

Jerry PALMER, *Spinning into Control. News values and Source Strategies*

London, Continuum Books/Leicester, University Press, 2000, 195 p.

Aeron Davis

---



**Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7568>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.7568](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7568)

ISSN : 2259-8901

**Éditeur**

Presses universitaires de Lorraine

**Édition imprimée**

Date de publication : 1 juillet 2003

ISSN : 1633-5961

**Référence électronique**

Aeron Davis, « Jerry PALMER, *Spinning into Control. News values and Source Strategies* », *Questions de communication* [En ligne], 3 | 2003, mis en ligne le 09 août 2013, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7568> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7568>

---

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.

Tous droits réservés

---

# Jerry PALMER, *Spinning into Control.* *News values and Source Strategies*

London, Continuum Books/Leicester, University Press, 2000, 195 p.

Aeron Davis

---

## RÉFÉRENCE

Jerry PALMER, *Spinning into Control. News values and Source Strategies*. London, Continuum Books/Leicester, University Press, 2000, 195 p.

- 1 Le but principal du livre de Jerry Palmer est de fusionner deux traditions de recherche dans le domaine de la médiologie. La première – la plus courante dans les pays anglo-saxons – est l'analyse des négociations en amont et de leur contribution à la production journalistique. Jusqu'il y a dix ans, de telles analyses étaient plutôt rares, et ce sujet était d'abord considéré comme un épiphénomène dans les études classiques du travail journalistique. En soutenant que la médiologie était devenue trop “médiacentrique”, Philip Schlesinger (“Rethinking the Sociology of Journalism : Source Strategies and the Limits of Media-Centrism”, pp 61-83, in : Ferguson M., dir., *Public Communication. The New Imperatives*, London, Sage, 1990) a propulsé le thème des négociations en amont au cœur de la recherche médiatique, et une production importante d'études s'est développée par la suite. La seconde tradition se consacre au développement des valeurs universelles d'actualité, ou critères journalistiques, qui guident la sélection et la présentation journalistiques. Ce thème, qui a une histoire plus étendue, puisque l'étude classique de Johan Galtung et Mari Ruge date de 1965, a été relativement négligé au cours de ces dernières années (Galtung J., Ruge M. H., “The Structure of Foreign News”, pp. 259-300, in : Tunstall J., dir., *Media Sociology*, London, Constable, 1970).
- 2 La grande force de l'analyse de Jerry Palmer est de résumer et de fusionner ces deux corpus. Il est évident que les médiologues d'inspiration sociologique qui, pendant des décennies pendant des décennies, ont laissé à l'écart l'analyse des négociations en amont, avaient exclu du domaine analytique l'une des influences les plus importantes

pesant sur la production journalistique. De même, les travaux récents consacrés à ce sujet, qui soulignent le dispositif dont disposent les sources et qui sous-estiment le travail journalistique, se sont centrés, peut-être à l'excès, sur les sources. Comme le souligne l'auteur (p. 17), il est urgent de regarder les deux côtés de la négociation : "En bref, il faut comprendre la production journalistique à partir des interactions entre les journalistes et leurs sources – ou les sources et leurs journalistes – dans le cadre des "valeurs d'actualité" ou critères journalistiques".

- 3 Divisé en trois parties, le livre comprend huit chapitres. La première partie – les trois chapitres initiaux – est consacrée à une discussion critique des analyses qui constituent les deux domaines de recherche. Les résumés sont pertinemment illustrés de plusieurs exemples tirés de la dernière décennie. Dans la deuxième partie, la théorie est mise à l'épreuve d'une série d'analyses empiriques, dédiées aux scandales sexuels du dernier gouvernement conservateur, à des exemples de scandales financiers et au conflit très public déclenché par la tentative de sabordage de l'installation pétrolière Brent Spar en 1995. Ce conflit médiatisé, où la compagnie pétrolière et l'ONG Greenpeace se sont confrontées, se trouve au centre de cette étude. L'analyse comprend les reportages des médias allemands, néerlandais et britanniques, ainsi que les activités d'une série de participants dans ces trois pays. La conclusion principale en est que ce fût Greenpeace, plutôt que Shell ou le gouvernement britannique, qui a établi le cadre interprétatif du reportage, car l'ONG a mieux su intégrer ses besoins et les critères professionnels des reporters. Ceci renforce les conclusions principales du livre.
- 4 Dans la dernière partie de l'ouvrage, Jerry Palmer tente de situer la discussion parmi des référents théoriques élargis. Le septième chapitre est consacré à la thèse de la "définition primaire", avancée par les critiques de Hall et al. (Hall S., Critcher C., Jefferson T., Clarke J., Roberts B., *Policing the Crisis : Mugging, the State, and Law and Order*, London, MacMillan, 1978). Ici, l'auteur évalue les positions opposées mais, en dernier lieu, les rejette en raison de leur démenti du pouvoir journalistique. Dans le chapitre final, les termes habermassiens le remplacent dans la discussion des négociations en amont. Pourtant, au cadre – habituel à la médiologie – de la "sphère publique", Jerry Palmer préfère l'analyse des négociations en amont en tant que forme de "l'action communicative".
- 5 En général, le chercheur a produit une vue d'ensemble nouvelle – et qui fait autorité – plutôt qu'il n'a parcouru les contours d'un nouveau champ de recherche. Les médiologues, et en particulier les spécialistes des négociations en amont, y trouveront peu de choses qu'ils n'auront déjà vues. Le sujet principal de la recherche, l'affaire Brent Spar, a par exemple été couvert par d'autres analyses. Par conséquent, le texte est plus utile aux étudiants qui ont besoin d'une vue d'ensemble fortement étayée de ce domaine, même s'il n'est pas une introduction générale à la production journalistique. Son langage est assuré, en même temps qu'il est sans emphase et accessible. Par ailleurs, il rappelle pertinemment aux chercheurs mettant en évidence la puissance des propriétaires et/ou des publics que les journalistes et leurs critères professionnels ont aussi de l'importance. Ce faisant, Jerry Palmer fait un compte rendu pluraliste du thème des négociations en amont et de la production journalistique qui était largement absent de la littérature universitaire. En tant que tel, autant qu'une bonne introduction, il est aussi une intervention utile dans le débat universitaire.

---

## INDEX

**oeuvre** Spinning into Control. News values and Source Strategies – (Jerry Palmer, 2000)

## AUTEURS

**AERON DAVIS**

Département de sociologie, université de Londres