

seulement de dessiner les territoires de la réflexivité, mais encore de mettre en application les théories de l'énonciation polyphonique, montrant ainsi à quel point les émissions réflexives « servent de tribune aux chaînes » (p. 258) qui les diffusent.

Dans une troisième et dernière partie, Virginie Spies analyse les émissions à la lumière de la question des genres. En observant les différents modes d'énonciation empruntés par la réflexivité télévisuelle, elle constate que celle-ci privilégie le mode authentifiant, malgré la mise en œuvre de « genres hétérogènes qu'il n'est pas toujours aisé de reconnaître » (p. 259). À travers les analyses d'émissions de Canal+, comme *Télé-dimanche*, TV+ ou, sur un mode plus ludique, *Les guignols de l'info*, elle revient sur les stratégies discursives employées par la chaîne cryptée afin d'assurer son autopromotion. Elle étudie ensuite le cas de « la mort de *La Cinq* » (pp. 329-342) et met au jour une autre forme de réflexivité dans laquelle une entreprise médiatique ne parle plus d'elle-même, mais d'une autre entreprise en difficulté, par l'intermédiaire d'une figure particulière : le journaliste. Un dernier exemple lui permet de s'interroger sur les émissions réflexives qui proposent, comme *Arrêt sur images* sur France 5, une réflexion critique sur la télévision. On pourrait questionner ces choix et se demander dans quelle mesure les résultats sont susceptibles d'être généralisés à l'ensemble de la production télévisuelle. Toutefois, l'auteure prend soin d'ouvrir la recherche sur de nouvelles perspectives : « Tout un chemin reste à faire sur le terrain de l'énonciation à la télévision et sur celui de l'identité des chaînes » (p. 367). Théorie, histoire et analyse sont donc les trois axes d'une recherche clairement articulée qui fait de cet ouvrage un précieux manuel. En faisant avancer les analyses sur la réflexivité et en révélant les multiples facettes d'un miroir qui nous renvoie au médium lui-même, Virginie Spies nous fait prendre conscience du chantier qui reste à explorer.

Laurence Leveueur

CÉISME, université Paris 3
l.leveueur@free.fr

Howard TUMBER, Jerry PALMER, *Medias at war. The Irak crisis*

[*Les médias dans la guerre. La crise irakienne*].

Londres, Sage, 2004, 188 p.

Événement historique dont les modalités ont porté à polémique, la guerre en Irak – ou seconde guerre du Golfe – est aussi un événement médiatique. Ainsi Howard Tumber, professeur de sociologie, et Jerry Palmer, professeur en communication, montrent-ils que la couverture médiatique de l'événement fait partie intégrante de la crise et de son développement auprès de l'opinion publique. Durant cette guerre, la concurrence entre médias a transformé le conflit en guerre informationnelle. À ce sujet, le titre de l'ouvrage est éloquent : *Medias at war*. Il pose une double question : celle des médias en guerre, et celle des médias au cœur de la guerre ; deux problématiques développées par les auteurs.

En partie lié au raccourcissement des délais de transmission des informations, le pouvoir des médias modifie les relations avec le monde militaire et surtout l'opinion publique qui fait partie intégrante de la politique de la guerre. Howard Tumber et Jerry Palmer insistent sur les relations entre éthique médiatique, opinion publique et formation de la politique gouvernementale dans le traitement médiatique de la crise. Dès l'introduction, les objectifs sont clairement énoncés, le but des auteurs étant d'analyser les arrangements qui ont permis aux médias d'accéder au théâtre de la guerre, mais également d'étudier le traitement médiatique du conflit afin de mettre au jour le scénario communicationnel mis en œuvre au sein du gouvernement. Par une analyse quantitative et de contenu, les auteurs interrogent les pratiques journalistiques dans un climat de crise. En analysant les différentes perceptions de l'événement, qu'il s'agisse de la perspective journalistique, militaire ou politique, les auteurs resituent le contexte qui permet de comprendre la stratégie médiatique du gouvernement. Pour étayer le propos, ils n'hésitent pas à établir un parallèle entre leur étude et celles que des chercheurs étrangers ont menées sur cette thématique. Les nombreuses référé-

rences historiques au rôle des médias – par exemple pendant la guerre du Vietnam ou la première guerre du Golfe – inscrivent l'ouvrage dans une perspective diachronique atemporelle et internationale.

