leur confiance. Confiance qu'ils et qu'elles fondent davantage sur les modes d'accès à l'information, les caractéristiques du traitement informationnel et sur la réponse donnée par les médias à leurs attentes. Leurs pratiques informationnelles se révèlent variablement intensives et diversifiées mais ces variations et le choix des médias consultés ne sont pas explicitement impactés par la nature et les effets du modèle économique.

Portrait de Susie

A 40 ans, Susie enseigne les Lettres classiques dans le collège d'une petite commune de l'Oise. Son activité informationnelle est quotidienne mais ne revêt pas un caractère essentiel. Elle s'avère également peu diversifiée et se concentre principalement sur les informations transmises par la radio France et par la chaîne d'information en continue France TV Info. Si les choix de l'enseignante s'orientent vers ces médias en particulier, c'est qu'elle y retrouve un traitement qui correspond à ses attentes : « *Des faits. Sans jugement. Et qui présente les deux points de vue. Enfin... ou trois points de vue parce qu'il n'y en a pas qu'un seul* ». Une sélectivité qui vise donc à exclure les contenus jugés sensationnels, superficiels ou sans perspective :

« *BFM, tourner en boucle et ne faire que du sensationnel pour moi on ne va pas dans le fond. Euh... Et puis TF1, le midi, c'est une catastrophe, à part le patelin du coin, y a pas grand-chose quand même.* »

Concernant l'organisation des structures économiques des médias, Susie identifie sommairement trois modèles : le financement par la publicité, les médias financés par les lecteurs qu'elle définit comme collaboratifs et les médias qui appartiennent à des grands groupes de presse. Si elle rentre peu dans le détail concernant les deux premières structures, elle se montre davantage prolix et critique sur la dernière. Elle témoigne d'une connaissance des difficultés économiques de la presse en termes de rentabilité et se questionne également au sujet des effets de ce modèle sur la liberté de la presse :

« Ah ! Et bien... Je sais qu'il y en a qui appartiennent à des grands groupes... C'est une question de survie aussi... On sait bien que la presse n'est pas très rentable... Y a pas le groupe Bolloré ? Qui en possède ? C'est là où on peut douter de... Hum... La liberté de la presse... C'est quelque chose avec laquelle parfois j'ai du mal quand on parle de liberté de la presse. C'est difficile quand même... Parce qu'il y a de l'économie. »

L'enseignante présume que les médias qui puisent leurs sources de financement dans l'actionnariat privé n'ont pas les mains libres pour enquêter sur tous les sujets. Néanmoins, elle relativise ce constat et reconnaît également qu'elle a la chance de vivre dans un pays où la liberté lui semble malgré tout beaucoup plus garantie que dans d'autres :

« Bah forcément, le patron qui nous possède, on ne va peut-être pas enquêter sur le groupe qu'il dirige... On peut avoir quelques formes de pressions... Après, je suis quand même consciente qu'on a une certaine liberté de parole et de presse par rapport à d'autres pays. »

L'inquiétude de Susie à l'endroit des effets de la concentration des médias se révèle donc relative et n'affecte pas ostensiblement les dispositifs de construction de la confiance qu'elle accorde aux médias d'information d'actualités. Une confiance qu'elle distribue avec parcimonie en la fondant sur des critères davantage ancrés dans l'origine de l'information et la qualité des intervenants et intervenantes :

« Le plus important, c'est les sources. D'où viennent les chiffres... Parce que souvent c'est pas toujours clair. Tout ce qui est média TV, parce qu'ils n'affichent pas, tu le trouves plus dans la presse écrite par exemple. Et toujours donner... Parce qu'un chiffre, on peut lui faire dire ce qu'on veut... Quelque chose de solide derrière. (Silence). Et puis éviter aussi, parce qu'on trouve

beaucoup en ce moment de... Machin est spécialiste de machin. En quoi est-il spécialiste de bidule. Il faudrait être plus clair dans la présentation de la personne parce que... Parce que ça reste souvent... Voilà, pour interpréter quelque chose aussi, on n'a pas tous la même crédibilité dans notre parole. »

Synthèse

La description et l'analyse des caractéristiques de ce profil-type illustre que les effets de la concentration des médias, s'ils sont partiellement connus et soulèvent des questionnements ou des inquiétudes, n'ont pas pour autant de conséquences explicites et évidentes sur l'évaluation et la construction de la confiance dans les médias d'information des cinq personnes réunies sous ce profil-type. Si les pratiques informationnelles sont conditionnées par le degré de confiance attribué aux médias consultés, les critères sur lesquels se fondent cette combinaison sont indépendants de la dimension économique et relèvent davantage de la qualité et du traitement des contenus d'information.

3.2.3. Une confiance calculée et des effets en filigrane

Deux professeures documentalistes ont été regroupées pour construire le deuxième profil-type (Amandine et Agnès). Âgées de 37 et 62 ans, chacune présente à la fois des caractéristiques communes concernant leurs pratiques informationnelles (intensives et diversifiées) et au regard de leurs connaissances en matière de concentration des médias. Elles partagent une vive inquiétude quant aux effets qu'impliquent l'existence de grands groupes de presse appartenant aux puissances financières et industrielles. Et si, dans leurs discours, apparaît que les critères sur lesquels elles fondent leur confiance n'ont pas de connexions explicites avec la nature économique des médias consultés, ils laissent néanmoins transparaître en filigrane, un lien perceptible entre l'attribution de la confiance, les pratiques médiatiques et le degré d'indépendance de l'information.

Portrait d'Amandine

Amandine a 37 ans et elle enseigne comme professeure documentaliste dans un collège du Nord depuis 2004. Son discours témoigne de pratiques informationnelles intensives et diversifiées, tant dans le choix des chemins d'accès que dans celui des genres médiatiques. Ses choix s'orientent vers des contenus dans lesquels la mise en perspective, l'explication et

l'exposition de l'ensemble des points de vue sont présentes. Elle rejette d'ailleurs en bloc l'information télévisée, particulièrement les chaînes d'information en continue :

« Parce que c'est de l'immédiateté, c'est de la description et que quand y a rien à décrire, c'est du remplissage. C'est comme ça que je le ressens. Et comme je disais que moi ce qui m'intéresse c'est l'analyse et le fond et ce qu'on peut apprendre à travers un fait d'actualité sur le Monde tel qu'il va. En pratiquant l'information en direct c'est pas possible, c'est incompatible. »

En matière de connaissances relatives au fonctionnement économique des médias, Amandine identifie de façon claire les modèles existants et elle considère que cette diversité des structures est nécessaire mais qu'il faut en maîtriser les biais qu'occasionnent les modes de financement sur le traitement de l'information :

« Je pense qu'on a besoin de façons différentes de travailler et de financer l'information. Et du coup, je ne dirai pas qu'il faut tout nationaliser ou supprimer les médias qui appartiennent à des grands patrons etc... Mais je pense qu'il faut pouvoir enrichir les informations qu'on reçoit, avoir conscience de ce financement et des biais qu'il peut y avoir dans le traitement des informations qui sont présentées. »

Ses propos témoignent plus précisément des liens qu'elle perçoit entre les entreprises de presse financées par des grands groupes et l'information communiquée. Elle considère en effet que la structure économique du média influe sur le degré d'indépendance du travail journalistique, particulièrement lorsqu'il s'agit de médias financés par des grands groupes :

« Comme les groupes qui possèdent certains organes de presse sont aussi des industriels qui vendent des armes par exemple, je pense qu'un certain traitement des conflits armés dans le monde est influencé par ça. Je pense qu'il y a certaines choses qu'on n'a pas le droit de dire, où certains conflits qu'on va mettre sous le tapis pour ne pas alerter l'opinion quand on travaille pour tel ou tel titre qui appartient pour Dassault ou Lagardère... »

Abonnée à Médiapart, elle constate aussi que le traitement de l'information des médias y est plus indépendant et offre davantage d'espace à l'investigation. Elle accorde une confiance

circonscrite aux médias et se fie assez largement à ceux qu'elle consulte régulièrement tout en conservant un regard critique et adopte une attitude davantage empreinte de méfiance à l'égard des médias en générale. Cette confiance, elle déclare l'évaluer de façon inconsciente et semble s'appuyer principalement sur les critères qui délimitent ses pratiques informationnelles. Toutefois, on perçoit que ses positionnements et que les connaissances dont elle dispose sur les effets de la concentration des médias, influent implicitement sur l'attribution de sa confiance.

