

Michael PALMER, *Dernières nouvelles d'@mérique. Médias, pouvoirs et langages depuis les États-Unis (XVIII^e-XXI^e siècles)*

Paris, Éd. de l'Amandier, 2006, 327 p.

Yeny Serrano



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7412>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.7412](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7412)

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2007

ISBN : 978-2-86480-829-9

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Yeny Serrano, « Michael PALMER, *Dernières nouvelles d'@mérique. Médias, pouvoirs et langages depuis les États-Unis (XVIII^e-XXI^e siècles)* », *Questions de communication* [En ligne], 11 | 2007, mis en ligne le 01 juillet 2007, consulté le 12 avril 2021. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7412> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7412>

Ce document a été généré automatiquement le 12 avril 2021.

Questions de communication is licensed under CC BY-NC-ND 4.0



Michael PALMER, *Dernières nouvelles d'@mérique. Médias, pouvoirs et langages depuis les États-Unis (XVIII^e-XXI^e siècles)*

Paris, Éd. de l'Amandier, 2006, 327 p.

Yeny Serrano

RÉFÉRENCE

Michael PALMER, *Dernières nouvelles d'@mérique. Médias, pouvoirs et langages depuis les États-Unis (XVIII^e-XXI^e siècles)*. Paris, Éd. de l'Amandier, 2006, 327 p.

- 1 Partant du constat que les États-Unis sont aujourd'hui à la fois une puissance géopolitique et financière et le marché-médias le plus important du monde, Michael Palmer problématise conjointement la géopolitique, les représentations symboliques et leur médiatisation. Cet historien des médias analyse ce qu'il appelle « le triangle de la communication France – Royaume-Uni – États-Unis ». Autrefois tournés vers la France et le Royaume-Uni, les États-Unis sont devenus aujourd'hui le pôle vers lequel le monde pose ses regards. En effet, alors qu'au XVIII^e siècle, le Nouveau Monde se dirigeait vers l'Europe, les changements géopolitiques et l'évolution des flux financiers ont engendré de nouvelles pratiques communicationnelles. Les États-Unis se sont donc transformés en acteurs dominants de la communication, et l'anglais en une langue à vocation « universelle » ainsi qu'en un vecteur de représentations stéréotypées.
- 2 *Dernières nouvelles d'@mérique* se fonde sur les enquêtes menées à l'intérieur de l'agence de presse Reuters à propos de laquelle l'auteur a déjà publié plusieurs travaux. Après quelques séjours à Londres, en France et aux États-Unis, Michael Palmer a étudié la perception que les professionnels de l'information ont de leur travail. Le thème général

du livre est le discours média américain (les mots, leurs conditions de production, de transmission et de réception). Ces textes produits dans l'urgence, et soumis aux impératifs de la concurrence économique, façonnent les représentations symboliques et mettent en évidence les enjeux communicationnels résultant des rapports entre information et géopolitique aux États-Unis. Plus particulièrement, Michael Palmer analyse l'anglais qui est pratiqué, produit et diffusé par les médias de diffusion internationale. Dans le cas d'agences telle Reuters, les mots employés pour décrire les événements sont repris par d'autres médias dans le monde. D'où les enjeux qui incombent à la désignation, puis à la circulation d'une pensée stéréotypée que l'auteur expose en détail. Ainsi l'utilisation de certains mots devient-elle sensible et la reprise de ceux-ci dans de nombreux contextes entraîne la perte de leur sens premier. Un exemple : à l'origine, le mot « terrorisme » fait référence aux événements de 1793-1794 en France, après la Révolution. Bien sûr, ce sens n'est pas forcément celui qui est évoqué lorsque les médias l'utilisent de nos jours. Il est d'autres mots qui suscitent des débats et des réflexions à l'intérieur des médias ou des agences. Ainsi en est-il de « colon », « colonie », « implantation » (pour parler des événements en Palestine et en Israël), « hispanique » ou « latino » (pour désigner la population hispanophone des États-Unis), « trouble », « guérilla » (pour parler des événements en Irlande), qui constituent des exemples discutés tout au long de l'ouvrage. Pour cela, l'auteur revisite les apports des courants et des théories classiques ayant analysé les rapports entre médias, pouvoir et influence (Mc Luhan, Le Bon, Tarde, Schudson, Chomsky entre autres auteurs).

