



HAL
open science

La communication médiatique judiciaire : les effets du style d'écriture sur la réception d'articles de presse et les jugements

Nadia Lepastourel

► To cite this version:

Nadia Lepastourel. La communication médiatique judiciaire : les effets du style d'écriture sur la réception d'articles de presse et les jugements. Psychologie. Université Rennes 2, 2007. Français. NNT: . tel-00204445

HAL Id: tel-00204445

<https://theses.hal.science/tel-00204445>

Submitted on 14 Jan 2008

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



U.F.R. Sciences Humaines



THESE
présentée en vue de l'obtention du grade de docteur
de l'université Rennes 2 en Psychologie Sociale.
Soutenue publiquement par

Nadia LEPASTOUREL

Le 10 Décembre 2007

La communication médiatique judiciaire : les effets du style d'écriture
sur la réception d'articles de presse et les jugements

Directeurs de recherche

Benoît TESTE (maître de conférences, Université Rennes 2)

Alain SOMAT (professeur des universités, Université Rennes 2)

Membres du jury

Marcel BROMBERG (professeur des universités, Université de Paris 8)

Annette BURGUET (maître de conférences, Université de Toulouse 3)

Ewa DROZDA-SENKOWSKA (professeur des universités, Université de Paris 5)

Pascal MARCHAND (professeur des universités, Université de Toulouse 3)

Alain SOMAT (professeur des universités, Université de Rennes 2)

Benoît TESTE (maître de conférences, Université de Rennes 2)

MERCI ... MERCI ... MERCI ... MERCI ... MERCI ... MERCI ... MERCI ...

Mais c'est fou, on ne voit pas le temps passer quand on s'amuse...il est pourtant plus que temps de remercier quelques personnes

De gigantesques remerciements vont à Benoît Testé sans lequel cette thèse n'aurait certainement pas abouti. Sans vos encouragements, vos conseils, votre confiance, j'aurais été écrasée par le doute et le stress. Et puis, vous avez supporté mes blagues incessantes (pas toujours drôles, n'est-ce pas, Mister Ti ?) et j'ai supporté les vôtres (si, si), ce qui fait que cette thèse a un peu été une franche partie de rigolade ! Chef, votre sous-chef vous remercie beaucoup, beaucoup, beaucoup.

Merci également à Alain Somat, (qui, heureusement, n'a eu à supporter mes blagues qu'épisodiquement !). Vous m'avez fourni des conditions de travail idéales, comme à tous les doctorants de ce laboratoire et sans vos conseils avisés non plus, cette thèse n'aurait pas été ce qu'elle est.

Je remercie également les membres du jury d'avoir accepté de lire et de faire une évaluation critique de ce document et me font l'honneur de participer à la soutenance de ce travail.

Un grand merci encore à tous les collègues qui ont fait avancé ce travail. Merci à vous de m'avoir prêté, qui sa thèse ou ses travaux non-publiés, qui sa carte d'étudiant pour emprunter des bouquins... d'avoir réparer (ou chercher à réparer) mon ordi... d'avoir réfléchi statistique, relu des chapitres... J'ai une pensée particulière pour ceux et celles qui m'ont maintenu le moral à flot par leurs remarques attentionnées (surtout le matin, tout en noir, tout sourire, en baskets blanches ou tout en timidité). Et puis, allez, banco, même s'ils ne sont jamais au courant, je remercie chaleureusement les personnes qui ont donné de leur temps pour que ces expés se fassent !

Au-delà de la thèse, mon doctorat s'est déroulé dans de bonnes conditions grâce aux personnels de la bibliothèque universitaire et des bibliothèques de section. Je remercie particulièrement le personnel du prêt-inter (surtout celles qui se moquent de mes chaussures). Je remercie aussi le personnel du secrétariat-recherche et les membres du bureau des thèses qui m'ont un peu vu grandir (snif snif...) ainsi que les membres du service reprographie.

D'énormes remerciements également ...

A ceux qui prêtent leurs crayons. Au TD de physiologie par lequel tout a commencé. A ceux qui mettent si bien les choses entre parenthèses. Aux yaourts improbables que l'on m'a fait goûté ces dernières années. Au 11 décembre à venir ! A mon exemple de cours favori, si douce et si compréhensive. Aux choses inutiles que certaines jettent (un de mes meilleurs après-midi de l'année). A ceux qui « vavassent ». Au plou beau des balay. A tous ceux qui ont eu 30 ans ces derniers mois, et merci de les avoir fêtés plusieurs fois, vous avez été inspiré. Aux mariages français, allemands, anglais (ils m'ont permis d'établir d'intéressantes comparaisons) qui m'ont donné l'occasion d'entendre « alors cette thèse tu l'as fini quand ? » 1 milliard de fois !!! A tous ceux qui, au bout d'un moment, ont compris qu'il fallait arrêter de me demander... A ceux aussi qui, parce qu'ils sont loin, croient que je bosse autant qu'en DEUG (rrrrghh). A la Belgique, leurs habitants (et leurs bières). Aux « d.t.g. » ! Aux fous rires dans les ascenseurs caennais ! A la feutrine qui pluche. Au rouge, au noir et aux chats. A ceux qui disent « non, non, non, non, non » et au parlé San Antoniesque. Aux membres du Calva-doch' club ! A ceux qui ont aussi fait des bébés ces dernières années, mais des vrais ! A celui qui « ne veut pas travailler autant que moi ». Aux galettes-saucisses, que j'aime, j'en mangerai des kilos !! Et aux carottes, râpées, en dés, en ronds ... qui rendent les joues roses (de bonheur). Au chemin parcouru depuis la sixième (2007 est notre année). A tous ceux qui, l'air de rien, « pendant ce temps là », sont partis vivre à l'étranger et que je n'ai pas assez vu : attention les gars, les filles, me voilà ! Une pensée pour les sessions photos libano-israélo-libyenne. Merci à « Lady Chatterley », « Je vais bien, ne t'en fais pas » et « Ne le dis à Personne » d'être aussi des livres. A Tchekhov et aux théâtres qui m'égayaient mes soirées du mercredi ! A Gombrowicz ou '?' qui égayera l'année à venir... Au vaste ciel de Mongolie. Aux nids d'hirondelles de papy et à chachou. Merci à l'éléphant et à la petite géante, vos nouveaux soudeurs vous rendront encore plus beaux. Aux impertinents pertinents. Aux moutons noirs, gris et blancs ... et aux autres. Aux 13 pleines lunes de l'année 2007 et à l'été qui en a découlé, ça m'a bien arrangé.

Enfin, bien sûr, évidemment, ça tombe sous le sens, merci à - en chantant - mon père, ma mère, mes frères et ma sœur. Merci à vous qui êtes, sans conteste, les meilleurs.

SOMMAIRE

Introduction générale.....	11
Chapitre I - La communication médiatique : approche de la pratique professionnelle	16
1. Les principes d'écriture de la production journalistique	16
1. 1. Des exigences d'écriture pour une information médiatique de qualité.....	17
1. 2. La sélection des informations médiatiques	18
1. 3. Pour une information médiatique intéressante : la mise en scène.....	19
1. 3. 1. Le récit comme forme de mise en scène	20
<i>Encadré 1 : Le « New Journalism » / « Narrative Journalism »</i>	<i>21</i>
1. 3. 2. L'utilisation des citations dans la mise en scène.....	22
1. 3. 3. Une forme particulière de mise en scène : le récit judiciaire	23
2. Les messages médiatiques : distinction entre le fond et la forme	23
3. La relation entre les journalistes et le public.....	24
4. Différents types d'articles de presse.....	25
4. 1. Les genres et les plans journalistiques	26
4. 2. Les rubriques journalistiques	27
5. Conclusion du chapitre I	27
Chapitre II - Les effets des informations judiciaires dans les médias	29
1. Le contenu des médias à propos d'événements délictueux.....	29
1. 1. La sélection médiatique des informations.....	29
1. 2. Les descriptions des accusés dans les articles judiciaires	31
<i>Encadré 2 : Analyse de contenu de la presse française sur l'affaire McRuby</i>	<i>34</i>
2. Les effets de l'exposition à l'information médiatique	36
2. 1. Les effets sur la perception de la réalité.....	36
<i>Encadré 3 : Le modèle de l'agenda-setting</i>	<i>37</i>
2. 2. Les effets sur les jugements de culpabilité.....	39
2. 2. 1. Les études corrélationnelles	39
2. 2. 2. Les études expérimentales.....	40

3. Les mécanismes sous-jacents à l'impact de la publicité pré-procès	43
4. Conclusion du chapitre II	46
Chapitre III - La communication médiatique : apports de la théorie du contrat de communication	48
1. Conception linéaire et conception circulaire de la communication	49
2. Quatre paradigmes d'études de la communication	51
3. La théorie du contrat de communication (Ghiglione, 1986)	55
3. 1. Qu'est-ce que communiquer ?.....	56
3. 2. La notion d'enjeu	57
3. 3. Communiquer, c'est produire des indices	58
<i>Encadré 4 : Sémantique et syntaxe</i>	<i>59</i>
4. Mise à l'épreuve expérimentale de la théorie du contrat de communication.....	60
4. 1. Des indices en fonction de l'attitude du locuteur.....	61
4. 2. Des indices en fonction des enjeux de la communication.....	63
4. 3. Les stratégies cognitivo-discursives : typologies des traces et programmes	66
5. Le contrat de communication médiatique (Charaudeau, 2005)	69
6. Différents contrats médiatiques.....	71
6. 1. Les situations dialogiques	72
6. 2. Les situations monologiques	73
7. L'enchâssement de contrats	75
8. Le contrat de lectorat.....	78
<i>Encadré 5 : Les modèles cognitifs de la compréhension de textes</i>	<i>80</i>
9. Conclusion du chapitre III.....	81
Chapitre IV - Les effets du style	85
1. Les effets directs du style	85
1. 1. Les effets sur la mémorisation et la compréhension	86
1. 2. Les effets sur l'évaluation des messages.....	88
<i>Encadré 6 : Les modèles duaux de traitement de l'information</i>	<i>89</i>
1. 3. Causalité implicite et effets en terme d'attributions.....	92
1. 4. Les effets sur les jugements	96
2. L'impact des normes discursives	98
2. 1. La reconnaissance du style discursif	99

2. 1. 1. Identification de la similarité stylistique	99
2. 1. 2. Identification de style et accommodation.....	100
2. 1. 3. Identification d'un style conforme à un genre textuel.....	102
2. 2. Les attentes et les normes langagières.....	104
2. 2. 1. Les théories des « attentes langagières » et de « violation des attentes »	104
2. 2. 2. Les attentes sur la base du contrat de lectorat	106
<i>Encadré 7 : Manipulation des indices syntaxiques typique du style judiciaire.</i>	
<i>Effets sur la mémorisation d'information, l'évaluation de l'article et les</i>	
<i>jugements de culpabilité.....</i>	
3. Conclusion du chapitre IV	111
Problématique.....	113
Hypothèse générale et programme de recherches	119
Chapitre V - Etude 1 : Analyse de discours d'articles de presse écrite judiciaire	121
1. Description du corpus d'articles.....	121
2. Méthode.....	123
3. Résultats	135
4. Discussion de l'étude 1	147
5. Construction des articles expérimentaux.....	149
6. Conclusion.....	153
Chapitre VI - Elaboration d'un outil d'évaluation d'articles de presse écrite judiciaire	154
.....	
1. Point théorique sur l'évaluation de la crédibilité des messages médiatiques.....	154
1. 1. Les études sur la crédibilité de la source.....	155
1. 2. Les évaluations des canaux médiatiques.....	156
<i>Encadré 9 : Les fondateurs de deux principaux organismes de sondage</i>	
<i>américains</i>	
1. 2. 1. Définition de la crédibilité des médias.....	157
1. 2. 2. Mesure de la crédibilité des médias	158
1. 2. 3. Tenir compte de l'objet évalué.....	162
1. 3. L'évaluation de la crédibilité des messages	162
1. 4. Conclusion théorique.....	166

2. Construction d'un outil de mesure de la crédibilité perçue d'un article de presse judiciaire.....	167
2. 1. Méthode.....	167
2. 2. Résultats	170
2. 3. Sélection des items pour le questionnaire de mesure de la crédibilité.....	172

Chapitre VII - Les effets de la conformité/non-conformité stylistique de l'enquête judiciaire sur la typicalité perçue, les évaluations de crédibilité et les jugements

judiciaires..... 174

1. Etude 3 : Effet de la conformité/non-conformité du genre discursif de l'enquête judiciaire sur la perception de typicalité.....	174
1. 1. Méthode.....	175
1. 2. Hypothèses et mode de traitement des résultats.....	177
1. 3. Résultats	178
1. 4. Discussion de l'étude 3	180
2. Etude 4 : Effet de la conformité/non-conformité du genre enquête judiciaire sur la typicalité et l'évaluation des articles	183
2. 1. Méthode.....	183
2. 2. Hypothèses et mode de traitement des résultats.....	187
2. 3. Résultats	190
2. 4. Synthèse des résultats et discussion de l'étude 4	196
3. Etude 5 : Effet de la conformité/non-conformité du genre enquête judiciaire sur la typicalité perçue, l'évaluation des articles et les jugements.....	201
3. 1. Méthode.....	202
3. 2. Hypothèses et mode de traitement des résultats.....	206
3. 3. Résultats	208
3. 4. Synthèse des résultats et discussion de l'étude 5	215
4. Etude 6 : Envisager une identification de typicalité ou la formation de jugement rend-t-il compte du traitement des articles de presse ?.....	222
4. 1. Méthode.....	223
4. 2. Hypothèses et mode de traitement des résultats.....	227
4. 3. Résultats	229
4. 4. Synthèse des résultats et discussion de l'étude 6	246
5. Discussion des études 3, 4, 5, 6.....	253

6. Vers une nouvelle manipulation du style	264
Chapitre VIII – Les effets du style narratif et argumentatif de l’enquête judiciaire	265
1. Introduction	265
1. 1. Le style d’écriture narratif <i>versus</i> non-narratif	266
1. 2. Le style d’écriture argumentatif (réalité possible <i>versus</i> réalité affirmée).....	268
2. Construction de nouveaux articles expérimentaux.....	272
3. Etude 7 : Les effets du style d’écriture argumentatif	276
3. 1. Méthode.....	276
3. 2. Hypothèses et mode de traitement des résultats.....	279
3. 3. Résultats	280
3. 4. Synthèse des résultats et discussion de l’étude 7	284
4. Etude 8 : Les effets du style d’écriture argumentatif et du style d’écriture narratif.....	286
4. 1. Méthode.....	286
4. 2. Hypothèses et traitement des résultats	289
4. 3. Résultats	291
4. 4. Synthèse des résultats et discussion de l’étude 8	298
5. Discussion des études 7 et 8.....	300
6. Etude 9 : L’extrémisation du style argumentatif.....	303
6. 1. Méthode.....	304
6. 2. Hypothèses et mode de traitement des résultats.....	308
6. 3. Résultats	310
6. 4. Synthèse des résultats et discussion de l’étude 9	318
7. Discussion des études 7, 8 et 9.....	320
Conclusion générale	324
1. Les conséquences de la non-conformité syntaxique des articles au genre discursif typique de l’ <i>enquête judiciaire</i>	325
2. Les conséquences de la modification du style général d’articles de presse relatant des <i>enquêtes judiciaires</i>	328
3. A propos de la distinction fond/forme.....	331
4. Quels apports pour l’étude de la <i>publicité pré-procès</i> ?.....	333
5. Quels apports concernant les normes déontologiques des professionnels ?	335
Bibliographie.....	338

Index des auteurs.....	362
Index des tableaux.....	371
Index des figures.....	374
Annexes	375
Tiré à part de Lepastourel, N., & Testé, B. (2004).....	376
Annexe de l'étude 2 : Le questionnaire.....	393
Les articles expérimentaux des études 3, 4, 5, 6	400
L'article congruent	400
L'article extrémisé.....	401
L'article incongruent	402
Annexe de l'étude 3 : Le questionnaire.....	403
Annexe de l'étude 4 : Le questionnaire.....	406
Annexe de l'étude 5 : Le questionnaire.....	411
Annexe de l'étude 6 : Les consignes	418
Les articles expérimentaux des études 7, 8 et 9	421
L'article narratif possible	421
L'article narratif affirmé.....	422
L'article non-narratif possible.....	423
L'article non-narratif affirmé	424
L'article narratif affirmé extrémisé	425
L'article narratif possible extrémisé.....	426
Notes de fin - versions originales des citations -.....	427

INTRODUCTION GENERALE

La représentation collective de la criminalité, du droit et du système légal, dépend, pour une large part, de la représentation que les médias en donnent puisqu'une très faible proportion de la population a une expérience directe avec le monde de la justice (Hans, 1990). La connaissance que les gens ont du fonctionnement de la justice passe donc essentiellement par les médias¹ (Roberts & Doob, 1990). Par ailleurs, les affaires judiciaires suscitent un grand intérêt et de nombreuses discussions, les citoyens n'étant pas indifférents aux questions de justice (Potter & Kappeler, 1998). Or, alors que le public s'intéresse particulièrement à l'actualité judiciaire et/ou aux faits divers, les recherches sur les effets de la communication médiatique portent davantage sur le domaine politique (Albert, 2002). Cette thèse se propose d'approfondir l'étude de la communication médiatique dans le domaine judiciaire.

Du fait divers aux « affaires », les questions qui intéressent la justice ont toujours fourni une ample matière à la presse. Selon les journalistes, l'attention portée au troisième des grands pouvoirs de la République est indispensable au bon fonctionnement de l'espace public. Tandis que les journalistes politiques traitent des deux premiers pouvoirs (l'exécutif et le législatif), le troisième est pris en charge par plusieurs catégories de journalistes : les reporters, les journalistes d'investigation spécialisés dans les affaires ou les chroniqueurs judiciaires qui rendent compte des procès (Ferenczi, 2005). Dans le domaine judiciaire, les journalistes accordent notamment une place importante à la répression des crimes et des délits. Les médias sont présents à chaque étape du processus judiciaire, informant le lecteur du déroulement d'une enquête, du procès ou de l'aboutissement d'une affaire (i.e. le verdict). Il leur incombe de communiquer les informations et idées sur les questions de justice et leur liberté de parole est fondamentale dans les sociétés démocratiques. Pour autant, la « bonne » administration de la justice ne doit pas être entravée (Leclerc & Théolleyre, 1996).

Qu'en est-il de l'articulation entre l'exigence de liberté d'information et celle d'une justice équitable ? Le 26 août 1789, la Déclaration des Droits de l'homme et du citoyen affirme que le principe de souveraineté réside dans la nation. De ce principe découle le décret

¹ C'est le cas pour d'autres thèmes sociaux, par exemple les informations et opinions sur les immigrés sont principalement transmis par le biais des médias de masse (Van der Valk & Van Dijk, 1988)

du 8 octobre 1789 : la justice sera rendue publiquement. Aujourd'hui, l'article 6 de la convention européenne des droits de l'homme² stipule que « toute personne a droit à ce que sa cause soit entendue équitablement, publiquement et dans un délai raisonnable par un tribunal indépendant et impartial ». Egalement le 26 août 1789, l'assemblée nationale constituante proclame la liberté de la presse : « La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'homme. Tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas prévus par la loi ». Selon la charte de Munich (22 et 23 novembre 1971) qui fixe les droits et devoirs des journalistes, ceux-ci doivent être au service du respect de la vérité, de la liberté de l'information, du respect du commentaire, de la critique et de la vie privée des personnes (également article 10 de la convention européenne). Ceci étant, cette charte, d'une part, n'a aucune valeur coercitive, d'autre part, n'aborde pas la question de l'influence du journaliste sur le public (Manchec, Somat, & Testé, 2004).

Or, les médias (i.e. la radio, la télévision, la presse, internet) fournissent au public des messages médiatiques qui, tout en étant effectivement au « service du respect de la vérité, de la liberté de l'information, du respect du commentaire, etc... », peuvent permettre de se forger une opinion sur une affaire. L'influence de l'information médiatique sur les opinions publiques peut porter préjudice au fonctionnement de la justice, notamment en mettant en péril le respect de la présomption d'innocence (Conseil National des Barreaux de France, 2004). Ces effets sur l'opinion publique peuvent, en outre, « pénétrer » les cours de justice. Les opinions des membres de jurys, forgées sur la base des messages médiatiques, peuvent influencer la prise en compte d'informations fournies pendant un procès. Dans l'idéal, les jurés devraient pourtant fonder leur jugement uniquement sur les éléments apportés pendant le procès. Eu égard au droit de chacun à un procès équitable, une meilleure compréhension des mécanismes d'influence à l'œuvre dans les médias est nécessaire.

Initiés aux Etats-Unis, les travaux sur la « *pre-trial publicity* » (en français, publicité pré-procès) portent spécifiquement sur la question des effets médiatiques dans le domaine judiciaire (e.g. Otto, 1994). Les recherches montrent que l'exposition aux médias explique une part conséquente des jugements de culpabilité portés avant-procès sur des accusés. Elles mettent en exergue l'enjeu des contenus médiatiques et de leurs effets. La sélection

² Cf. en annexe la convention complète ou sur le site internet http://www.lexinter.net/UE/droits_et_libertes.htm

d'informations par les journalistes, notamment la description des accusés dans les affaires judiciaires, a des effets sur les jugements. Ces recherches sur la *publicité pré-procès* sont souvent motivées par des avocats de la défense qui cherchent à évaluer le « risque » représenté par la couverture médiatique pour le déroulement du procès auquel ils prennent part et plus particulièrement pour leur client. Aux Etats-Unis, des recours existent qui permettent par exemple de délocaliser un procès si les contenus médiatiques diffusés dans le cadre d'une affaire sont avérés « préjudiciables » au caractère équitable du procès. Sur la base des résultats sur les effets de la publicité pré-procès, un certain contrôle des contenus de messages médiatiques est préconisé par les membres du barreau américain. Dans ce cadre, les chercheurs soulignent la 'tension structurelle' entre le droit des accusés à un procès équitable et le droit des journalistes à la transmission d'informations et à la liberté de parole. Dans les faits, les recherches détaillent le lien entre l'exposition aux médias et les opinions pré-procès et/ou les verdicts. Elles se concentrent également sur les informations présentes ou non dans les messages et leurs effets préjudiciables sur les jugements.

Ces études sur la publicité pré-procès, présentent selon nous deux limites, à deux niveaux différents. Premièrement, elles ne proposent pas de cadre général d'interprétation des résultats observés et prennent peu en compte le caractère particulier des situations de communication médiatique. Ainsi, ces recherches ne se fondent pas sur les apports des théories de la communication : le contexte de production et de réception des messages transmis par des médias à un public n'y revêt pas de place centrale. Autrement dit, les études prennent peu en compte le contexte de la communication médiatique et ne proposent pas de cadre général théorique d'étude des processus de la communication pour expliquer les phénomènes d'influence mis en évidence. Deuxièmement, à un niveau moins général, les analyses des messages médiatiques menées dans le cadre des études de la *publicité pré-procès* portent quasi exclusivement sur l'impact du contenu informationnel explicite des messages. Ainsi, l'influence des informations est, grâce à ces études, avérée, mais la part d'influence d'aspects plus stylistiques (ou relevant de la mise en forme) des messages n'est pas abordée.

Cette thèse porte précisément sur l'impact de ce type d'aspects stylistiques en envisageant les influences médiatiques pré-procès au regard du cadre théorique de la psychologie sociale de la communication. En effet, les travaux relevant de la psychologie sociale de la communication permettent d'appréhender plus finement l'importance du contexte de la communication médiatique sur la construction des jugements. Ces travaux, plus constructivistes, envisagent les processus d'influence comme déterminés en partie par la relation entre les tenants de la communication. Ainsi, selon la théorie du contrat de

communication (Ghiglione, 1986), la communication médiatique dépend d'un contrat entre émetteur et récepteur. Plus spécifique au journalisme écrit, la théorie du contrat de lectorat (Burguet, 1999, 2000) propose que le public développe certaines attentes quant aux types d'informations et aux types de styles d'écritures présents dans la presse écrite. Ces attentes dépendraient de l'habitude plus ou moins importante des lecteurs au genre journalistique. Dans ce cadre théorique, des travaux ont déjà montré que le respect des attentes, i.e la lecture d'un article de presse conforme au discours habituel de la presse, favorise la mémorisation des informations de l'article. Sur ces bases, nous supposons que l'établissement d'un contrat de lectorat entre les médias d'information³ et le public peut, au-delà de la mémorisation d'informations, également rendre compte des influences médiatiques pré-procès. L'influence de la publicité pré-procès est donc envisagée ici comme partiellement conditionnée par la construction de la relation entre les tenants de la communication médiatique. Cette thèse cherche donc à prolonger les recherches initiées sur les effets de la *publicité pré-procès* (PPP) en y intégrant les apports des travaux sur le contrat de lectorat.

Le discours de presse sera appréhendé du point de vue de ses caractéristiques stylistiques et non de ses référents informatifs. La distinction entre les informations (i.e. les référents, la sémantique) et le style discursif (par exemple les éléments syntaxiques) occupant une place centrale dans notre démarche, elle sera discutée à plusieurs moments de la thèse.

L'introduction théorique de cette thèse est divisée en 4 chapitres. Le chapitre I est un point sur les règles de construction de l'information, du point de vue des journalistes. Cette revue de question, faite sur la base de manuels de journalisme et d'analyses sociologiques ou psychologiques, a pour objectif de mettre en évidence les préoccupations majeures des journalistes professionnels. Nous verrons que celles-ci font écho aux recherches menées dans le cadre de la publicité pré-procès (chapitre II), mais aussi aux théories du contrat de communication, du contrat de lectorat et à la notion de genres (chapitre III), ou encore à la question des effets du style discursif et à la notion d'attentes (chapitre IV). Le chapitre II abordera les recherches initiées sur la publicité pré-procès aux Etats-Unis. Dans ce cadre, les opérations de sélection et de construction d'informations faites par les journalistes seront détaillées. Ces études montrent le lien entre exposition médiatique et jugements pré-procès ainsi que les effets préjudiciables de certaines informations sur les jugements de culpabilité. Dans le chapitre III, les postulats sur lesquels repose la psychologie sociale de la

³ En France et en Amérique, le genre *informatif* (*information*) se distingue du genre *divertissement* (*entertainment*). Entre les deux, il existe également un genre dit *infotainment* qui mêle information et divertissement (par exemple, la forme du talk-show).

communication seront présentés. Les principes de la théorie du contrat de communication, notamment médiatique, et du contrat de lectorat seront détaillés. La distinction entre référents informatifs et style discursif sera abordé et la production de discours sera étudiée. Le chapitre IV se positionnera non du côté de la production mais s'intéressera à la réception des messages. Les travaux sur les effets des caractéristiques stylistiques seront notamment détaillés. Deux types de recherches seront présentées, d'une part, des études considérant un effet direct des caractéristiques stylistiques des messages sur la réception, d'autre part, des études qui appréhendent les effets des discours en fonction de l'existence de normes discursives et des attentes qui en découlent.

La revue de question aboutira à la formulation d'une problématique et d'une hypothèse générale mise à l'épreuve dans un programme de recherche exposé dans les chapitres suivant.

CHAPITRE I - LA COMMUNICATION MEDIATIQUE : APPROCHE DE LA PRATIQUE PROFESSIONNELLE

Dans ce premier chapitre, les principes généraux et les exigences et critères de construction de l'information journalistique vont être examinés du point de vue des professionnels du domaine (presse, radio, télévision...). Cette analyse de la pratique a été réalisée d'une part à partir de manuels et de guides destinés aux (futurs) professionnels du journalisme (journalisme écrit principalement), d'autre part sur la base d'analyses descriptives de la production médiatique, principalement sociologiques mais également de psychologues sociaux. L'analyse porte uniquement sur les productions médiatiques à caractère « informatif », non sur les médias de loisirs (revues, feuilletons télévisés...). Ce chapitre ayant pour but d'appréhender les exigences de point de vue des journalistes, les professionnels seront très largement cités afin de fournir des témoignages explicites.

1. Les principes d'écriture de la production journalistique

La question de la qualité de l'information est une préoccupation journalistique forte, en témoigne les assises internationales du journalisme⁴ (2007) et la création d'un groupe de travail « Pour une charte de qualité de l'information », directement issu du comité des assises. Dans ce chapitre, les exigences journalistiques en terme d'écriture et de mise en forme seront abordées en termes généraux. Nous n'aborderons pas les implications techniques qui en découlent (quels types de titres : surtitre, sous-titre, intertitre..., le nombre ou le découpage des paragraphes, les photos et légendes de photos).

Par ailleurs, « les journalistes [ayant] des « lunettes » particulières à partir desquelles ils voient certaines choses et pas d'autres; et voient d'une certaine manière les choses qu'ils voient. Ils opèrent une sélection et une construction de ce qui est sélectionné » (Bourdieu, 1996, p. 18), les processus de sélection et de mise en scène des informations sélectionnées par les journalistes seront également abordés

⁴ La composition de ce groupe de travail et les buts fixés sont en annexes.

