



## Études de communication

langages, information, médiations

32 | 2009

Parcours de recherche en SIC: littérature scientifique,  
méthodes et terrain

---

# Contribution d'une démarche quantitative à l'analyse des flux médiatiques d'information

*Contributions of a Quantitative Approach to the Analysis of Information Flows in  
the Media*

Ludovic Birot, Damien Femenias, Christophe Pécout, Régis Thouvarecq,  
Eric Gillet et Benoît Louvet



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/edc/930>

DOI : 10.4000/edc.930

ISSN : 2101-0366

### Éditeur

Université Lille-3

### Édition imprimée

Date de publication : 1 avril 2009

Pagination : 63-80

ISBN : 978-2-917562-01-7

ISSN : 1270-6841

### Référence électronique

Ludovic Birot, Damien Femenias, Christophe Pécout, Régis Thouvarecq, Eric Gillet et Benoît Louvet, « Contribution d'une démarche quantitative à l'analyse des flux médiatiques d'information », *Études de communication* [En ligne], 32 | 2009, mis en ligne le 01 avril 2011, consulté le 01 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/edc/930> ; DOI : 10.4000/edc.930

---

Ce document a été généré automatiquement le 1 mai 2019.

© Tous droits réservés

---

# Contribution d'une démarche quantitative à l'analyse des flux médiatiques d'information

*Contributions of a Quantitative Approach to the Analysis of Information Flows in the Media*

Ludovic Birot, Damien Femenias, Christophe Pécout, Régis Thouwarecq, Eric Gillet et Benoît Louvet

---

- 1 Une des difficultés propres aux Sciences de l'information et de la communication consiste à appréhender des flux médiatiques d'information. La production de l'information est marquée du sceau de l'éphémère comme du continu : prise dans le souci de témoigner, de rendre compte ou de fabriquer l'actualité, elle se présente comme un flot ininterrompu, un flux continu d'images et de discours qui, en dépit des grilles qui organisent les programmes, reste difficile à saisir, c'est-à-dire à caractériser et à penser dans sa globalité et sa dynamique.
- 2 Le sens d'une information tient à de multiples facteurs, que révèlent et savent intégrer les analyses qualitatives les plus fouillées. Rendre compte du sens d'une information suppose de prendre en compte un nombre important de paramètres, parmi lesquels on peut citer, sans chercher à être ici exhaustif, la nature de l'événement, la manière dont les instances médiatiques s'en emparent, les personnes et les lieux mis en scène, l'explicitation des causes ou des raisons de l'apparition des faits. Mais le sens d'une information tient aussi à sa place et à sa part (son rôle), à son emplacement et à son importance dans le temps et dans l'espace, dans des temps et dans des espaces (médiatiques, culturels, sociaux et historiques) qu'elle détermine et dynamise.
- 3 L'analyse du contenu des médias bute ici sur une difficulté majeure (De Bonville, 2006, p. 101). Face à un tel obstacle, le recours à la parole des journalistes n'est d'aucun secours. Même en supposant que ceux qui font l'information sachent exactement ce qu'ils entendent diffuser, rien ne dit que leurs intentions correspondent à leurs pratiques, ou

qu'ils sachent exactement, à tout moment et sur le long terme, rendre compte de ce flot dont ils participent.

- 4 L'objet de cette contribution est précisément de proposer une méthode qui permette de caractériser et de mesurer des flux médiatiques d'information : nous entendons exposer un moyen de restituer à une information sa place et sa part pour mieux en comprendre le sens, proposer une voie pour mieux prendre en compte les flux et rendre compte de leurs dynamiques globales. Autrement dit, il s'agit de mettre l'information en perspective, de trouver un moyen pour l'appréhender dans le flux dont elle procède et qu'elle produit. Rendre compte de cette autre réalité, c'est comprendre mieux les grands mécanismes qui participent de la construction de l'actualité.
- 5 Nous verrons tout d'abord qu'il est possible de travailler à une échelle « macroscopique » sur des contenus médiatiques, sur des flux d'information ou sur l'actualité : il est possible de traiter des corpus importants, voire d'exploiter des bases de données exhaustives, et de travailler sur des durées longues. Travailler ainsi permet d'une part d'échantillonner mieux. D'autre part, cela crée surtout la possibilité de révéler, de rendre perceptibles et intelligibles des aspects diachroniques qui n'auraient pu être appréhendés autrement.
- 6 C'est donc la fonction heuristique de cette démarche quantitative qui retiendra l'essentiel du propos. Après une mise au point méthodologique, nous illustrerons la démarche à travers trois questions de communication qu'elle est susceptible d'éclairer sur la base d'éléments empiriques nouveaux : la dialectique de l'élément et de la série, la question des dynamiques propres au temps de l'information (diachronie/synchronie ; périodisations ; tendances), la question de l'événement (saillance, prégnance). On verra aussi que cet outil permet d'aller au-delà d'une description par le chiffre : il encourage l'utilisation de l'inférence statistique pour valider ou infirmer les hypothèses qui ont pu être construites à partir des observations.

## Construire des données pour accéder à l'objet

- 7 L'information reste, avant tout, le produit d'un travail de rédaction. Si l'on suit les repères méthodologiques à partir desquels s'ordonne le travail des journalistes[], on comprend comment ils donnent du sens à l'information qu'ils produisent. Trois paramètres principaux structurent l'écriture : l'axe thématique choisi, la mise en scène du contenu et le positionnement de l'information dans la hiérarchie de l'actualité.
- 8 L'axe thématique repose sur les choix du « sujet » et du « propos » (Voirol, 2001). Le sujet correspond à l'événement ou plus précisément au fait brut dont l'information fait l'objet. Le propos correspond à la manière dont l'équipe rédactionnelle traite de l'événement, comment elle se l'est approprié, c'est-à-dire ce qu'elle a bien voulu en dire. La mise en scène de l'information vise à répondre aux questions du « qui », du « quoi », du « où », du « quand », du « comment » et du « pourquoi ». Pour finir, le positionnement de l'information dans la hiérarchie de l'actualité produite par le média est également porteur de sens : on peut ainsi repérer des occurrences, étudier la présence (ou l'absence) de l'information dans l'annonce des titres, identifier la rubrique dans laquelle l'information est enchâssée, l'agencement des thèmes d'actualité du support, etc. La tâche de l'observateur apparaît complexe. Cette complexité permet de comprendre que les analyses des contenus ont plutôt tendance à privilégier la piste de l'analyse qualitative et à renoncer à l'étude de méga corpus qui s'étendent sur de longues périodes.