- 3 Les résultats des enquêtes – sur lesquelles on aurait pu souhaiter plus de précisions méthodologiques – accompagnent le parcours historique que Michael Palmer propose de la profession journalistique aux États-Unis, mais également en France et au Royaume-Uni. Ce qui permet de comprendre les origines des tensions entre les journalistes qui croient pratiquer un rôle d'éclaireurs de la démocratie, et ceux dits « de la presse jaune » pour qui l'information est d'abord du divertissement. Ainsi le journalisme dit « d'interprétation » doit-il sa montée en puissance, dans les années 30, aux besoins d'explications des conséquences économiques, sociales et politiques des mesures prises par la Maison Blanche, suite au crash de 1929. À notre avis, cette analyse apporte des éléments complémentaires aux études qui avaient déjà traité la question des conséquences de l'industrialisation de la presse sur la profession, et celle des rapports entre pouvoir politique, pouvoir économique et pratiques informationnelles au XX^e siècle (voir Jean Chalaby, *The invention of journalism*, Basingstoke, Macmillan, 1998).
- 4 Riche en références historiques illustrant les rapports entre géopolitique, représentations symboliques et médias, *Dernières nouvelles d'Amérique* permet des lectures à différents niveaux. En effet, pour les chercheurs débutants en sciences de l'information et la communication (SIC), ce livre renvoie à nombre de faits historiques, sources bibliographiques et clarifications, qui sont largement partagées par les chercheurs du domaine. Aussi les précisions historiques et actuelles fournies à propos des médias à vocation internationale peuvent-elles être d'une grande utilité. Par exemple, celles qui concernent les groupes économiques auxquels ces médias appartiennent, leur histoire, les origines des chercheurs connus, les références au monde académique états-unien (instituts, fondations, universités qui mènent des recherches dans le domaine des médias). Pour illustrer cet apport, citons les précisions fournies par l'auteur quant aux raisons pour lesquelles il est plus approprié – selon un

point de vue géopolitique – d'utiliser le terme « états-unien » plutôt que celui d'« américain ». À cette occasion, Michael Palmer rappelle que le nom du continent est dû à l'explorateur italien Amerigo Vespucci qui, allant à la recherche des Indes (en 1499 et 1501), conclut à l'existence d'un quatrième continent.

- 5 Toutefois, regrettons un retour sur des événements déjà étudiés, tels le 11 septembre 2001 et la guerre en Irak. À force de les analyser de manière récurrente, d'autres s'en trouvent « médias-occultés » – un terme de Michael Palmer –, et restent dans l'ombre. Ainsi la troisième et dernière partie du livre est-elle consacrée à la couverture médiatique (spécialement par Reuters) des attentats du 11-Septembre, des présidentielles aux États-Unis en 2000 et en 2004, de la guerre en Irak et des bombes à Madrid le 11 mars 2004. D'autres événements, comme la crise en Argentine au début des années 2000, ne sont mentionnés que de façon allusive, seulement pour illustrer les enjeux des choix de mots descripteurs, réalisés dans l'urgence par les agences. Enfin, nous ne pouvons que constater que la couverture des guerres par les médias est une problématique fréquente dans le domaine des SIC (voir à ce sujet la série des « Échanges » de *Questions de communication* – livraisons 9/2006, 10/2006, et 11/2007 – réalisée à partir d'un entretien avec Daniel Dayan publié dans la livraison 8/2005). L'ouvrage de Michael Palmer n'est pas une exception. Mais si les rapports entre pouvoir politique et pratiques informationnelles sont pris en compte, l'influence de la logique de guerre sur le travail des médias l'est beaucoup moins. Car urgence, concurrence et nouvelles technologies de l'information et de la communication se conjuguent ; les pratiques communicationnelles des médias internationaux en portent les traces.

AUTEURS

YENY SERRANO

Université de Genève