

Actes du colloque « Le français parlé dans les médias : les médias et le politique » (Lausanne / 2009)
Marcel Burger, Jérôme Jacquin, Raphaël Micheli (éds)

Le discours politique est-il soluble dans le discours médiatique ? Les communiqués de presse des partis gouvernementaux helvétiques

Thierry HERMAN
Université de Neuchâtel et de Lausanne
Thierry.Herman@unine.ch

Résumé

Il existe une forme de doxa dans les travaux comparant les communiqués de presse et les articles journalistiques : l'influence des premières est considérable, réduisant l'effort journalistique de réécriture et de vérification à portion congrue. Après l'examen des conditions d'analyse de ce trajet textuel particulier, l'article vise à analyser cette doxa au regard d'un cas helvétique (démission exigée du Chef de l'armée voire de son ministre de tutelle) en étudiant les communiqués de presse de partis politiques. Leur nature rhétorique, polémique, est analysée. On rend ainsi compte du faible effet perlocutoire du communiqué de presse helvétique – dans un système politique privilégiant le consensus. Mais on rend aussi compte de leur faible écho dans la presse, ce qui nuance les travaux faits dans d'autres régions.

Mots-clés : communiqué de presse, rhétorique polémique, réécriture journalistique, discours politique, affaire Nef

Tout journaliste est assailli quotidiennement de différents messages qui sont autant d'appels à la publication¹. Sans même compter la perspective, très différente, de la communication d'entreprise, les institutions étatiques, mais aussi les partis et autres organisations plus ou moins gouvernementales, proposent diverses formes de communication à la presse, dont le traditionnel communiqué. Ce discours-source est donc souvent repris par les médias directement ou indirectement, c'est-à-dire par le biais d'une agence de presse. Cette circulation entre un texte-source et une information médiatique donne des enjeux de recherche cruciaux, mais encore assez peu étudiés en particulier pour la communication politique. Les relations entre les médias et les sources d'information, estimait Schlesinger en 1992, n'ont pas assez été prises en compte dans une sociologie des médias qui était, à l'époque, par trop « média-centrique ». Cet article vise à explorer les conditions d'analyse de ce trajet textuel étrange et aléatoire, dans le cas particulier des communiqués de presse politiques.

¹ Cette recherche a pu être faite grâce au soutien du Fonds national suisse de la recherche scientifique.

1. Définir le cadre de recherche

La recherche à l'origine de cette publication avait pour but de rendre compte de la relation entre l'agenda politique ou institutionnel et l'agenda médiatique sous l'angle discursif – la plupart des études sociologiques se concentrant sur la question de l'impact ou de l'influence en négligeant la question de la circulation des discours. À l'inverse, plusieurs travaux d'obédience linguistique sur les communiqués de presse n'ont peut-être pas assez pris en compte des dimensions sociales : la distinction entre communiqués politiques et commerciaux est assez peu assumée dans les travaux sur la linguistique des communiqués de presse de Jacobs (1999), Sleurs (2003) ou Pander Maat (2007). Depuis le constat de Schlesinger, la donne a un peu changé et plusieurs enquêtes aboutissent à une *doxa* qui ressemble à celle exprimée dans une étude récente (Lewis, Williams, Franklin 2008) : les journalistes – en l'occurrence britanniques – s'appuient de plus en plus sur les communiqués de professionnels en relations publiques. Pander Maat rappelle dans un article à paraître que les communiqués de presse ont un succès certain : cela influence l'écriture journalistique en épargnant aux journalistes du travail que des contraintes situationnelles rendent impossible à effectuer. Le genre est méprisé, mais considérablement utilisé.

Par ailleurs, aujourd'hui, la professionnalisation des sources, avec l'émergence et le succès des « relations presse » ou « relations publiques », est bien documentée. Aeron Davis montre dans le cas britannique l'extraordinaire explosion du nombre de personnes engagées dans les relations publiques en 20 ans dans différents départements du gouvernement, une progression parfaitement similaire dans nombre d'institutions, organisations ou entreprises (Davis 2003). D'autres études soulignent le même phénomène (Franklin 1994 ; Jones 1995, 1999 ; Scammell 1995 ; Rosenbaum 1997 ; Schlesinger et al. 2001). Erik Neveu rappelle en outre qu'il y a en France plus d'attachés de presse que de journalistes (2004 : 56) et montre que les pratiques se sont diversifiées : au-delà des « vieux communiqués » qui perdurent, s'organisent désormais différentes formes de *happenings* et autres stratégies de persuasion. Ce recours aux sources formatées par des professionnels de la communication est si massif qu'il pose des questions cruciales sur le rôle et l'indépendance des journalistes, rendant sensible l'actuelle ère du journalisme de communication (Charron, de Bonville 1996) sinon d'un journalisme de marché (McManus 1994). Accepter de publier tel quel un communiqué de presse conduit à un brouillage sur l'identité du locuteur : on a affaire à un texte « préformulé » selon Geert Jacobs (1999), autrement dit un simulacre journalistique qui impose par exemple l'usage de la 3^e personne et une forme d'objectivation du contenu. Dans un contexte de professionnalisation de plus en plus marqué des relations presse, la qualité du simulacre proposé est telle que cela conduit à des conséquences doublement inquiétantes pour le rôle du journaliste : d'une part, la reprise d'un communiqué de presse épargne tout le long, coûteux et difficile travail de vérification et de recoupement des sources, mais, d'autre part, la reprise pure et simple épargne tout le travail de réécriture journalistique.