1. 1. Des exigences d'écriture pour une information médiatique de qualité

Dans un supplément au journal *Le Monde*, Jean-Marie Colombani argumente les raisons de la nouvelle formule proposée en 2005 : « Vous informer avec honnêteté, vous donner la vision la plus juste et la plus claire possible de ce qui fait l'actualité dans toutes ces dimensions, telle est la vocation d'un quotidien de référence, indispensable pour 'remettre les choses à leur place' et se forger une opinion » (Colombani, 2005). Les professionnels s'accordent sur la nécessité d'écrire des messages médiatiques de qualité : compréhensibles, informatifs, sérieux, crédibles. Pour autant, un « journalisme rigoureux qui respecte le lecteur, n'écorche pas la langue française et cherche à cerner la réalité au plus près [est un] idéal. Soumis à de multiples contraintes et eux-mêmes imparfaits, ils n'y parviennent globalement pas. [Malgré tout] il en va du journalisme comme de la grammaire : bien connaître ses règles aide à parler et écrire correctement » (Agnès, 2002, p.10).

Avant tout, les messages de presse doivent être informatifs, « la raison profonde d'un achat [étant] le besoin d'information » (Agnès, 2002, p. 49). Le lecteur d'un article de presse doit avoir le sentiment que le journaliste possède des informations sur le thème traité et lui en fournit suffisamment (Martin-Lagardette, 1994). Un article « dense et riche en informations sera apprécié alors qu'un article délayé qui renferme peu d'informations utiles ne le sera pas » (Agnès, 2002, p. 53).

Les informations médiatiques doivent également apparaître sérieuses et crédibles, vérifiées par les journalistes. La crédibilité passe notamment par le souci des « règles normatives de rigueur : d'objectivité, d'équité, d'équilibre des points de vues, de qualité » (Charron & De Bonville, 2002, p. 16). Etre crédible implique que la priorité soit accordée aux faits précis et contrôlables plutôt qu'aux informations vagues ou aux affirmations partiales.

Enfin, un article de presse doit être compréhensible, autrement dit clair et lisible, notamment pour que les lecteurs retiennent le message (Martin-Lagardette, 1994). Sur ce point, le langage « le plus accessible [serait] celui dont la forme étonne le moins son destinataire » (Douël, 1981, p. 83). Selon plusieurs auteurs, la lisibilité visuelle (grosceur des caractères...) ou la lisibilité rédactionnelle (vocabulaire, construction de phrases, orthographe, syntaxe, ponctuation ...) conditionne la lecture des articles et leur compréhension. Pour évaluer la lisibilité des articles, certains professionnels utilisent les formules de lisibilité : 1° la mesure de Gunning dite *fog index* (indice de brouillard, 1952) prend en compte la longueur des mots et des phrases, 2° celle de Rudolf Flesh (1948) mesure « l'intérêt humain » d'un

texte en prenant en compte le pourcentage de pronoms personnels et de phrases en style direct (Mathien, 1992) La lisibilité peut aussi relever « d'une appréciation très subjective » (Mouriquand, 1997, p. 87), nous reviendrons sur les mesures subjectives de la lisibilité.

En somme, les journalistes ont pour objectif d'informer les gens clairement en les persuadant de la véracité des propos tenus⁵. Le respect de ces critères de « qualité » est d'ailleurs d'autant plus important que « l'indépendance [journalistique] passe, au-delà des règles économiques, par un devoir de qualité » (Wouts, 1988, p. 69). L'apparente convergence des prescriptions d'écriture peut cependant être nuancée. Par exemple, l'exigence d'objectivité est considérée par beaucoup comme impossible à atteindre, dans la mesure où la sélection d'informations serait subjective en soi.

Par ailleurs, indépendamment des aspects de clarté et de sérieux, les professionnels revendiquent la nécessité d'une écriture intéressante (Martin-Lagardette, 1994). « Les textes [doivent] procurer au lecteur, en plus de la satisfaction d'être bien informé, le plaisir d'une écriture agréable » (Agnès, 2002, p. 107). Le travail journalistique reposerait sur « deux opérations consécutives », la première de sélection d'informations, la seconde de mise en forme narrative (Gans, 2004). Ces deux opérations sont proches des filtres proposés par De la Haye dans son *mode d'emploi* du journalisme (2005) : le filtre 1 de sélection de la source et le filtre 2 du choix de la forme du discours (parmi elles : la narration).

1. 2. La sélection des informations médiatiques

Dans la masse d'informations disponibles, en se posant les questions de référence (« qui ? quoi ? où ? quand ? comment ? pourquoi ?⁶ »), le journaliste sélectionne des éléments « majeurs » de l'actualité et choisit un message essentiel à transmettre (Agnès, 2002). Il détermine également la place à octroyer aux différentes informations dans le média (en première ou dernière page du journal, la taille/durée du reportage, etc.). Cette hiérarchie entre ce qui apparaît le plus et le moins important s'accompagne d'une « élimination d'informations périphériques » (Mouriquand, 1997, p. 34). Ainsi, « le titre le plus important d'une première page de quotidien signifie « *je suis la nouvelle la plus importante du jour ; l'acte de sélection m'a déclarée telle* » (De la Haye, 2005, p. 149). Le fait de sélectionner des

⁵ Ces deux buts de la communication médiatiques recourent les visées informatives (« faire-savoir ») et persuasive (« faire-croire ») de Charaudeau (1997), cf. chapitre III.

⁶ Ce sont les 5 W en anglais « who ? what ? where ? when ? why ? », accompagnés du « H » de how ?, mais surtout une règle déjà énoncé en Latin par le rhéteur Quintilien (environ 30 à 100 après J-C) : *quis ? quid ? quando ? ubi ? cur ? quomodo ? quibus auxiliis ?*

informations entraînerait donc une subjectivité inhérente à la communication. Par exemple, s'agissant des faits historiques, l'idée que « les faits parlent d'eux-mêmes [est] fausse. Ils ne parlent qu'à l'invitation de l'historien [qui] décide de ceux auxquels il donnera la parole, dans quelle succession et dans quel contexte [...], l'idée d'un noyau dur de faits qui existerait objectivement et indépendamment de l'interprétation de l'historien est fausse et absurde » (Carr, 1988, p. 56). Selon Ferenczi, cette remarque vaut pour le journaliste puisqu'« établir un fait c'est déjà l'interpréter » (Ferenczi, 2005, p. 8). La construction des messages médiatiques est en partie déterminée par les principes de sélection d'informations. Des facteurs personnels (âge, statut social...) peuvent également influencer le codage ou le décodage de l'information par les journalistes (Cf. figure 1).

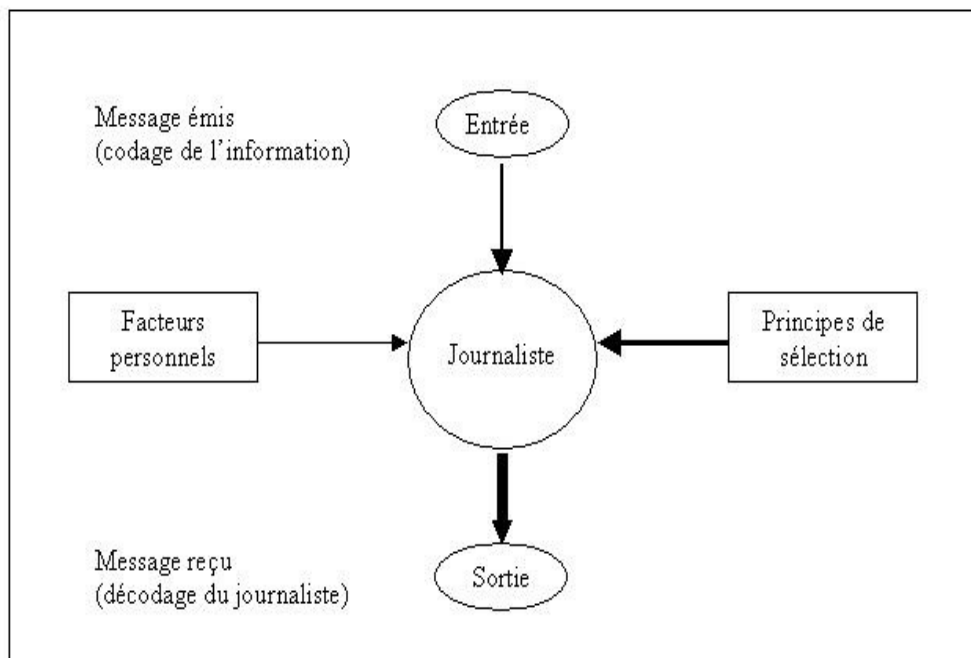


Figure 1: *Le journaliste en tant que récepteur de messages (extrait de Mathien, 1992, p. 204)*

1. 3. Pour une information médiatique intéressante : la mise en scène

La seconde opération du travail journalistique est la mise en forme narrative des événements sélectionnés (Gans, 2004) car le journaliste « raconte toujours une histoire » (Charon, 2007, p. 5). Celle-ci passe par différentes « techniques » de mise en scène. Des manuels de journalisme anglophones préconisent également de raconter des histoires pour intéresser le public (Brooks, Kennedy, Moen, & Ranly, 2001).

1. 3. 1. *Le récit comme forme de mise en scène*

Pour ne pas lasser le lecteur, les journalistes peuvent pratiquer l'alternance : de phrases longues et courtes, de flash-back, de moments d'action puis de réflexion, de discours puis citations. Ils peuvent avoir recours à des mises en scène métaphoriques en créant des personnages « imaginaires » qui incarnent, le temps d'un article, ce dont le journaliste veut parler (par exemple, « l'accro aux cartes de crédit » pour rendre compte d'un fait de société plus global de vol de cartes de crédits). Ils peuvent également utiliser des exemples de terrain qui convaincront le lecteur que le thème traité n'est ni hors du temps ni hors de la vie (par exemple, pour informer sur les conflits économiques et sociaux qui découlent de l'emplacement du Mont St-Michel, les habitants de deux communes précises d'Ille-et-Vilaine et de la Manche serviront d'exemples). Les professionnels des médias veulent du « vivant » et non du conceptuel et cela « se traduit par cette [rengaine] lancée par tous les rédacteurs en chefs : « Racontez une histoire » (Mouriquand, 1997, p. 83). Les journalistes sont souvent considérés comme de grands « conteurs » (Chapuis, Portier, & Tessier, 2006, p. 17) et le premier chapitre d'un ouvrage de Weill⁷ a pour titre « Raconter une histoire » (Weill, 2005). Dans une analyse de la pratique journalistique, le sociologue De la Haye (2005) classe *la narration* parmi les formes dominantes du discours journalistique, traversant « tout le champ de l'information parce qu'elle n'est pas seulement un ensemble de procédés stylistiques, c'est un *cadre de compréhension* » (p. 136). Selon De la Haye, l'utilisation du terme *narration* est préférable aux termes de *fait divers* ou *récit*. Le *fait divers* serait trop associé à la pratique journalistique pour être un instrument d'analyse théorique. Quant au *récit*, sa connotation trop littéraire donnerait à voir l'information comme une « filiale vulgaire de la littérature qui masque les rapports complexes avec le champ social et politique » (p. 134).

La mise en scène des articles de presse emprunte donc à la fois à la *narration* et au scénario de théâtre (Bautier, 1984) afin de « faire vivre » les informations relatées et les rendre intéressantes. Issus du courant du *New Journalism* (ou *Narrative journalism*), certains journalistes revendiquent le fait que les histoires journalistiques sont le meilleur moyen d'informer tout en intéressant les récepteurs (cf. encadré 1).

⁷ Cet ouvrage est un recueil de témoignages de professionnels et non un ouvrage de conseils d'écriture.

Encadré 1 : Le « New Journalism » / « Narrative Journalism »

Selon Cumming (Cumming, 2006), dès la fin du 19^e siècle, le journalisme de récit de Pulitzer ou Cochran avait déjà pour but « la narrativisation de l'information en lui donnant formellement la vitesse et le pouvoir de reconstruction du réel d'un récit réaliste » (Neveu, 2001, p.17). Ce courant fut dévoyé, certaines affaires traitées étant trop inconvenantes et/ou trop dramatiques. Selon la *fondation Nieman de Harvard pour l'excellence journalistique*, c'est la tradition journalistique des grands conteurs d'histoires (Eugène Sue, Albert Londres) qui est « l'ancêtre » du *New Journalism*.

Dans les années soixante, le *New Journalism* est officiellement initié par le travail du journaliste Tom Wolfe (Wolfe, 1979). Cette fois, le courant du *New Journalism* prône l'accomplissement d'enquêtes sérieuses, objectives donc crédibles sur tous les types de faits de société. Le *New Journalism* a pour but de dépasser le clivage journalisme/littérature de l'époque, « la découverte [étant] qu'il est possible d'écrire un journalisme qui se lise comme un roman » {Wolfe, 1975, p. 22}. Wolfe (1975) identifie 4 techniques d'écriture qui empruntent à la fiction : narration de chaque scène, importance des dialogues, des points de vue des personnages et importance des détails notamment des marqueurs sociaux. Ce type de journalisme s'est illustré par des articles très ethnographiques et par des narrations focalisées sur les personnages.

Aujourd'hui, le *New Journalism* est désigné par des termes variés : *narrative journalism* le plus souvent, mais aussi *new new journalism*⁸, *journalisme intime*, *littérature des faits*, etc. (Cumming, 2006). Mais « qu'il soit appelé *journalisme narratif*, *new journalism*, *journalisme littéraire* ou *narration journalistique*, le type d'écriture défini en ces termes est un mélange de reportage et de contes^a »⁹ (Quinterno, 2007). Le goût des anglo-saxons pour cette presse « écrite autrement » s'explique car les frontières entre journalisme et littérature y sont moins imperméables. Les articles de presse sont des *stories* (*histoires*) et le mot *writer* désigne les écrivains et les journalistes, qu'ils soient reporters, chroniqueurs ou simples rédacteurs. En France, la tradition journalistique se veut davantage dissociée de la tradition littéraire (Lazare, 2005).

Depuis 2001, le programme de la Fondation Nieman renouvelle la tradition du journalisme narratif, un séminaire d'apprentissage du journalisme narratif a notamment eu lieu à Paris en 2005¹⁰. Par ailleurs, le fait de raconter des histoires est efficace d'un point de vue pédagogique, le journalisme narratif peut favoriser « l'apprentissage » (Cumming, 2006).

Rappelons, pour conclure, que l'écriture journalistique doit se trouver à la convergence d'une information exacte et d'une lecture de plaisir pour être pleinement efficace. L'attractivité et le sérieux d'un récit doivent s'équilibrer « pour que la mise en forme [ne] l'emporte [pas] sur la rigueur de ce qui est présenté » (Charon, 2007, p. 5).

⁸ Cf également <http://www.newnewjournalism.com/about.htm>

⁹ Cette citation a été traduite en français. Sa version originale est présentée, en annexe, dans le point *Notes de fin – Versions originales des citations*. Dans la thèse, toutes les versions originales des citations seront présentées et indiquées par des notes de fin de document symbolisées par une lettre.

¹⁰ On peut en trouver le programme sur www.sciences-po.fr/spf

1. 3. 2. *L'utilisation des citations dans la mise en scène*

« De cette exigence d'histoire découle notamment l'utilisation des citations qui ont deux vocations sous la plume du journaliste : rendre vivant et accréditer » (Mouriquand, 1997, p. 92). Faire parler des personnages les met directement en scène et rend l'article vivant (Laroche-Bouvy, 1988) car c'est « un son nouveau qui prémunit contre le risque de lassitude à la lecture » (Mouriquand, 1997, p. 92). D'un point de vue formel, le fait que les citations soient souvent imprimées en italique ou en gras les distinguent du « texte courant » et introduit une rupture visuelle qui attire le regard et peut relancer l'attention du lecteur (Agnès, 2002). Elles allègent la densité typographique d'un article, donc la lecture, et autorisent également une ponctuation plus riche (Laroche-Bouvy, 1988). De plus, les citations accréditent, ont une « fonction d'authenticité ». Elles prouvent que le journaliste n'énonce pas ses opinions. Fidèle au principe d'objectivité, leur utilisation gomme toute trace de la présence du journaliste en tant que locuteur (Charron, 2002). De fait, les guillemets suggèrent que « ce sont les faits qui parlent et non la subjectivité du rédacteur » (Neveu, 2001, p. 64). Selon la sociologue Tuchman (Tuchman, 1972), ces marques formelles, dont la fonction principale est de présenter des points de vues contradictoires, sont les gages de l'objectivité des propos rapportés mais participent surtout d'un dispositif de protection mis en place par les journalistes contre les critiques et les poursuites en marquant une certaine distance du journaliste par rapport aux faits exposés. Le psycho-linguiste Chabrol (1983) considère également les guillemets comme des marques de distanciation d'un énonciateur qui ne tient pas à paraître cautionner le point de vue qu'il rapporte. Selon Chabrol, le locuteur qui ne prend pas parti de façon claire peut espérer profiter d'un pouvoir de conviction accordée à sa position d'arbitre objectif. A l'inverse, l'absence de guillemets signifierait donc un certain engagement de l'énonciateur.

Des travers de l'utilisation des citations peuvent cependant être déplorés, principalement la tentation de recourir à des fausses citations pour rendre l'article stylistiquement agréable. Ainsi, une citation telle que « *la situation devrait s'améliorer* », *dit-on au ministère de l'intérieur*, laisse entendre que les multiples contacts du journaliste au ministère aboutissent tous à cette conclusion. Ainsi formulé, on ne sait pas si le propos a été vraiment tenu ou si le rédacteur synthétise ce qu'il a entendu. L'utilisation de citations peut donc conduire à des pratiques discutables. Selon Agnès (2002), abuser des guillemets peut en outre alourdir la lecture.

En conclusion, les citations peuvent être considérées comme des éléments de mise en scène narrative de l'information qui permettent de rendre le discours crédible et authentique, intéressant et agréable même si leur utilisation doit être « raisonnable ».

1. 3. 3. Une forme particulière de mise en scène : le récit judiciaire

« Ecrire pour un journal n'est pas rédiger un rapport administratif, il faut raconter des histoires, mettre en scène des personnages, décrire les choses de la vie. [...] Pour les faits divers notamment, il ne s'agit pas de tomber dans la sécheresse d'un procès-verbal policier mais au contraire de satisfaire à la lecture d'un beau récit » (Agnès, 2002, p. 3). Les articles de société, particulièrement les affaires judiciaires, seraient très propices à un style narratif, davantage par exemple que les articles politiques. Selon Agnès, « un procès, c'est toujours une histoire. Eventuellement à épisodes. Dans un compte rendu du procès de Guy Georges de S. D., celui-ci met en forme son article avec des méthodes inspirées de la narration romanesque. Les trois personnages principaux sont mis en scène : le président, l'avocat général et le prévenu. [...] La suite est à base de discours journalistiques, s'en tenant aux faits et aux propos du prétoire, mais où s'insèrent plusieurs dialogues, dont certains assez longs, entre le prévenu et diverses personnes (avocats, présidents...). Ces scènes sont l'occasion de rendre compte de l'ambiance et de faire revivre la séance en rapportant des faits et des propos saillants.[...] L'efficacité de ces moyens de narration est garantie : le lecteur est dans la salle » (2002, p. 181). Pour les faits divers et les comptes-rendus judiciaires plus particulièrement, la mise en scène narrative et les citations sont privilégiées.

2. Les messages médiatiques : distinction entre le fond et la forme

Selon De la Haye (2005, p. 117), la « coupure aristotélicienne entre *fond* et *forme* » apparaît dans le journalisme et les exigences de qualité valent pour les deux (Martin-Lagardette, 1994). Selon l'agence info-sud, « la forme et le fond [font] tous deux parties intégrantes du message, aucun ne peut être traité en accessoire de l'autre, du début à la fin c'est le couple de choc » (Mouriquand, 1997, p. 121). « Ce sont deux facettes indissolubles d'une réalité. Un fond profond avec une forme vide, c'est une trahison : le sens s'effondre. Une forme belle, claire, puissante, sert le fond, il devient accessible » (Mouriquand, 1997, p. 124). Séparer la forme du fond conduirait « à rejeter le sens en dehors des faits du langage » (Ringoot & Utard, 2005, p. 33).

Qu'entendent les journalistes par ces termes ? Dans les manuels, le *fond* de l'article a trait aux informations proprement dites, tandis que la *forme* renvoie plutôt à l'agencement des paragraphes, plus généralement au style d'écriture, par exemple aux aspects grammaticaux d'un discours. Le plan général de l'article et/ou les paragraphes peuvent être organisés comme des récits. Une autre composante stylistique est la construction et l'agencement des mots entre eux, structuration qui intervient au niveau de la phrase. Le style est l'ensemble des techniques d'écriture, dominé par un impératif absolu : une bonne communication avec le lecteur. Selon Tuchman (1972), la construction stratégique de l'objectivité journalistique peut se faire à trois niveaux : celui de la forme, du contenu et des relations inter-organisationnelles. Quatre procédures formelles existent : 1/ présenter des points de vues contradictoires, 2/ présenter des éléments faisant office de preuves, par exemple des informations ne pouvant être réfutées, car communément acceptées comme vraies, 3/ utiliser judicieusement des citations : le fait de fournir des informations entre guillemets permet de marquer une certaine distance par rapport aux faits exposés par le journaliste, 4/ structurer l'information sous la forme d'un plan « pyramide inversée ».

Un message médiatique se caractérise donc à la fois par son *contenu* et sa *forme*, par ses « propriétés sémantiques et stylistiques » (Rouquette, 1988, p. 495). Dans la littérature linguistique ou en psychologie sociale du langage, on trouve cette distinction entre informations de contenu (de l'ordre du sémantique) et forme (notamment la syntaxe), nous reviendrons sur cette distinction.

3. La relation entre les journalistes et le public

L'écriture journalistique « n'a de justification que par rapport à son public » (Mouriquand, 1997, p. 3). Les médias d'informations doivent être compris, crédibles, convaincants, intéressants pour les récepteurs. En effet, l'inexactitude et la mauvaise qualité d'information peuvent détériorer la confiance du public (Agnès, 2002). Décevoir le lecteur ayant des attentes strictes quant au contenu ou à la présentation de « son » journal peut avoir des conséquences préjudiciables pour un journal car le « lecteur décide de la valeur du « produit » et sanctionne, par le fait de quitter en cours de route un article qui ne lui plaît pas ou le refus d'acheter un journal qui l'a déçu » (Agnès, 2002, p. 27). A l'inverse, si les lecteurs considèrent leurs exigences comme satisfaites, les organes médiatiques sont sûrs de « garder » leur public. Les professionnels des médias tiennent compte des attentes du public. Ainsi, le

changement de la formule du quotidien *Le Monde* s'est fait avec maintes et maintes précautions (Colombani, 2005; Le Monde, 2005).

Selon Ferenczi (2005), « Un contrat implicite est passé entre l'entreprise de presse et son public, au terme duquel celui-ci reçoit un service qui répond, plus ou moins bien, à ses attentes » (p.20). Avec son organe de presse favori notamment, le lecteur noue un lien de familiarité et de confiance car le « simple fait de la lecture de journaux [...] crée une forme de familiarité, un horizon d'attentes » (Neveu, 2001, p. 63). Esquenazi (2002) propose de différencier les types de publics en fonction de la familiarité qu'ils entretiennent avec différents journaux. Les publics du *Figaro*, de *Libération* ou de *France Football* regroupent des personnes définies par une habitude, celle d'un contact régulier avec un média. Ce type de public « considère le média comme un partenaire et lui attribue non seulement une personnalité mais une intentionnalité » (p. 154). Les récepteurs réguliers ou occasionnels n'ayant pas la même connaissance du média considéré, le degré d'exposition doit être pris en compte. Les classements traditionnels des récepteurs par âge ou professions sont, selon Esquenazi (2002), insuffisants pour rendre compte de la réception médiatique.

Par ailleurs, le contact entre un médium et le public est souvent différé dans le temps et/ou l'espace. L'accord ou le désaccord du public n'est donc pas perçu immédiatement mais de façon différée et indirecte (via le courrier des lecteurs, les ventes du journal ou l'audimat). En ce cas, « le public [...] est invité à agir comme une « source », notamment à travers les lettres des lecteurs, les tribunes téléphoniques » (Charron & De Bonville, 2002, p. 34). Ces rapports complexes entretenus par l'émetteur et le récepteur nécessitent, selon Le Gendre, une étude fine de leurs relations (Le Gendre, 2005).

4. Différents types d'articles de presse

Selon les journalistes, le style journalistique existe en comparaison avec d'autres formes d'écriture (poésie, écrits scientifiques...). Ceci étant, il n'y pas « une » écriture journalistique, comme il n'y a pas qu'« une » écriture romanesque (Agnès, 2002). Les professionnels distinguent différents types d'articles, classés en fonction de leur genre ou de leur thème.

4. 1. Les genres et les plans journalistiques

Parmi la variété de genres journalistiques, on distingue l'information stricte, le récit, l'étude, l'opinion extérieure, le commentaire dans lesquels le journaliste relate, raconte, approfondit, donne la parole ou commente. Ces « cinq formes d'écriture et d'attitudes professionnelles ne sont pas les mêmes, depuis le recueil de l'information jusqu'à la relecture du papier » (Agnès, 2002, p. 188). Selon Agnès, le *récit* convient à un reportage, un portrait, au compte rendu d'un événement auquel le journaliste a assisté ou à un article historique. Le genre *étude* regroupe plutôt les analyses (souvent politique ou économique) et l'*enquête* développe une écriture qui emprunte aux autres genres.

Les journalistes ont le choix entre plusieurs formes de plans (Agnès, 2002, Martin-Lagardette, 1994). La *pyramide inversée* est le plan classique du journalisme, il consiste à aller tout de suite à l'essentiel et à hiérarchiser ensuite les informations. Martin-Lagardette le nomme *plan psychologique* (1994, p. 69), Tuchman (1972) le nomme *forme stratégique*. Un autre plan, *analytique*, s'inspire lui de l'exposé historique : les faits sont présentés avant de traiter du contexte et du pourquoi. Un plan *démonstratif* consiste à énoncer le message essentiel puis à étayer la démonstration par une succession d'arguments basés sur des faits. Il convient aux analyses, enquêtes, commentaires. Le plan *dialectique* équivaut à un plan *thèse-antithèse-synthèse* de dissertation. Ceci étant, ici, le journaliste n'a pas de synthèse à faire, ou alors il doit la placer au début de l'article. Le plan *chronologique* permet de décrire un événement, de raconter un fait divers, de faire le récit d'une affaire pour lequel l'enchaînement chronologique des faits est le plus naturel. Ce type de plan va cependant à l'encontre de l'intérêt du lecteur et de la loi de proximité puisqu'il aborde le sujet par ce qui est le plus lointain dans le temps. Cette succession chronologique ne fait en outre pas apparaître de hiérarchie. Un plan de cette catégorie n'est intéressant que lorsque la chronologie est nécessaire à la bonne compréhension du sujet. Selon Mouriquand « le plan chronologique est bien connu des professeurs de journalisme pour être celui vers lequel se dirigent, à tort, les journalistes peu chevronnés. C'est en effet la tentation la plus naturelle lorsque l'on est hésitant dans la construction d'un récit de s'abriter derrière l'apparence d'« objectivité » du déroulement chronologique des événements » (1997, p. 48). Enfin, les plans « scénarios » conviennent pour un récit à la manière d'un documentaire ou roman. Il s'agit alors de construire une histoire autour d'une image dominante, d'un personnage central, d'une pièce à conviction, d'un propos récurrent. Le journaliste bâtit son scénario en montrant le décor, en introduisant les personnages, en faisant dérouler les faits sous la forme d'un récit fluide, aux enchaînements évidents.

4. 2. Les rubriques journalistiques

Les journalistes classent également les articles en fonctions de leurs thèmes. Chapuis et al. (2006, p. 139) distinguent, parmi les grands dossiers, l'actualité internationale, politique, économique et sociale, les faits divers, l'actualité sportive, culturelle et scientifique. D'autres auteurs distinguent les rubriques *politique*, *économique*, *sportive* ou *société*. Dans la rubrique *société*, le fait divers occupe une large place. De manière générale, les questions de justice ont toujours fourni une ample matière à la presse. Les faits divers reflètent les préoccupations de chaque époque, d'où leur présence constante dans les médias sur des thèmes différents (pour une analyse des thématiques et constructions des récits de faits divers dans Libération et France-soir en 1986, Petitjean, 1986). Chapuis et al. (2006) remarquent que les journaux du début du 20ème siècle s'intéressaient aux personnes soupçonnées d'empoisonnement, de parricides et d'infanticides alors qu'aujourd'hui, la figure dominante dans les faits divers est celle de la victime. Les faits divers ont également une fonction sociale, une affaire criminelle renvoyant l'ensemble de la collectivité à la question des normes et des interdits. Enfin le caractère local de nombreux faits divers augmente leur intérêt car il concerne le lecteur. Pour Ferenczi (2005), les faits divers sont d'autant plus proches du lecteur qu'ils donnent la priorité à la psychologie des personnages : étudier le caractère, comprendre les motivations, examiner les circonstances. L'attention dépasse la curiosité morbide pour se porter davantage sur la personnalité des tueurs, leur histoire, leur comportement, leur façon d'être. Dans les manuels, les comptes rendus écrits pendant la phase d'enquête et les comptes rendus d'audiences de procès sont généralement distingués (pour une revue sur le fait-divers, cf. Dubied & Lits, 1999).