- 9 Face aux limites des méthodologies d'échantillonnage sur lesquelles se fondent les analyses qualitatives, Soulage propose dès 1994 une méthode d'analyse quantitative des flux médiatiques[]. Cette méthode a depuis été utilisée à de multiples reprises (Charaudeau et al., 2001). La méthode consiste à construire un corpus le plus exhaustif possible, à définir pour et à attribuer à chaque sujet un ou des descripteurs. Ces descripteurs, déterminants thématiques ou mots-clés, permettent de caractériser les sujets d'information les uns par rapport aux autres de manière à les différencier. Par ce dispositif, le chercheur peut dès lors réaliser une étude statistique descriptive des flux en étudiant la distribution dans le temps et dans l'espace des descripteurs/sujets. Cette quantification permet d'apprécier la place et la part des caractères de l'information étudiés, et la méthode a été reprise par d'autres chercheurs pour travailler sur d'autres corpus, étudier d'autres phénomènes (Terral, 2004). Mais c'est surtout pour sa portée méthodologique que cette démarche quantitative a été utilisée, en ce qu'elle permet de construire autrement des données, de définir de manière raisonnée les bornes des corpus que l'on souhaite étudier de manière qualitative : les coups de sonde du chercheur ne relèvent plus du hasard ou du jugement arbitraire.
- 10 La méthode développée ici prolonge et complète cette démarche en étendant les filtres mobilisables, en utilisant tous les mots des notices. Si les notices sont faites par les documentalistes de l'INA pour permettre aux professionnels de l'audiovisuel et aux chercheurs de retrouver des documents audiovisuels très rapidement, leur rédaction fait l'objet d'une réflexion croisée entre chercheurs, professionnels et documentalistes depuis la création du projet de l'Inathèque et du dépôt légal[]. La méthode ne consiste pas seulement à utiliser les descripteurs de l'INA, qui sont des marqueurs utilisés uniquement par l'INA, elle consiste à prendre en compte tous les mots qui sont utilisés dans la notice du document pour concevoir *nos propres descripteurs* qui seront indexés dans *une nouvelle base de données* qui sera pensée et conçue par le chercheur. Cette autre manière de procéder permet d'embrasser des corpus plus importants et de multiplier les prises sur le matériau. Par ailleurs, elle permet aussi de dépasser la simple utilisation du Thésaurus de l'INA pour que la méthodologie puisse être utilisée avec d'autres bases de données documentaires[].
- 11 Il s'agit également d'exploiter l'outil à d'autres fins. En faisant accéder au visible des phénomènes jusqu'alors difficiles à appréhender autrement que de manière intuitive, cette méthode a un intérêt heuristique évident. Le dispositif permet, en travaillant sur des corpus importants (voire sur des corpus exhaustifs) de reconstruire le contexte de diffusion de l'information, et donc de réinscrire ces éléments contextuels dans les analyses approfondies des contenus. Nous proposons (Biro, 2007) de franchir une étape, d'aller plus loin en travaillant sur de longues périodes, d'intégrer la dimension diachronique des informations, de manière à caractériser des flux, des séries, des tendances et des événements. La méthode exige pour cela d'être précisée et systématisée d'une part, de recourir à l'inférence statistique d'autre part.
- 12 Ce prolongement exige en premier lieu de préciser et de standardiser le dispositif d'attribution des descripteurs, de manière à rendre possible une contextualisation systématique de l'information, et à pouvoir ensuite reconstruire plus finement les flux produits. Dans notre proposition, l'attribution des différents descripteurs ne repose plus sur le jugement du chercheur, mais consiste en une opérationnalisation systématique de leur définition : on peut ainsi, par exemple, partir des paramètres rédactionnels utilisés par les journalistes eux-mêmes, que nous avons sommairement présentés.

- 13 Cette modalité d'attribution de descripteurs a trois intérêts principaux. Elle permet d'abord d'intégrer à l'analyse le point de vue des producteurs d'information que sont les journalistes, de « comprendre mieux » la fabrique de l'information (Weber, 1983 ; Ricœur, 1983). En second lieu, ce dispositif d'attribution, qui en fait une opération plutôt « technique » et reproductible, permet d'intégrer à la recherche les personnels d'institutions telles que l'INA, et de structurer des collaborations entre démarches quantitatives et qualitatives. Pour finir, cette modalité d'attribution est efficace, car une fois réalisée elle permet de constituer rapidement de nouveaux corpus : à partir d'un même ensemble de productions médiatiques, on dispose d'autant de corpus qu'on aura défini de descripteurs, qui fonctionnent dès lors comme des « prises » sur le matériau, et permettent de « saisir autrement » les problèmes (les critères présentés ci-dessous sont autant d'entrées et de paramètres de combinaisons possibles pour constituer un corpus : on les croise de façon dynamique).
- 14 La méthode statistique proposée vise par ailleurs à aller au-delà d'une description chiffrée des flux médiatiques, même si les descriptions sont en soi intéressantes. Il est en effet possible de formuler, à partir des statistiques descriptives réalisées, des hypothèses que l'on peut ensuite chercher à valider à l'aide des inférences statistiques, pour montrer si les différences, les transformations, les évolutions et les proportions sont statistiquement significatives ou pas.
- 15 À titre d'illustration, le travail d'attribution débute ainsi par un relevé systématique, dans un tableau à double entrée, des repères rédactionnels en usage précédemment identifiés, et rappelés ci-dessous.