Synthèse

L'exposé de ce deuxième profil-type permet de mettre en lumière des liens davantage manifestes entre les effets de la concentration économique des médias et la construction de la confiance. On note d'une part une conscientisation plus étayée des répercussions de la structure économique sur les contenus informationnels qui se fondent sur des exemples précis et d'autre part une sélectivité qui, si elle n'est pas explicitement influencée par la structure économique, apparaît en transparence comme une forme de tropisme en lien avec ce critère.

3.2.4. Une confiance conditionnée par une conscientisation forte des effets

Le dernier des trois profils-type se réfère à trois des personnes interrogées (Florence, Claire et François) : deux professeures de Lettres classiques et un professeur d'Histoire-Géographie. Agé.e.s de 43 à 55 ans, elles et il ont en commun une activité informationnelle intensive et particulièrement diversifiée qui se caractérise par une forte sélectivité principalement orientée vers l'écrit (papier et en ligne) et la radio. Les trois enseignant.e.s manifestent également une certaine expertise de l'organisation économique des médias et de leurs effets. En particulier concernant les médias financés par les capitaux de grands groupes privés. Les discours laissent ainsi apparaître, davantage encore qu'une profonde inquiétude, une forme de condamnation de ce modèle d'entreprise de presse. Les effets de ce schéma de financement, considérés comme dangereux à l'égard de l'indépendance et du traitement entier de l'information, sont explicités avec force et détails. Et les trois enquêté.e.s expriment formellement que ce critère conditionne fortement l'attribution de leur confiance et l'orientation de leurs pratiques informationnelles. Pour finir, les trois enseignant.e.s indiquent se positionner très à gauche de l'axe politique (de 1 à 2)¹⁹.

¹⁹ Voir le tableau synoptique des personnes interrogé.e.s (3.3.2.)

Portrait de François

Professeur d'Histoire-Géographie dans un collège de Charente, François relate une activité informationnelle quotidienne et diversifiée. Il se réfère en particulier à l'écoute des radios publiques ainsi qu'à la radio en ligne *Là-bas si j'y suis*, à la lecture de *Charlie Hebdo* ou des sites des journaux *Le Monde* ou *Libération*. A l'inverse, la télévision occupe peu de place dans son environnement informationnel, à l'exception d'*Arte*. L'exposé des critères qui orientent le choix des médias consultés révèle une forte sélectivité. L'absence de publicité et l'objectivité que l'enseignant définit comme l'absence d'influence de la part des pouvoirs financiers ou politiques priment : « *Un, y a pas de pub. Par exemple, Charlie Hebdo, y a une indépendance par rapport aux pouvoirs politiques, financiers...* »

Les effets des structures économiques des médias apparaissent très rapidement dans le discours de François, sans même qu'il soit questionné sur le sujet. Il démontre une connaissance avisée des mécanismes économiques des entreprises de presse et énumère l'ensemble des modèles :

« *Bah alors, il y a surtout pour la presse écrite, les lecteurs, ceux qui sont abonnés. Après y a beaucoup la publicité, voilà. Et puis, il y a aussi des financements publics. La presse écrite, même des journaux très libéraux comme Les Échos reçoivent des subventions publiques. Après, il peut y avoir une chaîne de TV comme TF1 qui appartient carrément à un industriel comme Bouygues.* »

Concernant les effets des structures sur les contenus d'information, François regrette que le grand public ne soit pas suffisamment éclairé sur le sujet. Et considère que la nature des ressources influent fortement sur l'indépendance de l'information, d'autant plus quand il s'agit d'un média financé par l'actionnariat privé :

« *Par exemple quand il y a une construction, un grand chantier de Bouygues ou de Vinci avec des dégâts environnementaux, des problèmes sociaux, des choses comme ça, il est évident que les journalistes ne vont pas trop le dénoncer ou ne vont rien dire. Voilà. On ne va pas ruer dans les brancards et critiquer celui qui vous donne à manger dans la main.* »

Il indique que s'il fait globalement confiance aux médias qu'il a l'habitude de fréquenter, il conserve toujours un regard critique et recoupe régulièrement les informations. Cette confiance, François explique qu'il la fonde avant tout sur l'identité des dirigeants des entreprises de presse et affiche une défiance explicite à l'égard des médias financés par des grands groupes :

« Chercheuse : Quand vous accordez votre confiance, c'est pour quelles raisons ? »

« François : Pour toutes celles que j'ai déjà évoquées. Les médias qui appartiennent clairement à des grands groupes industriels, qui dépendent de l'argent qu'ils leur versent, de la publicité, voilà... »

Il estime par ailleurs qu'il est facile d'identifier les ressources des médias ce qui atteste d'une démarche volontariste de recherche en amont de l'attribution de la confiance : « *Oh et bien c'est facile à vérifier ! On peut facilement savoir à qui appartient le média.* » L'adoption de ces stratégies dans le processus d'attribution de la confiance reflète une conscientisation puissante des effets de la concentration des médias sur les contenus d'information et atteste également d'un conditionnement fort des pratiques informationnelles en lien avec ce critère.

Synthèse

La présentation de ce troisième et dernier profil démontre que pour les trois enquêtés.e.s concerné.e.s, un rapport de consécution conscient s'opère entre une connaissance précise des effets de la concentration des médias sur les contenus d'information et sur l'évaluation et l'attribution de la confiance. Les enseignant.e.s adaptent leur lecture informationnelle et orientent en toute conscience le choix des médias qu'ils consultent selon l'origine du financement du média qui leur transmet l'information.

PARTIE 4 : DISCUSSION

Notre étude s'était fixée pour objectif de questionner les effets de la concentration économique des médias sur la confiance d'un public d'enseignantes et d'enseignants à l'endroit des contenus d'actualité. Afin de mener à bien notre recherche, nous avons conduit des entretiens de type qualitatifs auprès de dix professeur.e.s de lettres, d'Histoire-géographie et de documentation dans le but d'explorer leurs pratiques informationnelles, leurs connaissances en terme d'économie des médias ainsi que le degré de confiance qu'ils et elles accordent aux médias d'information et les critères sur lesquels ils et elles structurent cette confiance. Nous allons désormais confronter les résultats empiriques obtenus avec les hypothèses formulées et les théories existantes dans la littérature scientifique, évoquer les limites méthodologiques auxquelles nous avons été confrontées, soulever les pistes de réflexions futures et expliciter dans quelle mesure notre étude a enrichi notre posture professionnelle.

4.1. Interprétations des résultats à la lumière de la recherche

La collecte et le traitement des données qui ont abouti à la construction de profils-types nous ont permis de dégager des traits remarquables qui font, à bien des égards, écho aux acquis de la recherche. Notre travail d'analyse a, semble-t-il, également permis d'éclairer des questionnements peu soulevés dans la littérature scientifique que nous nous proposons de présenter et d'expliquer.

Nous discuterons donc successivement quatre traits qui ont émergé de l'analyse des données. D'abord, l'approche caractéristique des classes supérieures qu'adoptent les enseignantes et les enseignants à l'endroit des contenus et les pratiques professionnelles qui en résultent, puis le degré de connaissance des structures économiques dont dispose l'échantillon, particulièrement en ce qui concerne le phénomène de concentration des médias et la conscientisation qui en est faite des effets. Enfin, il s'agira d'exposer et d'expliquer la nature et les corrélations qui existent entre la concentration des médias et l'attribution de la confiance informationnelle.