De fait, tous les travaux en sociologie des médias mettent en évidence un rapport trouble d'interdépendance entre sources et médias, où les textes « prêts à être publiés » sont la norme

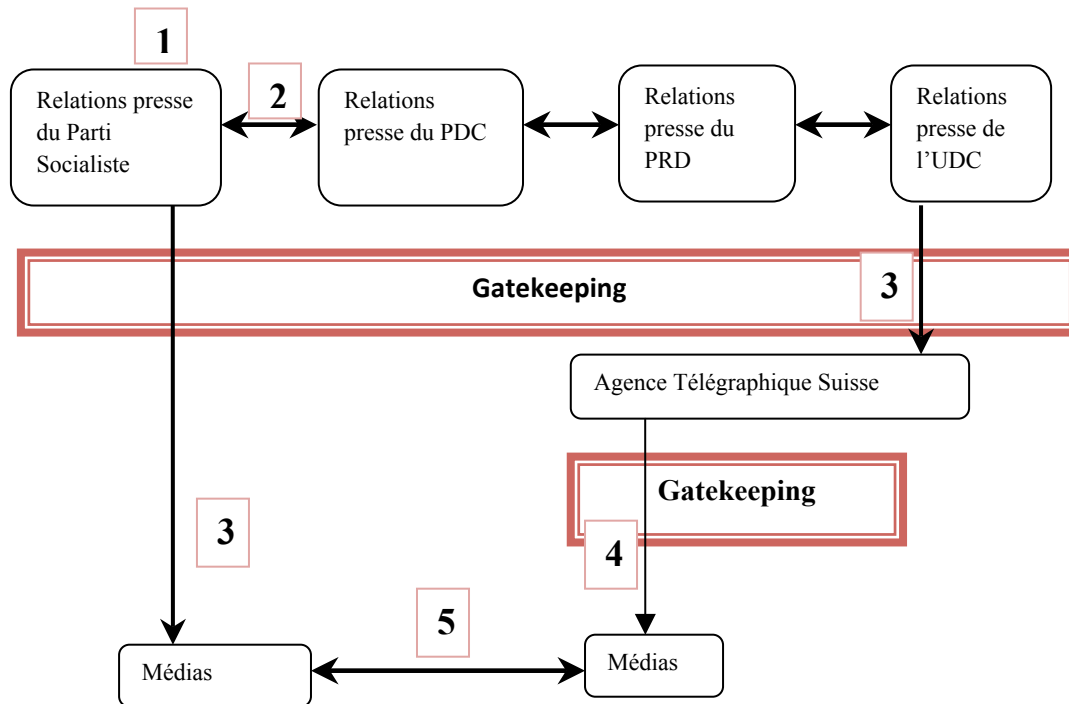
plutôt que l'exception (Paletz, Entman 1981). La question de *l'influence* des sources autorisées sur la production journalistique n'a cessé de hanter les travaux dans le domaine. Tous les chercheurs ont montré, de manière empirique et quantitative, que « l'influence était plus grande que ce que les chercheurs pensaient, que ce que les journalistes admettaient et que ce que les consommateurs de médias imaginaient » (Davies 2003 : 27 [ma traduction]). Une étude suisse de René Grossenbacher (1986) confirme cette thèse et montre qu'il y a peu de variations entre les sources et les articles journalistiques (dans les journaux suisses-allemands), sauf la multiplication des citations et la neutralisation de la langue.