**LISTE DES CRITERES PRIS EN COMPTE DANS L'ANALYSE QUANTITATIVE  
DES FLUX D'INFORMATION MEDIATIQUE**

	<b>Télévision</b>	<b>Radio</b>	<b>Presse</b>
<b>Statut de diffusion</b>	- Date de diffusion - Média diffuseur - Durée du programme - Type de l'émission - Genre de l'émission	- Date de diffusion - Média diffuseur - Durée du programme - Type de l'émission - Genre de l'émission	- Date de parution - Média diffuseur
<b>Hiérarchisation de l'information dans l'espace médiatique</b>	- Présentation du sujet dans les titres de l'émission - Rubrique de diffusion - Rappel en épilogue d'émission (si existant)	- Présentation du sujet dans les titres de l'émission - Rubrique de diffusion - Rappel en épilogue d'émission (si existant)	- Rubrique de diffusion Genre de presse
<b>Axe thématique</b>	- Titre du programme - Sujet - Propos	- Titre du programme - Sujet - Propos	- Titre de l'article - Sujet - Propos
<b>Présentation des faits</b>	- Personnes concernées - Lieu des faits - Date des faits - Présentation des circonstances, - Présentation des motivations, du mobile, des raisons et des causes	- Personnes concernées - Lieu des faits - Date des faits - Présentation des circonstances, - Présentation des motivations, du mobile, des raisons et des causes	- Personnes concernées - Lieu des faits - Date des faits - Présentation des circonstances, - Présentation des motivations, du mobile, des raisons et des causes
<b>Mise en scène du propos</b>	- Personnes mises en scène - Lieu de mise en scène - Positionnement dans le temps	- Personnes mises en scène - Lieu de mise en scène - Positionnement dans le temps	- Personnes mises en scène - Lieu de mise en scène - Positionnement dans le temps
<b>Résumé du propos</b>	- Annonce du présentateur - Verbatim du sujet	- Annonce du présentateur - Verbatim du sujet	- Chapeau de l'article - Verbatim de l'article

- 16 Par la suite, ce relevé est mis en forme afin de réaliser des tri-croisés dynamiques et de réaliser des représentations graphiques. Accédant au visible, les flux médiatiques deviennent descriptibles, et permettent de formuler des hypothèses que l'on pourra tester, confirmer ou non, par inférence statistique.
- 17 Par souci de concision, on ne fera pas ici état des précautions méthodologiques applicables lorsque l'on utilise des inférences statistiques. On illustrera l'intérêt de la méthode à partir de quelques résultats obtenus. Cette méthode a en effet été utilisée dans des recherches portant sur des productions médiatiques de supports divers[]. Développée initialement pour analyser les flux d'information (Biro, 2007) diffusés pendant dix années (de 1995 à 2004) dans les principaux journaux télévisés (JT) des six chaînes du réseau hertzien français[], cette méthode a ensuite été employée pour étudier les programmes d'actualités cinématographiques diffusés dans les salles de cinéma en France et en Allemagne sous l'occupation[], pour réaliser une analyse longitudinale des différents titres de la presse balnéaire bas-normande diffusés à la belle époque[].

## **Caractériser des flux : le sport dans les journaux télévisés hertziens français**

- 18 Cette seconde partie vise à présenter une méthode par les résultats[] qu'elle est susceptible de fournir. Nous avons structuré cette illustration autour des trois questions suivantes : comment replacer l'information journalistique dans l'ensemble dans lequel elle s'inscrit, comment identifier et décrire la série dans laquelle l'élément prend place ? Comment décrire des tendances et, en identifiant des paliers, procéder à des périodisations ? Comment identifier un événement médiatique ?

### **Replacer l'élément dans la série**

## ILLUSTRATION N°1 : L'INFORMATION SPORTIVE DANS LA STRUCTURE DES DIFFÉRENTS JT

## ETUDE COMPAREE DES MACROSTRUCTURES DE ENTRE 1995 &

Nombre de sujets	TF1	RAPPORT	F2	RAPPORT	F3	RAPPORT	C+
Informations générales	35 652	46,07%	35 756	48,68%	22 783	49,77%	7 247
Informations de divertissements	12 688	16,39%	12 752	17,36%	77 56	16,94%	2 173
Autres rubriques	29 052	37,54%	24 936	33,95%	15 233	33,28%	4 750
<b>TOTAL</b>	<b>77 392</b>		<b>73 444</b>		<b>45 772</b>		<b>14 170</b>

- 19 L'étude comparée des structures des trois grandes catégories d'information de journal télévisé permet de faire l'hypothèse que leur contenu vise à (1) privilégier l'information générale (constituée des rubriques de « Politique Internationale », de « Politique française » et de « Société ») à hauteur de 50 % ; (2) s'intéresser à l'information de divertissement (constituée des rubriques « Sport » et « Loisir-Culture ») à hauteur de 20 % ; laisser 30 % de l'espace aux sujets des rubriques mineures[]. Ce n'est qu'ensuite, à partir de cette macrostructure caractéristique du genre du journal télévisé contemporain, que le diffuseur organise le contenu de son programme en fonction de l'actualité et du public qu'il souhaite capter.
- 20 Nous nous sommes donc attaché à vérifier cette hypothèse sur la globalité des sujets diffusés sur tout le réseau hertzien sur les dix années, puis sur chacune des années. Le résultat du test de  $\chi^2$  appliqué au nombre de sujets diffusés dans chaque grande catégorie d'information entre 1995 et 2004 confirme cette hypothèse. Ce résultat montre que l'information télévisée du réseau hertzien français est structurée autour de la règle du 50/20/30 (50 % d'information générale, 20 % d'information de divertissement et 30 % d'autres sujets d'actualité).
- 21 Nous nous sommes ensuite attaché à vérifier cette hypothèse sur les sujets diffusés par chaque chaîne pris globalement puis année par année. Les résultats montrent une absence de différence significative entre la mesure étalon (50/20/30) et le nombre de sujets diffusés par chaque chaîne dans chaque grande catégorie d'information à l'exception de la chaîne Arte. Cela conduit à considérer que l'information télévisée du