4.1.1. Une forte sensibilité aux hiérarchies informationnelles

Le premier des constats saillants qui émerge de notre étude est le degré d'engagement des personnes enquêtées dans l'activité informationnelle. A l'exception d'une des dix

répondantes, l'ensemble du panel consacre une large part de son temps quotidien à l'actualité et lui confère un intérêt certain. De plus, les pratiques médiatiques d'information sont fléchées par une forte sélectivité des contenus. Les personnes interrogées s'appuient toutes sur une classification fondée sur la légitimité qu'elles attribuent aux médias d'information. Classification qui se révèle certes variable selon les profils, mais correspond aux résultats des recherches réalisées à l'endroit des pratiques informationnelles caractéristiques des classes supérieures. Ainsi, à l'instar des résultats exposés par Jean-Baptiste Comby (2013), les enseignantes et enseignants interrogé.e.s dans le cadre de notre recherche affichent une forte sensibilité aux normes de légitimité et aux hiérarchies informationnelles. C'est-à-dire qu'ils et qu'elles orientent leurs choix vers des supports ou des contenus qui renvoient aux « *genres nobles* »²⁰ de l'information en privilégiant les articles de fond, la mise en perspective, les reportages, la variété des sources et des points de vue et en rejetant le sensationnalisme et l'instantanéité de l'information. Si des enquêté.e.s confient visionner sporadiquement les informations à la télévision, on note néanmoins un rejet largement partagé du média télévisé auquel on préfère la radio et la presse écrite, en ligne ou papier. Les médias les plus souvent cités sont *Le Monde*, *France Inter* et *Le Canard Enchaîné*.

Ces constats expriment donc la nécessité pour l'échantillon de diversifier les supports et les contenus mais de façon contrôlée dans le but de recouper les informations reçues, de les trier et de les confronter pour poser un regard critique sur les données communiquées. Ces observations mettent en exergue une analyse partagée par les scientifiques qui s'intéressent aux pratiques informationnelles puisqu'elles traduisent une forte empreinte de l'appartenance sociale et culturelle sur l'orientation des goûts et des attitudes en matière d'actualité.

Notons également que les résultats obtenus dans le cadre de notre étude témoignent également d'un lien entre le positionnement politique des personnes enquêtées et les pratiques informationnelles qu'elles adoptent. Les propos collectés tendent en effet à polariser l'orientation des choix médiatiques selon la position occupée sur l'axe gauche-droite²¹. Ainsi, les enseignantes et enseignants situé.e.s le plus à gauche sur l'axe consultent quasi

²⁰ Pour Comby (2013), les genres informationnels « nobles » renvoient aux actualités économiques, politiques, internationales, à des problèmes de santé publique, d'écologie ou d'immigration ainsi qu'aux registres de l'analyse et de l'expertise.

²¹ Le positionnement sur l'axe politique est explicité et synthétisé dans le tableau synoptique proposé dans la partie méthodologie de notre mémoire (3.3.2.).

exclusivement la presse écrite nationale et la radio, ce qui correspond aux conclusions des travaux menés par Le Hay, Vedel et Chanvriil (2011) dans lesquelles un tableau synthétique expose des corrélations forte entre identification politique et pratiques informationnelles.

4.1.2. Une conscientisation partagée du phénomène de concentration des médias

L'ensemble des personnes interrogées a fait état d'une connaissance a minima élémentaire des organisations économiques des médias. Les discours collectés révèlent en effet que l'échantillon identifie, de manière plus ou moins précise selon les cas, les sources de financement des médias d'information, le modèle systématiquement évoqué étant celui de l'actionnariat privé. Cette récurrence dans les propos symbolise une conscientisation forte du modèle économique dominant puisqu'elle fait écho à l'état des lieux proposé par Julia Cagé (2017) révélant que plus de 80% des entreprises de presse sont aujourd'hui détenues par des entreprises privées. Par ailleurs, l'analyse des données a également permis d'identifier une inquiétude commune à l'égard des effets de la concentration des médias sur la qualité des contenus d'information, en particulier concernant l'orientation des informations transmises par les médias financés par des capitaux privés. A l'instar des économistes et sociologues des médias qui, comme évoqué dans l'état de la question, s'alarment et alertent sur les effets de la concentration, les enseignantes et les enseignants s'inquiètent également des impacts qu'occasionne l'organisation oligopolistique des médias sur l'indépendance de la presse et, de fait, sur le bon fonctionnement de la démocratie.

Ainsi, si les critiques formulées dans les discours à l'égard des journalistes et du traitement qui est fait de l'information (collusion, voyeurisme, partialité, superficialité) rejoignent le constat dressé par Cyril Lemieux dans son ouvrage *Mauvaise presse* (2000), plusieurs des personnes interrogées manifestent également un respect pour le travail journalistique et considèrent que les dérives constatées sont davantage le fait de l'organisation médiatique que des journalistes eux-mêmes. Est alors imputée aux pressions exercées par la hiérarchie et plus particulièrement par l'influence de la propriété des médias, une orientation potentiellement biaisée des contenus. Quatre des personnes interrogées dans notre enquête suspectent fortement que les journalistes ne soient pas autorisés à investiguer des sujets qui porteraient sur des thématiques ayant un lien avec les intérêts économiques des actionnaires qui financent les médias pour lesquels ils travaillent. L'ensemble de ces questionnements et de ces

inquiétudes est révélateur d'une lecture critique des médias et d'un rapport exigeant à l'actualité.

4.1.3. Une percolation inégale des effets de la concentration sur la confiance

L'homogénéité relative constatée tant dans les pratiques informationnelles que dans la connaissance et la conscientisation des impacts de la concentration économique des médias est bien moins manifeste concernant le caractère des effets de cette concentration sur la confiance de l'échantillon. Précisons, avant d'engager le dernier point de cette discussion, d'une part que ce trait est incontestablement le plus déterminant de notre étude et d'autre part qu'il ne fait, à notre connaissance, l'objet d'aucun examen dans la littérature scientifique et que la seule donnée qui rejoigne les éléments que nous allons exposer est celle qui traduit qu'une large majorité de la population française considère que les journalistes résistent peu ou pas à l'influence des pouvoirs économique et politique²².

Le premier trait qui émerge de la conjugaison des analyses transversale et longitudinale opérées dans le cadre de notre recherche se révèle être les différences évidentes des effets de la concentration des médias sur la construction et l'élaboration de la confiance. Trois situations illustrent ce constat. La première qui se réfère au premier profil-type exposé dans les résultats de nos travaux montre que la connaissance des organisations économiques des médias et particulièrement des impacts qu'ils suscitent sur le traitement des contenus d'information n'influence pas nécessairement la confiance et ne conditionne pas l'adhésion aux médias d'information consultés. Dans ce cas précis, les personnes enquêtées construisent leur confiance à partir de choix calculés mais les critères sur lesquels elles l'établissent renvoient explicitement à ceux à partir desquels s'orientent leur choix en matière de contenus d'actualité. Ainsi, les normes de conformité sur lesquelles se structurent la confiance renvoient ici aux critères de qualité exigés dans les contenus d'information et donc à une forme d'idéal des pratiques journalistiques dont on exige qu'elles répondent aux règles d'objectivité, de neutralité et de vulgarisation. Les liens entre l'indépendance des contenus et les sources de financement ne sont donc pas explicitement tissés et il en ressort que, malgré les questionnements et les critiques

²² D'après l'étude publiée en janvier 2020 en partenariat par le quotidien national *La Croix* et l'institut de sondage *Kantar*, plus de 60% des 1000 personnes interrogées considéraient que les journalistes n'étaient pas indépendants face aux pressions politiques et économiques.

<https://www.la-croix.com/Economie/Medias/Barometre-medias-pourquoi-4-Francais-10-boudent-linformation-2020-01-15-1201072072>

formulés à l'endroit des conséquences de la concentration économique des médias sur l'information transmise, les effets de la concentration n'influencent pas distinctement l'attribution de la confiance dans les médias d'actualité.