Les travaux dans le domaine de la sociologie des sources médiatiques engrangent d'importantes données quantitatives. Le projet de recherche à la source de cet article visait à analyser la circulation des textes de façon plus comparative et qualitative sur le cas suisse romand. Pour cela, elle se posait trois questions. La première posait la *nature* de l'objet. Quelle est la rhétorique du communiqué de presse ? Quelle peut être la stratégie de persuasion alors que le récipiendaire du discours est au moins double : le journaliste pour lequel on doit persuader de l'intérêt à publier et, dans le meilleur des cas, le public pour lequel la visée argumentative est différente ? Quelles sont les caractéristiques discursives de ce genre qui reste assez confidentiel si on songe que l'immense majorité des communiqués de presse produits par les partis politiques romands n'est jamais communiquée au grand public ?

La deuxième question était celle de la *citation ou de la reprise de formules*. Comment fonctionne le filtre médiatique ? Qu'est-ce qui est retenu ou rejeté dans les communications-sources ? On peut par exemple se demander si c'est l'argumentation des partis ou les formules rhétoriques qui sont retenues et, si une communication est retenue, voir les formes linguistiques du discours représenté et les effets de ces différents choix.

La troisième question était liée à la *mise en scène médiatique*, à travers d'une part l'impact donné aux communications-sources (espace donné, hiérarchie de l'information, texte d'origine complet ou parcellaire, etc.), ce qui devait permettre d'observer le degré de révérence ou d'indépendance des journaux par rapport à ses sources, et, d'autre part, le travail de l'adaptation de la cible première des communiqués (les médias) à la cible seconde (le public). Dans cette opération, y a-t-il simplification ou spectacularisation des informations, gommage des éléments partisans (ou neutralisation), mise en perspective, amplification ?

Pour creuser ces dimensions de la recherche, il faut distinguer quelques lieux d'analyse pour dessiner le champ de l'espace discursif concerné par les communiqués de presse.



Le *premier lieu* est le communiqué politique originel par la Confédération et par chaque parti gouvernemental². Le *deuxième lieu* règle la question de l'intertextualité entre les différents partis et l'Etat. Il permet de comparer si tous les partis ont décidé de s'exprimer sur le même sujet, au même moment, mais aussi d'examiner la richesse ou la pauvreté de cette intertextualité (allusion à un autre parti, ignorance réciproque, reformulation des thèses adverses, etc.). Le *troisième lieu* est celui du trajet textuel entre le discours-source et sa réécriture médiatique. Ce trajet peut avoir une « station intermédiaire » qui est l'agence de presse. Le *quatrième lieu* permet d'analyser, en rapport avec le troisième, le poids du discours d'agence dans les médias contemporains. Enfin, le *cinquième lieu* est le pendant du deuxième, à savoir les relations intertextuelles entre les médias. Il sera moins question ici de dialogue ou de débat entre médias que du traitement différencié que chaque média a accordé au texte-source.

2. Rhétorique du communiqué de presse

Nous nous concentrerons ici sur les lieux 1 et 3 du schéma présenté *supra*. Pour ce faire, nous ferons l'étude d'un cas fondé sur deux corpus : le premier est l'ensemble des communiqués de presse des partis gouvernementaux sur quatre mois dans lequel on a retenu tous ceux qui ont un rapport direct avec l'affaire Nef. Cette affaire a surgi lors de la révélation

² Nous éliminons les partis non-représentés au gouvernement, car le processus de sélection de sélection opéré dans le gatekeeping peut conduire à une hétérogénéité dans les critères – manque de visibilité du parti par exemple.

par les médias, en juillet 2008, que la nomination de Roland Nef à la tête de l'armée suisse avait été proposée quand bien même l'intéressé était sous le coup d'une plainte de son ex-compagne pour harcèlement moral. Le ministre de l'armée a d'abord dit ne pas avoir été au courant avant d'avouer avoir oublié cette plainte. Les deux hommes ont depuis démissionné. Le second corpus, beaucoup plus important quantitativement, groupe tous les articles de presse romande ayant paru à propos de l'affaire Nef entre juillet et septembre 2009, ce qui représente plus de 220 articles. Il s'agit d'abord de voir comment les partis ont communiqué, quelle a été leur stratégie rhétorique. Ensuite, il s'agit d'analyser l'écho que les journaux romands ont donné à ces communiqués : sont-ils repris, transformés ? Quelle sélection a été opérée ?

Le but de cette étude de cas est d'examiner si le rapport entre communiqués-source et articles de presse reste identique aux conclusions de la recherche actuelle. Il s'agit en particulier de se demander si on peut les nuancer, surtout par rapport à l'ancienne étude de René Grossenbacher (1986). En effet, entre 1986 et 2008, la politique helvétique a profondément changé et le rapport avec les médias n'est plus tout à fait le même à l'heure de la très grande personnification pour ne pas dire *peoplisation* du monde politique.