5. Conclusion du chapitre I

L'état des lieux de la pratique journalistique proposé dans ce chapitre met plusieurs choses en évidence. Tout d'abord, elle met en exergue les deux principales étapes de la construction de l'information médiatique : la sélection des informations et la mise en scène de ces informations. Par ailleurs, elle signale que ces deux étapes de la construction médiatique doivent être considérées dans un cadre relationnel plus général entre les journalistes et leur public. Cette relation, qualifiée de contrat par les journalistes, est en partie déterminée par l'horizon d'attentes des lecteurs, elle-même en partie déterminée par leur habitude aux

médias. Ce chapitre indique également qu'il n'y a pas qu'une écriture journalistique mais plusieurs types d'articles, notamment classés en fonction de leur genre et/ou thèmes. Enfin, il met en évidence le fait que pour les professionnels, c'est « l'efficacité [de l'écriture] à véhiculer un message qui prime » (Mouriquand, 1997, p. 3). Cette efficacité passe par la transmission de messages de qualité, c'est-à-dire informatifs, crédibles, compréhensibles et agréables (à la fois en terme de fond et de forme).

Ces préoccupations professionnelles trouvent largement écho dans les différents champs de recherches qui seront abordés dans cette thèse. Comme expliqué précédemment, le chapitre III abordera la question de la relation contractuelle entre les journalistes et le public. Dans ce chapitre, la théorie du contrat de lectorat, plus directement liée à la notion de genres de discours et à la question des attentes des lecteurs de presse écrite, sera également détaillée. La distinction entre fond et forme sera abordée dans les chapitres III et IV. Enfin, la question de la qualité perçue des articles de presse sera abordée dans le chapitre VI.

Le prochain chapitre présente les travaux sur la *publicité pré-procès*. Les recherches effectuées dans ce champ de recherche analysent la construction de l'information médiatique (sélection et mise en scène) et montrent quelles influences en découlent.

CHAPITRE II - LES EFFETS DES INFORMATIONS JUDICIAIRES DANS LES MEDIAS

Dans la société nord-américaine, la médiatisation des faits divers fait débat depuis longtemps. Les chercheurs américains se sont largement penchés sur cette question et la majorité des travaux sur les effets de la médiatisation judiciaire sont nord-américains. En Europe, on compte peu de recherches (particulièrement expérimentales) sur ce thème.

Les recherches américaines portant sur les effets de la *publicité pré-procès* posent directement la question de la médiatisation des affaires judiciaires : quel procédé de sélection des informations est mis à l'œuvre ? Comment les protagonistes d'une affaire, particulièrement l'accusé, sont-ils présentés dans les médias ? Le fait de sélectionner des informations a-t-il des effets sur les opinions et jugements portés sur les protagonistes de l'affaire ? C'est à ces questions que le chapitre II vise à apporter des réponses.

1. Le contenu des médias à propos d'événements délictueux

S'agissant d'événements délictueux, les médias sélectionnent les informations sur les affaires traitées et sur les accusés en cause.

1. 1. La sélection médiatique des informations

Selon Hans (Hans, 1990), tous les médias (télévision, radio ou presse écrite) saturent le public de compte-rendus de crimes sensationnels qui sont sans rapport avec la réalité criminelle. Concernant la représentation statistique de la violence, Gerbner, Gross, Morgan et Signorielli (1980) observent par exemple une moyenne de 5 actes avec violence présentés par heure entre 20 et 23 heures (en « prime time », toutes émissions confondues). Ce chiffre est multiplié par 4 pendant le week-end.

De nombreuses études montrent qu'en matière de représentation d'affaires criminelles dans les informations médiatiques, les crimes violents et à caractère sexuel sont

surreprésentés (Ditton & Duffy, 1983; Potter & Kappeler, 1998) de même que les minorités ethniques comme auteurs de ces crimes (Beaudoin & Thorson, 2005; Dixon & Linz, 2000; Potter & Kappeler, 1998; Surette, 1998). La méthodologie de ces études consiste à comparer les contenus des médias avec les statistiques officielles de la délinquance selon la police ou la justice. Ditton et Duffy (1983) montrent par exemple que les journaux relatent 22 fois plus de crimes violents et 14 fois plus de crimes sexuels que la police n'en déclare. L'étude de Dixon et Linz (2000) met en évidence qu'aux 'informations télévisées', les américains blancs sont davantage présentés comme victimes de crime que des américains d'origine africaine ou hispanique. D'autre part, les victimes blanches sont surreprésentées par rapport à la réalité (statistiques officielles) alors que les victimes hispaniques sont sous-représentées. A l'inverse, les auteurs noirs de crimes sont surreprésentés et les hispaniques sous-représentés. Les auteurs concluent en insistant sur la représentation médiatique d'une population noire à l'origine de davantage de crimes et moins souvent victime (comparée à une population blanche) et à la quasi-absence de la communauté hispanique dans les journaux d'informations américains.

Les biais de sélection d'information existent également pour les affaires judiciaires civiles. Comparées avec des données objectives de procès civils, la proportion de dossiers résolus par procès (plutôt que par arrangements), le nombre de victoires des plaignants et les sommes allouées à titre de dommages et intérêts sont surestimés (Bailis & MacCoun, 1996). Des déformations de la réalité apparaissent également dans les médias régionaux (S. J. Smith, 1984).

Au-delà de la sélection, d'autres recherches indiquent que les journalistes succombent à divers biais lorsqu'ils intègrent les informations dont ils disposent (Stocking & Gross, 1989). Ils peuvent notamment être victimes de l'illusion de corrélation (Hamilton & Gifford, 1976) qui consiste à faire des liens causaux abusifs entre évènements en les présentant comme liés les uns aux autres.

Enfin, évoquée dans le chapitre I, une technique prisée des journalistes est l'exemplification. Si l'on reprend l'exemple des conflits bretons-normands au sujet du Mont Saint-michel, une information statistique consistera à dire que 30% des personnes jugent ce sujet conflictuel. En toute logique, les exemples et/ou témoignages de l'article devraient être en rapport avec cette statistique (présenter deux personnes considérant que le sujet n'est pas conflictuel *versus* une pour laquelle le sujet est un problème). Or, les choix des journalistes ne reflètent pas toujours les statistiques correspondantes. Les exemples sont souvent choisis pour leurs aspects divertissants et/ou sensationnels plutôt que pour leur précision et ne représentent pas toujours la réalité statistique (Brosius & Bathelt, 1994; Gibson & Zillman, 1994).

En conclusion, les médias ne sont pas toujours le reflet de la réalité en matière d'information concernant la délinquance ou la violence. Par leur approche sélective des faits sociaux, les médias construisent certaines réalités et contribuent à favoriser par exemple la diffusion de stéréotypes ou la croyance en une vague du crime, par exemple l'augmentation du nombre d'infanticides (Fishman, 1978). Nous reviendrons sur ces effets.

1. 2. Les descriptions des accusés dans les articles judiciaires

Un aspect important de la médiatisation d'affaires judiciaires est la présentation de l'accusé par les journalistes. Sur ce point, l'Erreur Fondamentale d'Attribution joue un rôle important (EFA, Ross, 1977). Confronté à une situation à expliquer, des observateurs (par exemple les journalistes ou les membres d'un jury) peuvent être l'objet de cette « erreur » qui consiste à surestimer l'acteur comme cause d'un événement (explication dispositionnelle) et à sous-estimer les circonstances de la situation (explication situationnelle). Les comportements d'un accusé seraient donc plutôt expliqués en terme de causalité dispositionnelle. Plusieurs études montrent que les journalistes font des explications dispositionnelles des crimes, particulièrement si le criminel fait parti d'un exo-groupe (Menon, Morris, Chiu, & Hong, 1999; Morris & Peng, 1994). Dans une analyse de contenu d'articles relatant un meurtre, soit dans un journal de langue américaine, soit dans un journal de langue chinoise (les deux journaux étant distribués à New York), Morris et Peng (1994) comparent les attributions faites par des journalistes de nationalités différentes. Des étudiants codent les articles obtenus sur l'affaire en distinguant les informations dispositionnelles (caractéristiques de la personnalité de l'accusé, stables à travers le temps...) et les informations situationnelles (caractéristiques temporaires de l'accusé liées à un certain moment et à un certain endroit...) Les résultats montrent que les journalistes américains font de nombreuses attributions dispositionnelles et expliquent le comportement du meurtrier par son « mauvais caractère », ses « problèmes psychologiques » et non par la situation : « il s'était fait licencier. ». Les journalistes chinois font, eux, davantage d'attributions situationnelles. Il apparaît également une différence de propos tenus par les journalistes selon la nationalité du meurtrier. Les journalistes américains font encore plus d'attributions dispositionnelles quand le meurtrier est chinois, i.e. de l'exo-groupe. Ce second biais d'interprétation correspond à l'Erreur Ultime d'Attribution (décrite par Pettigrew en 1979) selon laquelle on est plus sévère avec les membres de l'exo-groupe qu'avec les membres de l'endogroupe (pour eux, les Américains). Les journalistes rendent donc compte d'une individualisation de la criminalité plutôt que d'en rendre compte par le

contexte socioculturel général (Bittle, 2001). Dans les médias d'information, on trouve « beaucoup de portraits moraux d'individus (de criminels démoniaques, d'autorités responsables...) [...] L'importance de la moralité individuelle constitue non seulement une technique dramatique permettant de présenter les nouvelles comme des séries narratives impliquant des acteurs principaux mais aussi un moyen politique d'attribution des responsabilités relativement aux actes^b » (Ericson, Baranek, & Chan, 1999, p. 8). « En individualisant les problèmes au cas par cas, les médias d'informations et les systèmes légaux excluent les analyses systémiques et structurelles, susceptibles de remettre en question l'autorité même des valeurs culturelles, de l'Etat, des médias d'informations et des institutions légales^c » (Ericson et al., p. 9).

Le processus d'attribution dispositionnelle est en général guidé par les connaissances antérieures, principalement les « Théories Implicites de la Personnalité » (dorénavant TIP, Bruner & Tagiuri, 1954). Ces théories reposent sur la mémorisation de traits de personnalité qui guident le traitement d'informations. Les TIP rendent compte de l'organisation des traits observés, de l'impression générale qui en découle et de l'organisation des traits inférés sur cette double base (Manhec, Somat, & Vazel, 1998). Une étude de Gervey, Chiu, Hong et Dweck (1999) suggère que pour certains jurés, la représentation dispositionnelle de l'accusé constitue une part de l'histoire leur permettant de comprendre ce qui s'est passé. Ainsi une information (pervers, menteur...) est mémorisée puis appréhendée en fonction de ce que l'on sait de la personnalité des personnes « perverses » impliquées dans un crime, par exemple qu'elles sont aussi calculatrices. Une conséquence de ces théories peut être un recours aux stéréotypes (Manhec et al., 1998).

Dans les années soixante, l'Association du Barreau Américain¹¹ (dorénavant ABA) a établi une liste d'informations susceptibles d'être préjudiciables au bon déroulement d'un procès, largement composée d'informations dispositionnelles et/ou catégorielles en lien avec la personne de l'accusé. Cette liste a été élaborée dans un contexte spécifique puisque la Cour Suprême des Etats-Unis considérait à l'époque que la couverture médiatique pré-procès avait compromis le caractère équitable de plusieurs procès (Francke, 2001; Studebaker, Robbennolt, Pathak-Sharma, & Penrod, 2000). La question des effets de la couverture médiatique devient alors un enjeu crucial pour les parties de la défense et de l'accusation et des études sont menées pour vérifier l'éventuel caractère préjudiciable des couvertures

¹¹ Association fondée le 21 août 1878 in Saratoga Springs, New York, par 100 avocats de 21 états américains. Aujourd'hui, la moitié des avocats américains sont membres de l'ABA.

médiatiques. La plupart de ces études sont réalisées sur demande des juges ou avocats. N'ayant pas de but scientifique, elles ne sont pas publiées. Par ailleurs, la problématique de l'influence de la publicité pré-procès¹² (PPP) provoque des tensions entre les tenants des droits à la liberté de la presse (premier amendement de la constitution américaine) et ceux des droits des parties à un procès équitable (sixième amendement de la constitution) (Pour une discussion sur les tensions entre ces deux amendements, cf. Brandwood, 2000).

La prescription principale de l'ABA est que les avocats et professionnels du système judiciaire ne doivent pas faire part de plusieurs informations susceptibles d'être diffusées à grande échelle par des « moyens de communications publiques », i.e. les médias (ABA, 2007) : (1) le casier ou les antécédents judiciaires du suspect ou de l'accusé, (2) des informations sur le caractère ou la réputation du suspect ou de l'accusé, (3) l'existence ou le contenu d'aveux ou toute déposition faite par l'accusé (ou le refus de faire une déposition), (4) la participation à des examens ou à des tests (ou le refus de se soumettre à un examen ou à un test), (5) la possibilité d'une négociation avec le procureur pour réduire la gravité des charges (procédure du plaider-coupable), (6) toute opinion sur la culpabilité ou l'innocence de l'accusé, le bien-fondé de l'affaire ou des preuves relatives à l'affaire. Deux autres informations peuvent également être préjudiciables au caractère équitable d'un procès : (7) toute déclaration sur l'identité, le témoignage, le casier judiciaire ou la recevabilité des témoins et (8) toute(s) autre(s) information(s) pour lesquelles l'avocat sait ou a des raisons de croire qu'elles ne seront pas admises lors du procès. Les recherches sur la PPP ne s'intéressent pas à ces deux dernières informations car, non directement liées à l'accusé, elles ne constituent pas un risque direct pour l'accusé selon les chercheurs. Ce positionnement est discutable mais nous ne nous y attarderons pas.

Selon l'ABA, la diffusion de ces informations dans les médias empêcherait le déroulement d'un procès équitable. Dans la procédure américaine, une telle diffusion peut être un motif de délocalisation du procès. Plusieurs recherches montrent que les journalistes utilisent effectivement ces informations dans leurs articles judiciaires. Tankard, Middleton et Rimmer (Tankard, Middleton, & Rimmer, 1979) mettent en évidence que 67,7% des articles judiciaires comportent une information listée par l'ABA. Les transgressions les plus fréquentes sont : 1) des déclarations sur le caractère de l'accusé, sa culpabilité ou son innocence (35% des articles), 2) des opinions sur les preuves (25% des articles), 3) des déclarations sur la crédibilité ou la déposition de témoins (24% des articles). Ces auteurs

¹² Nous traduisons littéralement l'expression « pre-trial publicity » (PTP).

n'observent pas de différences entre les journaux ayant officiellement adopté les recommandations de l'ABA et ceux ne l'ayant pas fait. Une étude d'Imrich, Mullin et Linz (Imrich, Mullin, & Linz, 1995) effectuée sur 14 journaux américains montre que 27% des suspects décrits dans des affaires criminelles sont associés à au moins l'une des catégories de l'ABA. Parmi les facteurs favorisant la présence d'informations préjudiciables, on note la gravité du crime rapporté dans l'article (homicide, crimes sexuels, kidnappings...), la proximité du crime (local *versus* national), et l'attention accordée aux victimes. Les sources d'informations mentionnées dans les articles sont le plus souvent des représentants de la police, le procureur en charge de l'affaire ou les voisins de l'accusé. La différence de pourcentage entre ces deux études s'explique du fait d'une différence d'unité d'analyse. Dans un cas, l'analyse porte sur les articles (donc parfois plusieurs suspects), dans l'autre c'est le suspect qui est analysé, le chiffre est alors moins important. Enfin, une analyse de contenu plus spécifique sur la médiatisation de l'affaire Timothy McVeigh¹³ met en évidence que les articles issus de journaux locaux (publié dans le comté d'Oklahoma) contenaient davantage d'informations inadmissibles sur la personnalité de l'accusé et d'informations émotionnelles (Studebaker et al., 2000). De plus, 50% des personnes issues des comtés concernés étaient certains de la culpabilité de l'accusé contre 18% dans les comtés non concernés. Les résultats de cette enquête sont à exploiter en lien avec ceux de l'analyse de contenu des articles de presse. Ce type d'étude complète en effet les analyses de contenu qui n'apportent pas d'éléments sur les effets des informations relevées dans les articles. A notre connaissance, une seule analyse de la presse française a été conduite pour montrer la présence des catégories de l'ABA (Dumas, Lepastourel, Testé, & Fernagut-Sanson, 2004, cf. encadré 2). Elle confirme certains résultats observés aux Etats-Unis.

Encadré 2 : Analyse de contenu de la presse française sur l'affaire McRuby

L'affaire du Mc Ruby

En 1992, un homme se présente au commissariat du Havre comme seul rescapé clandestin du cargo Mc Ruby. Il accuse les matelots du bateau d'avoir jeté ces compatriotes, également clandestins, par-dessus bord. Cette affaire, très médiatisée, a été jugée en 1995.

Questions examinées dans l'étude

¹³ Timothy Mc Veigh, condamné à mort en 1997. Il avait été reconnu coupable d'avoir fait sauter un bâtiment de l'administration fédérale le 19 avril 1995 à Oklahoma City, provoquant la mort de cent soixante-huit personnes.

a) Quel est le contenu informatif des articles relatant le procès de l'affaire du Mc Ruby (informations préjudiciables et autres types d'informations) ? b) Le contenu informatif est-il déterminé par certaines caractéristiques formelles des articles ?

Méthode

Deux codages ont été effectués sur 88 articles de presse relatant l'affaire du Mc Ruby : (1) codage des caractéristiques formelles des articles : proximité du journal (local, régional, national), taille de l'article (en cm²), présence de photographie(s) ou de dessin(s), nombre de citations, jour de parution ; (2) codage de 44 types d'informations, codées avec leur source éventuelle : les faits judiciaires (aveux, témoignage oculaire, déni...), le récit du crime (découverte des clandestins, mode opératoire du crime...), les informations sur les accusés et les victimes (origines ethniques, noms des victimes, vie passée des accusés...).

4 codeurs rémunérés ont lu 44 des 88 articles, chaque article était donc lu par deux codeurs. Le temps 1 du codage était un codage à l'aveugle de toutes les catégories de la grille. Le temps 2 a été une reprise systématique pour chaque article de tous les cas de désaccord. A l'issue de ce deuxième temps, l'accord inter-codeurs était de 97,9 %. 31,2 % des informations étaient codées présentes, 66,7 % des informations étaient codées absentes et 2,07 % de désaccord subsistait (ces informations ont été considérées comme absentes).

Les informations ont été catégorisées en (a) les informations judiciaires préjudiciables (témoignage oculaire, aveux), (b) les informations apportant du doute (déni, contradictions...), (c) les informations sur le rescapé (âge, physique...), (d) les informations sur les victimes (origine ethnique, noms...), (e) les informations sur les causes possibles du crime (racisme, réglementation maritime...), (f) les informations catégorielles sur les accusés (origine ethnique, grade...), (g) les informations individuelles sur les accusés (vie passée, traits de personnalité...).

Résultats

1 / Les caractéristiques formelles des articles ne rendent pas compte de la présence d'informations préjudiciables, $R^2 = .055$; $F(5, 81) < 1$; *ns*.

2 / S'agissant des informations préjudiciables, 47,7% des articles contiennent les informations concernant les aveux, et 36,4% contiennent des informations sur l'identification oculaire des accusés. 63,6% des articles contiennent une seule des informations et 20,5% contiennent les deux informations. 85,2 % des articles rapportent des informations émotionnelles concernant les victimes, 58 % des articles individualisent les accusés et 96,6 % les catégorisent (grade, origine ethnique, âge). Enfin, 73,9% des articles contiennent des informations relatives au doute dans l'affaire.

3 / La proximité géographique du journal avec le lieu de jugement est corrélée avec le nombre d'informations sur les victimes ($B = .25$; $p = .06$), avec le nombre d'informations sur les accusés ($B = .13$; $p = .07$) et avec l'individualisation des accusés ($B = .49$; $p = .002$).

4 / les informations préjudiciables sont positivement corrélées aux notions de doute ($r = .43$; $p = .0001$), aux informations sur les victimes ($r = .36$; $p = .001$) et aux informations sur le rescapé ($r = .23$; $p = .03$).

Conclusion

Cette analyse met en évidence un contenu journalistique a priori équilibré compte tenu de la présence, dans les articles, d'informations préjudiciables, mais aussi d'éléments de doute et de leur corrélation. Cependant, on note une présence forte d'informations émotionnelles sur les victimes et d'informations catégorielles sur les accusés, la première étant corrélée avec les informations préjudiciables. Enfin, la proximité du journal avec le lieu du procès semble affecter la densité d'informations relatives à l'affaire.

2. Les effets de l'exposition à l'information médiatique

Les biais de sélection et de catégorisation des journalistes, la présence dans les médias d'informations non-représentatives et le caractère dispositionnel de nombreuses informations peuvent affecter les opinions et jugements des personnes exposées aux médias.

2. 1. Les effets sur la perception de la réalité

Plusieurs études montrent une corrélation positive entre les traitements médiatiques et les « faits sociaux ». Une étude de Phillips et Carstensen (1986) réalisée entre 1973 et 1979 montre une corrélation positive entre le traitement médiatique de cas de suicides et l'augmentation du nombre de suicides d'adolescents dans les sept jours suivant l'information médiatique. D'autres études montrent un lien positif entre la surreprésentation médiatique des crimes et la croyance en une vague du crime (Gerbner & Gross, 1976; Holland Baker, Nienstedt, Everett, & McCleary, 1983; Sheley & Ashkins, 1981). Dans une recherche triple, Heath (1984) montre tout d'abord que les journaux ne rapportent pas tous le même nombre d'affaires criminelles sensationnelles, le même nombre d'affaires locales ou le même type d'informations sur les victimes (certains journaux les présentent comme des victimes du hasard, d'autres fournissent une justification laissant entendre au lecteur que la victime n'a pas été choisie au hasard). Une enquête téléphonique met ensuite en évidence que les personnes qui lisent les journaux rapportant un nombre important de crimes locaux sensationnels, avec des victimes apparaissent victimes du hasard, ont davantage peur du crime. Enfin, une troisième étape expérimentale confirme ce résultat corrélationnel. Les participants qui lisent des articles de presse relatant des crimes locaux avec des victimes du hasard expriment une peur du crime plus importante que les personnes lisant des articles relatant des crimes éloignés. Une étude de Davis et Mares (Davis & Mares, 1998) met en évidence que les adolescents qui regardent des talk shows américains tous les jours ont tendance à surestimer le nombre moyen de grossesses précoces, le nombre moyen d'étudiants possédant une arme et le nombre moyen d'adolescents fugueurs. Plus largement, l'exposition aux messages médiatiques augmente le sentiment général de risque : la gravité du problème présenté (fraude fiscale, possession d'armes à feu, couverture médicale, risque d'inondations) est surestimé par les sujets qui considèrent une intervention gouvernementale comme plus nécessaire (Tyler & Lomax Cook, 1984). Les effets des médias sur la « construction » de la

réalité ont été particulièrement décrits *via* le modèle de l'agenda-setting (Edelstein, 1993; McCombs & Shaw, 1993, cf. encadré 3).

Encadré 3 : Le modèle de l'agenda-setting

« Les médias peuvent ne pas parvenir tout le temps à dicter aux gens ce qu'il faut penser mais ils sont d'une efficacité redoutable pour leur dire à quoi il faut penser ». (Cohen, 1963, p. 120).

Issu de la psychologie politique et des sciences de la communication, l'expression *agenda-setting* peut se traduire par *fixation d'un ordre du jour*. Ce terme désigne la capacité des médias à sélectionner les nouvelles, entraînant une hiérarchisation de l'information et définissant les thèmes « dignes » de l'attention collective (Neveu, 2001, p. 85). La théorie de *l'agenda-setting* est « que les choix et la hiérarchisation de l'information sont transférés dans les mêmes proportions à l'importance que le public accordera à chaque événement » (Marchand, 2004, p. 102). Autrement dit, les centres d'intérêts du public reflètent, dans des « proportions exactes » (McCombs & Shaw, 1972, p. 177), les thèmes traités en priorité par les médias. Marchand (2004) retient ces deux propositions : « (1) les médias contrôlent l'agenda en sélectionnant certaines questions pour les couvrir de façon prédominante, (2) cette prédominance détermine l'importance accordée aux questions » (p. 102). S'agissant de questions politiques, les informations détermineraient ce qui est important pour les électeurs en mettant certains sujets en exergue tout en en négligeant d'autres. En France, pendant la campagne présidentielle de 2002, la couverture médiatique des problèmes de violence et d'insécurité a contribué à en faire l'un des thèmes majeurs des candidats et l'une des principales préoccupations des Français. Le journal *Le Monde* a pris l'initiative de réaliser une étude sur le nombre de sujets traitant de l'insécurité diffusés sur les télévisions et radios nationales et régionales. Entre le 7 janvier et la date du second tour des élections 2002, 987 sujets "faits divers-police-justice" ont été diffusés, par semaine, sur les soixante-cinq médias étudiés. Du 1^{er} janvier au 5 mai 2002, l'insécurité a donc été médiatisée deux fois plus que l'emploi, huit fois plus que le chômage, alors que, d'après les estimations du ministère de l'Intérieur, aucune augmentation sensible des crimes et délits n'a été constatée sur cette période. (source : Emission *C dans l'air, Pourquoi les faits divers fascinent*, diffusée sur France 5).

S'agissant de crimes, l'affaire des époux Courgeault durant la fin de l'année 2006, a initié une médiatisation accrue des infanticides, quand on peut vraisemblablement supposer que le nombre de cas d'infanticides n'était pas réellement en augmentation.

Le pouvoir de *l'agenda-setting* se prolonge dans des cadrages (*framing*) qui consistent à filtrer les informations « mineures » en accentuant les « majeures » (ex : la suprématie de l'énergie nucléaire qui occulte les qualités des énergies renouvelables dont les journalistes ne traitent pas car le traitement des lecteurs est « limité » (Neveu, 2001)

Notons que, dans une recherche expérimentale, Wanta et Hu (1994) observent que la crédibilité accordée aux médias rend compte de la confiance du public envers les médias et de leur degré d'exposition. Selon ces auteurs, elle pourrait favoriser l'effet d'*agenda-setting*.

Certaines études montrent également des effets plus subtils de l'information médiatique. Par exemple, le fait de donner des informations statistiques justes mais de les illustrer par des exemples ne correspondant pas aux statistiques a des effets en terme de perception de la réalité. Or, le journaliste ne peut, dans ce cas, être accusé de donner de

fausses informations. Plusieurs recherches montrent justement que les récepteurs de messages médiatiques tiennent davantage compte des exemples individuels (considérés comme « vivants ») que des informations statistiques (considérées comme « blafardes »)¹⁴. Les exemples seraient plus persuasifs (Zillman, 2002; Zillman, Perkins, & Sundar, 1992). Dans l'étude de Zillman et al. (1992), les auteurs présentaient différentes versions d'articles de magazines rapportant le succès d'un programme de régime. Les auteurs présentent l'information statistique de base (1/3 des personnes ayant suivi le régime ont repris du poids) et font varier la distribution des exemples : soit 1 personne sur 3 témoigne avoir repris du poids (situation représentative); soit la moitié des exemples a repris du poids, l'autre moitié est restée stable (situation mixte); soit toutes les personnes servant d'exemple ont repris du poids (situation sélective). Les résultats montrent que les lecteurs suivent la tendance indiquée par les exemples même lorsque ceux-ci sont non-représentatifs des informations statistiques. Un article de Brosius et Bathelt (1994) rapporte 5 études dans lesquelles les chercheurs font varier le nombre et la qualité des exemples et leur niveau de consistance par rapport à l'information statistique de base fournie dans des articles de presse. Ils observent qu'une contradiction manifeste entre les exemples et l'information statistique ne modifie pas les évaluations des récepteurs qui continuent à baser leur jugement sur les exemples. De plus, les rapports d'informations qui contiennent des exemples très extrêmes par rapport aux informations statistiques fournies dans le même article sont évalués plus « perturbants¹⁵ » mais ni moins « informatifs » ni moins « précis ». Les lecteurs ne remarqueraient donc pas l'incohérence entre le niveau de base statistique et la proportion non représentative de témoignages. Ces résultats confirment « que les personnes [...] s'appuient davantage sur les exemples vivants d'informations^d » (Gibson & Zillman, 1994, p. 621). Il semble donc que « si les journalistes ont longtemps eu comme consigne de fournir des exemples dramatiques pour rendre une histoire plus intéressante, [...] cette pratique contribue également à créer des impressions faussées de la réalité »^e (Gibson & Zillman, 1994, p. 622).

¹⁴ « A vivid description » est une description vivante. « Vividness » = vigueur du style, un style pittoresque.; « Pallid informations » = informations décolorées, blafardes.

¹⁵ En anglais : « upsetting ». Ce terme peut se traduire aussi par « vexant » s'il y a offense, par « triste » ou « affligeant » s'il y a un sentiment de tristesse, par « contrariant » ou « fâcheux » s'il y a énervement.