La deuxième situation observée dans notre étude est plus fuyante. Elle offre, de prime abord, le même constat que le cas exposé précédemment : soit que les personnes interrogées semblent elles aussi bâtir la confiance qu'elles confèrent aux médias d'information en se fondant sur des critères inhérents aux attentes exigées en termes de qualité de contenus. Toutefois, la teneur des discours à l'endroit des conséquences qu'implique le modèle d'affaire des médias subventionné par des actionnaires privés issus de groupes industriels traduit une plus grande sensibilité des personnes concernées par ce cas aux effets de la concentration des médias d'information. Si les normes de conformité sur lesquelles se construit la confiance ne sont pas explicitement liées à la nature des ressources financières, on discerne, en filigrane, une corrélation entre les attentes concernant la qualité et la crédibilité des contenus et la structure économique des producteurs d'actualité. Cette observation fait écho aux travaux du sociologue Louis Quéré (2005) puisque l'attitude adoptée ici renvoie à une forme de critique et donc de contrôle que Quéré considère comme antinomique de la confiance. Si la confiance n'est pas explicitement conditionnée par les effets de la concentration économique des entreprises de presse, le questionnement de ces effets implique néanmoins une volonté délibérée de vérification et donc d'une remise en cause manifeste du dispositif de confiance.

Le dernier résultat obtenu est assurément le plus édifiant. Le troisième profil qui a émergé de notre analyse se distingue en effet clairement des deux précédents. Il révèle en effet une véritable fracture de confiance qui se fonde expressément sur la nature des ressources économiques des médias. Les discours traduisent ici sans détour un lien explicite entre les effets de la concentration des médias d'information et l'attribution de la confiance. Les normes de conformité se réfèrent en premier lieu à un questionnement critique de la propriété des entreprises de presse et impliquent, pour reprendre les mots de Quéré (2015), « *une suspension de la délégation* » et « *un report de l'adhésion* ». La confiance est ici structurée par la connaissance et se bâtit presque exclusivement sur l'évaluation du degré d'indépendance de l'information et oriente les pratiques médiatiques d'actualité vers des contenus dont la source est considérée comme émancipée des puissances économiques et financières.

4.1.4. Une confiance politiquement polarisée

La graduation des effets de la concentration économique des médias sur la confiance de l'échantillon a également permis de relever une dernière dimension intéressante. Elle semble en effet refléter des connexions entre la sensibilité aux effets de la concentration, l'attribution de la confiance et l'auto-positionnement sur l'axe politique. Plus les personnes interrogées s'orientent vers la gauche de cet axe, plus elles se montrent sensibles aux effets l'origine économique et financière des médias, tant dans la sélectivité des supports d'actualité que dans l'attribution de leur confiance. A l'inverse, les enquêté.e.s qui tendent à se positionner davantage vers le centre, s'ils questionnent les effets de la concentration des médias sur les contenus d'actualité, leur confiance n'est pas directement impactée par cette connaissance. Ces observations font, une nouvelle fois, partiellement écho aux travaux de Le Hay, Vedel et Chanvriil (2011), puisqu'elles démontrent une corrélation entre identification politique et choix médiatiques d'actualité.

4.2. Limites méthodologiques

Notre travail de recherche s'est inscrit dans une démarche qualitative avec pour objectif de faire émerger des connaissances en réponse à des questionnements généraux à partir d'études de cas fondées sur l'exploration et l'observation de discours et de faits particuliers. Si nous avons exposé, dans la partie de ce mémoire consacrée à la méthodologie, les bénéfices que ce type d'approche apportait à nos travaux, nous y avons également détaillé ses limites. Bien que la rigueur ait dicté l'élaboration de notre étude, elle ne l'a pas soustraite à certaines limites d'ordre méthodologique. Sans remettre en cause la pertinence de la démarche qualitative adoptée, il s'agit ici de prendre la mesure du périmètre dans lequel elle a été élaborée dans le but de l'évaluer de manière critique et constructive.

La première limite que nous souhaitons évoquer concerne l'écart interprétatif qui peut exister entre les discours collectés et l'analyse des données que nous avons réalisée. En effet, si le rapport humain qui caractérise l'approche qualitative est la grande force de la démarche, il peut également traduire une faiblesse et occasionner des biais. Il nous a semblé, à ce sujet, parfois difficile de formuler les questions de façon à ne pas orienter les propos des personnes interrogées. Et si nous nous sommes attachée, lors de l'élaboration du guide d'entretien, à maintenir une neutralité, il n'est pas exclu que certaines reformulations de phrases aient pu influencer les discours. Ayant pris conscience, dès la réalisation des premiers entretiens, de ce

biais potentiel, nous avons tout mise en œuvre pour faire preuve d'une grande vigilance afin de nous montrer la plus objective possible.

Le seconde limite est liée à la première puisqu'elle fait écho à notre jeune expérience dans l'exercice de la recherche scientifique. Ainsi, malgré des lectures appliquées de la littérature scientifique, notre bagage nous a semblé parfois trop maigre pour extraire toutes les données pertinentes de l'analyse des discours. Le vocabulaire nous a parfois fait défaut et nous avons le sentiment d'avoir parfois mal exploité le temps investi au décodage des entretiens. Aussi, nous avons tenté de contourner nos maladresses naïves et notre défaut de pratique par une organisation rigoureuse et une structuration que nous espérons avoir scrupuleusement soignées.

Enfin, la troisième et dernière limite que nous souhaitons présenter a trait à la taille et à la composition de l'échantillon. Il est établi que l'approche qualitative n'a pas pour vocation d'établir de résultats représentatifs. Nous avons sciemment fait le choix de nous intéresser à un public distinct parmi la population des enseignantes et enseignants et si les résultats qui ont émergé ont éclairé notre questionnement, il nous semble qu'il serait pertinent de les élargir à un panel plus large. De plus, une hybridation des approches qualitative et quantitative permettrait vraisemblablement de dégager des tendances plus proches de la réalité tout en explorant les raisons qui justifient leur existence.

4.3. Implications professionnelles

Nos travaux de recherche se sont appuyés sur un échantillon composé d'enseignantes et d'enseignants qui, à travers les programmes disciplinaires et les missions dont elles et ils ont la responsabilité, transmettent des connaissances et des compétences en lien avec l'Éducation aux médias et à l'information aux élèves. Questionner leurs pratiques et collecter le regard qu'elles et ils posent sur l'organisation économique des entreprises de presse et sur la confiance qui leur est accordée s'est avéré instructif à plus d'un titre.

Nous pouvons en effet, au terme de notre étude, tisser des liens entre l'objet de nos travaux et nos pratiques professionnelles. Il apparaît en effet que les rapports qu'entretiennent les professionnels de l'Éducation avec les médias d'actualité, s'ils reflètent une certaine homogénéité dans le cadre privé, s'avèrent relativement disparates. Aussi, nous sommes nous

interrogée sur l'influence que ces relations pouvaient produire sur l'orientation des contenus d'enseignement. Comment se traduisent les inquiétudes relatives aux effets de la concentration économique des médias à l'égard de l'indépendance de l'information lors des activités proposées aux apprenants ? La question de l'économie des médias est-elle traitée dans le cadre scolaire ? Et si tel est le cas, sous quelles formes ? Avec quels objectifs ? Les études qui s'intéressent à la confiance de l'opinion publique démontrent de façon assez nette que les jeunes générations sont celles qui se fient de moins en moins aux médias dits traditionnels. Ce constat est-il pris en compte par les membres des équipes pédagogiques ? Enfin, qu'en est-il de la formation des professeur.e.s concernant les thématiques de notre recherche ? Nous avons pu constater que l'ensemble de l'échantillon interrogé disposait de connaissances élémentaires sur les mécanismes de financement des médias d'actualité. D'où sont-elles issues ? Sont-elles suffisantes ? Interroger les effets de la concentration des médias sur la confiance à travers le regard de professionnels de l'Éducation a ouvert de nombreux nouveaux terrains d'exploration tant scientifiques que pédagogiques.