Le premier élément à vérifier est de savoir si les partis gouvernementaux ont communiqué à propos de l'affaire Nef. Vu l'importance prise par cette actualité dans le cours de l'été 2008, on pourrait le supposer. Pourtant, ils n'ont pas tous communiqué et pas régulièrement. Observons ce premier tableau.

Partis	Nombre de communiqués sur l'Affaire Nef
PS	5
PDC	1
PRD	2
UDC	7

Le parti populiste de droite qui avait, avant le clash, un représentant en tant que ministre de l'Armée, est celui qui communique le plus. Cela peut s'expliquer de trois manières : le parti a déplacé le débat de la tête du chef de l'armée à la tête du Conseiller fédéral ; ensuite, c'est aussi le parti qui délivre, de manière générale, le plus de communiqués de presse ; enfin, le parti a plus de moyens pour entretenir une équipe de communication, ce qui peut expliquer sa production. Reste que le nombre de communiqués est faible, en particulier pour le parti démocrate-chrétien (PDC). Et pourtant, le corpus médiatique montre que le PDC s'est aussi exprimé, et plusieurs fois sur le sujet. Cela pourrait bien indiquer que l'importance accordée au communiqué de presse politique est au fond assez relative.

De quelle manière se développe la stratégie rhétorique ces communiqués de presse ? Nous ne prendrons ici, faute de place, que le paragraphe initial de trois communiqués, lieu crucial d'écriture journalistique condensant en fait toutes les informations importantes. Ces trois communiqués datent du 21 au 23 juillet 2009, moment de pointe de la crise avec la suspension de la nomination de Roland Nef. Le moment est intéressant puisque c'est sous la pression médiatique et à cause d'elle que cette décision est prise.

Dans le communiqué du parti radical, on trouve, un paradoxe entre la rhétorique, véhémence, et le pouvoir réel du parti. Dans le communiqué du 21 juillet intitulé : « La vérité doit éclater : il en va de la crédibilité de l'armée », on trouve ceci :

« Si le Chef de l'armée s'est réellement comporté de la manière décrite dans les médias, sa crédibilité sera détruite. Pour le PRD, un tel comportement ne serait pas compatible avec le poste de Chef de l'Armée. Il appartient maintenant au Conseiller fédéral Schmid d'éclaircir les faits et ensuite au Conseil fédéral *in corpore* de prendre les mesures appropriées » (PRD, 21 juillet 2008).

On voit bien le paradoxe. D'un côté, une déclaration de non-compatibilité entre le comportement supposé du Chef de l'Armée et sa fonction illustre le caractère revendicateur de l'action proposée. Dans l'impersonnel « il appartient », surtout combiné avec le déictique « maintenant » qui marque moins une temporalité qu'un changement d'état en l'occurrence, la connotation de l'exigence est assez clairement perceptible, la demande s'incarne dans des énoncés qui sont assez proches de la surassertion. Et pourtant, d'un autre côté, le pouvoir *n'appartient pas* au parti mais au Conseiller fédéral Schmid puis à « l'ensemble de l'exécutif ». La revendication que le collectif (« pour le PRD ») exprime de manière latente semble ainsi s'annihiler par le respect dû aux institutions et par la confiance sur les mesures que prendra sans doute le Conseil fédéral. D'ailleurs, tout le texte est encore soumis à vérification des faits comme l'indique le « si » à l'initiale et le conditionnel.

Le communiqué du PS intitulé « la seule issue possible » contient le même « si » que le PRD :

« En annonçant cet après-midi la suspension du chef de l'armée, Samuel Schmid a enfin pris la décision qui s'imposait. Le PS, ainsi qu'il l'a indiqué dès le début de la crise, considère cette mise à pied comme le préalable indispensable à son règlement » souligne le conseiller national et vice-président du parti Stéphane Rossini. Si, devant les commissions parlementaires, Roland Nef ne devait pas être en mesure de prouver que les éléments retenus contre lui ne tiennent pas, sa crédibilité – déjà chancelante – serait alors irrémédiablement compromise et son départ inévitable ».

Le parti profite de l'information pour citer un de ses membres qui ne manque pas de rappeler la position prise dès le début de la crise. Cet effet d'auto-citation a été bien étudié par Jacobs (1999). On a typiquement affaire à un moment de légitimation du combat et de crédibilité d'un parti qui donne ainsi l'impression d'avoir gagné Samuel Schmid à ses vues. Pour le reste, prudence et circonspection sont de mises : à part le même « si », on accorde un reste de crédibilité au Chef de l'armée. Dire que le départ est inévitable crée un *simulacre* de pouvoir décisionnel qui dissimule qu'en fait, seules deux personnes peuvent exiger le départ : le principal intéressé par démission ou son ministre de tutelle par licenciement. L'obligation latente dans l'expression du caractère *inévitabile* du départ de Chef de l'armée est une obligation théorique, une injonction morale espérée par le parti socialiste qui n'a toutefois aucun moyen de directement réaliser l'acte décrit.