2. 2. Les effets sur les jugements de culpabilité

Les études sur les conséquences de la publicité pré-procès montrent que les informations médiatiques, notamment celles listées par l'ABA, affectent les jugements des récepteurs. Sur les effets de la publicité pré-procès, deux approches peuvent être distinguées, d'une part, les enquêtes de terrain sur des affaires réelles, d'autre part, les approches expérimentales.

2. 2. 1. Les études corrélationnelles

De nombreuses enquêtes de terrain établissent un lien entre le niveau d'exposition aux médias, les informations rappelées sur les affaires et la croyance dans la culpabilité de l'accusé (Arbuthnot, Myers, & Leach, 2002; Costantini & King, 1980-1981). Ces études mettent en évidence que le nombre d'informations médiatiques détenu par des sujets explique de façon déterminante leurs pré-jugements de culpabilité. Elles montrent également que d'autres variables ont un effet moindre sur les pré-jugements de culpabilité : l'attitude générale envers le crime, certaines caractéristiques démographiques, le sexe des participants et le fait d'avoir des informations de seconde-main obtenues par les conversations avec autrui.

Interrogeant 130 jurés potentiels une semaine avant le début d'un procès fortement médiatisé, Simon et Eimermann (1971) constatent (1) que 79% des sondés ont entendu parler ou ont lu quelque chose concernant l'affaire, (2) que ceux capables de donner des détails inclinent davantage à penser l'accusé coupable que ceux qui ne se rappellent pas d'informations sur l'affaire. Deux enquêtes conduites par Moran et Cutler (1991) sur deux affaires judiciaires, l'une modérément médiatisée, l'autre très médiatisée montrent des effets similaires. Les participants des deux études, s'ils ont une connaissance de l'affaire (précise ou vague¹⁶), considèrent qu'un nombre important de preuves met l'accusé en cause. La corrélation est cependant plus faible dans le cas des personnes ayant une connaissance vague de l'affaire. Cette étude met en évidence un autre résultat intéressant : la connaissance de l'affaire et l'estimation de preuves culpabilisantes ne corrélaient pas avec la déclaration d'impartialité des sujets. Dans une enquête menée à l'université de Rennes 2 (non publiée) les mêmes résultats ont été observés : les participants considéraient les jurés comme susceptibles d'être influencés par les médias mais se considéraient eux-mêmes peu susceptibles d'être influencés. Les gens ne semblent donc pas conscients du risque de partialité au moment du

¹⁶ "Detailed awareness" et "general awareness".

procès et ceux qui disent pouvoir se départir de l'influence de la PPP ne jugent pas les accusés moins coupables que les personnes qui admettent être partiales (Studebaker & Penrod, 1997).

Enfin, Nietzel et Dillehay (1983) mettent en évidence l'effet du caractère local des affaires judiciaires sur l'implication. Dans 5 affaires de meurtre, 90 % des gens avait entendu parler ou lu sur l'affaire dans les régions où le meurtre a eu lieu, 40 % dans les régions non-concernées par les affaires. Les habitants des régions impliquées connaissaient davantage de détails sur les affaires judiciaires, y compris des informations « inadmissibles », et étaient plus enclins à croire les accusés coupables.

Quelques auteurs argumentent que les effets de la PPP sont surévalués (Freedman & Burke, 1996). Dans leur recherche, Freedman et Burke ont mesuré non pas la connaissance précise d'informations sur l'affaire étudiée (knowledge) mais le fait que les participants aient « entendu parler » de l'affaire (awareness). Le fait que cette seconde mesure soit moins corrélée avec les jugements de culpabilité que la première (Arbuthnot et al., 2002), pourrait expliquer les résultats de leur étude.

Ces enquêtes, effectuées sur le terrain et en temps réel, ont le mérite d'être particulièrement écologiques et d'apporter des éléments tangibles sur les liens entre publicité médiatique et pré-jugement de culpabilité. Pour autant, leurs résultats restent corrélationnels et ne permettent pas de savoir précisément quelles informations sont préjudiciables à l'accusé.

L'exposition aux médias, plus spécifiquement le fait de posséder des informations médiatiques (même peu) semble avoir des effets préjudiciables pour l'accusé en favorisant la formation de pré-jugements de culpabilité. Cet effet s'explique également du fait que l'on trouve plus souvent des informations préjudiciables à l'accusé dans les médias que des informations qui le disculpent. Pour cette raison, la majorité des études expérimentales s'est intéressée aux contenus médiatiques défavorables à l'accusé.

2. 2. 2. Les études expérimentales

Les recherches expérimentales confirment le caractère préjudiciable des informations listées par l'ABA¹⁷ (Fulero, 2002). La révélation d'aveux est la plus préjudiciable à l'accusé mais d'autres informations affectent les jugements : une information négative sur la

¹⁷ On peut aussi considérer les choses différemment. Une information comme l'ethnie d'un accusé peut « devenir » préjudiciable du fait des croyances et stéréotypes du public. Le fondement des recherches sur la PPP est que les médias influencent les opinions des lecteurs. D'autres recherches argumentent que les médias, notamment la presse, reproduisent les stéréotypes déjà existants (Van der Valk & Van Dijk, 1988).

personnalité de l'accusé, le témoignage défavorable d'un voisin, la mention de ses antécédents judiciaires (Otto, Penrod, & Dexter, 1994). En revanche, une déclaration favorable du procureur (Tans & Chaffee, 1966) influencera les jugements en faveur de l'accusé. Les lecteurs fondent leurs jugements sur des informations factuelles (aveux de l'accusé, mention de son casier judiciaire) mais aussi sur des informations personnelles (le comportement ou le caractère de l'accusé) qui semblent donc bien favoriser les attributions dispositionnelles, ici l'attribution de la cause du crime à l'accusé plutôt qu'à la situation.

Parmi les informations susceptibles de porter atteinte à l'accusé, Ogloff et Vidmar (1994) distinguent les informations préjudiciables factuelles (les actes, le passé criminel, informations sur la législation...) et les informations préjudiciables émotionnelles (un enfant malade, une famille pauvre...). Plusieurs recherches montrent que la présence d'informations émotionnelles concernant les victimes (*vs* factuelles) porte préjudice à l'accusé (Kramer, Kerr, & Carroll, 1990; Voss & Van Dyke, 2001; J. R. Wilson & Bornstein, 1998).

La majorité des expériences portent sur les jugements pré-procès. Mais le déroulement du procès ou la confrontation aux preuves et aux éléments légaux, peuvent-ils annuler l'influence sur les jurés ? Pour répondre à cette question, Kramer et al. (1990) ont fait lire un article de presse aux participants avant qu'ils ne prennent connaissance de la vidéo du procès en question. Les sujets devaient porter un jugement individuel puis délibérer en jury afin de s'accorder sur un verdict. Les auteurs faisaient varier, d'une part le type d'information dans l'article (factuelles *versus* émotionnelles), d'autre part le délai séparant la lecture de l'article de l'exposition à la vidéo du procès (immédiatement *versus* au bout de 12 jours). Les résultats montrent une influence des informations factuelles et émotionnelles sur les jugements après délibération mais qui varient en fonction du délai entre l'exposition médiatique et le visionnage du procès. Les sujets exposés à de l'information émotionnelle jugent plus souvent l'accusé coupable, qu'ils aient vu le procès immédiatement après leur lecture ou 12 jours après. En revanche, les informations factuelles n'ont d'influence sur les jugements que si le procès est visionné immédiatement après l'exposition médiatique. On observe donc ici une influence plus durable de l'information émotionnelle. Généralement, les études montrent que l'influence de la PPP subsiste après le déroulement du procès tout en s'estompant légèrement. Par ailleurs, certaines informations qui n'avaient pas d'effets avant le procès peuvent avoir un impact sur les jugements post-procès. Leurs effets sont alors médiatisés par les jugements portés sur l'accusé. Par exemple, des informations sur le passé judiciaire de l'accusé, qui n'avaient pas d'impact sur le jugement pré-procès, incitent les gens à davantage considérer l'accusé comme un criminel type après le procès (Otto et al., 1994).

Les effets de la publicité pré-procès apparaissent également dans le cas d'affaires civiles (Bornstein, Whisehunt, Nemeth, & Dunaway, 2002).

La couverture médiatique d'une affaire judiciaire spécifique peut, en outre, influencer les verdicts de culpabilité d'autres procès (Greene & Loftus, 1984). Ainsi, des personnes particulièrement exposées à une affaire judiciaire dans laquelle une erreur d'identification de témoin a été commise, sont par la suite moins enclines à juger un accusé coupable dans une affaire différente où l'identification de témoin jouait également un rôle important. Montrant des effets similaires à ceux de Greene et Loftus (1984), Greene et Wade (1988) concluent que les effets de la publicité pré-procès « générale » sont plus à craindre car plus difficile à prévoir que les effets de la publicité pré-procès « spécifique », relative à une affaire précise (cf. également sur les effets de la PPP générale vs spécifique, Mullin, Imrich, & Linz, 1996).

Certaines études montrent tout de même que les effets médiatiques préjudiciaires peuvent disparaître si les sujets ont un doute (une suspicion) quant à l'honnêteté des motivations du journaliste à fournir les informations (Fein, McCloskey, & Tomlinson, 1997) ou si une déclaration sur le caractère de l'accusé apparaît trop extrême (Otto et al., 1994). Un témoignage d'un voisin tel que « je ne vivrais pas avec cet homme si ma vie en dépendait¹⁸ » a une influence inverse sur les jugements de culpabilité. Les sujets sont alors moins sévères avec l'accusé.

Il apparaît bien une influence de la couverture médiatique des affaires judiciaires sur la culpabilité perçue des accusés avant ou même après procès. Une méta-analyse de Steblay, Besirevic, Fulero et Jimenez-Lorente (1999), qui regroupe 44 études publiées entre 1966 et 1997 (N = 5755), confirme l'existence d'un effet significatif de l'information médiatique sur les jugements. Cet effet¹⁹ apparaît relativement faible en moyenne ($r = .16$) mais une hétérogénéité significative est constatée entre les études. Celle-ci s'explique par différents modérateurs. L'influence de la PPP est plus importante lorsque l'échantillon de sujets est représentatif ($r = .30$) et non constitué d'étudiants ($r = .08$), lorsqu'il y a un délai entre l'exposition médiatique et le jugement porté sur l'accusé (après plus d'une semaine, $r = .36$), lorsque le matériel expérimental est composé de vrais articles ($r = .29$) plutôt que de faux ($r = .12$), quand l'affaire relatée est grave (meurtre, $r = .26$; abus sexuels, $r = .28$, comportement hors normes, $r = .08$). La méta-analyse confirme également que l'exposition au procès réduit l'influence sans l'annuler (pré-procès, $r = .28$ versus après procès : $r = .10$ avant délibération

¹⁸ "I wouldn't live with that man if my life depended on it!" (p. 464)

¹⁹ Dans cette méta-analyse, les auteurs utilisent comme indice de la taille de l'effet le r de Rosenthal (Rosenthal, 1991).

et $r = .15$ après délibération). Elle suggère, enfin que l'impact de la télévision ($r = .16$) n'est pas globalement supérieur à celui de la presse écrite ($r = .15$) mais que l'exposition aux deux types de médias a un effet additif ($r = .23$). Enfin, cette méta-analyse met en évidence que les effets de la PPP spécifique sont plus préjudiciables que la PPP générale (mais le nombre d'études portant sur la publicité générale y est extrêmement faible).

En conclusion, la médiatisation pré-procès, si elle ne constitue « pas une tentative explicite de convaincre le public de penser d'une certaine manière sur une affaire ou les parties impliquées dans l'affaire »^f (Studebaker & Penrod, 2005, p. 21) semble tout de même favoriser la formation d'opinions, voire entraîner des changements d'attitude.

3. Les mécanismes sous-jacents à l'impact de la publicité pré-procès

Les travaux exposés précédemment permettent de répondre positivement à la question de l'influence des informations médiatiques mais les mécanismes sont encore peu étudiés (Kovera, 2002; Studebaker & Penrod, 1997). Les recherches effectuent aujourd'hui un glissement vers une « deuxième génération » d'études davantage focalisées sur l'explication des effets (Hope, Memon, & McGeorge, 2004). Trois mécanismes d'explication de la PPP peuvent être distingués.

Une première hypothèse d'explication est en terme d'encodage des informations (Hastie & Park, 1986). Selon Otto et al. (1994), les jurés encoderaient d'abord les informations issues de la publicité pré-procès en mémoire à long terme, puis celles fournies pendant le procès. Le jugement serait donc fondé sur les deux catégories d'informations sans distinction.

Une seconde hypothèse est que les effets seraient dus à une accessibilité accrue des informations préjudiciables en mémoire au moment du jugement. Kovera (2002) observe, pour des affaires judiciaires, les effets de *l'agenda-setting* traditionnellement observés dans l'actualité politique. Les personnes ayant été exposées à un article de presse sur le déficit extérieur américain évaluent ce problème comme plus important que d'autres personnes exposées à un article sur une affaire de viol ($M = 6.21$ versus $M = 5.20$). Ils jugent également plus rapidement le problème du déficit extérieur comme étant important que les personnes ayant lu l'article sur le viol (1382.33 ms de temps de réaction versus 1818.65 ms). Une analyse de médiation effectuée sur ces résultats montre que si l'on contrôle la variance expliquée par le temps de réaction, l'influence de l'exposition médiatique diminue fortement (sans pour autant être éliminée). Selon Kovera, ces résultats confirment le rôle médiateur de

l'accessibilité cognitive (sur l'accessibilité des informations en mémoire, cf. également Shrum & O'Guinn, 1993).

Otto et al. (1994) proposent une troisième explication. Selon eux, la PPP contribuerait à créer une image cohérente négative de l'accusé favorisant une perception biaisée des preuves légales fournies lors du procès (Hastie & Kumar, 1979; Lichtenstein & Shrull, 1987). Ce serait l'impression cohérente qui expliquerait le jugement après procès (cf. également, Frame, 2001; Hope et al., 2004). Cette hypothèse s'appuie sur le « modèle du récit » selon lequel les jurés reconstruisent l'information sous forme de récit en mémoire de façon à la rendre cohérente ("story model", Pennington & Hastie, 1986, 1988)²⁰. Selon plusieurs auteurs (Stebly et al., 1999 ; Studebaker & Penrod, 1997), la publicité pré-procès fournirait, non pas des éléments d'informations isolées, mais un cadre de croyance sur la culpabilité de l'accusé. Ce filtre, en orientant la structure des informations en mémoire et la construction initiale d'histoires vers la culpabilité de l'accusé, influencerait les décisions des jurés en biaisant leurs interprétations de nouvelles preuves. C'est une approche structurelle de l'influence : la perturbation de la structure des informations provoquant une baisse de la culpabilité attribuée à l'accusé.

Selon certains auteurs, toutes les connaissances quotidiennes sont enregistrées en mémoire dans un format narratif (Schank & Abelson, 1995). Si ce postulat est peut être un peu excessif, les connaissances en mémoire sont souvent considérées comme étant liées par des histoires (Hastie & Dawes, 2001; Hastie & Pennington, 1995). A l'image des expériences, des modèles mentaux sont construits dans une séquence temporelle résumant le passé, tentant de prédire l'avenir et d'expliquer les événements du monde. Nous possédons donc en mémoire de nombreuses histoires complètes. La croyance en un scénario (combinaison d'évènements) est donc plus probable que la croyance dans les événements qui le composent pris isolément. Avant l'ouverture des débats et les dépositions des témoins, lorsqu'ils prêtent serment, les jurés ne seraient pas vierges de toute connaissance. Ils porteraient en mémoire de multiples préconceptions et croyances, notamment sur les crimes et criminels. Les théories naïves des jurés mettent à leur disposition des récits préconstruits, issus de scripts ou de stéréotypes sur la base de leurs expériences antérieures, ou, et c'est ce qui nous intéresse ici, suggérés par les médias et notamment par la *publicité pré-procès*. La disponibilité de ces récits préconstruits et leur impact sur les jugements ont été démontrés dans plusieurs études.

²⁰ Pour une revue de question récente sur le modèle du récit, cf., Dumas, 2007. Cf. aussi Bennett (Bennett, 1978) et Bennett et Feldman (Bennett & Feldman, 1981), les premiers à suggérer que les procès criminels seraient organisés comme des récits.

Les médias rapportent également de nombreux récits judiciaires. Pennington et Hastie (Pennington & Hastie, 1993) soulignent qu'ils sont des sources potentielles importantes de stéréotypes et de scripts et peuvent influencer l'interprétation des preuves par les jurés. L'analyse de contenu des articles sur l'affaire du McRuby (Dumas et al., 2004, déjà abordée dans l'encadré 2) fournit des éléments sur la mise en récit des informations dans les médias. Une seconde partie de cette étude consistait à évaluer la présence des informations constitutives du schéma narratif de base (en référence aux composantes du modèle du récit, Pennington & Hastie, 1988) et des informations « périphériques » enrichissant le récit de base et permettant des inférences (origine ethnique des protagonistes, apparence physique...). Les résultats montrent que 61,4% des articles de presse comportent au moins 5 des 7 composantes du schéma narratif. Les composantes de la mise en forme narrative sont largement présentes, ce qui suggère qu'une histoire est fournie aux lecteurs. Enfin, la présence des informations préjudiciables est liée à la présence du récit de base ($r = .30$; $p = .004$), et marginalement corrélée au récit périphérique ($r = .18$; $p = .09$). La présentation des informations préjudiciables semble insérée dans cette « mise en récit ». Une seconde étude de Testé, Dumas, Lepastourel et Fernagut-Samson (2007) montre, en outre, que le caractère détaillé du récit dans les articles de presse affecte les jugements et les émotions ressenties à la lecture. Les accusés sont jugés plus coupables et les émotions ressenties sont plus négatives.

Le modèle de la « distorsion pré-décisionnelle » (Carlson & Russo, 2001; Honess, Charman, & Levi, 2003) approfondit les conséquences du *story model* sur la mémorisation et la structure des informations mémorisées. En accord avec les résultats de Kramer et al. (1990), les auteurs remarquent que le rappel des informations émotionnelles rend mieux compte des jugements pré-procès que le rappel des informations factuelles. Ils montrent également que l'effet du rappel sur la confiance dans les verdicts est médiatisé par le raisonnement intermédiaire des sujets sur l'affaire. Ils concluent donc à la fois à l'importance du rappel des informations émotionnelles et à l'importance des structures d'explications mises en place suite à l'exposition à ces premières informations émotionnelles qui fournissent un « cadre de croyance²¹ » guidant l'interprétation des preuves (Stebly et al., 1999, p. 231).

Les effets de la *publicité pré-procès* semblent donc s'expliquer par le nombre d'informations mémorisées et par la construction d'une représentation globale cohérente des informations, une combinaison des deux étant le plus probable. Mais ce champ d'étude, encore récent, nécessite d'être approfondi.

²¹ "A belief framework"

4. Conclusion du chapitre II

Les recherches exposées dans ce chapitre confirment l'existence de certains biais journalistiques. Les effets de la sélection et de la construction d'informations médiatiques sur la perception de la réalité, notamment la « réalité » criminelle, sont mis en évidence. Ces recherches détaillent également les différentes informations préjudiciables, leur nature, et leurs effets sur les jugements de culpabilité. Enfin, plusieurs mécanismes d'explication des processus d'influence sont élaborés dans ce cadre de recherche.

Selon Studebaker et Penrod (2005), l'importance des travaux nord-américains sur la PPP aux USA et au Canada (Freedman & Burke, 1996), mais aussi au Royaume-Uni (Honest et al., 2003) ou en Australie (Vidmar, 2002) s'explique par le principe accusatoire du système judiciaire de ces pays. Rappelons que les études sont principalement commandées par des avocats cherchant à protéger les intérêts de leurs clients. Elles ont donc des visées très pratiques. Selon ces auteurs américains, le système inquisitoire (notamment présent en France) serait moins sensible aux effets de la publicité pré-procès. Selon nous, la question de l'existence d'une influence se pose différemment. Les professionnels européens de la justice s'interrogent plutôt sur la diffusion d'informations du dossier d'instruction qui, légalement, doivent être tenues secrètes. Le fait de divulguer certains éléments de l'instruction, même si la « fuite d'information » n'est pas orchestrée par une partie impliquée dans l'affaire (Conseil National des Barreaux de France, 2004; Damy, 1988) conduit à une délocalisation de la scène judiciaire sur la scène médiatique qui peut également porter préjudice au déroulement équitable du procès (Garapon, 2001). Par ailleurs, la question de la médiatisation de la phase de procès est également posée en Europe (cf. le rapport de la commission "Linden", sur l'enregistrement et la diffusion des débats judiciaires, 22 février 2005 et le colloque Images de Justice de Rennes, 2006).

Les études sur la *publicité pré-procès* mettent en évidence les effets préjudiciables de certaines informations sur les jugements pré-procès et les verdicts. L'exposition à des messages contenant certaines informations (*vs* ne les contenant pas) détermine en partie les jugements des récepteurs. Dans ces travaux, la communication médiatique est envisagée comme une « simple » transmission linéaire d'informations (médias => public), le public étant uniquement appréhendé en tant que « récepteur ». Les caractéristiques des récepteurs, (ex : leur statut social, leur positionnement vis-à-vis des médias ou leurs attentes) ne sont pas prises en compte et la possibilité d'une « interaction » entre les deux parties n'est pas

envisagée. Ces travaux tiennent peu compte des recherches menées, par ailleurs, sur la communication médiatique qui reconnaissent à la communication un aspect circulaire, voire contractuel. La démarche adoptée dans cette thèse étant d'intégrer les apports de la psychologie sociale de la communication pour enrichir l'étude des effets de la « *pre-trial publicity* », le chapitre III propose tout d'abord une distinction entre les conceptions linéaires et circulaires de la communication. Dans ce chapitre, les conceptions issues de la psychologie sociale de la communication seront détaillées, particulièrement les postulats des théories du contrat de communication, du contrat de communication médiatique et du contrat de lectorat. Par ailleurs, les études sur la publicité pré-procès étant focalisées sur les informations contenues dans les messages médiatiques, le chapitre III permettra d'aborder la nuance entre les informations transmises par des médias *via* les référents versus par le style d'écriture. Nous montrerons également qu'en situation de production, les locuteurs laissent, dans leurs messages, des marques stylistiques, par exemple de leur intention communicative.

CHAPITRE III - LA COMMUNICATION MEDIATIQUE : APPORTS DE LA THEORIE DU CONTRAT DE COMMUNICATION

En français courant, le terme *communication* supporte plusieurs sens (Le Nouveau Petit Robert, 2001). Ce peut être d'une part le fait de « communiquer quelque chose à quelqu'un, un passage ou un échange de messages entre un sujet émetteur et un sujet récepteur au moyen de signes, de signaux », d'autre part le fait « d'établir une relation avec quelqu'un ou quelque chose, une relation dynamique qui intervient dans un fonctionnement ». Une spécialité du terme *communication* renvoie aux « techniques médiatiques utilisées dans la publicité, les médias, la politique, pour informer, influencer l'opinion d'un public en vue de promouvoir ou d'entretenir une image ». Ces différentes définitions résument les évolutions des questionnements et les diverses orientations des recherches sur la communication, qui seront abordés dans ce chapitre.

Tout d'abord, les recherches sur la communication ayant développées une conception linéaire d'échanges d'informations seront présentées, puis celles ayant développé une conception plus circulaire de la communication. Cette vision dichotomique de la communication sera plus finement détaillée en quatre paradigmes (Krauss & Fussell, 1996). Ensuite, la théorie du contrat de communication (Ghiglione, 1986) sera abordée. Les recherches élaborées dans le cadre de la théorie du contrat de communication (Ghiglione, 1986) permettront d'aborder la production d'indices stylistiques par les locuteurs. Ces marques de discours témoignant, par exemple, de leur intention communicative. La théorie du contrat de communication médiatique (Charaudeau, 1997) sera précisée, afin de mieux comprendre la dimension contractuelle des communications de masse, en situations monologiques ou dialogiques. La question de l'enchâssement de différents contrats permettra ensuite de poser la question des genres médiatiques. Enfin, la théorie du contrat de lectorat (Burguet, 1999), en lien avec les notions de genres et de schémas, sera détaillée.

1. Conception linéaire et conception circulaire de la communication

Dans les recherches sur la communication, la conception linéaire se distingue de la conception circulaire de la communication (Balle, 2003; Bougnoux, 2003; Sfez, 2004; Winkin, 1981).

En 1936, le paradigme de Laswell définit l'interrogation sous-jacente aux études sur la communication politique par la phrase « Qui obtient quoi, quand et comment ? ». Enrichie pour devenir la *question-programme* « Qui dit quoi à qui, comment et avec quels effets? » (Laswell, 1948), elle sera reprise par les psychologues Hovland, Janis et Kelley (1953) et plus généralement l'école de Yale, dans leurs travaux sur la communication persuasive (cf. figure 2).

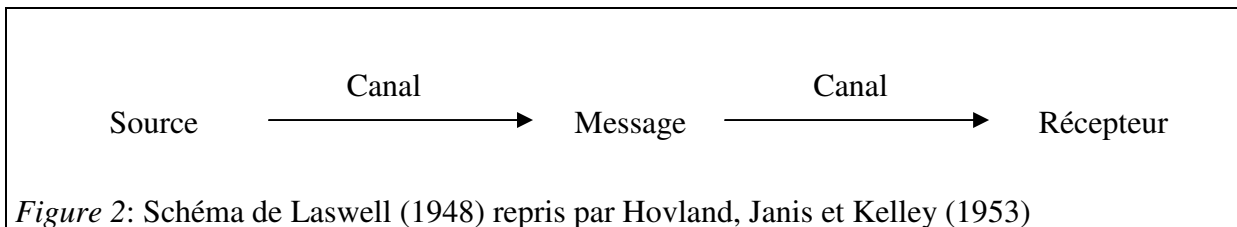


Figure 2: Schéma de Laswell (1948) repris par Hovland, Janis et Kelley (1953)

En 1949, dans « *The Mathematical theory of communication* », Shannon développe un modèle linéaire de la communication largement inspiré de son travail d'ingénieur dans les laboratoires téléphoniques *Bell* (cf. figure 3) (Shannon & Weaver, 1975). Ce modèle est représenté par une chaîne d'éléments dont le premier est la *source d'information* riche d'un nombre plus ou moins élevé de messages à communiquer (la parole au téléphone), *l'émetteur*, qui transforme le message en signaux (le téléphone transforme la voix en oscillations électriques), *le canal* (ou média) qui est le milieu utilisé pour traiter les signaux et enfin *le récepteur* et la *destination*, c'est à dire la personne (ou la chose) à laquelle le message est envoyé. Durant la transmission, les signaux peuvent être perturbés par du *bruit* (grésillement sur la ligne).

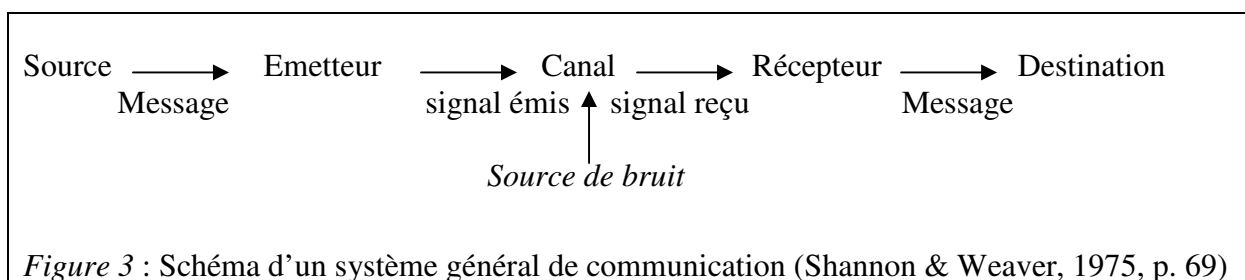
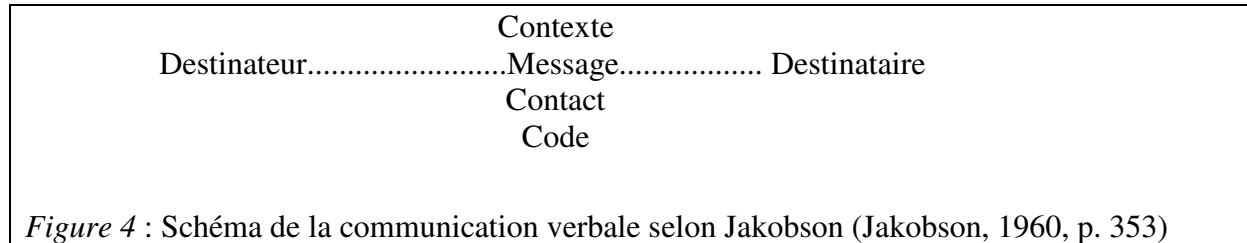


Figure 3 : Schéma d'un système général de communication (Shannon & Weaver, 1975, p. 69)

A l'époque, cette théorie mathématique de la communication influence considérablement les sociologues, psychologues et linguistes. Parmi ces derniers, Jakobson propose un modèle linéaire de la communication verbale (cf. figure 4).