CONCLUSION

Pour questionner les effets potentiels de la concentration économique des médias d'information sur la confiance, nous avons opté pour une démarche qualitative et une approche à mi-chemin entre l'inductif et le déductif. Dans cette perspective, nous avons mené des entretiens semi-directifs auprès d'un échantillon composé d'enseignantes et d'enseignants ayant en responsabilité des thématiques disciplinaires en lien avec l'Éducation aux médias et à l'information. En nous appuyant sur un guide d'entretien élaboré à partir des variables caractéristiques de notre problématique, nous avons interrogé leurs pratiques informationnelles, leur perception en matière d'économie des médias et les modalités sur lesquelles ils et elles évaluent et fondent leur confiance dans les contenus d'actualité. La conjugaison des analyses transversale et longitudinale a permis, d'une part de faire écho à certains acquis de la recherche et d'autre part de faire émerger un certain nombre de connaissances nouvelles.

Nous avons ainsi constaté que les pratiques informationnelles de l'échantillon, qui appartient aux classes supérieures, rejoignent celles exposées dans les travaux scientifiques consacrés à cette thématique. En effet, si notre étude a fait l'objet d'une analyse intra-classe et qu'il ne faut pas négliger la diversité de sa composition, la quasi-totalité des personnes enquêtées témoigne d'une activité intensive, sélective et exigeante à l'endroit des contenus d'actualité. Par ailleurs, nous avons également observé que les enseignantes et enseignants disposaient toutes et tous de connaissances sur le fonctionnement économique des médias, particulièrement sur les mécanismes de concentration et qu'elles et ils partageaient des inquiétudes communes à l'endroit des effets de ce phénomène sur l'indépendance et la qualité des contenus. Il nous faut préciser que ce bagage s'est traduit par une certaine diversité allant d'une conception assez sommaire jusqu'à une maîtrise fine des modalités de financement des entreprises de presse. Enfin, et c'est indéniablement l'élément central de cette analyse, les effets de la concentration économique des médias sur la confiance de l'échantillon se sont révélés disparates. Alors même que chaque discours traduisait des questionnements au sujet de l'influence des sources de financement sur l'orientation de l'information, trois types de corrélation se sont dessinés. La première corrélation n'a mis en évidence aucun lien manifeste entre concentration et confiance, la seconde a permis d'entrevoir que, sans que cela soit explicitement verbalisé par les personnes interrogées, la concentration des médias semblait jouer, en filigrane, un rôle dans le processus d'attribution de la confiance. Quant à la troisième

corrélation, elle a permis de révéler qu'une conscientisation forte des effets de la concentration économique des médias s'imposait comme premier critère dans la construction de la confiance.

Bien que nos observations ne puissent aboutir à une généralisation en raison des dimensions et de la composition de l'échantillon sur lequel elles portent, elles nous semblent toutefois ouvrir des pistes de réflexion à l'heure où la confiance dans les médias d'information fait l'objet, dans les études qualitatives qui lui sont consacrées, d'un déclin constant et où tant le monde scientifique que les professionnels de l'information s'affairent pour tenter d'imaginer des dispositifs qui permettraient de la restaurer. Les conclusions que nous exposons nous semblent également instructives à questionner dans l'environnement éducatif et pédagogique. Elles interrogent en effet les rapports qu'entretiennent les enseignantes et les enseignants avec le monde de l'information d'actualité, la perception qu'elles et qu'ils en ont et la manière dont ces pratiques sont réinvesties dans le cadre professionnel. Des enjeux qui tendent à converger vers une problématique commune : celle du rôle majeur que joue l'information dans la vie citoyenne et le bon fonctionnement de nos démocraties.

BIBLIOGRAPHIE

ALAMI S., DESJEUX D. et GARABUAU-MOUSSAOUII. (2019). *Les méthodes qualitatives*. Paris : Presses Universitaires de France.

BAGDIKIAN B. H. (2000). *The Media Monopoly*, Sixth Edition, Boston.

BALLAND L., BERJAUD C. et VERA ZAMBRANO S. (2015). Présentation du dossier. Les ancrages sociaux de la réception, *Politiques de communication*, vol. 4, n°1, pp. 5-7.

BARBOT J. (2012). Mener un entretien de face à face *In* Serge Paugam éd., *L'enquête sociologique*. Paris : Presses Universitaires de France, pp. 115-141.

BLAIS M. et MARTINEAU S. (2006). L'analyse inductive générale : description d'une démarche visant à donner un sens à des données brutes. *Recherches qualitatives*, vol 26, n°2, pp. 1-18

BLANCHET A. et GOTMAN A. (2006). *L'enquête et ses méthodes : L'entretien*. Paris : Armand Colin.

BRÉCHON P. (dir.). (2011). *Enquêtes qualitatives, enquêtes quantitatives*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, coll. « Politique en + ».

CAGÉ J. (2015). *Sauver les médias. Capitalisme, financement participatif et démocratie*. Paris : Le Seuil/La République des idées.

CAGÉ J. (2017). *Qui possède les médias ?* LIEPP Policy Brief, n°33.

CARDON D. & GRANJON F. (2013). *Chapitre I. De la critique des médias aux médias de la critique* », *Médiactivistes*. Sous la direction de Cardon D. et Granjon F. Presses de Sciences Po.

CERTEAU de M. (1980). *L'Invention du quotidien*, Paris : Union générale d'éditions.

CHARON J-M. (2007). *Les journalistes et leur public : le grand malentendu*. Paris : Clemi/Vuibert/INA, coll. Comprendre les médias.

CHARON J. (2014). IX. Le débat sur la crédibilité des médias *In* Jean-Marie Charon éd., *Les médias en France*. Paris : La Découverte, pp. 111-119.

COMBY J-B., DEVILLARD V., DOLEZ C. et RIEFFEL R. (2011). Les appropriations différenciées de l'information en ligne au sein des catégories sociales supérieures : Differentiated take-up of online information in the top social classes. *Réseaux*, vol. 170, no. 6.

COMBY J-B. (2013). L'orientation sociale des goûts en matière d'actualité *In* Jouët Josiane & Rieffel Rémy (dir.), *S'informer à l'ère numérique*, Presses universitaires de Rennes, p. 31-56.

DOLEZ C. (2015). Le sens de l'actu. Une analyse des interprétations de l'information à partir d'entretiens de couple. *Politiques de communication*, vol. 4, n°1, pp. 119-142.

DUMÉZ H. (2013). Qu'est-ce que la recherche qualitative ? Problèmes épistémologiques, méthodologiques et de théorisation. *Annales des Mines - Gérer et comprendre*, vol. 112, n°2, pp. 29-42.

GARDIES C., FABRE I. et COUZINET V. (2010). Re-questionner les pratiques informationnelles. *Études de communication*, n°35, p.121-132.

GHIGLIONE R. (1993). La réception des messages. Approches psychosociologiques. *Hermès, La Revue*, vol. 11-12, n°1.

GIDDENS A. (1994). *Les conséquences de la modernité*. Paris : L'Harmattan.

GRANJON F. & LE FOULGOC A. (2011). Penser les usages sociaux de l'actualité. *Réseaux*, vol. 170, no. 6.

HALL S. (1994). Codage/décodage. *Réseaux*, vol. 68, n°6, pp. 27-39.

JOUËT J. et RIEFFEL R. (dir.). (2013). *S'informer à l'ère numérique*, Rennes : Presses universitaires de Rennes.

KATZ E. et LAZARFELD P. (1955). *Personal Influence*, Glencoe, Free press.

LAURENT É. (2019). *Économie de la confiance*. Paris : La Découverte.

LE HAY V., VEDEL T. et CHANVRIL F. (2011). Usages des médias et politique : une écologie des pratiques informationnelles. Uses of the media and politics : an ecology of information practices. *Réseaux*, vol. 170, no. 6.