Le surlendemain, le communiqué du parti populiste de droite, l'UDC, affiche un ton nettement plus agressif, mais avec les mêmes obligations théoriques. On lit dans le communiqué du 23 juillet intitulé « le Conseiller fédéral Schmid n'est plus tolérable » :

« Le conseiller fédéral Samuel Schmid est responsable de la crise déclenchée par l'affaire Roland Nef, chef de l'armée. Une fois de plus, des graves lacunes se sont manifestées au niveau de la direction du département de la défense. Les dysfonctionnements au sein du DDPS commencent à la tête de celui-ci. Pour rétablir la confiance dans ce département, Samuel Schmid doit démissionner dans les plus brefs délais » (23 juillet 2008).

L'attaque *ad hominem* à l'encontre de Samuel Schmid est renforcée par des signaux d'évidence (« manifester »), d'itération (« une fois de plus »), d'urgence (« les plus brefs délais ») et d'amplification par la sémantique des mots (« graves lacunes », « dysfonctionnements ») . Le déontique de « doit démissionner » manifeste clairement l'obligation théorique, dénomination qui révèle la demande d'action, mais non de l'action proprement dite. Plus encore, le respect des institutions est maintenu puisqu'il ne s'agit pas de bouter le Conseiller fédéral hors de l'exécutif, mais d'attendre qu'il agisse en prenant ses supposées responsabilités quand bien même il serait expulsé de la Cité par le titre « n'est plus tolérable ». Pas de putsch donc, mais une forte pression en faveur d'une démission et un discours de combat plus net et plus marqué qu'ailleurs.

Si l'on retrouve le paradoxe entre le combat à mener et l'incapacité de le mener sans mettre à mal les institutions, le communiqué ne manifeste pas le même genre rhétorique que les précédents. Alors que, dans les deux premiers, on avait affaire au genre rhétorique judiciaire, avec une forte présomption d'innocence et une demande d'éclaircissement voire de preuve – le but est de se mettre d'accord sur les faits –, le communiqué du parti populiste de droite veut la tête non du Chef de l'armée, mais du ministre, et se lance dans un virulent blâme et un appel à restaurer la confiance. Le genre judiciaire manifeste donc un respect des règles, un examen des faits et donne la première place au *logos*. L'UDC en revanche tend plus à l'épidictique, et plus particulièrement au blâme, et sa stratégie est un martèlement de l'évidence qui rend incompréhensibles les tergiversations : il suffit de mettre le ministre et le chef de l'armée hors de la cité, de les rendre *atopos* selon la rhétorique grecque pour que l'affaire soit réglée – le but est de se mettre au diapason des valeurs.

D'un autre côté, l'appui sur les valeurs se fonde dans les deux premiers cas sur la crédibilité et dans le dernier cas sur la confiance : on penche donc, en parlant de crédibilité, vers la restauration de l'*ethos* du Conseil fédéral, alors qu'en évoquant la confiance, on penche vers la restauration du *pathos*. Autrement dit, de manière assez logique, les partis de gauche et de droite se préoccupent de l'autorité de l'État tandis que le parti populiste se préoccupe des sentiments de la population vis-à-vis de l'État.

Évidemment, il faudrait étendre ces observations à plus d'exemples pour les légitimer ou les valider. Quelle que soit la stratégie rhétorique employée, respectueuse des institutions, circonspecte ou non par rapport au gouvernement, leur puissance, leur efficacité, leur portée rhétorique sont faibles. Pour reprendre une métaphore bourdieusienne, aucun de ces partis n'a

le *skeptron* qui serait nécessaire pour obtenir la réponse attendue aux exigences formulées. Crierait-ils dans le désert ? Pour répondre, il serait intéressant de voir ce que les médias font de ces trois communiqués.