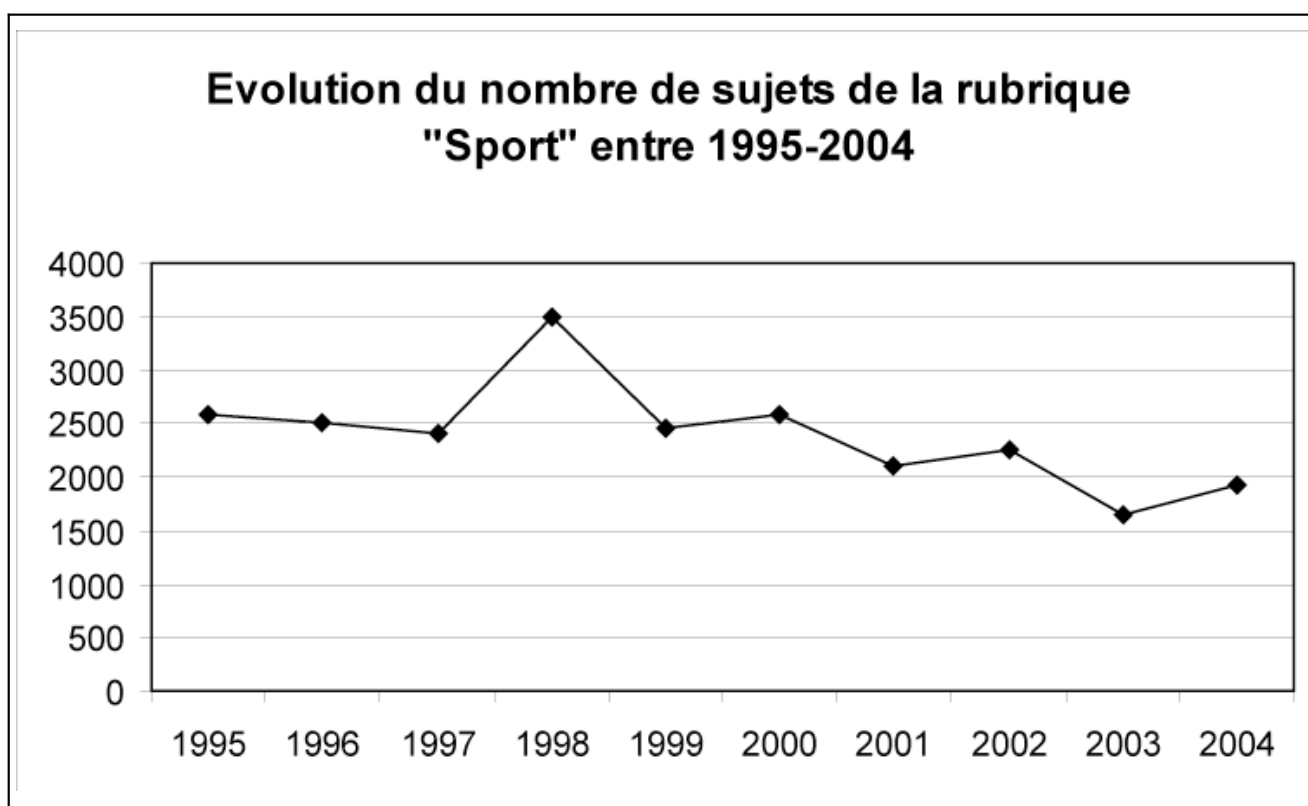
réseau hertzien français entre 1995-2004 s'est organisée autour des proportions 50/20/30, et ce quelle que soit la durée du JT, sauf pour la chaîne Arte.

- 22 Ces quelques éléments dévoilent les structures dans lesquelles se trouvent canalisés les flux d'information. On peut alors chercher à voir si et dans quelle mesure l'actualité phénoménale a ou non une incidence sur ces structures.

### L'information en tendances et en périodes (illustration n°2)

- 23 L'offre de sport à la télévision n'a cessé d'augmenter depuis 1968[]. L'observation de la courbe du nombre de sujets « sport » diffusés dans les journaux télévisés sur la période 1995-2004 fait apparaître que dans les journaux télévisés cette tendance est inversée. L'application du test de Friedmann sur les données de la rubrique « sport » confirme cette tendance en faisant la démonstration que l'effet des années sur le nombre de sujets diffusés est statistiquement significatif. La réalité de cette baisse globale du nombre de sujets « sport » dans les journaux télévisés du réseau hertzien français (Rubriques Sport 1995-2004 :  $X^2(9) = 25,89$  ;  $p. = 0,0021$ ) est donc confirmée.

#### ILLUSTRATION N°2 : LA PLACE DU SPORT DANS LES JT DIMINUE



- 24 Cette évolution de l'information sportive dans les journaux télévisés demanderait par ailleurs à être replacée dans une évolution plus large, dans la mesure où des journaux d'information « sportive » sont apparus (« Sport 6 », « Tout le sport pour ne citer qu'eux »), se sont différenciés (développement des journaux « spécialisés et périodiques », avec par exemple « Le journal du tour »).



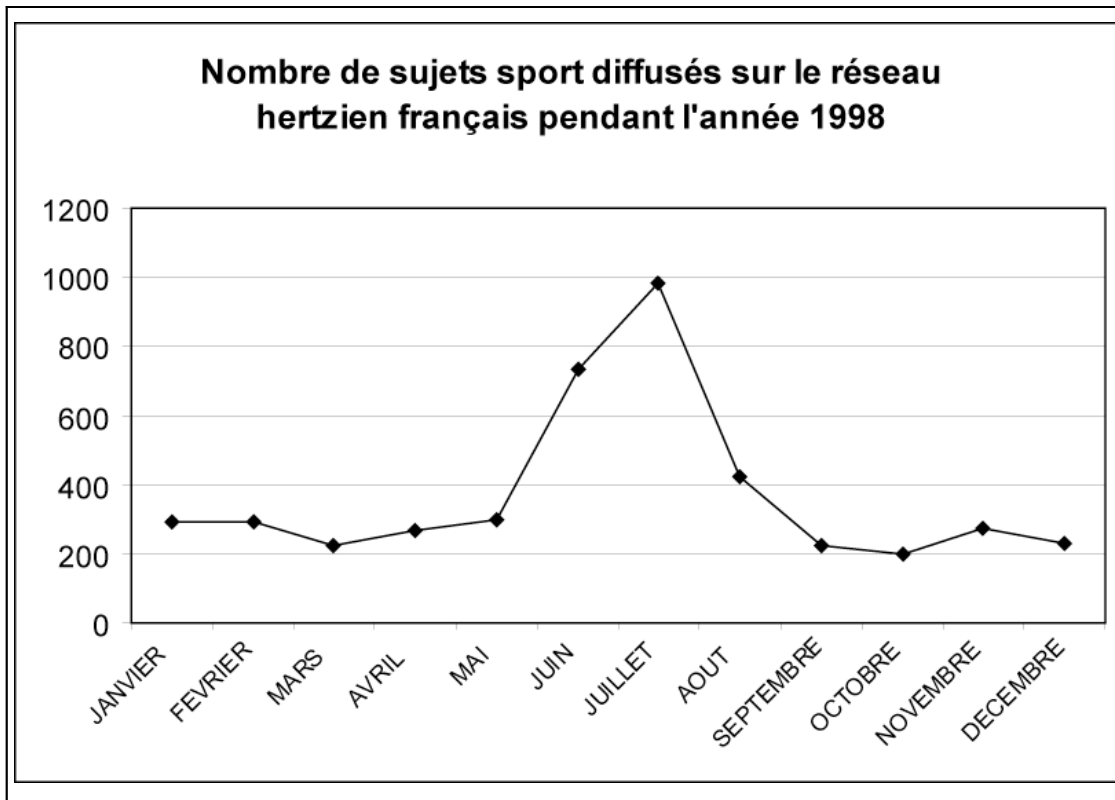
### Questionner l'événement, identifier ce qui est original (illustration n° 3)