LEMIEUX C. (2000). *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*. Paris : Éditions Métailié.

MAIGRET É. (2015). *Sociologie de la communication et des médias*. Paris : Armand Colin.

MAYÈRE A. (1990). Chapitre I - Comment définir l'information ? *In* Mayère A. (dir.) *Pour une Économie de L'Information*, C.N.R.S. Éditions, pp. 17-66.

MEIER W. (2005). Media concentration governance : une nouvelle plate-forme pour débattre des risques, *Réseaux*, vol. 131, n°3, pp. 17-52.

MIÈGE B. (2014). Les industries culturelles et médiatiques : une approche socio-économique In Stéphane Olivesi éd., *Sciences de l'information et de la communication*, Fontaine : Presses universitaires de Grenoble, pp. 173-192.

MUCCHIELLI A. (dir.). (1996). *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales*. Paris : Armand Colin.

PAILLE P., MUCCHIELLI A. (2016). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. Paris : Armand Colin.

QUÉRÉ L. 2001. La structure cognitive et normative de la confiance. *Réseaux*, vol. 108, n° 4, pp. 125-152.

QUÉRÉ L. (2005). Les « dispositifs de confiance » dans l'espace public. *Réseaux*, vol. 132, n°4, pp. 185-217.

REBILLARD F. et LOICQ M. (2013). L'approche du pluralisme de l'information en France et la recherche internationale sur la media diversity In Franck Rebillard éd., *Pluralisme de l'information et media diversity : Un état des lieux international*. Belgique : De Boeck Supérieur, pp. 7-15.

SIMON É. (2007). La confiance dans tous ses états. *Revue française de gestion*, vol. 175, n° 6, pp. 83-94.

SONNAC, N. (2006). Les médias : une industrie à part entière et entièrement à part. *Questions de communication*, vol. 9, n°1, pp. 455-473.

SONNAC N. (2006). Médias et publicité ou les conséquences d'une interaction entre deux marchés. *Le Temps des médias*, vol. 6, n°1, PP. 49-58.

SONNAC N. et GABSZEWICZ J. (2013). *L'industrie des médias à l'ère numérique*. Paris : La Découverte.

STEINER P. (1952). Program Patterns and Preferences and the Workability of Competition in Radio Broadcasting. *Quarterly Journal of Economics*, vol. 66, n°2, pp. 194-223.

TOUSSAINT-DESMOULINS N. (2015). Traits généraux et spécificité économique des médias In Nadine Toussaint-Desmoulin éd., *L'économie des médias*, Paris : Presses Universitaires de France, pp. 7-32.

VASILACHIS DE GIALDINO I. (2012). L'interprétation dans la recherche qualitative : problèmes et exigences. *Recherches qualitatives*, vol. 31, n°3, pp. 155-187.

ANNEXES

1) GUIDE D'ENTRETIEN

Contexte :

Mémoire de recherche

Entretiens menés auprès d'enseignant.e.s de Français, d'Histoire-Géographie et de professeur.e.s documentalistes (second degré).

Modalités des entretiens (à distance, enregistrement, traitement anonyme des données)

Sociobiographie :

Nom :

Prénom :

Âge :

Discipline enseignée :

Lieu d'enseignement :

Parcours de formation :

Origine sociale :

Positionnement politique (axe gauche-droite) *en fin d'entretien*

Consigne :

Ma recherche s'intéresse à la confiance dans les médias. Je souhaiterais vous interroger sur ce sujet ainsi que, de manière plus générale, sur vos pratiques concernant les médias d'informations.

Construction du guide :

Thématiques théoriques	Questions simplifiées et relances
PRATIQUES MEDIATIQUES ET INFORMATIONNELLES Usages sociaux Consommation Critères d'évaluation Sélectivité	<input type="checkbox"/> Consultez-vous des médias d'information ? <input type="checkbox"/> A quel rythme ? <input type="checkbox"/> Quels médias d'information consultez-vous ? <input type="checkbox"/> Pourquoi ces médias en particulier ?
ÉCONOMIE DES MEDIAS Modèle économique Structure de marché Concentration Polarisation Indépendance Pluralisme	<input type="checkbox"/> Avez-vous une idée de la façon dont sont organisés économiquement les médias, comment sont financés les médias d'information ? <input type="checkbox"/> Qu'en pensez-vous ? <input type="checkbox"/> <i>Relance éventuelle sur la diversité de l'information ?</i> <input type="checkbox"/> <i>Relance éventuelle sur l'indépendance de l'information ?</i>

Diversité	<input type="checkbox"/> Ces modèles économiques vous inspirent-ils confiance ? <i>(Variante : les modèles évoqués vous inspirent-ils confiance ? Expliquez pourquoi)</i> <input type="checkbox"/> Pouvez-vous donner un exemple ?
SOCIOLOGIE DES MEDIAS Fonction démocratique des médias d'informations Réception Critique Mass Media Effets limités Uses and gratifications Codage/Décodage Cultural Studies	<input type="checkbox"/> Qu'attendez-vous d'un média d'information ? <input type="checkbox"/> Selon vous, les médias d'information répondent-ils à ces attentes ? <input type="checkbox"/> Lesquels y répondent ? <input type="checkbox"/> Pourquoi ? <input type="checkbox"/> Lesquels n'y répondent pas ? <input type="checkbox"/> Pourquoi ? <input type="checkbox"/> Pouvez-vous citer des noms de journalistes ? <input type="checkbox"/> Savez-vous pour quels médias ils/elles travaillent ? <input type="checkbox"/> Quel regard portez-vous sur leur travail ? <input type="checkbox"/> Leur faites-vous confiance ? <input type="checkbox"/> A quel(s) journaliste(s) faites-vous confiance ? <input type="checkbox"/> Pourquoi ? <input type="checkbox"/> A quels journalistes ne faites-vous pas confiance ? <input type="checkbox"/> Pourquoi ?
CONFIANCE INFORMATIONNELLE Composantes Critères Contrat	<input type="checkbox"/> Faites-vous confiance aux médias que vous consultez ? <input type="checkbox"/> Pourquoi ? <input type="checkbox"/> En quels médias n'avez-vous pas confiance ? <input type="checkbox"/> Pourquoi ? <input type="checkbox"/> Comment évalueriez-vous la confiance que vous accordez aux médias d'information ? <input type="checkbox"/> Y-a-t-il des critères sur lesquels vous fondez votre confiance ? <input type="checkbox"/> Comment évaluez-vous ces critères ?

Conclusion de l'entretien

L'entretien arrive à son terme. Avez-vous quelque chose à ajouter ? Je vous remercie pour le temps que vous m'avez consacré et pour la richesse de nos échanges. Je vous tiendrai informé.e des suites de mon travail et vous communiquerai, si vous le souhaitez, les résultats de cette recherche.

2) EXEMPLE DE RETRANSCRIPTION D'UN ENTRETIEN

Enquêté 5 (E5)

Nom du fichier : E5-F37-DOC-COL

Pseudo : Amandine

Date de l'entretien : 26 juin 2020

Lieu de l'entretien : Domicile en distanciel

Durée de l'entretien : 28'45

Type d'entretien : Semi-directif en visioconférence via l'application Zoom

Nom de l'enquêtrice : Emeline Hénique

Signalétique :

Genre : Femme ; *Age :* 36 ans ; *Profession :* professeure-documentaliste ; *Lieu d'exercice :* Collège du Solrézis (59 - Nord) ; *Parcours de formation :* Bac lettres et langues en 2000, Hypokhâgne, DEUG LLCE Allemand, Licence pluridisciplinaire mention documentation, CAPES de documentation obtenu en 2004 ; *Origine socioprofessionnelle :* Cadres et professions intellectuelles supérieures (Enseignante et éducateur spécialisé) ; *Positionnement politique (sur une axe gauche-droite - 0 étant la position la plus à gauche et 10 la plus à droite²³) :* 2.

C = Chercheuse

E = Enquêté.e.