3. Un désintérêt médiatique ?

À l'inverse de la *doxa* issue de la plupart des travaux cités sur les relations troubles entre le monde des relations presse et celui des journalistes, l'analyse de ce cas particulier, mais qui semble pouvoir être généralisé à d'autres exemples selon nos constats de recherche et notre expérience de journaliste, montre que le communiqué des partis politiques joue un rôle marginal en tant que source première. La preuve en est que les articles de réaction au lendemain de la nouvelle ne mentionnent pratiquement pas les communiqués. À l'inverse, on ne trouve une réaction du PDC que dans les médias, mais *pas* dans leurs propres communiqués. Si l'on étudie bien l'article consacré aux réactions des partis, signé de la dépêche d'agence, on ne découvre qu'une seule émergence assez nette d'une allusion au communiqué. Il s'agit de ce passage relatif à la position du parti radical :

La suspension de Roland Nef jusqu'au 20 août est une décision « raisonnable », estime le PRD. « Si les informations relayées par certains médias concernant Roland Nef sont vraies, le chef de l'armée aura perdu toute crédibilité », estime le porte-parole du parti.

On peut comparer cela au premier paragraphe du communiqué précédemment cité :

Si le Chef de l'armée s'est réellement comporté de la manière décrite dans les médias, sa crédibilité sera détruite.

Conformément à la pratique journalistique, les guillemets de citation n'ont pas la rigueur de ce que l'on peut trouver dans un genre académique : le discours rapporté est assez approximatif, faisant passer à l'as la notion de comportement pour se concentrer sur la question de la véracité des informations et corrigeant la généralisation « les médias » en la limitant à « certains médias ». De manière générale, la dépêche tient un discours qui, en français, semble plus soutenu. Curieusement, mais la dépêche du parti a fait l'erreur de ne pas le mettre en tête, l'idée de la nécessité d'une démission du chef de l'Armée exprimée par le PRD est occultée par la dépêche d'agence. On notera enfin et surtout que la source désignée n'est pas un texte, mais un énonciateur : la dépêche renvoie au porte-parole de parti et non au communiqué. Peut-être le porte-parole a-t-il lu ou reformulé le communiqué au journaliste de l'agence ?

Toujours est-il que le recours aux communiqués, alors même que l'écrin est naturel dans un encadré consacré à la réaction des partis, est rare et très lacunaire.

Si on élargit maintenant le propos à l'ensemble du corpus médiatique, de plus de 220 articles, le mot « communiqué » n'apparaît d'ailleurs que 17 fois – 17 occurrences parmi lesquelles les communiqués de parti proprement dits comptent pour moins d'un tiers. Comment expliquer cette faible présence ? Il peut d'abord y avoir un effet technique de

gommage de la source. Il est en effet facile d'écrire « L'UDC exprime X » sans mentionner la source précise. Mais, sous réserve d'un examen plus systématique, cela semble rare, en tout cas par rapport au nombre de fois que l'on mentionne un nom propre dont on rapporte les propos.

La seule référence précise et étendue à un communiqué est celle du 26 juillet par l'ats, repris dans les journaux *L'Express* et *L'Impartial*. On trouve ainsi dans un article qui suit la démission effective du Chef de l'armée, une mention claire d'une référence à un communiqué de l'UDC. La comparaison entre les deux textes est tout à fait intéressante.

Comparaison intertextuelle

En gras la reprise mot à mot du communiqué de l'UDC
En italique, la reprise légèrement reformulée des mots de l'UDC
En souligné, réécriture journalistique

L'UDC **regrette** le refus des commissions de politique de sécurité de demander la démission de Samuel Schmid. Le Parlement a ainsi « **raté une occasion de mettre enfin de l'ordre** » au Département de la défense, qui souffre de « **graves dysfonctionnements** », écrit le parti dans un communiqué. **Rien d'étonnant à cela**, poursuit l'UDC. Le PS, parti antimilitariste traditionnel, a tout intérêt à laisser Samuel Schmid détruire tout seul son armée. Quant au PDC et au PRD, leur *seul souci* est que **l'UDC reste exclue** de cet actuel « **gouvernement de centre gauche** [...] **sans force ni courage** », dont ils ne veulent pas **mettre en péril la « belle harmonie »**.