Dans ces travaux, la communication est appréhendée comme linéaire (entre un émetteur et un récepteur) et le message est un code permettant de dépeindre la réalité qui pré-existe à la communication. Les modèles émetteur-récepteur sont souvent appelés des *modèles télégraphiques de la communication* (Balle, 2003; Bougnoux, 2003; Sfez, 2004; Winkin, 1981) par opposition au *modèle de l'orchestre de la communication* (Watzlawick, Helmick Beavin, & Jackson, 1972). Watzlawick, avec les théoriciens du *collège invisible* (en réalité pour ainsi dire tous établis à Palo Alto, d'où le nom de *collège de Palo Alto*), propose que communiquer est le fait d'« entrer dans l'orchestre », autrement dit jouer avec les autres et mettre en commun. La communication, ici conçue comme circulaire, rejoint la conception de Wiener (1948) qui proposait, dans *La cybernétique*, un modèle rétroactif de la communication. L'interaction entre l'émetteur et le récepteur tient une place réelle. Il y a co-construction de la communication : le destinataire actif participe à la dynamique de la communication. « Toute communication présente deux aspects : le contenu et la relation, tel que le second englobe le premier » (Watzlawick et al., 1972, p. 52). Etudier les phénomènes de communication, c'est donc s'intéresser à la fois au contenu d'un message et au contexte dans lequel il s'insère, c'est à dire à la façon dont les relations se construisent. Selon Pellissier et Ruellan (2002), les théoriciens de Palo Alto ont développé des théories largement constructivistes. D'autres recherches portent sur la communication considérée à la fois comme langue et comme parole, dans laquelle le langage est considéré comme une activité sociale en soi (Winkin, 1981) et non plus comme le produit d'une activité. Le langage considéré comme action ouvre la voie à la pragmatique de la communication²². Parmi les

²² Les conceptions pragmatiques du langage s'accordent sur une notion d'utilisation pratique du langage dans des contextes particuliers. *Pragma*, en grec, signifie action. Le langage comme outil pragmatique doit permettre, par ses caractéristiques, d'agir sur soi et sur autrui (Ghiglione, 1998).

successeurs de Palo Alto, l'anthropologue et linguiste Hymes propose d'ajouter le concept de *compétence de communication* à celui de *compétence linguistique*, en postulant que la performance de la parole est le produit de règles (en l'occurrence des règles sociales) tout autant que la langue elle-même (Bachmann, 1980; Hymes, 1991).

Pour conclure, on peut dire que la conception linéaire de la communication comme « simple » transmission d'informations et la conception circulaire²³ qui introduit la notion de relation, sont toutes deux à prendre en compte. Ainsi, pour Ghiglione, « le verbe communiquer admet deux constructions distinctes : on peut communiquer quelque chose à quelqu'un et on peut communiquer avec quelqu'un, il n'y a pas d'acte de communication qui ne renvoie *simultanément* à un transfert d'information et à l'établissement d'une relation » (Ghiglione, 1986, p 97).

2. Quatre paradigmes d'études de la communication

La dichotomie linéaire/circulaire a été affinée par une proposition de Krauss et Fussel (1996) qui considèrent les études sur la communication interpersonnelle comme relevant de 4 paradigmes : les paradigmes de codage-décodage, intentionnel, de prise en compte de perspective et dialogique^g. Précisons que selon Krauss et Fussel (1996), chaque paradigme focalise sur une dimension différente de l'utilisation du langage et doit être considéré comme une description pratique mais nécessairement incomplète du processus langagier.

Dans le cadre du paradigme d'encodage/décodage, les représentations sont d'abord encodées en signaux et transmises pour être ensuite décodées à la réception donc transformées de nouveau. Les théories de transmission linéaire d'informations considèrent le code comme fondé sur des « possibilités pré-conçues » (Jakobson, 1963, p. 90). L'émetteur et le récepteur d'un message verbal ont en commun le même système de classement : un ensemble de possibilités, déjà préparées, qui implique l'existence d'un code. Pour qu'une communication soit efficace, il conviendrait donc « uniquement » de s'assurer que celui qui produit le message et celui qui le reçoit ont la même compétence linguistique et que le message sera codé ou décodé au moyen des mêmes opérations. La langue envisagée comme un code commun rend possible le passage linéaire d'informations entre les interlocuteurs. Le modèle

²³ Sfez (2004) nomme la première « communication représentative » puisqu'elle décrit la réalité et la seconde « communication expressive » puisqu'elle crée la réalité.

du code suppose également que les mots décrivent littéralement le monde. Il ne s'interroge pas plus avant sur les intentions de l'émetteur. Or, plusieurs auteurs soulignent la subtilité de certaines phrases au-delà des mots eux-mêmes, comme les insinuations, l'ironie, les métaphores... Ainsi, dans la vie quotidienne, la phrase « pouvez-vous me passer le sel ? » ne doit pas être comprise de façon littérale puisqu'elle n'est pas littéralement une question sur la capacité à passer le sel. La réponse « correcte » n'est ni « oui » ni « non », il convient plutôt de passer le sel. Dans la communication médiatique, des remarques ironiques ou métaphoriques ne peuvent être comprises si les intentions du journaliste ne sont pas prises en compte. Sur cette base, la phrase « Nicolas Sarkozy s'est mis sur son 31 » prononcée par un journaliste le lendemain du premier tour des élections présidentielles de 2007, doit être comprise comme une intention métaphorique en rapport avec le score du candidat obtenu au premier tour de scrutin (31 % des suffrages).

Le paradigme d'intention tient justement compte de la nuance entre le sens explicite d'un message et les implicites qu'il peut contenir, entre un sens littéral *versus* non littéral. Les intentions de communication du locuteur sont prises en compte et le langage est envisagé comme une action, selon une vision pragmatique de la communication. Les travaux de Grice (1975; 1979)²⁴, d'Austin (1962) et de Searle (1975) s'inscrivent dans ce paradigme « d'intention » et d'action. Grice (1975) relève ainsi l'importance des intentions non littérales. Selon lui, les conversations langagières reposent sur une loi supérieure de coopération qui doit s'instaurer entre les locuteurs. Le principe général d'intention de *coopération* est fondé sur le respect de quatre catégories générales (ou maximes) : (1) *la catégorie de quantité* consiste à ne donner ni trop, ni trop peu d'informations (caractère informatif du message), (2) *la catégorie de qualité* renvoie au fait que le locuteur ne doit pas affirmer ce qu'il croit être faux ou ce pour quoi il manque de preuves (caractère crédible du message), (3) *la catégorie de relation* consiste pour le locuteur, au fait de parler « à propos » (caractère ciblé du message, pertinence), (4) enfin, *la catégorie de modalité* qui concerne moins le contenu que la manière²⁵, renvoie à la nécessité de tenir des propos clairs (caractère de clarté du message). L'interprétation d'un énoncé dépend donc du contexte linguistique (le sens de la phrase) mais également du contexte extra-linguistique (les principes et les règles de conversations ayant trait à la relation communicative doivent être manifestes dans le discours et respectés). D'autres auteurs ont dégagé des règles, postulats ou maximes constitutifs de l'échange verbal. Les catégories conversationnelles de Grice ont notamment été condensées en un unique

²⁴ L'article de 1979 est en fait une traduction du chapitre « Logic and conversation » (1975).

²⁵ « Manner » est d'ailleurs le terme original de cette catégorie (1975, p. 61).

principe de pertinence par Sperber et Wilson (1989). Ces derniers argumentent que *l'intention informative* d'un locuteur est de rendre manifeste à l'interlocuteur un ensemble d'assomptions, tandis que *l'intention communicative* serait de rendre manifeste l'intention informative. Ceci étant, si les recherches de Sperber et Wilson (1989) relèvent du *paradigme d'intention*, ils argumentent que le *modèle du code* selon lequel « communiquer, c'est coder et décoder des messages » et le *modèle inférentiel* selon lequel « communiquer, c'est produire et interpréter des indices » (1989, p. 13) ne sont pas incompatibles et qu'il est préférable de ne pas « ériger l'un ou l'autre de ces modèles en théorie générale de la communication » (1989, p. 14). Enfin, la théorie des actes de langage (speech acts, Austin, 1962 ; Searle, 1975) s'inscrit également dans le paradigme « d'intention » des communications interpersonnelles. Nous ne la détaillerons pas ici, elle est abondamment détaillée dans de nombreux ouvrages, notamment de pragmatique²⁶ (Ghiglione & Trognon, 1993; Krauss & Chiu, 1997; Krauss & Fussell, 1996).

Les travaux sur le langage comme action sont d'autant plus intéressants qu'ils dépassent la distinction entre la langue définie comme un système de relations entre des unités lexicales et la parole définie comme un usage qui a longtemps séparé les analyses linguistiques des analyses des corrélats extra-linguistiques (cf. la distinction saussurienne de linguistique interne et linguistique externe, Bourdieu, 1982). Les travaux issus de la linguistique consistaient en l'étude de la langue comme système formel et indépendant, ce qui évacuait du même coup les locuteurs et la communication et accordait peu de place à l'usage et au contexte de manière générale (sur les évolutions de la psycholinguistique, Kail, 1985). Parallèlement, à ses débuts, la psychologie sociale est marquée par une exclusion de l'étude du langage puisque le fait de choisir l'individu comme unité d'analyse soustrait l'étude du langage à ses domaines d'études (Clément & Noels, 1999). Alors que le linguiste étudie traditionnellement le langage sous un angle formel, le psychologue s'intéresse, lui, à la manière dont le langage est mis en œuvre, par les êtres humains en général ou par un être humain dans une situation donnée spécifiquement. Les psychologues sociaux ont donc longtemps négligé l'utilisation du langage tandis que des chercheurs d'autres domaines faisaient de grand progrès dans la compréhension du langage mais en négligeaient les bases sociales (Clark, 1985).

²⁶ Ghiglione (1994) désigne le paradigme d'intention par le terme de *pragmatique de la communication*, Grice (1975) et Sperber et Wilson (1989) étant, selon lui, les tenants de la branche procédurale, et Austin (1962) et Searle (1975) les tenants de la branche catégorielle.

Le troisième paradigme de « *prise en compte de la perspective d'autrui* » complète le précédent en tenant compte des perspectives des récepteurs de l'information. En 1934, Mead considérait déjà que l'efficacité de la communication humaine dépendait de la capacité à anticiper la manière dont les interlocuteurs répondent (Mead, 2006). Confrontés à un même message et cherchant à en comprendre l'intention communicative sous-jacente, les récepteurs peuvent employer des contextes d'interprétation différents. Par exemple, la maxime de quantité de Grice peut subir certains ajustements en fonction de la personne à laquelle le message s'adresse, certaines personnes préférant être submergées d'informations tandis que d'autres apprécient d'en recevoir peu. Le lexique d'une conversation de psychologie « naïve » ne sera pas le même que dans un document de recherche. La métaphore sur le « 31 » de Nicolas Sarkozy sera appréciée ou considérée comme déplacée selon, par exemple, l'orientation politique des auditeurs. Les règles conversationnelles s'adaptent en fonction de ce qui est connu ou supposé des interlocuteurs et de la situation dans laquelle on se trouve. La construction du message passe par une prise en compte du point de vue des interlocuteurs.

Le dernier paradigme détaillé par Krauss et Fussell (1996) est le *paradigme dialogique*. La communication est ici considérée comme un « processus de collaboration des participants afin de produire un sens partagé^h » (Krauss & Chiu, 1997, p. 47). Les situations conversationnelles illustrent donc le mieux les fondements de ce paradigme. Plus dynamique, il dépasse le langage comme action pour s'intéresser aux interactions. Dans ce cadre, Rommetveit (1974) argumente que l'intersubjectivité de la communication repose sur l'accord commun entre les locuteurs d'un « monde social temporairement partagé » (Rommetveit, 1974, p. 29). La communication sociale reposerait selon lui sur la négociation perpétuelle par les interlocuteurs de « brouillons de contrats » (1974, p. 125), les « contrats de communication »ⁱ (p. 28) étant la garantie de la nature sociale du langage. Selon cet auteur, pour comprendre le sens de ce qui est lu ou entendu, il faut s'interroger sur le type de contrat établi entre les deux participants dans l'acte particulier de communication. En outre, pour comprendre complètement le fondement social de la communication, il faut chercher « ce qui se passe quand ce fondement n'est pas respecté » (p. 52) et examiner des situations où les contrats endossés habituellement ne sont pas satisfaits. Rommetveit (1974) aborde également sans la détailler la notion de contrats tacites entre auteurs et lecteurs (« *tacitly endorsed author-to-readers contracts* », p. 100).

Parmi les modèles relevant du paradigme dialogique, le modèle « collaboratif » (Clark, 1996) est un modèle de communication dialogique particulièrement élaboré. Le langage y est

considéré à la fois comme une action commune (*a joint action*²⁷, p. 59) et intentionnelle (*intentionally*, p. 17). En conversation, les communicants doivent s'accorder ensemble sur le sens de chaque énoncé avant de passer au suivant. Dans le cas de référents ambigus, ils mettent plus de temps à s'accorder sur le sens (Hupet, Seron, & Chantraine, 1991). Un aspect particulièrement intéressant du paradigme dialogique est la prise en compte de la relation entre communication et processus cognitifs des participants. Alors que dans l'approche linéaire, le modèle du code implique l'idée que le monde existe indépendamment de ce qui en est dit, le langage ne servant qu'à « dépeindre la réalité »^j, ce n'est pas le cas de l'approche dialogique. Le monde existe ici parce qu'il est parlé. La réalité existe par la communication. Pour Rommetveit (1992), cette approche est une approche socio-cognitive de la communication humaine établie sur une base dialogique. La production discursive est considérée comme une interaction circulaire dont les règles contractuelles doivent être respectées. La circulation de messages se fait entre deux interlocuteurs cognitivement actifs dont les intentions et cognitions marquent le discours. La théorie du contrat de communication (Ghiglione, 1986) relève, selon nous, d'une telle approche socio-cognitive de la communication.

3. La théorie du contrat de communication (Ghiglione, 1986)

Selon Ghiglione, la psychologie sociale cognitive de la communication doit « interroger les dimensions cognitives d'un sujet socialement inscrit qui traite de l'information dans un certain but, qui produit un énoncé pour une certaine fin, qui négocie la référence au cours d'une interlocution. Or, les réponses ne se trouvent pas uniquement dans les recherches menées par des psychologues sociaux, elles se trouvent également, et même principalement, dans la *psycholinguistique*, *l'argumentation*, la *pragmatique* » (Ghiglione, 1997, p. 227). La théorie du contrat de communication (Ghiglione, 1983, 1984, 1985a, 1986) emprunte aux catégories conversationnelles de Grice (1975), celui-ci ayant d'ailleurs été tenté de désigner les échanges communicationnels comme contractuels avant d'abandonner l'idée (1975, p. 48). Elle emprunte à la notion d'intention de Sperber et Wilson (1989), aux actes de parole d'Austin (1962) mais aussi aux négociations conversationnelles de Kerbrat-Orecchioni (1984), au dialogisme de Jacques (1979) et au « contrat de parole » de Charaudeau (1984) que nous détaillerons plus loin. Le contrat de communication s'inspire également des travaux, déjà évoqués, de Rommetveit (1974) selon lesquels la communication sociale repose sur la

²⁷ En cela, il rejoint le modèle de l'orchestre.

négociation de contrats par les interlocuteurs. Haviland et Clark (Haviland & Clark, 1974) développent l'idée de contrat. Ils nomment « given-new contract » le contrat qui permet de supposer certaines informations connues par la personne à laquelle on s'adresse, impliquant de ne pas les rappeler lorsqu'on en avance de nouvelles. Les productions médiatiques se fondent largement sur ce contrat (Ghiglione, 1989). Sur la base de ces emprunts, Ghiglione développe la notion de contrat de communication. Il place au centre de ses recherches les activités cognitives des inter-locuteurs et le caractère persuasif intervenant, selon lui, dans toute communication. Mais pour décrire la notion de « contrat de communication », il faut partir tout d'abord de la question « qu'est-ce que communiquer ? » (Ghiglione, 1986).

3. 1. Qu'est-ce que communiquer ?

Toute communication suppose un triple jeu de relations : entre les interlocuteurs et les principes et règles sociales gérant les échanges communicatifs, entre les interlocuteurs inscrits dans un enjeu et communiquant pour en obtenir le gain et enfin entre la cognition et le langage (Ghiglione, 1997, p. 228)²⁸. Communiquer, c'est co-construire une réalité par l'acceptation d'un certain nombre de principes. Quatre principes sont nécessaires à cette co-construction et permettent un échange entre les interlocuteurs : (1) un *principe de pertinence* qui permet aux intra-locuteurs de se reconnaître comme des inter-locuteurs potentiels. Les intra-locuteurs ne peuvent se reconnaître comme des interlocuteurs potentiels que s'ils s'accordent réciproquement les compétences minimales nécessaires au fonctionnement de l'échange communicatif, (2) un *principe de réciprocité* qui permet de considérer l'intra-locuteur comme un interlocuteur, (3) un *principe de contractualisation* qui consiste à s'accorder sur la nature et les règles du jeu verbal particulier, (4) un *principe d'influence* dans la mesure où tout échange communicatif est porteur d'enjeu. Communiquer, c'est également accepter des règles²⁹ qui permettront la gestion de l'échange. Le respect des principes et des règles de la communication permettra qu'une « mécanique interlocutoire » soit mise en œuvre et que deux intra-locuteurs passent d'une Situation Potentiellement Communicative (SPC) à un contrat de communication effectif. La SPC

²⁸ Selon Ghiglione, le fait de communiquer *via* un média ou en face-à-face, dans un petit ou un grand groupe, pour vendre ou enseigner, est subordonné à une compréhension de ces trois types de relations. Ce jeu de relation prime sur le reste (Ghiglione, 1997).

²⁹ Ces règles sont situationnelles et discursives chez Charaudeau (1997), nous le verrons.

préalable à la communication est définie par le partage des enjeux, c'est à dire les intentions officielles ou officieuses, conscientes ou inconscientes de chaque intra-locuteur.

Selon Ghiglione, « communiquer est [donc] un acte contractualisé par un enjeu, des principes et des règles, un acte global, qui s'effectue à l'aide des différents instruments (verbaux et non-verbaux dans le cas de conversations face-à-face) dont dispose l'homme, un acte planifié par un acteur social spécifique inscrit dans un contrat de communication spécifique, planification dont les produits discursifs portent les traces » (Ghiglione, 1998a, p. 341). Les notions d'enjeu et d'indices discursifs (comme traces cognitives), centrales dans cette théorie, vont être détaillées.

3. 2. La notion d'enjeu

Selon Ghiglione, il n'existe pas d'interlocution sans négociation de la référence, ou sans enjeux pour structurer le jeu. Au *principe de coopération* qui conditionne les interlocutions, et détermine le succès de l'interprétation en mettant à jour le contenu implicite de la communication (Grice, 1975), Ghiglione et Trognon (1993) ajoutent le *principe de compétition* qui s'appuie « sur la tentative de proposer/imposer son propre monde, pour gagner la partie, i.e., pour donner sens » (Ghiglione, 1998a, p. 312). Le mécanisme de compétition est un mécanisme d'affrontement et d'influence, une « négociation des mondes ou des micro-mondes dans lesquels s'inscrira la référence ». Pour toute communication, il s'agit d'imposer son monde (compétition) mais en interagissant avec l'autre (coopération).

De plus, à la notion *d'intention informative*, déjà évoquée, (Sperber & Wilson, 1989), Ghiglione et Trognon (1993) ajoutent celle *d'intention persuasive*. Au-delà de l'intention d'informer, le locuteur chercherait à persuader l'autre et à l'inscrire dans le monde qu'il propose. Le but d'une communication dépend des intentions du locuteur (par exemple : veut-il convaincre ou informer ?) et de ses attentes quant à la situation d'interlocution à venir (par exemple : est-ce que le dialogue engagé se fera avec un pair ou un évaluateur ?). La notion d'enjeu dépasse l'analyse des règles du jeu (i.e. comment jouer) pour s'intéresser aux buts du jeu (i.e. pourquoi jouer). Les enjeux déterminant les buts de la communication, ne pas les identifier peut conduire à une interprétation en partie erronée. Selon Ghiglione et Trognon, le partenaire n'identifiera une énonciation correctement que s'il en a identifié l'enjeu (ou les enjeux) qui le « lie » à un potentiel interlocuteur (1993, p. 32). Le caractère persuasif d'une communication (pour un historique de la parole persuasive, rhétorique, cf. Ghiglione, Dorna,

& Bromberg, 1984) fait donc de celle-ci un « jeu » qui induit certains enjeux pour les interlocuteurs (Bromberg, 1980).

3. 3. Communiquer, c'est produire des indices

Les discours, considérés comme des signes des processus psychologiques du locuteur permettent de construire une certaine réalité (Mininni, Ghiglione, & Salès-Wuillemin, 1995) et peuvent renseigner le récepteur sur les enjeux de son interlocuteur. De ce point de vue, il convient de s'intéresser aux caractéristiques orales, écrites (mais aussi non-verbales³⁰) des productions des interlocuteurs. Selon Ghiglione et Trognon (1993), dès lors que l'on considère que « communiquer c'est produire et interpréter des indices », dès lors que l'on considère que « le locuteur fournit, par son énoncé, une hypothèse interprétative sur l'intention informative du locuteur, il devient possible et nécessaire d'aller chercher dans le matériau langagier la réponse à des questions telles que : [...] Pourquoi et comment l'interlocuteur utilise-t-il ces indices pour faire des hypothèses interprétatives sur les intentions informatives du locuteur ? Quel est le but visé par la mise en œuvre de ces indices et quel est leur effet ? » (1993, p. 43).

Une large part des travaux de Ghiglione et des membres du Groupe de Recherche sur la Parole (GRP, Paris 8) a porté sur la mise en place du contrat de communication dans les conversations face-à-face, c'est à dire du passage de la situation potentiellement communicative vers l'établissement du contrat par les jeux de validation interlocutoire des interlocuteurs³¹. Une autre partie des travaux a été davantage consacrée à l'analyse des indices discursifs relatifs aux enjeux et aux intentions cognitives du locuteur. Nous nous intéresserons, dans la suite de ce chapitre, uniquement aux analyses d'indices discursifs.

Les analyses de discours mises en œuvre par les membres du GRP portent sur deux aspects différents : les thématiques des discours ou des aspects plus « structurels ». Les travaux sur les Référents-Noyaux (i.e. « les termes autour desquels s'ordonnent les réalisations langagières », Ghiglione, Matalon, & Bacri, 1985, p. 35) ainsi que les travaux sur la Structure Fondamentale de la Signification (SFS) et sur le Noyau Générateur de la Référence (NGR) relèvent d'un niveau thématique. Ils portent sur les thèmes, principaux et/ou secondaires, développés dans le discours (Ghiglione & Kekenbosch, 1993; Ghiglione,

³⁰ Pour des recherches sur le non-verbal, cf. notamment Argentin (1983) et Argentin & Ghiglione (1986).

³¹ D'autres travaux ont également porté sur le contrat de communication à l'œuvre dans le cas particulier de l'entretien non directif, particulièrement l'entretien de recherche (cf., Blanchet, 1988a, 1988b).

Kekenbosch, & Landré, 1995). Les travaux relevant du deuxième aspect portent sur la fonction des catégories grammaticales, sur les indices morphologiques ou syntaxiques qui déterminent la mise en scène, sur la logification et la prise en charge des discours par les locuteurs. Les indices discursifs analysés sont les catégories verbales, modalisations, connecteurs, etc. Cette distinction entre les référents qui déterminent le thème du discours et les caractéristiques syntaxiques est courante dans les recherches en linguistique et dans les études sur la communication (pour une discussion de la question, cf. encadré 4). Compte tenu de l'objectif de cette thèse, nous ne détaillerons pas les études consacrées aux contenus thématiques (pour une analyse récente, cf. Marchand & Laplane, 2006).

Encadré 4 : Sémantique et syntaxe

La distinction entre caractéristiques syntaxiques et sémantiques est faite dans de nombreuses recherches (Blanchet & Mirabel-Sarron, 1997; Corblin, Godard, & Marandin, 1997; De Bonville & Moreau, 2004; Ejerhed Braroe, 1974).

En français courant, la sémantique est définie comme une branche de la linguistique étudiant les signifiés, qui s'intéresse au sens des mots exprimés dans une langue (Le Nouveau Petit Robert, 2001). La syntaxe est la construction de signes complexes par des signes plus simples. Une catégorie syntaxique est soit une phrase qui peut être décomposée en plus petites catégories syntaxiques (nominale ou verbale), soit une catégorie qui ne peut pas être décomposée, un nom, un verbe ou un adjectif (Le Nouveau Petit Robert, 2001).

Traditionnellement, la sémantique est donc considérée comme ce qui relève des référents dans le texte et la syntaxique comme ce qui relève de la grammaire. Des psychologues distinguent les règles phonologiques à l'oral, morphologiques à l'écrit, les règles syntaxiques (ex : le fait qu'une phrase nominale est composée d'un article et d'un nom) et sémantiques (i.e. le sens d'une phrase) (Clark, 1996). Selon Krauss et Chiu (1997), qui reprennent la même classification que Clark (1996), le système syntaxique est constitué de l'agencement des éléments morphologiques en phrases ou/et propositions alors que la sémantique est le sens des unités à plus haut niveau. Notons qu'en filigrane des définitions du Petit Robert et de ce classement, se trouve l'idée que le sens d'un texte dépendrait uniquement des référents sémantiques.

Pour certains auteurs, la distinction se pose un peu différemment. Selon eux, ce qui ne relève pas du sémantique relève du *style*. L'analyse stylistique repose sur une analyse comparative des mots grammaticaux (Muller, 1979). Elle permet notamment d'« identifier et interpréter les constituants syntaxiques du texte et de se demander pourquoi telle catégorie grammaticale est fortement représentée ici, absente là ? » (Buffard-Moret, 2005, p. 46). Les composantes syntaxiques du texte sont examinées : les verbes (modes et temps), déterminants, adjectifs, adverbes et les pronoms personnels. Selon Van Dijk (2000, p. 203), les choix faits parmi les différentes structures de forme syntaxique sont généralement désignés par le terme de « style syntaxique » du discours. Ce style syntaxique regroupe principalement les éléments non-sémantiques du langage. Là encore, certains auteurs considèrent que le style discursif s'oppose au sémantique dans la mesure où il ne fournit pas d'informations au lecteur. Cette dichotomie se retrouve dans l'acception saussurienne où la *forme* est synonyme de structure et s'oppose à la *substance* qui constitue la réalité sémantique. Ici encore, le style ne déterminerait donc pas le sens d'un texte, les référents construirait le sens.

Pour d'autres auteurs, l'étude de la syntaxe/style ne doit pas être distinguée de l'étude du sens, le fond et la forme étant indissociables l'un de l'autre (Cole & Morgan, 1975). Le style ne doit donc pas être considéré comme « une simple ornementation s'ajoutant au contenu » (Monière & Labbé, 2002). Ainsi, selon Brewer (1980), « les aspects stylistiques du discours jouent un rôle important en terme de compréhension^k » (p. 233). En situation de réception, « le sujet analyse la structure syntaxique des énoncés et tient compte des résultats de cette analyse pour aboutir à une compréhension exacte des données » (Rigalleau, Nespoulous, & Gaonac'h, 1997, p. 541). En psychologie du développement, les chercheurs relèvent également l'importance de l'apprentissage de la syntaxe (Gombert et al., 2000). Ils montrent que traiter la syntaxe suppose de s'intéresser aux relations qui existent entre les mots des phrases et que sans syntaxe, la compréhension est faible ou inexistante. Le développement des connaissances syntaxiques de l'enfant lui permet donc de lire une phrase en dépassant la somme des significations des mots qui la composent.

L'opposition des référents sémantiques qui donneraient le sens d'un discours et des caractéristiques syntaxiques comme simple agencement, simple structure, paraît donc éventuellement pertinente du point de vue de l'analyse descriptive des discours. Elle apparaît moins pertinente si l'on prend en considération que le style syntaxique a des effets en réception de messages, notamment sur la compréhension. La compréhension d'un message (i.e. l'accès au sens du-dit message) semble donc plutôt se construire sur la base de ses composantes sémantiques et syntaxiques.

La syntaxe déterminerait donc une part de la compréhension des messages et de leurs effets. Suivant cette idée, Erickson, Lind, Johnson et O'Barr (1978) proposent une distinction entre signification explicite (sémantique) et signification implicite (syntaxe/style), les deux pouvant produire des effets. En terme de production, un locuteur faisant certains choix rhétoriques entre différentes « options syntaxiques » (Brewer, 1980) (i.e. les « structures de forme syntaxique » de Van Dijk, 2000), aurait un but implicite, et aura, en tout cas, certains effets, indépendamment des informations explicites contenues dans son message. Ceci étant, l'hypothèse d'un effet de la « signification implicite », telle que développée par ces auteurs, correspond uniquement à un type d'effets possible du style, à savoir les effets directs. Cela ne correspond pas aux effets du respect d'un contrat de style lié à des normes, nous reviendrons sur cette distinction.