(C1) : Bonjour et merci d'avoir accepté de participer à ma recherche. Comme je vous l'ai précisé lors de notre prise de contact, je travaille sur la thématique de la confiance dans les médias. Je vais donc vous poser des questions sur ce sujet et de façon plus générale sur vos pratiques médiatiques d'information. Je vous rappelle que, comme convenu, l'entretien est enregistré mais que les données seront anonymes. C'est bon pour vous ?

(E1) : D'accord.

(C2) : Parfait. Première question, est-ce que vous consultez des médias d'information ?

²³ <https://www.ifop.com/wp-content/uploads/2019/06/116XXX-Rapport-Atlantico.pdf>

(E2) : Oui...

(C3) : D'accord, à quel rythme ?

(E3) : Quotidiennement à travers les liens qui peuvent être partagés sur les réseaux sociaux, c'est un peu ma porte d'entrée vers les médias d'information. Les liens qui sont partagés sur Facebook.

(C4) : Donc via les réseaux sociaux, est-ce qu'il y a d'autres modes de consultation ?

(E4) : J'écoute la radio, quotidiennement aussi. Je ne regarde jamais la TV, en tous cas pas pour m'informer. Je ne regarde pas de chaînes d'information, ni de journaux à la TV. Et... Parfois je lis un peu de presse écrite imprimée, mais c'est très irrégulier.

(C5) : Est-ce que vous pourriez me préciser un petit peu, concernant vos consultations depuis les réseaux sociaux, vers quels médias vous vous tournez ?

(E5) : Alors... J'ai un abonnement à Médiapart. Donc quand il y a une enquête, quelque chose comme ça, je reçois l'information sur ma boîte mail et je peux les ouvrir directement. Sinon, je lis parfois La voix du Nord, pour l'information locale ou régionale et puis après c'est selon ce qui vient, un peu Libé, après Le Monde... Même si je n'ai pas d'abonnement au Monde donc j'ai rarement accès aux articles. Voilà...

(C6) : En termes de radio ?

(E6) : En termes de radio, j'écoute un peu France Inter et essentiellement la radio belge et j'écoute une radio musicale de la RTBF.

(C7) : Et donc la TV...

(E7) : Rien en termes d'information. Que du divertissement.

(C8) : Et pour la presse écrite imprimée ?

(E8) : Alors... Mon mari est abonné au Courrier International, du coup ça m'arrive de tomber dessus et mes parents sont abonnés à La Voix du Nord, donc quand je leurs rends visite je feuillette la Voix du Nord. Un peu de presse magazine. Comme Causette, quand je prends le train. Et c'est à peu près tout en presse imprimée.

[3'40]

(C9) : Pourquoi ces médias-là en particulier ?

(E9) : Par rapport aux angles, des affinités par rapport au traitement des informations. Après, quand c'est des articles qui arrivent sur mon flux de Facebook, je peux lire un article sur Le Point, sur Le Figaro. C'est pas toujours orienté que d'un côté. C'est pas parce que c'est Le Point ou Valeurs Actuelles que je ne vais pas cliquer et aller lire quelque chose de différent.

(C10) : Vous m'avez parlé d'affinités dans le traitement d'information, qu'est-ce que vous attendez d'un média d'information ?

(E10) : Déjà, des informations... Vérifiées (rires) ! Enfin, complète, qui m'instruisent. Où on sent que le journaliste a... Je peux prendre un exemple ?

(C11) : Bien sûr !

(E11) : C'est frais, y a eu une interview de Timothée de Fombelle qui a été éditée par Le Point hier ou avant-hier, c'est un écrivain jeunesse et il se voit refuser par son éditeur américain la publication de la traduction de sa nouvelle trilogie qui se passe pendant, enfin qui a pour héroïne une jeune fille africaine pendant la traite négrière et la période esclavagiste en Europe et aux États-Unis. Il le publie en France, beau succès et aux États-Unis, on ne veut pas lui publier. Donc, il y a une interview de lui à ce sujet dans le point. Et j'ai réagi assez vivement à cette interview parce que les propos sont rapportés et uniquement les propos de Timothée de Fombelle et à aucun moment on a les tenants et les aboutissants de ce que c'est que l'édition aux États-Unis aujourd'hui, en quoi ça pose problème ce livre, pourquoi il est refusé... On a que le point de vue de Timothée de Fombelle qui se dit victime de censure et... Ca m'a fait réagir, mise en colère parce que je pense la personne qui a interviewé, qui a réalisé l'article autour de l'interview aurait dû donner la parole à l'éditeur ou au représentant en France de cet éditeur-là et essayer de comprendre et faire comprendre au lectorat ce refus de publier qui n'est pas une censure. Et ça n'a pas été fait du tout. Et puis l'article du Point, il a été repris dans pleins d'autres médias, par exemple ActuaLitté qui est un média en ligne sur l'actualité littéraire, ActuaLitté a paraphrasé l'interview du point sans rien ajouter. Ils ont pris l'interview, ils l'ont réécrite, reformulée, discours indirect, etc... Et rien de plus, on n'apprend rien de plus. Déjà à la base on n'apprend rien... Et ça c'est typiquement ce qui m'énerve dans ce traitement là et j'aurais aimé apprendre dans cet article ce que j'ai appris dans les commentaires d'internautes qui ont expliqué qu'eux vivaient aux États-Unis et voilà comment ça se passe, voilà pourquoi ça ne pouvait pas passer etc, etc... En fait, tout ce que j'ai appris, je l'ai appris grâce aux internautes et pas dans la presse et je trouve que c'est dommage. Je suis désolée, c'était un peu long, mais c'est anecdotique aussi...

(C12) : C'est très clair. Donc, ce que vous attendez c'est du contrepoint et du contexte ?

(E12) : Oui. Du coup, pour utiliser un fait d'actualité et apprendre d'autres choses. Là c'était un traitement vraiment superficiel.

(C13) : Les médias que vous consultez, est-ce qu'ils répondent à vos attentes ?

(E13) : Je trouve que oui. Après, pas toujours. C'est pour ça aussi que je m'informe beaucoup sur les réseaux sociaux, c'est que quand y a un article, y a tout de suite les points de vue divergeant qui s'agrègent. Que ce soit à travers les commentaires ou les partages de l'article, les réponses etc... Ca ouvre tout de suite vers d'autres points de vue. Mais sinon, sur la presse

que j'ai citée, c'est un peu plus creusé, approfondi... Après, je ne dis pas que Le Point n'est pas capable de sortir un article approfondi. Je suis tombée sur celui-là en l'occurrence mais... C'était juste une interview. Après, je lis aussi souvent la vérification d'information, les checknews, les choses comme ça, qui sont des annexes des organes de presse comme Libération, Radio France et tout. Ils ont tous une page ou une section consacrée à la vérification des informations. Ça ça m'intéresse aussi. Et ce que j'apprécie aussi en ligne, c'est la mise à jour des articles. Quand un article est publié, on peut voir qu'il a été mis à jour à telle heure avec un ajout, remodifié à telle heure avec un autre ajout et on voit la construction de l'information en fait.

[11'45]

(C14) : A l'inverse, est-ce que vous pourriez me citer des médias qui ne répondent pas à vos attentes ?

(E14) : Dans ceux que je ne pratique pas, les chaînes d'information en temps réel, BFMTV, Cnews et compagnie. Je ne les regarde pas. Je ne regarde pas non plus les JT d'aucune sorte... Et puis après, c'est... question d'opinion. Je ne vais pas fier à un article de Valeurs Actuelles, je ne suis pas de leur lectorat.

(C15) : Pourquoi BFM, CNews, ça ne répond pas à ce que vous attendez d'un média ?

(E15) : Parce que c'est de l'immédiateté, c'est de la description et que quand y a rien à décrire, c'est du remplissage. C'est comme ça que je le ressens. Et comme je disais que moi ce qui m'intéresse c'est l'analyse et le fond et ce qu'on peut apprendre à travers un fait d'actualité sur le Monde tel qu'il va. En pratiquant l'information en direct c'est pas possible, c'est incompatible.