- 25 Les analyses précédentes ont permis de montrer que, sur la période 1995-2004, l'année 1998 présente des caractéristiques singulières. Dans cette logique, nous faisons l'hypothèse que l'organisation de la Coupe du Monde de Football en France, la victoire de l'Équipe de France dans cette compétition et la crise du Tour de France sont autant d'événements qui ont rendu cette année sportive particulière et significativement différente des autres années du corpus. Pour vérifier cette hypothèse, il est nécessaire de diminuer le grain d'analyse pour passer d'une analyse année par année à une analyse mois par mois. Dans cette logique, le choix d'utiliser le mois comme unité d'analyse est purement arbitraire. Il a été choisi pour des commodités d'analyse et de présentation des résultats[].
- 26 Les données ainsi que la courbe de représentation du nombre total de sujets sport diffusés mois par mois pendant l'année 1998 sur le réseau hertzien français semblent faire apparaître un effet du mois de diffusion sur le nombre de sujets sport diffusés chaque mois, en faisant la démonstration de l'existence d'un pic durant les mois de juin et de juillet. Ce constat semble compatible avec l'hypothèse énoncée précédemment. L'application d'un test de Friedman aux données permet de vérifier statistiquement cette hypothèse. Le résultat du test montre qu'il existe un effet du mois, c'est-à-dire de l'actualité, sur le nombre de sujets sport diffusés sur le réseau hertzien en 1998 (Toutes les chaînes :  $X^2_{(11)} = 47,61475$  ;  $p < 0,0001$ ).

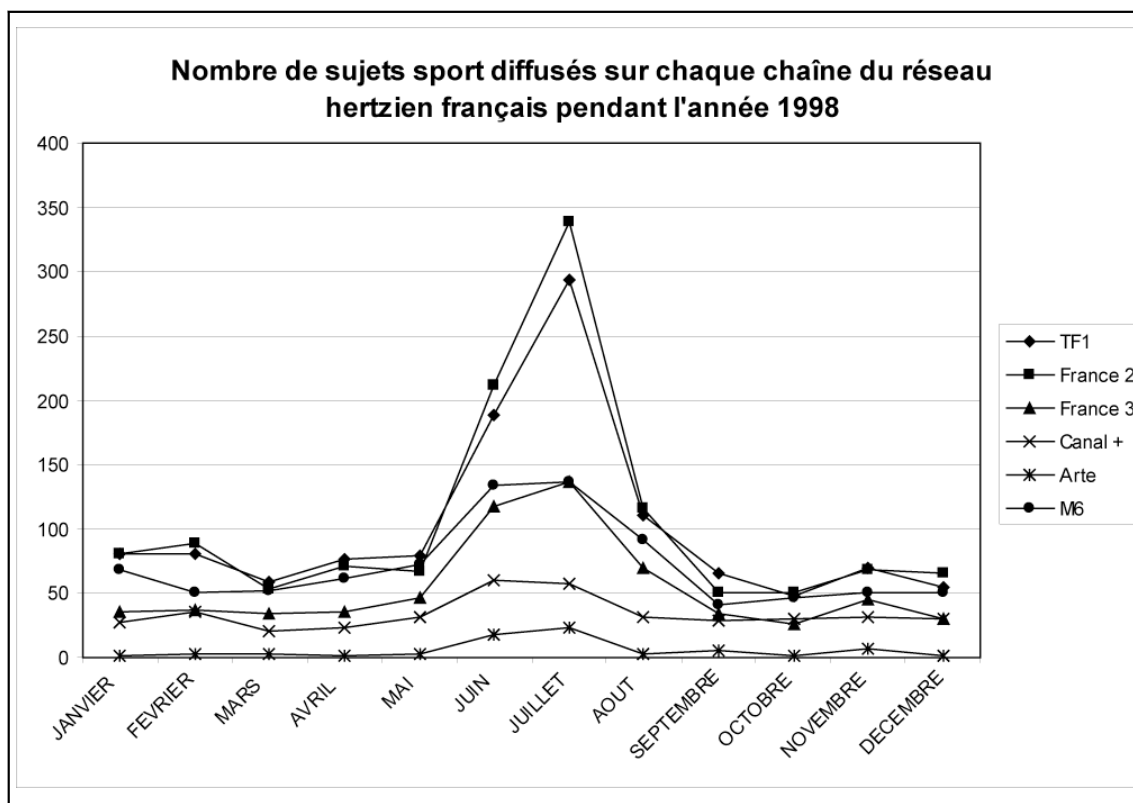
#### ILLUSTRATION N°3 : LE PIC EN 1998, LA COUPE DU MONDE ET L'AFFAIRE DU TOUR DE FRANCE