4. Mise à l'épreuve expérimentale de la théorie du contrat de communication

Les recherches menées dans le cadre de la théorie du contrat de communication montrent que les indices discursifs utilisés varient en fonction des attitudes du locuteur et en fonction de l'enjeu de la communication pour le locuteur (en partie déterminé par les représentations que le locuteur a du public). D'autres études qui ne relèvent pas de cette théorie s'intéressent aux marqueurs discursifs en situation de production et montrent que des indices de discours (oral ou écrit) fournissent des informations sur la personne du locuteur elle-même. Les discours varient selon le statut social du locuteur (W. P. Robinson, 1979), ses origines ethniques (Giles, 1979), son appartenance sexuelle (P. M. Smith, 1979). Des différences discursives apparaissent également en fonction des caractéristiques de la situation

(P. Brown & Fraser, 1979), comme du positionnement physique des interlocuteurs (Moscovici & Plon, 1966). Ces recherches renseignent sur les « marqueurs sociaux » dans le discours mais ne postulent pas l'existence de contrat entre les interlocuteurs, nous ne les détaillerons donc pas ici (cf. également, Wiemann & Giles, 1996 ; et pour des études sur le non-verbal, cf. Searcy, Duck, & Blanck, 2005).

4. 1. Des indices en fonction de l'attitude du locuteur

Les premières études mettent en évidence la relation entre l'attitude à l'égard du langage (considéré comme un objet) et l'utilisation du langage en situation de communication (Ghiglione & Beauvois, 1981, 1983). Dans ces études, les participants étaient catégorisés en deux groupes selon leur attitude envers le langage. Soit ils considéraient le langage comme un code indépendant centré sur la référence (participants « paradigmatiques »), soit comme un outil de communication (participants « syntagmatiques »). Les résultats montrent qu'en situation de production de discours, les sujets « paradigmatiques » accentuent les fonctionnalités « métalinguistiques » de la langue (pronoms démonstratifs, séquence illocutoire : *il y a, il apparaît*) et produisent des discours dans lesquels il y a peu de deixis de locution³². Les sujets « syntagmatiques » accentuent les fonctionnalités « communicatives » de la langue (pronoms personnels, séquences ego ou socio-centrées : *je pense que, à mon avis*) et produisent des discours riches en deixis de locution. L'attitude détermine donc l'utilisation de certains indices discursifs. Ces résultats seront généralisés « à d'autres attitudes portant sur des objets sociaux autres que le langage, ainsi qu'à d'autres éléments que la deixis de locution » (Ghiglione, 1998a, p. 314).

Ghiglione et Nooyen (1981) montrent que des participants expérimentaux ayant pour consigne de choisir les phrases les plus aptes à « convaincre quelqu'un de l'existence » d'un objet, trouvent les phrases comportant des déterminants démonstratifs, possessifs et définis³³ plus compatibles avec cette visée que les phrases comportant des déterminants indéfinis³⁴. Selon les auteurs, ils accorderaient une plus grande existence aux noms accompagnés de déterminants démonstratifs, possessifs et définis (dans cet ordre décroissant) qu'à ceux

³² En linguistique, les éléments déictiques servent à désigner un objet singulier déterminé dans la situation (du grec *deixis* = désignation) (Le Nouveau Petit Robert, 2001).

³³ *L'article défini*, en grammaire, se rapporte à un objet particulier, déterminé. Le *possessif* renvoie à une relation d'appartenance et le *démonstratif* sert à montrer ce dont on parle, il détermine le nom (Le Nouveau Petit Robert, 2001).

³⁴ Le *déterminant indéfini* est propre à présenter un concept sous son aspect le plus général, sans le rapporter à un être ou un objet déterminé (Le Nouveau Petit Robert, 2001).

accompagnés de déterminants indéfinis : « *Le* psychologue a plus d'existence qu'*un* psychologue ». Deux autres études étayent ces résultats (Ghiglione, 1982, 1985b). La première (1982) met en évidence que des femmes très favorables à l'avortement justifient leur attitude par des arguments dans lesquels « enfant » est précédé de déterminants indéfinis plutôt que de déterminants définis : pour elles, *un* enfant a moins d'existence que *l'enfant*. Dans la seconde étude (1985b), les femmes devaient produire des phrases représentatives de leur opinion au moyen de différents termes (femme, enfant, avortement) et articles (un, le, une, la, des, les, l'). Elles devaient ensuite remplacer le mot « enfant » par un autre (bébé, fœtus, nouveau-né, nourrisson, embryon). Les résultats montrent : (1) que les femmes pro-avortement accolent au substantif enfant un déterminant indéfini (n= 29) plutôt que défini (n= 10). L'inverse apparaît pour les femmes anti-avortement (indéfini = 11 ; défini = 44), (2) que les femmes « anti » utilisent plutôt des équivalents postnataux (nouveau-né, nourrisson, bébé) tandis que les « pro » utilisent indifféremment les termes pré et post-nataux. Cette étude confirme que le choix des termes référents dépend de l'attitude initiale et que l'utilisation des déterminants définis ou indéfinis s'accorde avec la conception d'existence du référent. Les discours portent donc les traces de la polarité des attitudes du locuteur et ces études mettent en exergue « la réalité de l'existence de ce qu'un substantif désigne dans la réalité extra-langagière », fondamentale dans un processus discursif de persuasion (Ghiglione, 1985b, p. 59). Ainsi, un journaliste convaincu de la culpabilité d'une personne aura probablement plus tendance à parler « *du* suspect » que « *d'un* suspect ». Pour autant « *le* suspect » est-il plus convaincant pour le lecteur qu'« *un* suspect » ? Les études abordant les effets des indices discursifs en réception seront présentées dans le chapitre IV.

D'autres indices discursifs que les déterminants dépendent des attitudes du locuteur et des enjeux de la situation. Dorna et Bromberg (1985) catégorisent les stratégies discursives en trois classes primaires : 1/ la forme *entonnoir* renvoie à la présentation puis à l'élimination progressive des alternatives relatives à un objet thématique donné, 2/ le *bloc* renvoie à l'exposition successive et/ou itérative des alternatives relatives à un objet thématique donné, 3/ la forme *monolithe* renvoie à l'exposition continue d'une seule des alternatives relatives à un objet thématique donné. Les participants aux attitudes extrêmes (très favorables ou très défavorables au mariage) développent une logique persuasive monolithe, tandis que les sujets médians développent préférentiellement une logique par blocs. La force de l'attitude détermine donc la structure persuasive de l'argumentation. Castel et Lacassagne (Castel & Lacassagne, 1995), sur la base des travaux de Van Dijk (1984) concernant les processus de catégorisation dans le langage, demandent à des participants de produire des discours sur la

perspective d'avoir un voisin allemand ou portugais (à l'époque, les allemands sont considérés comme des moteurs économiques puissants alors que les portugais sont perçus comme pauvres et en retard). Les analyses montrent que les Allemands sont significativement plus placés en position d'actant (sujet du verbe) que les Portugais qui sont davantage positionnés comme compléments du verbe. Une autre recherche (Castel, Lacassagne, & Ndobu, 1999) met au jour des différences de mise en scène des propos tenus par des personnes « réputées racistes » ou « réputés non racistes ». Les « réputés racistes » développent un discours fondé sur le postulat d'un univers unique, leurs arguments ont un caractère de vérité. De plus, ils ne prennent pas leur discours en charge en utilisant des modalisations impersonnelles (c'est possible que...). Ils mettent donc en scène des vérités impersonnelles. Les personnes « non racistes » supposent la coexistence de plusieurs mondes, leurs arguments sont présentés comme des opinions. Ils prennent leurs propos en charge en utilisant davantage de modalisations personnelles (je crois que...). Ils mettent donc en scène des opinions personnelles. Au-delà du contenu, l'espace logique dans lequel les locuteurs insèrent leurs arguments correspond à leur attitude initiale.

En conclusion, ces travaux montrent que la polarité (positive ou négative) et l'intensité des attitudes (modérée *versus* extrême) d'un locuteur apparaît *via* certaines traces discursives : le type de pronoms, le type de verbe, les formes stratégiques³⁵.

4. 2. Des indices en fonction des enjeux de la communication

D'autres analyses discursives permettent de vérifier l'impact des enjeux de la communication. Les recherches s'intéressent principalement à l'anticipation de l'auditoire par le locuteur (ex : le participant de l'expérience doit s'adresser à un expert *versus* un pair) et à ses objectifs (ex : le participant doit informer *versus* convaincre son interlocuteur).

Dans cette optique, Bromberg & Dorna (1985) répartissent les prédicats en trois catégories : 1/ Les verbes *statifs* qui indiquent des états et des propriétés et ont pour fonction d'asserter l'existence d'un objet et de lui attribuer des propriétés, 2 / les *factifs* qui indiquent une action et ont pour fonction de caractériser la réalisation, la production d'un objet, une manière d'agir sur quelqu'un ou quelque chose, de produire un effet, 3/ les *déclaratifs* qui

³⁵ En psychologie clinique, le paranoïaque en délire structure ses propos comme un discours scientifique en diminuant le nombre de modalisations tandis que le schizophrène cherche à emporter l'adhésion par des moyens détournés en présentant des séquences délirantes logiquement structurées grâce à un nombre important de joncteurs (Besche, Castillo, Laurent, & Passerieux, 1997).

indiquent un comportement verbal et ont pour fonction de marquer le type de rapport que le sujet entretient avec le monde, les objets dont il parle, son attitude, et sa distance par rapport aux objets. Les participants de l'étude doivent produire un discours argumentatif à propos d'un objet concret (une montre-radio *clock-melody*) *versus* abstrait (la psychologie), soit en incitant l'interlocuteur à acheter l'objet (incitation à l'action d'acheter la montre ou des ouvrages de psychologie) soit en lui expliquant la nature de l'objet (non-incitation à l'action). Dans toutes les conditions, l'interlocuteur est inconnu du locuteur (c'est un *interlocuteur-type*) mais il est présenté comme ayant une opinion favorable ou défavorable envers l'objet. Les analyses montrent que les discours produits comportent un nombre important de verbes statifs quelle que soit la condition, le but étant, dans toutes les conditions, de caractériser l'objet. L'utilisation des déclaratifs est par contre assez faible dans toutes les conditions, les locuteurs n'ayant pas d'interlocuteurs précis. Enfin, l'utilisation des factifs varie : les locuteurs qui doivent convaincre d'acheter expliquent davantage ce qu'il est possible de faire avec l'objet (Incitation à l'action > non-incitation) et ce d'autant plus si l'objet est concret (concret > abstrait) et s'ils croient que leur interlocuteur y est favorable (situation accord > situation de désaccord). Une autre étude montre qu'un locuteur placé dans la même situation mais argumentant à un compère présent physiquement (dit *interlocuteur-occurrence*) inscrit davantage la présence des interlocuteurs dans son discours, au moyen de catégories verbales et de marques d'interlocution (pronoms personnels, adjectifs et pronoms possessifs) (Bromberg & Ghiglione, 1988). Les auteurs concluent que le locuteur se positionne dans un certain contrat de communication à partir des informations situationnelles qui lui sont fournies. Bromberg (1990) approfondi également les enjeux de la situation. En situation de produire un discours, les participants s'attendaient à devoir ensuite argumenter leur opinion à un interlocuteur ayant une opinion inverse à la leur : soit expert physicien *versus* pair étudiant (VI1 anticipation de l'expertise), soit en situation de discussion *versus* d'évaluation (VI2 anticipation de la situation). L'auteur examine le type de verbes et le nombre de *hedges*, c'est à dire les marques de détours/esquives du locuteur qui témoignent de ses incertitudes (le conditionnel et le subjonctif, l'utilisation d'expressions modales : *il me semble que*, d'affirmations concessives : *je reconnais que*, les adjectifs et verbes nuancant l'impact des phrases – *en admettant*,...). L'anticipation d'expertise fait varier le nombre de verbes factifs présents dans le discours mais n'a pas d'effets sur les esquives verbales. L'anticipation du type de situation a un effet sur les marques d'esquives : il y en a davantage quand les participants anticipent une discussion, situation plus menaçante que la perspective d'évaluation. L'anticipation de situation n'a, par contre, pas d'effets sur l'utilisation des

verbes. L'auteur conclut sur la nécessité de prendre en compte deux processus complémentaires : la structuration des éléments qui fonde l'univers discursif (via les opérations de prédications, c'est à dire le type de verbes) et la prise en charge des locuteurs (ici *via* des marques d'esquives) qui témoigne de leur investissement personnel dans leurs discours.

L'analyse de discours (produits en situation contrôlée) par un juriste professeur d'université spécialiste du droit médical, et rédigés pour le grand public *versus* des étudiants *versus* des pairs juristes, montre que le discours juridique est également sensible à une prise en compte de l'auditoire (Ghiglione, Landré, & Demichel, 1996). La particularité de cette situation est que le juriste a une représentation des destinataires absents. Les résultats montrent que l'indice de richesse de vocabulaire et le pourcentage de mots appartenant au français fondamental varient assez faiblement entre les trois textes. Le juriste ne se met pas en scène et ne fait pas intervenir les interlocuteurs (pas de « nous », « vous »). Il instaure plutôt des locuteurs-types (« il », « la société ») et l'énonciation, dans les trois textes, est globalement opaque. Il objective le discours (pas d'utilisation de « je », utilisation de factifs). Tout de même, des différences entre les textes apparaissent, on note une tendance à la simplification des textes : le nombre moyen de mots (qui correspond à la complexité syntaxique) diminue entre le texte pour juristes, pour étudiants et pour le grand public. Le vocabulaire est plus redondant pour le grand public que pour les juristes. Le texte destiné aux juristes est plus opaque énonciativement (plus de « on » et « il ») et plus transparent au niveau référentiel (utilisation moindre de déclaratifs). Ce schéma s'inverse lorsque le discours s'adresse au grand public. Les trois textes sont chargés en modalisations d'intensité (très, beaucoup..) et de négation qui mettent le discours en relief et le dramatisent, particulièrement dans le discours adressé au grand public. Plus le discours s'adresse à des novices, plus on note une logique d'accumulation (davantage de connecteurs d'addition) et moins on observe de logique argumentative (moins de connecteurs d'opposition). Le discours adressé aux pairs est, par contre, plus démonstratif (présence de connecteurs causaux). Selon les auteurs, le poids respectif des connecteurs met en évidence trois logiques rhétoriques différentes : le discours adressé aux pairs est plutôt démonstratif car le locuteur cherche à « scientifier » le discours pour convaincre l'expert. Le discours adressé aux étudiants est plutôt descriptif : il décrit et accumule les faits. Enfin, le discours au grand public est plutôt dans une logique narrative, voire dramatisante, puisqu'il faut attirer l'attention et intéresser un public de non-initiés. Le juriste développe donc trois stratégies pour un discours sur le même thème destiné à trois

populations différentes. Lucas (1985) met également en évidence des stratégies de discours politiques qui varient en fonction des situations.

De ces travaux, on peut conclure qu'un locuteur qui insiste sur l'existence d'un référent utilise des déterminants définis qui inscrivent le référent dans le discours et des verbes statifs qui en décrivent l'état et les caractéristiques. Par contre, s'il ne met pas l'accent sur l'existence du référent, il utilisera davantage de déterminants indéfinis et de verbes déclaratifs. Par ailleurs, l'attitude extrême d'un locuteur (quelque soit sa polarité) se traduit par une logique argumentative monolithique (utilisation de connecteurs additifs et de propositions valuées) tandis qu'une attitude initiale modérée se traduit par une logique argumentative de type « blocs » (utilisation de connecteur d'opposition et de comparaison et des propositions peu valuées). « Parler » permet donc de décrire des objets mais également de marquer la nature de la relation que l'énonciateur entretient avec l'objet. « Parler de quelque chose c'est aussi parler de soi » (Bromberg & Trognon, 2005, p. 222). Selon Bromberg et Trognon (2005), ce constat amène à s'interroger sur la façon dont un sujet social fournit des indices langagiers de son attitude à l'égard d'objets du monde, question d'autant plus intéressante que l'utilisation des indices de l'intention informative n'est pas maîtrisée consciemment.

Pour appréhender de façon plus globale les stratégies « servant les objectifs persuasifs » et bornées par un contrat (Bromberg & Dorna, 1985, p. 51), les auteurs proposent trois types primaires de programmes cognitivo-discursifs.

4. 3. Les stratégies cognitivo-discursives : typologies des traces et programmes

Les trois programmes cognitivo-discursifs (cf. tableau 1) permettant d'appréhender de façon plus globale les stratégies discursives, sont directement liés aux buts que le sujet se construit au regard de la situation de communication (enjeux de la situation et attitudes vis-à-vis des objets en jeu). Les trois buts conduisent soit à une clôture immédiate du monde possible³⁶ sur le monde réel (*but 1*), soit à une clôture progressive du monde possible sur le monde réel (*but 2*), soit à une ouverture du monde possible projeté sur d'autres mondes possibles (*but 3*). Ces 3 buts sont liés à trois types de réalités : des réalités à affirmer (*but 1*),

³⁶ La notion de « monde possible » est empruntée au terme utilisé par Hintikka pour lequel les « mondes possibles, relativement à une attitude propositionnelle, sont des états de la conjoncture ou scénarios, qui sont, normalement, possibles et sont compatibles avec l'attitude qu'une personne donnée entretient » (Hintikka, 1989, p. 50).

des réalités à construire (*but 2*), des réalités possibles (*but 3*). Les locuteurs mettent en scène des « réalités » dont les traces langagières se distribuent comme présenté dans le tableau 1.

Tableau 1 : *Type de programmes cognitifs et traces langagières correspondantes (Ghiglione & Trognon, 1993, p. 67) Ghiglione, 1998b, p. 332)*

Opérations	Traces Langagières		
	Programme 1 <i>Réalité affirmée</i>	Programme 2 <i>Réalité à construire</i>	Programme 3 <i>Réalité possible</i>
A. Construction de la référence	Déterminants définis du substantif	Déterminants définis	Déterminants indéfinis
	Verbes statifs, factifs	Verbes statifs, factifs	Verbes déclaratifs, statifs
B. Construction du monde où s'inscrit la référence	Mode indicatif	Mode indicatif et conditionnel	Mode indicatif et conditionnel
	Modalisations : affirmatives, intensives fortes	Modalisations : intensives fortes et médianes	Modalisations : De doute et intensives médianes
C. Relation de l'interlocuteur au monde construit.	Modalités : savoir, nécessité	Modalités : savoir, nécessité	Modalités : possibilité, croyance
	Joncteurs : additif ou absence de joncteurs (structure « monolithe »)	Joncteurs : causal et concessif (structure « entonnoir »)	Joncteurs de comparaison et d'opposition (structure par « blocs »)

Dans les études expérimentales qui mettent à l'épreuve l'existence des programmes, on retrouve la prise en compte des enjeux de la situation et des attitudes des locuteurs. Les personnes auxquelles un discours est présenté, censé traduire un certain enjeu (par exemple, un texte censé célébrer le talent d'un peintre, donc affirmer ses qualités, donc relever du programme 1 de réalité affirmée), modifient les traces langagières du texte qui ne relèvent pas de l'enjeu qui leur était annoncé (en ôtant ou remplaçant des mots du texte....) (Ghiglione, 1988; Ghiglione & Trognon, 1993). La non-conformité des traces langagières avec le programme cognitivo-discursif annoncé les amène à modifier le texte afin de rétablir la conformité traces-programmes. A l'inverse, en cas de cohérence entre les indices discursifs du texte et le programme annoncé, les textes ne sont pas modifiés. Ce résultat est à modérer dans la mesure où l'identification de l'enjeu *via* les traces stylistiques n'a lieu que si le programme cognitivo-discursif est clairement identifiable. L'identification correcte d'un discours ne se fait que si la cohérence ou la non-cohérence entre les traces et le programme est très forte, c'est à dire si l'enjeu est dépourvu d'ambiguïté. Dans les cas plus ambigus, l'identification est

difficile pour les récepteurs, voire ne se fait pas. Selon Ghiglione (1988), cela pose la question des seuils de discrimination pour l'identification.

Par ailleurs, si les expériences de *modification* de discours très marqués sont relativement probantes, c'est moins le cas concernant la *production* de discours (Ghiglione, 1988). En effet, demander à des sujets d'écrire des textes censés mobiliser les différents types de programmes (1, 2 ou 3) ne met aucun résultat en évidence. Dans tous les groupes, quels que soit la consigne et le texte que les sujets doivent écrire, le modèle dominant renvoie à l'affirmation d'une réalité (programme 1). Selon Ghiglione, les sujets expérimentaux ne sont pas capables de mobiliser précisément les programmes cognitifs adaptés à l'enjeu. Il est plus simple de reconnaître un discours cohérent ou non-cohérent que de construire un programme cognitif à la demande. En terme d'effets d'attitudes, Ghiglione et Bromberg (1990) montrent que les personnes ayant une opinion extrême en terme de politique développe une réalité « affirmée » tandis que les personnes à opinion médiane développent davantage une réalité discursive « possible ». Fourquet-Courbet et Courbet (2004) nuancent ce résultat puisqu'ils montrent que seules les personnes très impliquées par un objet thématique développent un programme de type « réalité affirmée », les personnes peu impliquées, à l'opinion plus modérée, n'ont pas recours à une stratégie de type « réalité à construire »³⁷. Selon les auteurs, un style « réalité affirmée » argumentant l'existence d'un monde unique induirait l'impression que d'autres mondes n'existent pas en dehors de celui développé dans son discours tandis qu'un discours du type « réalité possible » induirait l'idée que d'autres réalités sont envisageables en dehors de celle que le locuteur développe. Les effets des programmes en terme de réception restent cependant à explorer. Soulignons pour conclure que les programmes cognitivo-discursifs sont difficiles à appréhender. Repérer un grand nombre d'indices est en effet plus difficile que d'en repérer un seul. Par ailleurs, les programmes sont « quasiment des types purs [mais] des intercroisements entre types sont possibles » (Ghiglione, 1998a, p. 332), ce qui ajoute encore à la complexité des recherches.

Précisons enfin que dans ce champ de recherche, des techniques ont été développées afin de systématiser les analyses de discours. C'est dans ce cadre que l'Analyse Propositionnelle du Discours (Ghiglione et al, 1985) et l'Analyse Cognitivo-Discursive (Ghiglione et al., 1995) ont été développées, nous y reviendrons.

³⁷ Notons que selon Fourquet-Courbet et Courbet (2004), l'hypothèse de l'existence de ces programmes a été émise dans le cadre de situations interlocutoires. Les exploiter pour étudier des verbalisations ayant une autre structure peut pousser aux limites de cette catégorisation.

La notion de contrat de communication a été largement étudiée dans le cadre des communications médiatiques. Selon De Bonville (2002), Charaudeau a poussé le plus loin l'analyse du contrat de communication médiatique.

5. Le contrat de communication médiatique (Charaudeau, 2005)

La notion de contrat de communication (initialement « contrat de parole ») a été également développée par Charaudeau (Charaudeau, 1983, 1984). Selon lui, elle est indispensable à tout échange langagier, tous les discours se construisant sur la base de contrats et se signalant comme des genres. C'est « la raison pour laquelle, par exemple, une affiche publicitaire est reconnue comme appartenant à la mise en scène du genre publicitaire avant même qu'elle soit lue dans le détail » (1984, p. 17). Selon Charaudeau (1997, 2005), un acte de communication est un échange entre une instance d'énonciation et une instance de réception entre lesquelles une relation d'intentionnalité s'instaure. En accord avec la conception de Ghiglione, Charaudeau considère que l'acte d'échange communicationnel repose sur 4 principes. Il les définit un peu différemment. On retrouve 1) un *principe de pertinence* qui fonde « l'univers de discours » et constitue l'objet de l'échange que les sujets doivent reconnaître et partager (partager ne signifiant pas qu'ils adhèrent à l'objet d'échange mais qu'ils le reconnaissent comme commun dans l'acte de communication), 2) un *principe d'influence* qui fonde l'existence d'une « visée communicative » de la part du sujet et définit la « finalité » de l'acte autour d'un enjeu de sens, 3) un *principe d'altérité* (équivalent à celui de *réciprocité*) qui fonde l'existence du locuteur et de l'interlocuteur en un rapport de réciprocité, 4) un *principe de régulation* (il remplace celui de *contractualisation*) qui stabilise les données précédentes et distribue les rôles des partenaires.

Charaudeau (1997; 2005) divise les règles du contrat de communication en contraintes externes (règles situationnelles, psycho-sociales, extra-discursif) et contraintes internes (règles discursives). Les *contraintes situationnelles* peuvent être réparties en 4 catégories : 1) la *condition de finalité* veut que tout acte de communication soit ordonné en fonction d'un but, d'un objectif. Elle se définit à travers l'enjeu du sens de l'échange et doit permettre de répondre à la question « on est là pour quoi dire ? ». Cette question « problématise » donc l'influence de la communication qui peut se faire selon quatre *visées* pouvant se combiner entre elles : la visée *factitive* consiste à « faire faire » (amener l'autre à agir d'une certaine façon), la visée *informative* consiste à « faire savoir » (transmettre un savoir à celui qui n'est pas censé le posséder), la visée *persuasive* consiste à « faire croire » (amener l'autre à penser

que ce qui est dit est vrai), la visée *séductrice* consiste à « faire ressentir » (provoquer chez l'autre un état émotionnel agréable ou désagréable). 2) La *condition d'identité* correspond au fait que tout acte de communication dépend de la nature psychologique et sociale des partenaires de l'échange. Elle répond à la question : qui échange avec qui ? 3) La *condition de propos* veut que tout acte de communication se construise autour d'un domaine de savoir, une façon de découper le monde en un thème général (le « macro-thème » de la situation, son domaine général de savoir), 4) enfin, la *condition de dispositif* correspond à la construction de l'acte de communication en fonction des circonstances physiques dans lesquelles il se déroule (soit il peut s'agir d'un véritable « disposition scénique » comme dans les médias télévisuels ou alors elles interviennent de façon minimale, comme dans les conversations intimes). Les *contraintes discursives* dépendent des contraintes situationnelles puisqu'elles regroupent les comportements langagiers attendus lorsque les contraintes externes de la situation de communication sont repérées et reconnues. Elles permettent de répondre à la question « comment dire ? » en déterminant les formes verbales à employer et se répartissent sur trois espaces de comportements langagiers : 1) l'espace de *locution* dans lequel l'interlocuteur doit justifier sa prise de possession de la parole et s'imposer comme ayant le droit de communiquer, 2) l'espace de *relation* dans lequel les rapports d'alliance ou de force, d'inclusion ou exclusion sont établis avec l'interlocuteur, 3) l'espace de *thématisation* dans lequel les savoirs et les thèmes de l'échange sont organisés selon un mode d'organisation discursif particulier (descriptif, narratif, argumentatif) ou traités (prise de position d'acceptation, de rejet, de déplacement du thème).

Selon cet auteur, le contrat de communication est donc un concept central qui constitue l'ensemble des conditions dans lesquelles se réalise tout acte de communication (quelque soit sa forme : orale ou écrite, interlocutive ou monolocutive). L'existence d'un contrat permet à l'interprétant de comprendre un acte de communication avant même d'en avoir perçu les détails. D'un point de vue méthodologique, Charaudeau suggère que l'analyse de discours permet de définir le contrat de communication sous-jacent au discours analysé. Il faut « connaître le cadre de surdétermination situationnelle d'un échange langagier avant d'étudier les stratégies particulières menées par les participants » (1993, p. 115). Un acte de communication n'a donc pas de sens en dehors d'une situation de communication particulière, les caractéristiques de la situation doivent être décrites pour la comprendre.

S'agissant précisément de l'information journalistique, elle obéit à un « contrat de parole » caractérisé par : (1) un contrat « d'authenticité » : l'événement doit être rapporté tel qu'il s'est produit dans la réalité et cette activité d'information doit être objective, (2) un

contrat de « sérieux » qui oblige le journaliste à transmettre de l'information. Ces deux exigences conduisent l'information médiatique à être la plus crédible possible. Dans le même temps, elle doit attirer le plus grand possible de récepteurs. La finalité du contrat de communication médiatique est donc double, fondée sur une tension entre la visée de « faire savoir » (informer à proprement parler) et la visée de « captation » (« capter le plus grand nombre pour survivre à la concurrence et séduire pour éduquer », 1997; p. 72). La *visée d'information* met en œuvre deux types d'activités langagières : la description qui consiste à rapporter les faits du monde, et l'explication qui consiste à éclairer le destinataire de l'information sur les causes et conséquences des faits. Les médias d'information sont confrontés en permanence au problème de crédibilité, car ils tirent leur légitimité de « faire croire que ce qui est dit est vrai » (2005, p. 73). La *visée de captation* est orientée vers le partenaire de l'échange. L'instance médiatique doit procéder à une mise en scène subtile du discours d'information, en s'appuyant à la fois sur les ressorts émotionnels et sur les univers de croyance de la communauté réceptrice. Ainsi, « la finalité de faire savoir devrait tendre vers un degré zéro de mise en spectacle de l'information et satisfaire un principe de sérieux en produisant des effets de crédibilité ; la finalité de faire ressentir devrait tendre vers des choix stratégiques appropriés de mise en scène de l'information et satisfaire au principe d'émotion en produisant des effets de dramatisation » (Charaudeau, 2005, p. 74). Plus les médias tendent vers le pôle crédibilité, moins ils satisfont à la visée de captation, risquant alors de perdre leur public donc la possibilité de remplir leur rôle civique ; plus ils tendent vers le pôle captation, aux exigences dramatisantes, et moins ils satisfont à leur visée de crédibilité.