(C16) : D'accord... Est-ce que vous pouvez citer des noms de journalistes ?

(E16) : (Grand rire)... Euh... Difficilement ! Des journalistes actuels, en 2020, Nicolas Demorand... Je ne sais même pas s'il est encore sur France Inter... Si, le matin, je l'entends dans la voiture. Nicolas Demorand... Euh... Et, Jean-Jacques Bourdin (rires). Quelqu'un que je ne regarde pas par exemple. Et Élise Lucet ! Il faut citer des femmes (rires). Tiens, d'ailleurs, Aurélia Blanc. Moins connu. Elle est dans la rédaction de Causette.

(C17) : Quel regard vous portez sur le travail des journalistes ?

(E17) : J'ai beaucoup de respect pour le travail des journalistes. Je veux dire y a une vraie éthique et une vraie déontologie. Alors, ils ne sont pas tous en mesure de l'appliquer ou de la pratiquer. Je pense que dans leur formation, ils l'apprennent tous. Après, y a les exigences du marché et de... Comment dire... Du système, de l'information privée etc... Mais je respecte les journalistes. Puis, c'est un métier où on est très exposé.

(C18) : Vous me dites que tous les journalistes ne sont pas en mesure de pratiquer leur métier avec éthique ou déontologie. Vous pouvez m'en dire plus ?

(E18) : Bah, parce que, je pense que de très bons journalistes sortant d'écoles de journalisme, s'ils sont recrutés sur une chaîne d'information en continue, ils vont devoir produire une certaine forme d'information qui n'est pas forcément leur idéal. Je pense que l'organe de presse est plus responsable de ce que je reproche que les journalistes individuellement. Je pense que la même personne peut très bien faire dans une certaine production et faire de la merde ailleurs parce que c'est ce qu'on lui demande de faire.

(C19) : Justement, est-ce que vous avez une idée de la façon dont sont organisés économiquement les médias ?

(E19) : Oui, j'ai une idée, pour certains, pas pour tous. Mais pour certains, oui. Pour beaucoup, c'est de la publicité, des investisseurs privés, pour certains c'est des médias financés par l'État, par les contribuables et puis y a les médias dits indépendants qui sont financés par leur lectorat. Grosso modo je vois ça. Et puis, y a les grands groupes industriels qui possèdent des organes de presse...

(C20) : Qu'est-ce que vous en pensez de ces différentes structures ?

(E20) : Je pense qu'il faut de la diversité. Je pense que, je ne vais pas dire qu'il y a forcément du mauvais dans le financement privé etc... Je pense qu'on a besoin de façon différentes de travailler et de financer l'information. Et du coup, je ne dirai pas qu'il faut tout nationaliser ou supprimer les médias qui appartiennent à des grands patrons etc... Mais je pense qu'il faut pouvoir enrichir les informations qu'on reçoit, avoir conscience de ce financement et des biais qu'il peut y avoir dans le traitement des informations qui sont présentées.

(C21) : Je dois comprendre que vous faites un lien entre le type de structure et le traitement de l'information ?

(E21) : Oui, je fais éventuellement des liens mais je ne suis pas forcément capable de les décrire (rires) ! Je pense qu'on ne peut pas espérer une totale liberté, une totale indépendance dans aucun média. Ils ont tous certaines limites, certaines zones interdites...

(C22) : Selon vous, le degré d'indépendance peut varier selon la structure ?

(E22) : Oui... Oui, par exemple, comme les groupes qui possèdent certains organes de presse sont aussi des industriels qui vendent des armes par exemple, je pense qu'un certain traitement des conflits armés dans le Monde est influencé par ça. Je pense qu'il y a certaines choses qu'on n'a pas le droit de dire, où certains conflits qu'on va mettre sous le tapis pour ne pas alerter l'opinion quand on travaille pour tel ou tel titre qui appartient pour Dassault ou Lagardère...

(C23) : Vous l'avez déjà constaté ?

(E23) : Je n'ai pas d'exemple qui me vienne mais je pense que oui (rires).

(C24) : Si on prend le modèle des médias financés par l'État, comme France Inter ?

(E24) : Ah bah ils ne sont pas non plus totalement libres je pense. Euh... Ils ont quand même à leur direction quelqu'un qui est nommé directement par l'exécutif donc y a une forme de... Ils sont inféodés au gouvernement. Je ne dis pas que c'est la parole officielle et tout ça mais je ne suis pas sûre qu'ils puissent tout dire non plus ou tout investiguer dans de bonnes conditions. Après, dans tous médias, il va y avoir une ligne éditoriale à laquelle on se pli et on se tient quoi.
[22'20]

(C25) : Et le dernier modèle que vous aviez cité, les médias financés par ceux qui les lisent, les écoutent ou les regardent ?

(E25) : Oui... Bon, je suis abonnée à Médiapart, ça me donne un exemple (rires). Un peu plus d'indépendance, d'investigation et surtout comme ils sont très identifiés en tant que tel, y a beaucoup de sources qui se tournent vers que vers d'autres médias. Des gens qui travaillent dans l'administration et qui ont accès à des courriers ou des choses comme ça vont de préférence les adresse à Médiapart qu'à France 2 ou à BFM.

(C26) : D'accord. On a évoqué beaucoup de médias différents, ceux que vous consultez, est-ce que vous leur faites confiance ?

(E26) : Globalement oui. Avec toujours... un regard critique. C'est pas une confiance aveugle. Même avec un média en qui j'ai confiance, je vais quand même essayer d'aller lire des articles contradictoires etc... Pour comprendre l'autre versant de l'information si besoin.

(C27) : A l'inverse, en quels médias vous n'auriez pas du tout confiance ?

(E27) : Ah !... Je ne saurais pas citer... Y en a plein... Je vais reprendre Valeurs Actuelles. C'est pas que j'ai pas confiance, c'est que l'information elle est traitée d'une manière qui me correspond pas du tout parce que c'est très orienté d'extrême droite, de droite très réac' donc mêmes les mots employés vont pas me convenir, même si l'information je ne la conteste pas, c'est la façon dont elle est présentée.

(C28) : Comment évalueriez-vous, de façon générale, la confiance que vous accordez aux médias d'informations ?

(E28) : Je dirai...8/10 !

(C29) : D'accord...

(E29) : Ce qui vraiment m'importe, c'est le fait d'avoir plusieurs entrées dans l'information.

(C30) : Vous les évaluez comment vos critères de confiance ?

(E30) : de façon inconsciente je crois. Parfois je me fais avoir !

(C31) : Est-ce que vous pensez que, dans la société, la confiance dans les médias a tendance à se dégrader ?

(E31) : Oui, oui, j'ai ce sentiment-là. Parce que... Parce qu'il y a des généralisations qui sont faites à partir de faits... Les gens ont moins confiance, paradoxalement, parce qu'il y a plus de choses cachées qui sont révélées et du coup, les gens ont plus le sentiment qu'on leur cache des choses parce qu'en fait on leur en révèle plus qu'avant. Je pense que les médias étaient beaucoup moins indépendants dans les années 50 ou même 80. Je pense qu'on gagne en transparence surtout avec les réseaux sociaux, du fait qu'il y a maintenant 2000 témoins à chaque événement qui se passe. On peut moins nous cacher de choses mais que le fait qu'on révèle des choses qui ont été cachées, les gens se disent ah bah en fait, les médias nous cachent des choses.

(C32) : D'accord. Nous avons terminé. Est-ce que vous avez quelque chose à ajouter ? Une remarque.

(E32) : Non, non...

(C33) : Très bien. Je vous remercie pour le temps que vous m'avez consacré et pour la richesse de nos échanges. Je vous tiendrai informée des suites de mon travail et vous communiquerai, si vous le souhaitez, les résultats de cette recherche.

(E33) : Oui, oui, avec plaisir.

[28'45 - Fin de l'entretien]