C'est le seul document de tout le corpus qui entre pleinement dans le projet de recherche visant à analyser la reprise-reformulation des communiqués de presse. On remarquera en particulier un usage extrêmement intéressant du discours rapporté sous l'angle de la littéralité du propos rapporté. Au final, à part les verbes attributifs, on ne trouve aucun ajout du locuteur journaliste, mais une vaste entreprise de reformulation dans ce que Wilmet (2003) appelle à juste titre un discours absorbé du point de vue syntaxique. Les guillemets qui pourraient authentifier la littéralité des propos tenus, exhiber le discours autre, ont plutôt une fonction énonciative de double énonciation avec laquelle le journaliste se désolidarise du propos tenu, le tient expressément à distance : on le voit parfaitement avec la dernière occurrence. Sur le plan de la fidélité au discours source, les guillemets auraient pu figurer dès « mettre en péril », mais en déplaçant les guillemets vers « belle harmonie », on voit que les guillemets ne prennent en charge que les opinions à forte charge évaluative : « enfin », « graves dysfonctionnements », « sans force ni courage », « belle », sont des adverbes ou des adjectifs axiologiquement marqués. Plus subtil est l'apparent factuel « gouvernement de centre gauche » : on comprend en fait tout de suite les guillemets en sachant que le gouvernement est composé de cinq membres de divers partis de droite contre deux socialistes. Dire que le gouvernement est de gauche constitue dès lors une opinion qui ne peut être prise en charge par le journaliste. En revanche, le discours indirect dans « rien d'étonnant à cela, poursuit l'UDC » n'implique pas une prise en charge de valeurs propres à l'UDC et introduit juste une attente de justification, rendant donc inutiles les guillemets. Pour le reste, on voit que le texte de l'agence de presse est une réécriture complexe assez loin du copier-coller. Le jeu des guillemets permet la neutralisation du discours analysée par Pander Maat (2007) sans pour autant qu'il y ait coupe franche ou perte de substance. On notera aussi, à propos du passage

consacré au PS, une complète réécriture rendant plus lisible le paragraphe originel de l'UDC. Lisibilité accrue et neutralisation sont deux stratégies de réécriture qui permettent de résoudre le conflit générique entre le communiqué de presse et l'article journalistique.

4. Conclusion : un cri sans écho

Que retenir de cette petite enquête ? Premier point, le communiqué de presse des partis politiques est une parole de combat sans grand effet. Une forme de rhétorique très assertive et évaluative qui se décline selon des degrés de polémique divers selon les sensibilités partisans, mais dont l'écho attendu est pratiquement inexistant si on en juge par le taux de reprise des communiqués pour cette affaire Nef. La voix officielle du parti manque donc de portée ce qui s'explique d'une part, par l'absence de pouvoir réel du parti, mais aussi, d'autre part, par une énonciation collective impliquant sans doute un manque d'incarnation dans la parole. Il semble assez évident que, dans le cadre de la communication politique helvétique, le communiqué des partis compte nettement moins que le contact direct avec les ténors des mêmes partis : on trouve dans l'unique dépêche des réactions de partis mentionnée plus haut plus de vice-présidents que de porte-parole ou de communiqués. On peut y voir une dimension d'accessibilité des hommes et des femmes politiques qui ne trouve pas d'équivalent dans des pays voisins. La plupart des communiqués finissent en effet par des numéros de téléphone portable permettant de prendre directement contact avec des présidents de partis.

L'effet de cette disponibilité permet du coup de porter un coup à la *doxa* qu'on trouve sous la plume agacée de Nick Davies (2008), parlant nom de *journalism* mais de *churnalism* aux intonations méprisantes ou méprisables pour désigner cette pratique de copier-coller des textes prémâchés par des professionnels de la communication. En matière politique et dans l'espace restreint de la Suisse romande, cela n'est pas encore le cas, parce que ceux que l'on désire interroger ne sont pas inaccessibles. Nous avons recensé pour deux journaux romands le nombre de fois qu'un communiqué de presse d'un des quatre partis a été repris au cours du mois de juillet 2008. Affaire Nef mise à part, on ne trouve aucune occurrence alors que les partis ont publié une petite vingtaine de communiqués sur le mois. D'un autre côté, le poids des acteurs politiques semble être de plus en plus considérable : un rapide parcours sur les articles de presse – sans compter radio et télévision –, montre que les propos des ténors ou des conseillers nationaux constituent une manne importante pour les médias et sont très régulièrement interrogés. Pour quelle raison ? Une enquête auprès des rédactions serait nécessaire, mais on peut sans doute avancer l'hypothèse que l'anonymat des communiqués de presse et son caractère convenu de pure émanation sans surprise du parti rebutent les journalistes qui préfèrent décrocher des propos exclusifs, incarner des propos plutôt que de livrer la ligne du parti, guetter les éventuels dérapages ou autres polémiques que la parole orale peut plus facilement déclencher que le communiqué écrit. Sociologiquement aussi, le champ politique est de plus en plus marqué par des personnes que par des lignes partisans et des programmes.

Troisième point, il reste à interroger le poids de l'agence de presse dont le texte est repris tel quel par plusieurs journaux. En effet, il faut se demander si les journaux ne reprennent des communiqués que parce que l'ats a écrit une dépêche en proposant une mouture des communiqués – dans une réécriture dont on a vu la subtilité et la complexité. Autrement dit, est-ce que les journaux se fient exclusivement à l'ats ? Nous laissons cette question en suspens, car elle n'est pas vérifiée à ce jour, mais le filtre qu'exerce l'ats sur les sources et le travail de réécriture médiatique des communiqués offrent un tel gain de temps et de travail au journaliste que l'hypothèse semble plausible.