Assorti de références historiques et de commentaires d'auteurs ou acteurs de la guerre, *Medias at war. The Irak crisis* n'a pas la prétention de traiter de manière exhaustive le traitement médiatique de la *Gulf War II* (p. 2). Il se concentre sur une analyse des discours médiatiques en trois parties qui suivent le conflit de manière chronologique. Même si cette guerre a été largement médiatisée avant, pendant et après l'invasion des troupes de la coalition en Irak, il est essentiel de pointer les différences de traitement entre ces trois phases.

Dans un premier temps, les auteurs font une mise au point des arrangements institutionnels qui ont facilité la pratique du reportage durant la seconde guerre du Golfe. Ils abordent de manière approfondie et documentée la question du *embedded process* [processus incorporé] (p. 13). Cette stratégie politique et communicationnelle, initiée par le gouvernement américain, permet aux journalistes d'être au cœur de l'événement et de délivrer des récits légitimes et empiriques de la guerre. Howard Tumber et Jerry Palmer explorent les problèmes liés au *embedding* : sécurité, identification aux militaires, programmes d'entraînement préalable sont autant de problématiques qui conduiront à la construction du modèle dans le plan médias du pouvoir. Les diverses citations d'acteurs du conflit au sujet du champ médiatique font partager le quotidien de ces journalistes de guerre ; non seulement, elles donnent une approche empirique de la mise en œuvre du programme, mais permettent surtout d'appréhender toutes les nuances de ces nouvelles pratiques journalistiques. En effet, même si les *embedded* éclairent notre compréhension du conflit, ils deviennent parfois – malgré eux – les instruments de l'information gouvernementale en temps de crise et sont, pour cela, remis en cause par l'opinion publique. Ce sont les modalités de ce scepticisme que les auteurs mettent au jour dans leur ouvrage.

Dans une analyse sémiopragmatique de médias sélectionnés en Grande-Bretagne, les deux chercheurs mettent en évidence les lignes directrices et les caractéristiques du traitement de la guerre en Irak. Une étude quantitative complète la méthodologie inductive adoptée : elle établit des données chiffrées qui sont la base de l'analyse de contenu. Une étude par thème vient étayer l'analyse qualitative avant, pendant et après la guerre ; l'étude de contenu est effectuée par le biais de thématiques préalablement définies. En prenant en considération les penchants politiques de certains organes de presse, les auteurs analysent plus précisément certains micro-événements constitutifs de la crise. Ainsi apparaît-il que la prise de Bagdad et la chute de la statue de Saddam sont des marqueurs du changement de discours des médias. La mise en perspective des items retenus permet de rendre compte des vives polémiques qui, depuis, ont pris une ampleur internationale. Ce point est prédominant dans la dernière partie de l'ouvrage qui offre une étude complète et précise des controverses liées à l'événement et de la manière dont elles sont relatées dans les médias. L'existence ou non d'armes de destruction massive en Irak ainsi que la nature des relations entre les sources et les organes de presse sont à l'origine de questionnements qui aboutissent à une remise en cause du concept d'objectivité journalistique auprès de l'opinion publique.