### NOMBRE DE SUJETS SPORT DIFUSES SUR LE RESEAU HERTZIEN FRANÇAIS EN 1998

	TF1	France 2	France 3	Canal +	Arte	M6	TOTAL
JANVIER	80	81	35	27	2	68	<b>293</b>
FEVRIER	80	89	37	35	3	50	<b>294</b>
MARS	59	53	34	21	3	52	<b>222</b>
AVRIL	76	71	35	23	1	61	<b>268</b>
MAI	79	67	46	32	3	72	<b>299</b>
JUIN	189	212	118	60	18	134	<b>731</b>
JUILLET	293	338	136	58	23	137	<b>985</b>
AOUT	111	116	70	31	3	91	<b>422</b>
SEPTEMBRE	66	51	34	29	5	41	<b>226</b>
OCTOBRE	48	51	26	30	2	46	<b>202</b>
NOVEMBRE	70	68	45	32	7	51	<b>273</b>
DECEMBRE	54	65	30	30	2	51	<b>232</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1 205</b>	<b>1 262</b>	<b>646</b>	<b>408</b>	<b>72</b>	<b>854</b>	<b>4 447</b>



- 27 L'application d'un test T de Wilcoxon aux distributions prises mois par mois permet de montrer que le mois de mai est significativement différent du mois de juin, qui est lui-même significativement différent du mois de juillet, qui est également lui-même significativement différent du mois d'août. Ce constat permet de confirmer l'existence d'un pic pendant les mois de juin, juillet et d'août durant l'année 1998.
- 28 Ce constat va dans le sens d'une validation de notre hypothèse de départ, puisque la Coupe du Monde de Football, la victoire de l'Équipe de France dans cette compétition et la crise du Tour de France 98 se sont déroulées durant cette période.



- 29 L'observation des données et le parallélisme entre des courbes d'évolution du nombre de sujets sport diffusés sur chaque chaîne semblent laisser penser qu'il s'agit d'une tendance générale. L'application d'un test de  $\text{Khi}^2$  global permet de montrer qu'il n'existe pas de différences significatives entre les six échantillons ( $X^2_{(55)} = 52,03$  ;  $p = 0,5878$  ;  $p > 0,05$  ; n.s.). Il y a donc indépendance entre les diffuseurs et dépendance entre le nombre de sujets diffusés chaque mois sur chaque chaîne. Il y a donc dépendance entre le nombre de sujets diffusés par chaque diffuseur et l'actualité. *Le nombre de sujets diffusés chaque mois par chaque diffuseur est donc plutôt dépendant de l'information factuelle qui survient dans l'environnement phénoménal, et indépendant de la stratégie de chaque diffuseur.*
- 30 Les tests de  $\text{Khi}^2$  secondaires aboutissent aux mêmes résultats. Les évolutions mensuelles du nombre de sujets sport de chaque chaîne comparées par test de  $\text{Khi}^2$  deux à deux montrent qu'il n'existe aucune différence significative entre les échantillons. Ces résultats montrent bien qu'il y a indépendance entre le nombre de sujets diffusés chaque mois et la stratégie du diffuseur. La question est alors de se demander si le nombre de sujets est dépendant de l'actualité de l'environnement phénoménal.

## Conclusion

- 31 Au terme de ce parcours, à quel point sommes-nous parvenus ? On a tout d'abord vu qu'il est possible de travailler à une échelle « macroscopique » sur des contenus médiatiques, sur des flux d'information ou sur l'actualité : il est possible de d'exploiter des bases de données exhaustives (ici celles de l'INA), et de travailler sur des durées longues. La méthode permet ainsi de travailler en adoptant les repères des journalistes, tout en

produisant une distance qui rend perceptible des évolutions et des saillances, dont on peut s'assurer par recours à l'inférence statistique.

- 32 Pour autant, l'outil n'est qu'un outil : il ne rend pas intelligible par lui-même, et suppose de multiplier les questions, de recourir à d'autres savoirs de manière à rendre intelligibles les aspects diachroniques qu'il permet de révéler. Cette forme de travail ouvre ainsi, sur la fabrication de l'actualité par exemple, moins des questions que de nouvelles voies pour produire des indicateurs permettant d'y répondre.
- 33 On voit ainsi à quel point le temps « du sport » et celui « de l'actualité » (telle que la fabriquent les journaux télévisés, qui n'en sont pas les uniques producteurs) interagissent en conservant leur part d'autonomie. Comprendre le sens de l'événement sportif suppose de retracer la participation croissante du sport à « l'élément » médiatique (Derèze, 1998). Le temps « du sport » (dont l'information ne se limite pas aux journaux télévisés) se présente chaque jour davantage comme temps de l'information constante (Vigarello, 1995), une succession redondante d'événements qui finit par produire une autre image de la durée. La durée y prend la forme d'une accumulation d'événements qui n'existent que d'être médiatisés, présentant par là des traits propres à la manière dont notre société, parfois dans la surinformation bavarde, tend à multiplier l'événement comme pour mieux conjurer le nouveau (Nora, 1974) ou le désordre (Balandier, 1992).
- 34 Les outils présentés permettent de prendre les « événements » (ici « sportifs ») avec un peu de distance : s'ils scandent l'actualité des journaux télévisés, ils ne la marquent pas de manière significative (ils ne sont ni saillants ni prégnants, car dans le cas contraire, nous aurions perçu des cycles, à l'occasion des coupes du monde ou des jeux olympiques), au point même que certaines chaînes ne leur accordent qu'une faible importance (Arte). On mesure mieux, du même coup, l'originalité de ce qui s'est produit en 1998, qui a manifestement dépassé le strict champ sportif, et qui mérite d'être étudié comme événement, simultanément médiatique et social.
- 35 L'analyse de l'information sportive diffusée dans les journaux télévisés montre que l'actualité phénoménale, en tout cas dès lors qu'il s'agit de sport, semble n'avoir que peu d'effet sur la structure de l'information télévisée. Ces éléments demanderaient évidemment à être étendus à d'autres champs d'information, de manière à comprendre mieux les déterminants au sein desquels se déploie la construction de l'actualité et, au-delà, celle de l'espace public.