Quatrième point, pour les très rares cas de reprise des communiqués, on voit des reprises courtes : dire la position générale du parti ou des reprises qui entrent dans le détail de l'argumentation. Dans ce dernier cas, rarissime au vu du corpus analysé, les efforts de neutralisation et d'amélioration de la lisibilité vus ailleurs semblent aussi se produire. Mais moins qu'une neutralisation pure, c'est le jeu du discours rapporté et des possibilités de double énonciation qui permet au journaliste de rapporter sans s'impliquer dans la parole autre.

Références bibliographiques

- AMOSSY, Ruth (2000), *L'argumentation dans le discours*, Paris, Nathan.
- BELL, Allan (1991), *The language of News media*, Oxford, Blackwell.
- CHARAUDEAU, Patrick (2005), *Le discours politique*, Paris, Vuibert.
- CHARRON, Jean et Jean DE BONVILLE (1996), « Le paradigme de journalisme de communication: essai de définition », *Communication*, n°17, p. 51-97.
- CHARRON, Jean, Jacques LEMIEUX et Florian SAUVAGEAU (1991), *Les médias, les journalistes et leurs sources*, Québec, Université de Laval.
- DAVIES, Nick (2008), *Flat Earth news*, London, Chatto & Windus.
- DAVIS, Aaron (2003), « Public relations and news sources », dans Simon COTTLE, *News, public relations and power*, London, Sage, p. 27-42.
- FRANKLIN, Bob (1994), *Packaging politics : Political communication in Britain's Media Democrac*, London, Arnold.
- GROSSENBACHER, René (1986), *Die Medienmacher : eine empirische Untersuchung zur Beziehung zwischen Public Relations und Medien in der Schweiz*, Solothurn, Vogt-Schild Verl.
- HERMAN, Thierry (2008), « La connivence entre le journaliste et son lecteur: un phénomène linguistique ou communicationnel ? », dans Marcel BURGER, *L'analyse linguistique des discours des médias : apports, limites et enjeux*, Québec, Nota Bene.

- JACOBS, Geert (1999), *Preformulating the News*, Amsterdam, John Benjamins.
- JONES, Nicholas (1995), *Soundbites and Spin doctors : how politicians manipulate the media and vice versa*, London, Cassell.
- JONES, Nicholas (1999), *Sultans of spin: the media and the new Labour Government*, London, Orion.
- LEWIS, Justin, Andrew WILLIAMS et Bob FRANKLIN (2008), « Four Rumours and an Explanation: a Political Economic Account of Journalists' Changing Newsgathering and Reporting Practices », *Journalism Practice*, vol. 2, n°1, p. 27-45.
- MANNING, Paul (2001), *News and News Sources*, London, Sage.
- MCMANUS, Herbert (1994), *Market-driven journalism : let the citizen beware ?*, Thousand Oaks, Sage.
- NEVEU, Eric (2004), *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte.
- PALETZ, David et Robert ENTMAN (1981), *Media, Power, Politics*, New York, Free Press.
- PANDER MAAT, Henk (2007), « How promotional language in press releases is dealt with by journalists : genre mixing or genre conflict ? », *Journal of business communication*, vol. 44, n°1, p. 59-95.
- PANDER MAAT, Henk (à paraître), « Editing and Genre conflict : How newspaper journalists clarify and neutralize press release copy »
- ROSENBAUM, Martin (1997), *From Soapbox to Soundbite*, London, MacMillian.
- ROSIER, Laurence (2008), *Le discours rapport en français*, Gap, Ophrys.
- SCAMMELL, Margaret (1995), *Designer Politics : How elections are won*, London, MacMillian.
- SCHLESINGER, Philip (1992), « Repenser la sociologie du journalisme, les stratégies de la source et les limites du médiacentrisme », *Réseaux*, n°51, p. 75-98.
- SCHLESINGER, Philip et Howard TUMBLER (1994), *Reporting crime : The Media politics of criminal justice*, Oxford, Clarendon Press.
- SCHLESINGER, Philip, David MILLER et William DINAN (2001), *Open Scotland ? Journalists, Spin Doctors and Lobbyists*, Oxford, Clarendon Press.
- SLEURS, Kim, Geert JACOBS et Luuk VAN WAES (2003), « Constructing press releases, constructing quotations. a case study », *Journal of sociolinguistics*, vol. 7, n°2, p. 192-212.
- WILMET, Marc (2003), *Grammaire critique du français*, Louvain, Duculot.