Cette idée d'un double contrat est également celle de Ghiglione. Pour lui, le contrat médiatique est composé d'un « contrat d'information » et d'un « contrat de spectacularisation » (1994b, p. 21). Les travaux de Ghiglione et de Charaudeau appréhendent les situations de communication médiatiques de façon contractuelle (sur le contrat de communication médiatique, cf. également Lochard & Boyer, 1998). Pour qu'un échange ait lieu, les auteurs insistent sur la nécessité qu'un contrat s'établisse.

6. Différents contrats médiatiques

Le contrat de communication, tel que développé par Ghiglione, a permis initialement de comprendre le fonctionnement de situations conversationnelles. Assez logiquement, les premières études sur les contrats dans les médias ont porté sur les « conversations médiatiques en face-à-face » (Croll, 1993, p. 125), dans lesquelles deux personnes conversent,

débatent, se confrontent. Ces échanges dialogiques ou interlocutifs (« dialogales » pour Lochard et Boyer, 1998), « se développent dans un cadre interactionnel qui permet normalement une *rétro-action immédiate* du participant [...] et suppose des rétro-actions successives » (Chabrol, 1988, p. 162). D'autres travaux s'intéressent à la relation entre média et public, situation « monologique » dans laquelle « le cadre situationnel pose une interaction médiée [...] sans rétro-action interlocutive » (Chabrol, 1988, p. 163). Selon Kapferer (1990), la notion de feedback constitue la principale différence entre communication directe de personne à personne et communication de masse. En face-à-face, le communicateur peut réagir immédiatement en modifiant son message afin de le rendre plus persuasif. En revanche, la communication qui transite par les médias est unidirectionnelle et le communicateur ne peut adapter son message aux réactions. Cependant, cette idée de communication de masse unidirectionnelle néglige l'importance du caractère différé de la validation ou non-validation des récepteurs (cf. chapitre 1). Si la réaction des récepteurs n'est pas immédiate, le communicateur peut tout de même recevoir un feed-back, par exemple par le biais de courriers de lecteurs, de la baisse de ventes d'un quotidien, etc. Ce type de situations médiatiques monologiques impliquent donc tout de même une interaction.

6. 1. Les situations dialogiques

Deux types de conversations médiatisées ont été particulièrement étudiés : les talk shows (Charaudeau & Ghiglione, 1997; Ghiglione & Charaudeau, 1999) et les débats politiques (Ghiglione, 1989).

Les conversations médiatiques de type talk show « ne sont pas des interactions conversationnelles comme les autres » (Croll, 1993, p. 125) puisqu'elles sont prises dans un champ socioprofessionnel aux fonctions sociales et commerciales d'information et de distraction. Charaudeau et Ghiglione (1997) détaillent les contrats de vérité et de spectacularisation des talk shows télévisuels comme des « stratégies destinées à produire des effets assurant sa crédibilité et permettant la captation du téléspectateur » (p. 69). Dans les talk-shows, la fonction distractive serait plus prégnante que la fonction informative, la « prédominance de la fonction distractive [réduisant] la portée informative et la charge critique du talk show » (Mininni, 1995, p. 124). Charaudeau et Ghiglione (1997) distinguent les talk shows à parole polémique ou à parole introspective et suggèrent que d'autres découpages sont possibles. Ainsi, les talk shows et les débats correspondent selon eux à des enjeux médiatiques différents.

Les débats médiatisés sont également des conversations particulières³⁸. Une étude de Ghiglione (1989) sur un débat entre Jacques Chirac et Laurent Fabius met en évidence que les univers référentiels mobilisés par les deux hommes sont sensiblement identiques, de même que leurs mises en scène discursives (autant de verbes statifs que de factifs ou déclaratifs). Les deux hommes présentent aussi des logiques discursives assez proches (connecteurs d'addition et d'opposition). L'analyse met cependant en évidence une rupture de contrat lorsque Fabius appelle Chirac à respecter son statut de Premier ministre de la France. Or, le débat avait lieu, comme Chirac le lui rappelle alors, entre deux chefs de partis politiques (PS et RPR). En négligeant la règle de réciprocité/altérité d'égalité des statuts sur laquelle le débat était basé, Fabius brise le contrat de communication. D'autres analyses de débats sont présentées dans l'ouvrage de Ghiglione (1989) : entre Jospin et des journalistes de presse, Chirac et des journalistes de presse ou Michel Rocard dans l'émission télévisée « l'Heure de vérité ». L'auteur y analyse les référents-noyaux des discours (les thèmes), leur mise en scène (types de verbes, de modes, modalisations d'intensité et de manière), la prise en charge du discours (modalisations d'affirmation et de doute, connecteurs...).

Le contrat de communication est donc à l'œuvre dans la communication dialogique, conversationnelle. Mais la notion de contrat « préside à tout acte de langage, que celui-ci s'inscrive dans une situation interlocutive ou monolocutive » (Charaudeau, 2004, p. 113).

6. 2. Les situations monologiques

Ghiglione le souligne dès 1984, il existe un « nombre extrêmement grand de situations sociales où le locuteur se conduit comme si le contrat était effectif sans qu'il n'y ait jamais de validation interlocutoire effective. Ainsi en est-il par exemples des organes de presses ou des discours politiques » (p. 188). Dans ces situations, l'interlocuteur³⁹ valide ou invalide le propos mais ne peut en faire directement part à l'émetteur du discours. La validation peut soit ne pas intervenir, soit intervenir de façon différée et indirecte (par exemple *via* la baisse des ventes d'un quotidien). Dans le cas de la presse, Ghiglione (1984) suppose que les journaux substituent aux validations interlocutoires des indices discursifs laissant entendre que le contrat existe. Ces indices permettraient au récepteur d'identifier les intentions du locuteur, les enjeux du discours et de reconnaître le contrat.

³⁸ Trognon et Larrue (1994) précisent que le discours politique retentit au-delà de l'échange entre protagonistes directs : le destinataire est en effet moins l'interviewer que l'opinion publique.

³⁹ Interlocuteur : individu plongé dans une situation d'interaction verbale. Par extension, celui qui réceptionne la parole (Salès-Wuillemin, 2005). Ici, nous utilisons 'interlocuteur' au sens de l'extension.

Plusieurs analyses confirment que les indices discursifs de la production journalistique varient selon les intentions et enjeux. Ainsi, Ghiglione, Landré, Bromberg et Molette (1998) analysent la « mise en mots » d'un événement sportif par le journal *L'équipe*. Les articles du journal *L'équipe* relataient les bonheurs et malheurs de l'équipe de France de football à l'Euro 96 sur trois périodes : avant, pendant et après la compétition. Le corpus se compose de 6433 phrases et 56 967 mots, soit une longueur moyenne des propositions de 8,70 mots, soit des propositions syntaxiques simples. Le style général des articles renvoie à une dynamique de l'action (emploi dominant de verbes factifs). Ces actions sont très caractérisées (emploi important des verbes statifs). *L'Equipe* met également en spectacle les événements et leur déroulement, en les dramatisant grâce à des modalisateurs d'intensité. On retrouve selon les auteurs un contrat de communication établi entre *l'Equipe* et ses lecteurs : un contrat d'information *via* une mise en scène factuelle et un discours technique objectif; un contrat de captation inscrit dans une dramatisation liée à l'événement lui-même, non à un énonciateur.

De Piccoli, Colombo, Mosso et Tartaglia (2004) mettent, eux, en évidence des distinctions entre articles de presses factuels et d'opinion. Leur étude se fonde sur l'idée que les productions de presse ou de télévision sont des types particuliers de discours (Van Dijk, 1988). Van Dijk (1988) s'intéresse également à l'expression des idéologies véhiculées par les opinions dans le discours. Il oppose les *croyances factuelles* (les faits) et les *croyances d'évaluation* (les opinions). De Piccoli et al. (2004) soumettent un corpus d'articles du quotidien *La Stampa* à une Analyse Propositionnelle du Discours (Ghiglione et al., 1985) et émettent l'hypothèse de structurations discursives différentes selon qu'un article traite de *faits* (compte-rendu d'un événement ou d'une initiative) ou *d'opinions* (commentaires ou analyses concernant un fait ou un événement). Les résultats de l'analyse sont intéressants sur deux points : (a) en prenant en compte tous les articles du corpus (indépendamment de la typologie faits/opinions), les chercheurs remarquent une prédominance des verbes factifs à l'indicatif présent. Ces indices révèlent grossièrement une structure discursive commune aux articles de presse, (b) ils notent ensuite que les verbes factifs sont plus présents dans les articles de *faits* tandis que les articles *opinions* se distinguent par une prédominance de verbes déclaratifs. Les articles *opinions* se caractérisent également par une importance du subjonctif et du conditionnel, et plus de présent, tandis que les articles *faits* se distinguent par un temps largement au passé. Les auteurs montrent également, *via* une analyse de variance que la structure du discours varie en fonction de la typologie faits/opinions. Les auteurs concluent que deux contrats différents sous-tendent ces articles.

En conclusion, les discours médiatiques monologiques sont marqués d'indices discursifs relatifs aux intentions des locuteurs et d'indices discursifs typiques dépendant du *genre journalistique* auquel ils se rattachent. Les analyses de discours permettent de repérer des structurations discursives différentes qui indiquent l'existence de contrats différents. Dans le chapitre 4, nous reviendrons sur le lien entre les notions de genre et de contrat et nous aborderons la mise en évidence expérimentale du contrat de communication de la presse écrite. L'étude de De Piccoli et al. (2004) pose par ailleurs la question de l'enchâssement de contrats spécifiques (par exemple entre les faits et opinions) dans des contrats généraux (par exemple le contrat général d'information médiatique).

7. L'enchâssement de contrats

Les différences établies entre les articles « faits » et « opinions » amènent à s'interroger sur l'existence de « sous-contrats » à des contrats plus généraux. Dans l'étude précédente (De Piccoli et al, 2004), les auteurs partent de considérations générales sur les médias, s'intéressent ensuite au média écrit puis distinguent deux genres différents d'articles de presse écrite. D'autres recherches mettent en évidence des caractéristiques médiatiques générales, par exemple les liens temporels entre événements sont très nombreux dans les comptes-rendus médiatiques (Vandenbergen, 1985). Au sein de la catégorie « médias généraux », les auteurs distinguent les journaux dits « sérieux » *versus* tabloïds en Grande-Bretagne (Simon-Vandenbergen, 1986) ou la presse « bourgeoise » *versus* « populaire » en France (Chabrol, 1988).

Rappelons que, pour Charaudeau (*e.g.* 2005), tout acte de communication est ordonnancé en fonction d'un but (contrainte de finalité) ce qui pose la question de l'influence selon les quatre visées : *factitive*, *informative*, *persuasive* et *séductrice*. Dans un contrat médiatique d'information, la visée principale, informative, se combine avec une visée séductrice (Lochard & Boyer, 1998). Selon Charaudeau et Ghiglione (1997), les médias d'information se donnent à la fois un rôle de témoin de ce qui peut être vu et entendu dans l'espace public et un rôle de médiateur. Les mises en scène consistent à : 1 / rapporter ce qui est dit (rapporteur de paroles *via* une activité discursive de production de citations), 2 / reconstituer ce qui s'est passé pour les acteurs de la vie sociale (témoin des événements du monde *via* une activité discursive de récit), 3/ analyser ce qui s'est dit et s'est passé pour apporter une explication (rôle de commentateur des faits *via* une activité discursive d'argumentation), 4/ faire surgir des opinions en confrontant des points de vue contradictoires

(rôle de provocateur de parole *via* une activité discursive de production de questionnement). Le mode d'organisation discursif peut donc relever du descriptif⁴⁰, du narratif⁴¹ ou de l'argumentatif. Selon Charaudeau (1992), les comptes-rendus, reportages ou faits divers seraient plutôt des textes à tendance descriptive et narrative, alors que la tendance argumentative dominerait dans les commentaires et analyses. Dans les talk shows, la visée séductrice serait plus importante que la visée informative. Dans le contrat de communication publicitaire, la visée *factitive* (déclencher l'acte d'achat) s'appuierait sur les ressorts de la visée *séductrice* et de la visée *persuasive*. Ce sont donc les différents équilibres entre visées qui instituent des contrats différents.

Pour appréhender l'idée d'enchâssement de contrats, Charaudeau (2004) propose de distinguer 3 niveaux : (1) un contrat global de communication qui détermine les conditions générales de l'échange en fonction de la finalité, de l'identité des partenaires et du propos, (2) un contrat particulier de communication qui spécifie les conditions spécifiques de l'échange (ex : le contrat du discours électoraliste comme sous-ensemble du contrat global politique), (3) enfin, des variantes des contrats particuliers en fonction de spécificités dues aux circonstances matérielles (ex : le meeting politique et les tracts relèvent tous deux de la situation de contrat électoral).

Selon Charaudeau, de ce point de vue, la notion de contrat renverrait à celle de *genre de discours* dans la mesure où l'ensemble de contraintes apporté par le contrat définit le genre de discours. Cet auteur distingue des genres et des sous-genres situationnels, et à l'intérieur de ceux-ci, des variantes de genres de discours (Charaudeau & Maingueneau, 2002). Pour Charaudeau, la description des genres ou contrats médiatiques pose plusieurs questions : d'abord la question de la frontière entre les genres, ensuite de la relation entre le genre et le support médiatique (« l'interview » est-elle mise en scène de façon identique par le support écrit, radio, télé ?) et enfin la question issue du phénomène d'enchâssement des genres les uns dans les autres, du plus englobant au plus particulier. Par exemple, le genre *média d'information* engloberait les différents supports (radio, presse, télé...). A l'intérieur de chaque support, se trouveraient des genres d'écriture eux-mêmes composés de sous-genres, par exemple en fonction des spécificités des différents genres médiatiques (éditorial, reportage, interviews etc.). « Tout texte singulier dépend alors d'une série enchâssée de

⁴⁰ Le descriptif est un mode d'organisation qui se compose de trois types de composantes : nommer, localiser-situer, qualifier.

⁴¹ Le narratif organise le monde de façon successive et continue, dans une logique dont la cohérence est marquée par sa propre clôture (début/fin).

genres » (Charaudeau, 1984, p. 19). Chabrol (1988) étend cette notion de genre en la faisant coïncider avec les rubriques traitées dans les médias. Il distingue le genre politique des genres économique et sportif (selon les rubriques). Cet auteur remarque également qu'une même rubrique diffère selon le support (ex pour la presse écrite : *Libération*, *Le Monde*...), ou du moins leurs « dominantes ». L'évolution perpétuelle des formes de communication médiatique rend difficile la saisie des genres (Croll, 1993)

Ghiglione (1984) propose une distinction entre les contrats en construction et ceux déjà en place, connus des récepteurs/interlocuteurs, et qui génèrent des attentes précises. Postuler l'existence de contrats « qui s'élaborent au cours d'une interlocution, donc en construction permanente » induit en effet l'existence de « contrats pré-fixés, donnés d'avance » (Burguet, 1999, p. 67). Les contrats médiatiques relèvent de cette deuxième catégorie, pour peu que les supports médiatiques soient connus des récepteurs. Parmi eux, le contrat de lectorat, c'est-à-dire un contrat passé entre le journal et son lecteur, a été au centre des travaux de Burguet (Burguet, 1997, 1999, 2000, 2003). Cet auteur propose une hiérarchisation des contrats en fonction du support, du plus générique au plus spécifique (1999, cf. figure 5). Le contrat médiatique général (ici informatif, ses études ne portent pas sur les médias de divertissement) se divise en contrats télévisuel, radiophonique et journalistique. Chacun se scinde en fonction du support : pour le contrat journalistique, des contrats fonction de l'organe de presse : *Le Monde*, *Libération*, etc. Les propositions de sous-contrats en fonction de la visée discursive et/ou de la rubrique journalistique (proposés par Charaudeau et Chabrol) sont compatibles avec cette hiérarchisation. Selon Burguet (1999), chaque journal peut en effet être subdivisé en rubriques différentes (politique intérieure, sport, activité scientifique...), qui peuvent être traitées sous forme de discours différents (narratif, expositif, argumentatif...).

Indépendamment de la question de l'enchâssement du contrat de lectorat, cette théorie accorde un aspect central aux liens entre le contrat et les notions de genre textuel et de schémas. Les principes généraux du contrat de lectorat sont détaillés dans le point suivant.

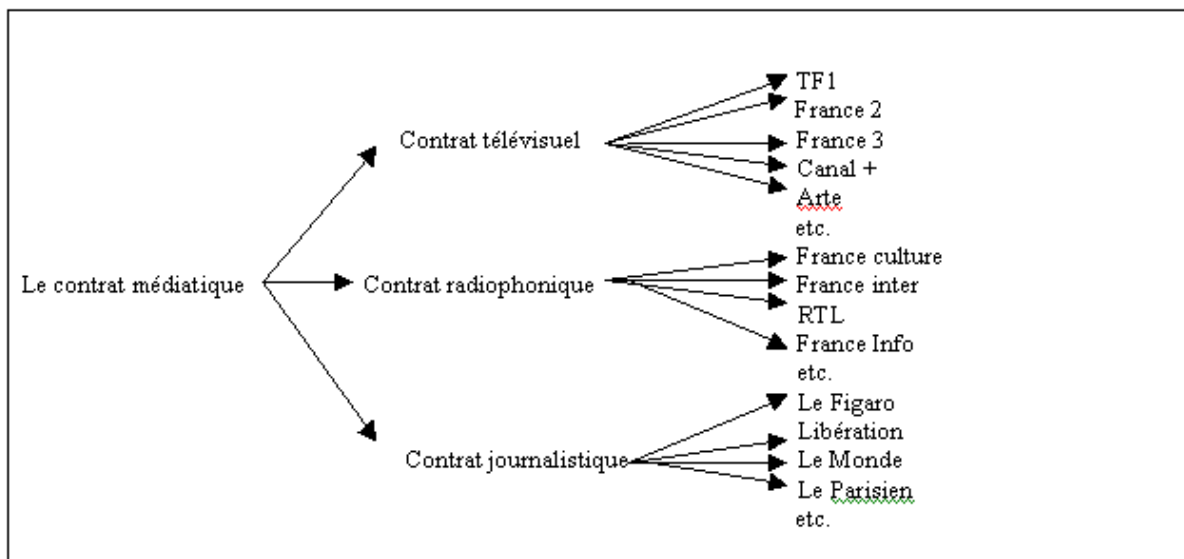


Figure 5 : Enchâssement du contrat médiatique et sous-contrats (Burguet, 1999, p. 71)

8. Le contrat de lectorat

La théorie du contrat de lectorat a été développée comme une extension du contrat de communication (Burguet, 1999 ; Ghiglione, 1998b). Cette théorie doit être comprise en lien étroit avec les notions théoriques de « genre textuel » et de « schéma ».

Déjà évoquée par Charaudeau, la notion de contrat est étroitement liée à celle de « genre » ou de « types »⁴². Les « genres de discours » sont des « types relativement stables d'énoncés » élaborés par « chaque sphère d'utilisation de la langue » (Bakhtine, 1984, p. 287). La notion de genre textuel, qui a été très étudiée, implique, par exemple, que les caractéristiques d'un discours sont déterminées par son genre d'appartenance : roman policier, poème...(Sur le genre littéraire, cf. Genette & Todorov, 1986; Rastier, 2001). Ces caractéristiques typiques peuvent concerner le thème abordé dans le texte ou le style d'écriture. Ainsi, dans un roman policier, l'auteur raconte les (més)aventures d'un policier, et les phrases ne sont généralement pas constituées de nombreuses subordonnées. Certains auteurs mettent en évidence que « les variations morpho-syntaxiques selon les genres sont notables » (Malrieu & Rastier, 2001, p. 553). Par exemple, les textes littéraires contiennent

⁴² Certains auteurs emploient indifféremment les termes de *genres* et *types* de discours. Ce sera notre cas. Cependant, d'autres les distinguent. Selon Maingueneau (2007), les types de discours sont associés à des secteurs plus vastes de l'activité sociale. Ainsi, le talk-show est un *genre de discours* à l'intérieur d'un *type de discours* télévisuel, lui-même inclus dans un ensemble plus vaste : le *type de discours* médiatique, où figure en parallèle le type de discours radiophonique et celui de la presse écrite.

significativement moins de passifs que les autres ; la position de l'adjectif, la nature des déterminants, des pronoms et des temps, l'usage du nombre varient aussi notablement. Dans le domaine technique, les variations sont importantes entre un manuel et une brochure commerciale. Les manuels comptent de nombreux acronymes, impératifs. Les brochures contiennent des phrases longues, de nombreux pronoms, etc. Selon Malrieu et Rastier (2001), l'étude des caractéristiques de genre revient à une étude des normes linguistiques.

« Dire que le genre de discours est un contrat, c'est [...] souligner qu'il est [...] réglé par des normes ». (Burguet & Girard, 2004, p. 247). Selon le psycholinguistique Brewer (1980), les régularités stylistiques existent en fonction des genres textuels. Le temps et la fréquence d'exposition aux genres de textes les rendant conventionnelles, on peut alors parler de normes de discours. Par exemple, dans le cas de la presse écrite, un journaliste se doit d'assumer le contrat impliqué par le genre de discours qu'il écrit. Pour relater un fait divers, il doit choisir un thème véridique relevant de cette catégorie. S'il fait du journalisme d'information, il devra donner des informations et s'astreindre à un style informatif. Si c'est un article à visée plus divertissante, les informations et le style d'écriture correspondront à ce genre.

Dans la théorie du contrat de lectorat, l'idée sous-jacente est qu'une personne régulièrement impliquée dans une situation de réception médiatique intériorise les régularités textuelles du genre auquel il est exposé. Autrement dit, à la fois familier et normatif, le contrat de lectorat impliquerait une sorte de schème langagier acquis par intériorisation des régularités textuelles des discours connus (Georget & Chabrol, 2000). Selon Georget et Chabrol (2000, p. 22), la théorie du contrat ajoute une « dimension situationnelle et normative [...] au concept psycholinguistique de schéma de texte⁴³, jusqu'alors défini par les connaissances en mémoire sur la forme et l'organisation des textes » (cf. encadré 5).

⁴³ Les schémas de texte sont des « structures générales de connaissances qui résument les conventions et les principes observés par une culture donnée dans la construction de types de textes spécifiques » (Kintsch, Mandel, & Kozminsky, 1977).

Encadré 5 : Les modèles cognitifs de la compréhension de textes

La compréhension de matériel textuel passe par la construction d'une représentation mentale cohérente (un modèle) pour les participants. Selon les théories psycholinguistiques de traitement des discours (Kintsch, 1994), trois niveaux de représentations mentales sont communément acceptés : 1 / la *représentation de surface* correspond au choix de mots particuliers et à la structure syntaxique du texte, 2/ la *base de texte* correspond aux propositions du texte stockées sous forme abstraite, 3/ le *modèle de situation* correspond à l'interprétation du texte faite par le lecteur. Dans le cas des deux derniers niveaux, les informations ne sont pas uniquement contenues dans les représentations mentales fondées sur le texte lui-même, mais résultent aussi des inférences faites par les lecteurs et de leurs connaissances préalables sur les thèmes du texte.

Une question récurrente des psycholinguistes à propos du traitement du discours (Coirier, Gaonac'h, & Passerault, 1996) est de savoir si l'information est décodée selon un principe « bottom-up », i.e. un traitement partant du texte dans lequel le lecteur construit progressivement le sens discursif de micro-propositions en macro-propositions (Kintsch & Van Dijk, 1978), ou selon un principe « top-down », i.e. un traitement basé sur la globalité du texte permettant d'inférer de la signification plus localement, ce qui « revient à dire que la compréhension est pensée comme un processus de reconnaissance grâce auquel les propositions textuelles s'intègrent aux structures de connaissances pré-existantes en mémoire » (Burguet & Girard, 2004, p. 240).

Les théories fondées sur l'intervention des connaissances ont développé la notion de schéma (Bartlett, 1932; Rumelhart, 1980) ou de script (Schank & Abelson, 1977) et ont connu un succès important. Elles postulent que tout récit peut être défini à partir d'une structure canonique type, fondée sur la notion de régularité. Tout lecteur serait ainsi capable de la reconnaître pour lire et comprendre. Abelson adapte notamment la notion de script au texte (la notion de script était initialement plus utilisée pour décrire des événements sociaux) en la définissant comme suit : le sujet « possède des représentations conceptualisées de séquences d'événements stéréotypées et ces scripts sont activés quand le sujet s'attend à certains événements au sein de la séquence dans le texte » (1981, p. 715)¹.

Schank et Abelson (1977) s'intéressent à la cohérence causale comme caractéristique de la représentation cognitive de ce qui est dit dans le discours. Ils constatent que si les détails présentés dans un texte sont déviants par rapport au script, ils font l'objet d'une attention plus importante. Les grammairiens du récit insistent davantage sur la typicalité des agencements causaux (Mandler & Johnson, 1977; Thorndyke, 1977). Aujourd'hui, les auteurs considèrent les opérations de traitements comme étant basées sur la structure textuelle mais aussi sur des inférences à partir de schémas (des traitements en parallèle, selon Frederiksen & Donin, 1991). Des aller-retours s'opéreraient entre les caractéristiques de textes guidant la lecture (data-driven) et les schémas conditionnant les attentes (concept-driven). Selon Fayol (1985b), même si un schéma sous-jacent dirige en partie le traitement des récits (concept-driven), il apparaît indispensable de rechercher les marques qui, dans la surface textuelle, permettent la segmentation des catégories et les mises en relation (data-driven). La compréhension des récits s'effectue selon un mode interactif dans lequel les attentes, issues du schéma (après une tentative, le lecteur-auditeur s'attend à un résultat), se combinent avec les marques de surface pour guider le processus de compréhension (Fayol, 1985).

L'intériorisation permettrait au récepteur de reconnaître le genre auquel il est confronté. En situation de réception, le lecteur de presse aurait certaines attentes en terme de style relatif au genre discursif. Ici, le matériel textuel est en interaction avec les contraintes cognitives des lecteurs, i.e. les attentes intériorisées par apprentissage implicite des normes de discours. Les caractéristiques discursives permettent au récepteur de déterminer le genre journalistique auquel il a affaire.

En conséquence, la confirmation d'un « schéma journalistique » (Burguet, 1999, p. 68) devrait permettre « d'optimiser les traitements langagiers par la mise en place de routines » (Georget & Chabrol, 2000, p. 22). La théorie du contrat de lectorat permet de supposer que l'existence d'un schéma journalistique en mémoire permet une bonne compréhension du texte⁴⁴. Le respect des normes contractuelles attendues devrait permettre une automatisation des traitements, donc une facilitation en rappel tandis que leur transgression aboutira à un « échec » en réception (Burguet & Girard, 2004). Les recherches empiriques élaborées dans ce cadre de recherche montrent que la modification de textes journalistiques originaux et/ou typiques (i.e. la perturbation des attentes des lecteurs) affecte la réception des messages. Ces recherches seront détaillées dans le chapitre IV.

9. Conclusion du chapitre III

En opposition au modèle linéaire qui sous-tend les études sur les effets de la publicité pré-procès, des conceptions plus circulaires, plus relationnelles de la communication, permettent de mieux comprendre les mécanismes de production de messages à l'œuvre dans la communication médiatique.

Parmi ces conceptions plus circulaires, la théorie du contrat de communication et la théorie du contrat de communication médiatique mettent l'accent sur les caractéristiques contractuelles des conversations (i.e. communications dialogiques) mais aussi des transmissions médiatiques (i.e. communications en apparence monologiques). Ces théories contractuelles considèrent l'acte de communication comme un échange entre une instance

⁴⁴ Dans les courants de recherche sur le genre littéraire, le rôle des genres dans la réception est connu. Selon Stempel (1986), « d'après l'opinion générale, le genre historique est à considérer comme un ensemble de normes (de règles du jeu) qui renseignent le lecteur sur la façon dont il devra comprendre son texte. En d'autres termes, le genre est une instance qui assure la compréhensibilité du texte du point de vue de sa composition et de son contenu » (p. 170).

d'énonciation et une instance de réception entre lesquelles une relation d'intentionnalité s'instaure.

Charaudeau a particulièrement détaillé les fondements du contrat de communication médiatique du point de vue de la production. Selon cet auteur, ce sont les différents équilibres entre visées (visée factitive, informative, persuasive et séductrice) qui instituent des contrats médiatiques différents. Un contrat médiatique d'information se caractérise par exemple par un équilibre entre une visée d'information (authenticité et sérieux) et une visée de captation (séductrice). Par contre, un contrat de divertissement privilégiera une visée séductrice. La notion d'enchâssement de contrats permet d'expliquer que des productions, toutes médiatiques, puissent relever de contrats différents en fonction de visées différentes. Par exemple, un article informatif « d'opinion » sera plus explicitement persuasif (et fournira des indices discursifs qui indiquent cette visée). A l'inverse, un article informatif « factuel » s'astreindra à un discours plus neutre (et fournira des indices discursifs qui indiquent cette visée). Le contrat d'information médiatique peut donc se scinder en plusieurs contrats, en fonction des canaux et/ou en fonction des supports (par exemple, pour le canal journalistique, les supports *Le Monde*, *Libération*, etc.) ou encore en fonction des rubriques thématiques (politique, économique, judiciaire, etc.).