---

## BIBLIOGRAPHIE

**Agnès, Y. & Hervouet, H.,** (2002), *Manuel de journalisme. Écrire pour le journal*, Paris, La Découverte, 480p.

**Bachmann, P.,** (2004), *Communiquer avec la presse écrite et audiovisuelle*, Paris, Victoires Editions, 200p.

**Balandier, G.,** (1992), *Le désordre*, Paris, Fayard, 254p.

- Besse, B. & Desormeaux, D.**, (2005), *Construire le reportage télévisé*, Paris, Victoires Editions, 263p.
- Birot, L. & Pécout, C.**, (2008), *La culture sportive mondaine à la Belle Époque : Facteur du développement des stations balnéaire du Calvados*, in *Annales de Normandie*, n° 58, pp. 135-146.
- Birot, L. & Pécout, C.**, (2008), *Les deux formes de récits présents dans les actualités sportives cinématographiques projetés durant l'occupation (1940-1944)*, in *Médiatiques*, n° 42, pp. 9-18.
- Birot, L.**, (2007), *La mise en scène du sport dans les récits médiatiques des journaux télévisés de 1995 à 2004*, Thèse de doctorat non publiée, Université de Rouen, 552p.
- Birot, L., Pécout, C. & Couper, C.**, (2008), *Cinema Sports News (1940-1944) : Between factual information and propaganda*, in *International Journal of Sport Communication*, volume 1, n°2, juin.
- Bourg, J. F. & Gouguet, J.-J.**, (2001), *Economie du sport*, Paris, La Découverte, 122p.
- Charaudeau, P., Lochard, G., Soulages, J.-C., Fernandez, M. & Croll, A.**, (2001), *La télévision et la guerre. Déformation ou construction de la réalité ? Le conflit en Bosnie (1990-1994)*. Bruxelles, De Boeck Université, 168p.
- De Bonville, J.**, (2006), *L'analyse de contenu des médias*, Paris, De Boeck 2006, 101p.
- Derèze, G.**, (1998), *De la médiatisation des grandes compétitions sportives*, in *Communications*, n°67, pp. 33-45.
- Nora, P.**, (1974), *Le retour de l'événement*, in Le Goff J. & Nora P. (dir.), *Faire de l'histoire*, tome 1, Paris, Gallimard, 320p.
- Pécout, C. & Birot, L.**, (2008), *L'information sportive dans la presse balnéaire saisonnière bas-normande : 1889-1914*, in Tétart P. & Villaret S. (dir.), *La presse et l'information sportive à la belle époque*, Le Mans, Atlantica-Musée national du sport, 248p.
- Pécout, C. & Birot, L.**, (2009), *La propagande allemande en France à travers les actualités sportives cinématographiques (1940-1944)*, in *Stadion*.
- Pécout, C. & Birot, L.**, (à paraître), *Les actualités sportives cinématographiques dans la France occupée (1940-1944)*, in *Actes du colloque « Histoires et médias »*, Grenoble, 2008.
- Ricœur, P.**, (1983), *Temps et récit*, Paris, Seuil, 406p.
- Ross, L.**, (2005), *L'écriture de presse. L'art d'informer*, Paris, Gaëtan Morin Editeur, 276p.
- Soulages, J. C.**, (1999), *Les mises en scènes visuelles de l'information. Etude comparée France, Espagne, Etats-Unis*, Paris, Nathan, 220p.
- Terral, J.**, (2004), *L'insécurité au Journal Télévisé. La campagne présidentielle de 2002*, Paris, L'Harmattan, 126p.
- Vigarello, G.**, (1995), *Le temps du sport*, in Corbin A. (dir.), *L'avènement des loisirs*, Paris, Aubier, pp. 193-221.
- Voirol, M.**, (2001), *Guide de la rédaction*, Paris, CFPJ Editions, 136p.
- Weber, M.**, (1983), *Economie et société*, Paris, Plon, 1971, 410p.
- Weber, M.**, (2000), *La Lettre de l'économie du sport*, 29 mars.
- Weber, M.**, (2000), *La lettre du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel*, mars.

## NOTES

1. Agnès Y. & Hervouet H. (2002), *Manuel de journalisme. Ecrire pour le journal*, Paris, La Découverte ; Bachmann P. (2004), *Communiquer avec la presse écrite et audiovisuelle*, Paris, Victoires Editions ; Besse B. & Desormeaux D. (2005), *Construire le reportage télévisé*, Paris, Victoires Editions ; Voirol M. (2001), *Guide de la rédaction*, Paris, CFPJ Editions ; Ross L. (2005), *L'écriture de presse. L'art d'informer*, Paris, Gaëtan Morin Editeur.
2. Ce travail de thèse a été reproduit dans Soulagés J. C. (1999), *Les mises en scènes visuelles de l'information. Etude comparée France, Espagne, Etats-Unis*, Paris, Nathan.
3. Les lundis de l'INA organisés tous les mois ont cette fonction. Ces ateliers sont actuellement pilotés par Patrick Charaudeau et Jean Claude Soulagé en collaboration avec Denis Marechal de l'INA.
4. Sous réserve que les mots-clés et que les chapeaux qui sont proposés pour définir les documents pour aider à retrouver les documents reposent sur une méthode qui vise à prendre un certain nombre de précautions pour contourner certains biais.
5. Actualités cinématographiques, programmes d'information télévisés, programmes d'information radiophoniques, presse quotidienne et presse magazine.
6. Les journaux de 20 heure de TF1 et de France 2, le journal Soir 3 de France 3, le journal en clair de Canal +, le 8 et demi de la chaîne Arte et le 6 minutes de M6.
7. Birot L., Pécourt C. & Couper C. (2008), *Cinema Sports News (1940-1944) : Between factual information and propaganda*, in *International Journal of Sport Communication*, volume 1, n°2, juin, pp. 219-240. Birot L. & Pécourt C. (2008), *Les deux formes de récits présents dans les actualités sportives cinématographiques projetés durant l'occupation (1940-1944)*, in *Médiatiques* n° 42. Pécourt C. & Birot L. (à paraître), *Les actualités sportives cinématographiques dans la France occupée (1940-1944)*, in *Actes du colloque « Histories et médias »*, Grenoble, 2008. Pécourt C. & Birot L. (à paraître), *La propagande allemande en France à travers les actualités sportives cinématographiques (1940-1944)*, in *Stadion*.
8. Pécourt C. & Birot L. (2008), *L'information sportive dans la presse balnéaire saisonnière bas-normande : 1889-1914*, in Tétart P. & Villaret S. (dir.), *La presse et l'information sportive à la belle époque*, Le Mans, Atlantica-Musée national du sport, pp. 9-18. Birot L. & Pécourt C. (2008), *La culture sportive mondaine à la Belle Epoque : Facteur du développement des stations balnéaires du Calvados*, in *Annales de Normandie*, n° 58, pp. 135-146.
9. Les données présentées ci-dessous ont été produites par le département « Ina'stat » de l'Institut National de l'Audiovisuel grâce à la collaboration de Dominique Fackler. Les tests statistiques ont été pensés et réalisés par nos soins.
10. Le classement des différents sujets dans chacune des quatorze rubriques a été possible grâce à l'indexation de chacun des documents dans la base de données du dépôt légal de l'INA.
11. *La lettre du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel*, mars 2000 ; *La Lettre de l'économie du sport*, 29 mars 2000 ; Bourg J. F. & Gougnet J.-J. (2001), *Economie du sport*, Paris, La découverte.
12. Par la suite, le travail pourra être poursuivi par une analyse d'événements particuliers à l'aide de l'unité d'analyse hebdomadaire.