Ainsi la médiatisation a-t-elle joué un rôle important dans le développement de la situation militaire et politique en Irak. De manière globale, les auteurs explicitent le passage des médias d'une phase de consensus sur la politique gouvernementale américaine à une phase de controverses où sont remis en question non seulement la politique américaine, mais aussi les médias eux-mêmes. À grand renfort de références historiques et de données empiriques, les auteurs jalonent des pistes à exploiter. Le nombre important de notes en fin de chapitres vient prolonger les idées développées, mais surtout élargir le débat en proposant d'autres axes de réflexion. Une riche bibliographie ouvre des portes à ceux qui souhaiteraient approfondir la question du

traitement médiatique et des pratiques journalistiques en période de guerre. Finalement, le rajout en post-scriptum du rapport Hutton (en janvier 2004, Lord Brian Hutton avait innocenté le gouvernement du Premier ministre britannique, Tony Blair, de toute responsabilité dans la mort de David Kelly, ce spécialiste des armes irakiennes qui s'était suicidé six mois plus tôt) rappelle que la thématique de la médiatisation de la « seconde guerre du Golfe » est en cours ; elle se construit encore et donnera forcément lieu à d'autres travaux.

Aurélia Lamy

CREM, université Paul Verlaine-Metz
aurelialamy1@wanadoo.fr

Politique

Éric DACHEUX, *L'impossible défi. La politique de communication de l'Union européenne.*

Paris, CNRS Éd., coll. CNRS Science politique, 2004, 135 p.

Si le projet de la construction européenne est très ancien, il n'a aujourd'hui rien perdu de son actualité. L'élargissement vers les pays de l'Europe de l'Est, l'adhésion de la Turquie ou bien la Constitution européenne, constituent des thèmes qui alimentent sans cesse l'actualité et provoquent des débats aussi passionnés que passionnants. Pourtant, malgré la pléthore des documents techniques, juridiques, historiques, etc. qui se penchent sur l'évolution et les modalités de la construction européenne, il reste un domaine moins exploré : celui de la communication des instances européennes. C'est pour cette raison que l'ouvrage d'Éric Dacheux occupe une place importante dans la littérature sur l'Europe. Mais ce n'est pas la seule. Car, en dehors des informations précieuses qu'il fournit à propos d'un domaine si peu connu, l'ouvrage, ainsi que son titre l'indique, propose une réflexion sur l'identité même de l'Union européenne et sur son avenir.

Cinq chapitres scandent la démarche de l'auteur. Dans un premier temps, la notion de la communication sociale au sens large ainsi que, plus particulièrement, celle de la

communication politique, sont analysées afin de montrer la nature ambivalente, la complexité et les limites inhérentes à chaque projet de communication des systèmes institutionnels. Ainsi que le souligne l'auteur – annonçant par-là la thèse qui sera développée plus loin – « la communication politique est un art difficile, un exercice démocratique obligé qui mélange raisonnement et séduction, persuasion et information, dialogue et conflit. À l'échelle de l'Union, cet art difficile devient un défi quotidien : comment faire vivre un débat européen lorsque les citoyens continuent de penser dans un cadre national, lorsque le système institutionnel européen est illisible et lorsque le grand public ne sait plus, aujourd'hui, quel est pour le XXI^e siècle, le projet européen ? » (p. 34).

C'est dans le deuxième chapitre que les problèmes structurels de la communication institutionnelle européenne sont abordés et examinés. Les limites de toute communication interculturelle et la diversité linguistique au sein de l'Union, l'absence d'une politique de communication cohérente de la part des institutions européennes et l'insuffisance des moyens humains et financiers dont disposent ces dernières, la croissance exponentielle des informations techniques, ainsi que l'absence d'un média de masse généraliste pan-européen, sont parmi les paramètres développés en tant qu'entraves pour une communication efficace au sein de l'Union. Ainsi toute tentative de communication pan-européenne se trouve-t-elle d'entrée compromise à cause de l'ampleur et de la complexité de la tâche elle-même. D'ailleurs, le titre de ce chapitre l'annonce clairement : « Beaucoup d'outils pour rien ». En effet, après avoir exposé les problèmes structurels de la communication européenne, l'auteur, dans une démarche pédagogique, propose un aperçu de l'évolution des politiques de communication des instances européennes depuis les années 50 jusqu'à nos jours, et dresse un panorama exhaustif des outils de communication utilisés aujourd'hui. Pour arriver à cette conclusion : « On le voit, la gamme d'outils de communication utilisée par l'Union européenne est large et comparable à celle des