---

## RÉSUMÉS

Comment appréhender les flux médiatiques d'information qui fabriquent l'actualité ? Cette contribution propose de restituer à l'information une partie de son sens, en la replaçant dans le flux dont elle procède et qu'elle produit. L'attribution standardisée de descripteurs rédactionnels permet de multiplier les « prises » sur des corpus volumineux de sujets : le matériau, devenu descriptible dans le temps, gagne en intelligibilité par le recours à l'inférence statistique. Une saisie macroscopique et diachronique de l'information est rendue possible, qui invite à découvrir les structures, les dynamiques et les événements saillants à partir desquels se fabrique l'actualité médiatique et, au-delà, l'espace public. Cette méthode est présentée par les résultats qu'elle a fournis pour analyser dix ans d'information sportive dans les journaux télévisés hertziens français. Pour autant, l'outil n'explique pas par lui-même, et suppose de multiplier les questions, de recourir à d'autres savoirs pour rendre intelligible ce qu'il donne à lire autrement. Cette forme de travail ouvre ainsi moins des questions que de nouvelles voies pour produire des indicateurs permettant d'y répondre.

How to grasp the media streams of information which make the current events ? This contribution suggests restoring to the information a part of its meaning, by replacing it in the stream of which it proceeds and which it produces. The standardized attribution of editorial descriptors allows to multiply the "grips" on voluminous corpuses of subjects : the material, become descriptible in time, wins in comprehensibility by the appeal to statistical inference. A macroscopic and diachronic seizure of the information is made possible, which invites to discover the structures, the dynamics and the striking events from which are made the media current events and, beyond, the public space. This method is presented by the results that it supplied to analyze ten years of sports information in the French Hertzian television news. For all that, the tool does not explain by itself, and supposes to multiply the questions, to resort to other knowledges to make understandable what it gives to read otherwise. This working shape so opens fewer questions than new ways to produce indicators allowing to answer it.

## INDEX

**Keywords :** media streams of information, diachrony, sampling, statistical inferences.

**Mots-clés :** flux médiatiques d'information, diachronie, échantillonnage, inférences statistiques

## AUTEURS

### LUDOVIC BIROT

**Ludovic Birot** est docteur en Sciences des Activités Physiques et Sportives de l'Université de Rouen. Maître de conférence à l'Université de Lille 2, il est rattaché au laboratoire ERSSS EA 4110 (Équipe de Recherche Septentrionale Sport et Société). Ces travaux de recherche portent sur l'analyse longitudinale de gros corpus médiatiques portant sur des thématiques multiples (sport,

environnement, tourisme, actualités généralistes, actualités culturelles) et sur des supports divers (programmes télévisés, programmes radiophoniques, actualités cinématographiques, affiches, littérature, presse).

#### **DAMIEN FEMENIAS**

Damien Femenias est docteur en sociologie de l'Université Paris 5. Maître de conférences de l'Université de Rouen, il est rattaché au laboratoire CETAPS EA 3832. Ces principales thématiques de recherche portent sur les loisirs, les cultures sportives (médiations), les rapports sociaux et les rapports spatiaux (côte d'Albâtre, estuaire de Seine).

#### **CHRISTOPHE PÉCOUT**

**Christophe Pécout** est docteur en STAPS et enseignant à l'École Supérieure des Services de Caen. Spécialiste en histoire des activités physiques, une partie de ses travaux porte sur la propagande à travers le sport. Il travaille notamment sur les affiches de propagande et les actualités cinématographiques sous l'Occupation.

#### **RÉGIS THOUVARECQ**

**Régis Thouvarecq**, titulaire d'un DESS d'Ergonomie Cognitive et Gestion des Ressources Humaines, Docteur en Psychologie, est Membre du Laboratoire CETAPS (Centre d'Etudes des Transformations des Activités Physiques, EA 3832) et enseigne la psychologie et le traitement statistique des données à l'UFR STAPS de l'Université de Rouen.

#### **ERIC GILLET**

**Eric Gillet** est docteur en sciences du sport et chargé de recherche et d'enseignement s à l'Université de Rouen. Il est membre du CETAPS EA 3832 et chercheur associé du LMAP de l'INSEP. Inscrites dans le cadre de l'expertise perceptivo-motrice, ses recherches visent à mieux cerner les déterminants cognitifs des comportements des sportifs et concernent l'analyse notationnelle des pratiques sportives.

#### **BENOÎT LOUVET**

**Benoît Louvet** est docteur de l'Université de Bordeaux 2 et Maître de conférences en Sciences et Techniques des Activités Physiques et Sportives, et enseigne à la Faculté des sciences du sport de l'Université de Rouen. Il est membre du Centre d'Etudes des Transformations des Activités Physiques et Sportives EA 3832. Il est spécialisé dans les analyses longitudinales sur l'anxiété et les stratégies de faire face au stress.