En terme de production, Charaudeau (1997) suggère que les règles discursives d'un message médiatique sont conditionnées par des règles extra-discursives. Les travaux initiés par le GRP montrent également que communiquer implique de produire des indices en fonction de règles extra-discursives : l'attitude du locuteur et/ou l'enjeu de la communication. Si ces travaux permettent de montrer que les intentions des locuteurs ou les enjeux sont « marqués » dans le discours, elles ne permettent pas de savoir quels seront les effets de ces « marques » sur la réception des messages. Le chapitre IV abordera la question des effets d'indices stylistiques sur le traitement des messages et d'autres variables.

Par ailleurs, Charaudeau précise que l'analyse descriptive des indices discursifs présents dans un message permet de définir le contrat de communication sous-jacent au message. De ce point de vue, la théorie du contrat renvoie à une théorie des genres de discours. En conséquence, identifier (par exemple) un contrat d'un article informatif à thème judiciaire passerait par la description des indices stylistiques typiques des articles informatifs à thème judiciaire. Cette idée implique qu'un journaliste relatant une affaire laisserait dans son discours informatif les indices stylistiques nécessaires à l'identification du contrat sous-jacent.

En terme de réception, la théorie du contrat de communication médiatique implique deux choses. Premièrement, le fait d'avoir connaissance d'un contrat de communication médiatique permet à l'interprétant d'envisager un acte de communication avant même d'en avoir perçu les détails. Deuxièmement, les indices discursifs présents dans le message, parce qu'ils relèvent du contrat en place, permettent au récepteur, lors de la lecture, d'identifier formellement le contrat auquel il s'attendait. Or, les récepteurs sont-ils vraiment en mesure d'identifier les indices stylistiques comme relatif au contrat médiatique ? Et quels peuvent être les effets de l'identification du contrat sur le traitement des messages médiatiques ? La théorie du contrat de lectorat apporte des premiers éléments de réponse à ces questions en approfondissant la théorie du contrat de communication médiatique. Cette théorie précise les processus à l'œuvre dans l'identification du contrat par les récepteurs en s'intéressant davantage à la réception des messages. Elle développe notamment la notion d'attentes des lecteurs. Selon cette théorie, les caractéristiques discursives des messages, à force de régularités, « deviennent » des normes discursives liées au genre de texte. Parallèlement, l'exposition au genre textuel conduit au développement d'attentes de la part des lecteurs en terme de caractéristiques stylistiques. Ces attentes dépendent d'un schéma normatif en mémoire. Autrement dit, exposés aux médias, les récepteurs acquièrent une connaissance des caractéristiques typiques des discours médiatiques et cette connaissance induit certaines attentes en matière de discours. La théorie du contrat de lectorat implique donc qu'en situation de réception, l'adéquation des caractéristiques de discours au schéma disponible en mémoire devrait permettre au lecteur de reconnaître le genre textuel auquel il est confronté, facilitant ainsi sa mémorisation du texte et sa compréhension. Des études empiriques élaborées dans le cadre théorique du contrat de lectorat mettent à l'épreuve cette hypothèse d'un effet d'attentes des lecteurs sur le traitement de messages médiatiques. Elles seront détaillées dans le chapitre IV.

En conclusion, plusieurs éléments mis en évidence dans ce chapitre fournissent des éléments susceptibles de compléter les recherches sur la *publicité pré-procès*. Premièrement, au-delà des référents du discours, on constate que les messages, notamment médiatiques, portent les traces des intentions des locuteurs et des enjeux de la situation communicative. Autrement dit, les discours portent les marques d'un « sens implicite » *via* certains indices stylistiques (indépendamment du thème). Deuxièmement, le fait que le discours d'information médiatique soit normatif permet de parler d'un *genre informatif* produit par les professionnels. Enfin, le fait de s'exposer à un genre discursif typique peut entraîner la formation de certaines attentes en termes de style discursif médiatique.

Ces éléments permettent d'envisager la *publicité pré-procès* en prenant davantage en compte, d'une part les indices de style du discours (et non plus seulement les informations), et d'autre part les attentes que les récepteurs peuvent avoir vis-à-vis des médias relatant des affaires judiciaires. Ceci étant, les travaux exposés dans le présent chapitre ont trait à la production des messages médiatiques et ne permettent pas de trancher sur les conséquences, en réception, des choix discursifs. Le chapitre IV va précisément nous permettre d'aborder cette question plus directement liée aux questionnements des effets de la *publicité pré-procès*. Deux types d'études vont être présentés. Premièrement, des études qui supposent un effet direct du style sur la réception des messages. Elles permettront de montrer les effets du style discursif sur plusieurs variables : le traitement des messages, l'évaluation des messages et les jugements. Deuxièmement, des études qui envisagent l'impact des normes discursives et l'impact des attentes des récepteurs en matière de discours, comme susceptibles de médiatiser les effets du style. Parmi ce deuxième type d'études, les recherches empiriques relevant de la théorie du contrat de lectorat seront détaillées.

CHAPITRE IV - LES EFFETS DU STYLE

Si la mise en forme stylistique de l'information intervient dans la production médiatique (i.e. dans la construction médiatique de la réalité), elle est aussi susceptible d'en affecter la réception (Van Dijk, 1988). Comme il a été expliqué dans l'encadré 4 (chapitre III), certains auteurs considèrent que seuls les référents confèrent du sens à un texte et que les éléments grammaticaux n'ont pas de sens. D'autres considèrent la syntaxe comme nécessaire à la compréhension des discours. Erickson et al (1978), suggèrent plutôt l'existence d'un sens explicite fourni par les référents et d'un sens implicite fourni par la syntaxe. Si les indices grammaticaux et/ou structures grammaticales n'ont pas de sens explicite « en soi » (i.e. hors contexte textuel), elles peuvent donc avoir un sens implicite pour les récepteurs lorsqu'elles sont en contexte textuel et participer alors à la construction du sens.

Dans ce chapitre, la question de l'opposition entre sémantique et syntaxique, entre fond et forme sera récurrente. Par ailleurs, les études sur les caractéristiques formelles sont hétéroclites et reflètent la diversité de définitions des « éléments formels » ou de « style ». Selon Scherer (1979, p. 168), « personne ne semble savoir ce qu'est réellement le 'style' »^m. Comme expliqué précédemment, les chercheurs travaillant sur le style s'intéressent principalement aux éléments non-sémantiques du langage (i.e. qui ne sont pas des référents).

Deux types d'études sont distingués. Premièrement, les études qui examinent les effets directs des caractéristiques stylistiques sur différentes variables en réception. Deuxièmement, des études qui se fondent sur l'hypothèse qu'il existerait des normes discursives. Ces études étayent l'hypothèse d'effets du style médiatisés par l'identification du style par les récepteurs et la satisfaction de leurs attentes en matière de discours.

1. Les effets directs du style

Dans les études qui vont être présentées ici, les chercheurs s'intéressent à des variables de style variées. Dans le cas de messages écrits, les chercheurs s'intéressent par exemple aux indices syntaxiques ou morphologiques, aux catégories indépendamment de leur sens (verbes,

adverbes, noms, pronoms). Dans le cas de messages oraux, c'est l'intonation du locuteur ou la vitesse de son discours qui sont étudiés⁴⁵. Considérant la multiplicité d'éléments stylistiques (syntaxiques ou morphologiques) étudiés dans les recherches, les recherches ont été distinguées en fonction des effets. Dans ce premier point, les recherches sont donc présentées en fonction des variables dépendantes. Nous détaillerons tout d'abord les effets du style sur le traitement des messages (mémorisation, compréhension), puis ses effets sur les attributions, sur les évaluations de qualité du message et, enfin, sur la construction des jugements.

1. 1. Les effets sur la mémorisation et la compréhension

Les travaux présentés ici se situent dans une perspective psycholinguistique et cognitive. Ils portent sur la mise en correspondance entre les marques de surface observables et les opérations et/ou catégories sous-jacentes (Fayol, 1985), préoccupation qui découle des problématiques de la grammaire générative (Chomsky, 1969, 1971). L'idée principale est que le traitement d'une phrase se fait à un niveau sémantique mais également au niveau plus profond des relations sous-jacentes fonctionnelles impliquant un traitement hiérarchique des catégories d'informations : le sujet de la phrase, l'objet, le verbe, le prédicat de la phrase (Clark & Begun, 1968).

Plusieurs études mettent en évidence l'importance du verbe dans les traitements. Healy et Miller (1970) montrent que des participants ont tendance à davantage regrouper des phrases contenant le même verbe que des phrases contenant le même sujet. Dans le traitement du sens, le verbe serait donc plus important que le sujet. Dans une seconde étude, les sujets trouvent plus facile de localiser un verbe manquant qu'un nom manquant et évaluent les phrases sans verbes moins acceptables que les phrases sans noms. Par contre, toutes les phrases sont évaluées aussi compréhensibles les unes que les autres. Selon les auteurs, l'importance du verbe détermine donc l'intégrité grammaticale de la phrase et son niveau d'acceptabilité pour les lecteurs (Healy & Miller, 1971).

D'autres recherches montrent les effets de différents indices de style. Les phrases qui contiennent des pronoms relatifs sont mieux comprises que celles ne contenant pas de pronoms relatifs, à l'oral et à l'écrit (Fodor & Garrett, 1967). Les « connecteurs logiques »

⁴⁵ Notons que selon Gombert et al. (2000, p. 129), « la conscience syntaxique joue un rôle plus important à l'écrit qu'à l'oral en raison de l'absence de contexte extra-linguistique (communication non-verbale, intonation etc...) qui oblige le lecteur à un traitement plus exhaustif des informations strictement linguistiques (lexique et syntaxe) ».

fournissent au lecteur des « instructions concernant la façon de traiter les énoncés » (Ziti, 1995, p. 221). Selon Ziti (1995), leur interprétation permet d'extraire le sens de l'énoncé et de se conformer aux intentions de l'auteur. Une première étude de Ziti & Champagnol (1992) montre que la durée de traitement d'une proposition varie selon le type de connecteurs. Les connecteurs causaux (parce que, puisque...) favorise un traitement immédiat du contenu sémantique de la proposition et le maintien de l'information propositionnelle sous sa forme profonde, abstraite (sémantique). Les connecteurs adversatifs ou concessifs (bien que, quoique...) interrompent le traitement spontané de la cause (puisque la cause logique « attendue » ne survient pas : « *Bien qu'une roue lui manque, il réussit à reprendre le contrôle de l'appareil* ») et entraîne le maintien en mémoire de la forme de surface de la proposition traitée. Le sujet ne pouvant anticiper l'information à venir, il retient à la fois l'information et l'ordre des mots en attendant davantage d'informations. Le traitement de connecteurs adversatifs est donc plus coûteux et plus long que le traitement de connecteurs causaux. Ces recherches sur les connecteurs posent de nouveau la question de la distinction entre style et sens. Soulignant la confusion de définitions dans ces études et considérant que les connecteurs modifient selon eux, le sens du texte, Louwerse et Mitchell (2003) proposent que les marqueurs soient considérés comme sémantiques (cf. encadré 4 pour une discussion sur ce thème). Rey (1997) considère les verbes, pronoms et adjectifs comme des unités lexicales, les conjonctions et adverbes comme des liens syntaxiques. Le fait que ce soient les catégories qui soient manipulées (lexicales ou grammaticales) impliquerait que les manipulations ne portent pas sur le sens. Ceci étant, au sein de la catégorie, les connecteurs manipulés peuvent entraîner une modification du sens. La distinction est ici d'autant plus difficile à faire.

Le positionnement des indices a également des effets en terme de traitement d'informations. Le traitement est notamment déterminé par le connecteur identifié au départ, c'est à dire en tête de la proposition initiale (Ziti, 1995). L'identification précoce d'un connecteur concessif augmente la durée de traitement de la proposition initiale (expérience 1) tandis qu'un connecteur causal diminue la durée de traitement (expérience 2). La position en début de proposition initiale des deux types de connecteurs entraîne des jugements de sens plus courts (évaluation de phrases plus ou moins proches en terme de signification de la phrase stimulus). Les catégories syntaxiques permettent également d'organiser les informations dans leurs rôles respectifs de sujet, objet, pronom ou antécédent. Exemple : (P1) « les oiseaux infestent le jardin » (P2) « le jardin est infesté d'oiseaux ». Le jardin, sujet de P2, apparaît plus affecté par la situation qu'en position d'objet (P1). La position par rapport au verbe peut donc mettre plus ou moins en « valeur ». Le positionnement syntaxique

peut également avoir un effet : (P3) « son patron critique est exigeant » (*exigeant* est inséré dans le prédicat) met davantage en exergue l'exigence que (P4) « son patron exigeant est critique » (*exigeant* est en position pronominale). Le positionnement a des effets sur la mémorisation de phrases (accessibilité en mémoire à court-terme et à long-terme) puisqu'une bonne disponibilité de la structure de surface facilite la reconnaissance d'un mot tiré du texte (McKoon & Ratcliff, 1980). Conservées en mémoire, les catégories interagissent avec le sens du discours (McKoon, Ratcliff, Ward, & Sproat, 1993). Ces résultats vont dans le sens du rôle de la syntaxe comme moyen de guider le traitement de discours. D'autres recherches montrent les effets positifs des phrases affirmatives (*vs* négatives) sur l'organisation des informations en mémoire (Kaup, 2001; Kaup & Zwaan, 2003) ou le fait que les phrases passives mettent davantage l'accent sur l'objet de la phrase tandis que les phrases actives insistent sur l'actant (Johnson-Laird, 1968). Nous reviendrons sur les effets des phrases actives *versus* passives. Enfin, il existerait un phénomène d'habituation aux structures syntaxiques, comme au vocabulaire (Luka & Barsalou, 2005). Les participants jugent grammaticalement plus correctes des phrases qui partagent une structure syntaxique qu'ils connaissent, c'est à dire identique à celle de phrases lues précédemment. « La familiarisation à une structure syntaxique conduit à accepter davantage des structures syntaxiques similaires » (Luka & Barsalou, p. 455).

En conclusion, les études élaborées dans le domaine de la psycholinguistique mettent bien en évidence les effets d'indices grammaticaux et de leur positionnement. Ceci étant, les psycholinguistes ont mis entre parenthèses la question du locuteur et de l'auditeur, de leurs caractéristiques (attitudes, intérêts, motivations) et de l'interaction de ces caractéristiques. Ne se préoccupant que de l'encodage et du décodage, les auteurs travaillent uniquement sur les phrases. L'objet d'étude est donc finalement éloigné du langage réel (Rimé, 1998).

1. 2. Les effets sur l'évaluation des messages

Qu'en est-il des effets de style sur la perception de qualité du message ? Dans ce champ de recherche, les études prolongent les travaux sur la persuasion de l'école de Yale qui s'intéressaient principalement aux effets des caractéristiques de la source et du récepteur (Hovland et al., 1953). Dans ces expérimentations, « le contenu du discours est [...] maintenu constant tandis que les caractéristiques de style et sa rhétorique sont manipulées » (Krauss & Chiu, 1997, p. 54). Les résultats de ces études (principalement faites sur des discours oraux) montrent, par exemple, que la vitesse d'élocution favorise l'attribution de compétence et de

bienveillance à l'émetteur (cf. Mange, 2004). Les communicants sont également jugés plus crédibles si leur message est diversifié au niveau lexical et au niveau syntaxique, c'est à dire plus riche en adjectifs, adverbes, types de noms et types de verbes, différents temps des verbes et différents connecteurs (Bradac, Davies, Courtright, Desmond, & Murdock, 1977). Les communicants sont également jugés plus crédibles si leur message est de type *powerful*. Le style *powerless*⁴⁶ se caractérise par l'usage d'intensifs (très, sûrement...), d'hésitations (vous savez, et bien...), d'intonations questionnantes, des formules d'atténuation (sorte de, je suppose...), de formes de politesse (s'il vous plait), alors que le style *powerful* évite ces traits (Erickson et al., 1978; Hosman & Wright, 1987; Lind & O'Barr, 1979; Warfel, 1984; Wright & Hosman, 1983).

Quelques résultats posent la question du traitement des indices (S. M. Smith & Shaffer, 1995). Par exemple, l'effet de la vitesse du discours sur la crédibilité/expertise et la clarté apparaît davantage chez les participants très impliqués par le thème du discours (*vs* peu impliqués). La vitesse discursive module également l'effet de la force des arguments du discours persuasif. Les participants exposés à un message « vitesse normale » sont davantage en accord avec le message contenant des arguments convaincants (*vs* peu convaincants). Par contre, les personnes exposées à des messages « vitesse rapide » sont convaincues, quelque soit le type d'arguments du message (convaincants ou peu convaincants). Ce résultat est cohérent avec une hypothèse formulée dans le modèle de la probabilité d'élaboration (Elaboration Likelihood Model, ELM, Petty & Cacioppo, 1986) : les indices périphériques déterminent une part de l'effet persuasif et s'associent aux effets d'indices plus centraux. Les modèles à deux voies de traitement de l'information permettent d'expliquer certains effets (cf. encadré 6).

Encadré 6 : Les modèles duaux de traitement de l'information

Les deux modèles les plus connus de traitement des messages sont le *modèle de probabilité d'élaboration* (E.L.M, Petty & Cacioppo, 1986) et le *modèle de traitement Heuristique versus Systématique* (HSM, Chaiken, 1980; Chaiken & Eagly, 1983). Ils intègrent de nombreux paramètres de la situation communicative : le contenu du discours et les facteurs extra-discursifs. Le décryptage d'un message dépend du décryptage du contenu (traité par la voie centrale / systématique) et des conditions dans lesquelles il est émis, notamment les indices extra-discursifs (traités par la voie périphérique / heuristique).

⁴⁶ Ce style *powerless* s'inspire de la description (non empirique) d'un style féminin peu autoritaire et indécis observé par Lakoff (1975). Mais selon Erickson et al. (1978), le niveau social est plus prédictif du style *powerless* que le sexe du locuteur.

La voie centrale (ELM) / systématique (HSM) permet de considérer et de traiter soigneusement chaque argument du message et nécessite un effort cognitif. Ce mode de traitement s'adresse typiquement au contenu sémantique du message (T. Meyer, 2000).

La voie périphérique (ELM) / heuristique (HSM) permet un traitement superficiel des informations du message par la prise en compte d'indices périphériques (ELM) ou l'utilisation d'heuristiques (HSM : règles de décision simples). Ce traitement est peu coûteux en ressources cognitives. Les indices les plus étudiés sont: (1) les caractéristiques de la source (sa crédibilité, son attractivité); (2) les opinions d'autrui à propos de l'objet sur lequel porte le message; (3) les propriétés non-sémantiques ou dites de surface du message, i.e. moins dépendantes du contenu (longueur du message, nombre d'arguments, vitesse d'élocution...); (Georget, 2004a; T. Meyer, 2000).

Dans les deux modèles, le choix de traitement dépend de la motivation de l'individu, de ses capacités cognitives et de ses connaissances mais également de la situation contextuelle et des ressources laissées disponibles au sujet. Les attitudes modifiées *via* la voie centrale/systématique sont plus prédictives du comportement ultérieur, plus stables dans le temps, plus résistantes aux tentatives de contre-persuasion.

Deux questions peuvent être posées : (1) les voies heuristiques et systématiques sont-elles substitutives ou peuvent-elles se combiner ? (2) les associations d'un traitement heuristique des éléments extra-discursifs et d'un traitement central des éléments de contenu du message peuvent-elles être remises en question ?

(1) Plusieurs recherches proposent de considérer une intégration des deux modes de traitement. Un premier type d'études est fondé sur l'hypothèse que les deux traitements sont indépendants et leurs effets additifs (Maheswaran & Chaiken, 1991). Dans cette conception, c'est donc le poids relatif accordé aux informations issues de chaque mode de traitement qui entraîne la décision finale. Le traitement heuristique interviendrait en premier puis serait pondéré par d'autres, heuristiques ou systématiques. Par exemple, si les arguments du message plaident dans le sens contraire de l'heuristique initiale, le traitement systématique augmentera. Une incongruence entre le message et les attentes (fondées sur l'heuristique) motivera à engager un traitement systématique qui corrige le traitement heuristique. Un deuxième type d'études est fondé sur l'hypothèse d'effets non-additifs. Dans ce cas, par exemple, le traitement heuristique peut biaiser le traitement systématique (Chaiken & Maheswaran, 1994). Un indice heuristique comme la crédibilité de la source est notamment utilisé pour fonder le jugement, quelque soit sa validité, dans le cas de messages ambigus. Par contre, quand les arguments sont clairement orientés, l'heuristique n'est pas prise en compte.

Le principe d'une combinaison des voies, additive ou non-additive, est aujourd'hui partagé par les chercheurs.

(2) L'hypothèse selon laquelle la source fait principalement l'objet de traitements heuristiques alors que les arguments feraient l'objet de traitements systématiques est également discutée⁴⁷. Selon Meyer (2000), l'opposition entre un traitement systématique d'arguments et un traitement heuristique d'indices non-langagiers a peu de sens. Selon cet auteur, certains indices sont issus du message lui-même. Différents niveaux peuvent fournir des indices heuristiques liés au message : le niveau para-langagier : vitesse d'élocution, niveau conventionnel du genre du message (affiche, lettre, poème...), le niveau du genre de la communication (prise en compte des intentions de l'interlocuteur et des buts de la communication). Par exemple, l'identification du genre d'un texte serait un indice heuristique utilisé par un lecteur compétent pour décider de la valeur d'un message en première

⁴⁷ Kruglanski et Thompson (1999) suggèrent notamment que l'association entre modes de traitement et opposition source/argument procède largement des procédures expérimentales utilisées. Dans les études sur la persuasion, les informations sur la source sont généralement minimales et donc peu susceptibles de traitement systématique.

approximation. Les individus calculent les informations sur les intentions du producteur du message à partir d'indices langagiers contenus dans le message. Ces indices sont, par exemple, des modalisations verbales (je crois que, j'affirme que...), une formulation positive plutôt que négative. Ce type d'indice peut modifier la représentation des intentions de la source ainsi que la confiance perçue dans le jugement ou la motivation. Dans une étude expérimentale, Meyer et Yonnet (2004) montrent que la présence d'une modalisation de doute dans un message régule l'effort cognitif alloué au traitement des arguments. Si le discours de la source experte ne contient pas de modalisation de doute, les jugements des participants se font indépendamment du contenu argumentatif (positif et négatif). Par contre, si le discours de la source experte contient des modalisations de doute, le lecteur scrutera les arguments attentivement. Dans des contextes publicitaires, il est également possible d'obtenir des attitudes persistantes, résistantes et prédictives à partir de traitements périphériques si les indices sont liés au thème du produit (Sengupta, Goodstein, & Boninger, 1997).

Ghiglione (1997) parle, lui, d'un traitement heuristique du contenu du message. Certains « indices » contenus dans le message permettraient à l'interprétant d'inférer la qualité du message et de confirmer le caractère crédible annoncé de la source. Cette confirmation de la crédibilité aurait pour effet de maximiser l'impact persuasif du message. Ce traitement serait fondé sur des « indices socio-langagiers » (modalisations verbales, formulations positives ou négatives, etc.). Selon Mange (Mange, 2004), il rejoint en cela le courant sur les marqueurs socio-langagiers (Scherer & Giles, 1979). Une étude de Slater et Rouner (1996) indique que le traitement heuristique d'un message (perçue comme de qualité : bien présenté, plausible, informatif) détermine une part de la perception de crédibilité de la source. Le stéréotype étant qu'une source experte génère de l'information bien présentée, organisée et intéressante à lire, un lecteur confronté à un texte bien présenté évalue son auteur comme compétent et plus expert⁴⁸. Ces auteurs insistent sur la part déterminante des caractéristiques des messages dans l'évaluation des sources, jusqu'ici sous-estimés.

Aujourd'hui, l'idée que des indices peuvent servir tour à tour d'indices heuristiques et d'indices centraux selon la motivation et les capacités de la personne est largement reprise (Corneille, 1993; Petty, Priester, & Briñol, 2002).

Enfin, les idées développées par Meyer (2000) sur l'identification heuristique du genre d'un texte et Ghiglione (1997) sur l'évaluation heuristique du contenu du message, sont assez proches d'une conception de « contrat d'influence ». En effet, elles impliquent que le fait de repérer certaines indices de mises en formes stylistiques dans le message peut satisfaire les lecteurs et influencer leur traitement, notamment en considérant l'information ou la source du message comme plus crédibles.

Enfin, le style linguistique peut avoir des effets différenciés sur la crédibilité d'un message et sur sa compréhension. Ainsi, des personnes parlant rapidement apparaissent plus crédibles et plus expertes que celles qui parlent à un rythme normal mais leurs messages sont évalués moins clairs que ceux de personnes parlant plus posément (Smith & Shaffer, 1995). Par ailleurs, les personnes qui emploient un nombre trop important de caractéristiques d'intensité (vraiment, beaucoup...) sont jugées moins crédibles. « Paradoxalement », leur discours est jugé plus clair (et cela a un effet positif sur la crédibilité) (Hamilton, Hunter, &

⁴⁸ Dans cette étude, par contre, la qualité du message n'est pas utilisée comme heuristique pour juger de la dimension « objectivité » ou du « caractère biaisé » de la source.

Burgoon, 1990). Les effets différenciés du style sur les attributions de crédibilité et/ou qualité du message rendent donc les prédictions difficiles.

1. 3. Causalité implicite et effets en terme d'attributions

Le *modèle de catégorie linguistique* (Semin & Fiedler, 1988) met en évidence les effets implicites des verbes sur les attributions aux actants et actés (Platow & Brodie, 1999). Là-encore, les indices langagiers sont considérés comme des outils cognitifs producteurs d'effets (Semin, 1995).

Les premières études sur les implicites verbaux sont issues du paradigme de dés-ambiguïsation pronominale (Caramazza, Grober, Garvey, & Yates, 1977; Ehrlich, 1980). Dans les deux phrases suivantes (P1) « Jean aide Franck parce qu'il est gentil » et (P2) « Jean fait confiance à Franck parce qu'il est gentil », une ambiguïté porte sur le référent du pronom « il ». Les lecteurs de (P1) considèrent Jean comme le référent tandis que les lecteurs de (P2) considèrent Franck comme le référent. Selon les auteurs, ce résultat s'explique par le type de verbe : *aider*, verbe d'action, encourage à considérer le sujet de l'action comme l'agent (Jean est gentil). A l'inverse, *avoir confiance*, verbe d'état, encouragent à considérer l'objet de la phrase comme l'agent de l'action (Franck inspire confiance). Ces études sur les implicites verbaux distinguent également les verbes « subjectifs » (exprimant des sentiments ou des orientations subjectives : aimer) des verbes « objectifs » (exprimant des actions ou décrivant des relations : acheter, produire). Les verbes subjectifs induisent une évaluation des caractéristiques de l'objet de la phrase comme s'appliquant à une plus large proportion d'objets de la même classe. Exemple : « Bruno likes vegetables » insinue « tous » les légumes ou « beaucoup » tandis que « Bruno buys vegetables » insinue « quelques » légumes (Kanouse, 1972). Brown et Fish (R. Brown & Fish, 1983) proposent de distinguer les états observables auxquels les verbes d'actions font référence, et les états non-observables (psychologiques) auxquels les verbes d'état font référence, distinction courante dans la littérature (Semin, 1998). Les verbes d'action décrivent une relation agent-patient (ex : « Anne aide Marie » où Anne est l'agent et Marie le patient) qui amène à considérer l'action comme celle de l'agent plutôt que celle du patient (Anne est serviable plutôt que Marie a besoin d'aide). Les verbes d'états dépeignent une relation entre un stimulus et un *experiencer* et encouragent à attribuer l'état au stimulus. Le stimulus peut, selon Brown et Fish (1983) être le sujet ou l'objet de la phrase. Ils distinguent donc deux catégories de verbes d'états : *experiencer-stimulus* (ES ; (P1) Anne amuse Steve où Anne est le stimulus) ou *stimulus-*

expérimenter (SE ; (P2) Anne aime Steve où Steve est le stimulus) Dans ces exemples : (P1) Anne est amusante par contre c'est (P2) Steve qui est aimable). Le type de verbes utilisé conduit à une mise en exergue différente de l'agent/patient ou du stimulus/expérimenter. Les noms placés en position d'agents ou de stimulus sont davantage rappelés que les noms en position de patients ou d'expérimenter (Holtgraves & Raymond, 1995).

Le *modèle de catégorie linguistique* (Linguistic Category Model, Semin & Fiedler, 1988) propose une autre classification. Les verbes d'action sont divisés en deux sous-catégories : « descriptive action verbs » (DAV) et « interpretive action verbs » (IAV) et la catégorie « verbes d'états » (state verbs) est inchangée. A ces catégories verbales, ils ajoutent la catégorie « adjectif »⁴⁹. Ces catégories linguistiques se répartissent sur un continuum abstrait/concret : les DAV sont les plus concrets, ils donnent une description objective d'un événement observable et spécifique. Les adjectifs sont les termes les plus abstraits et décrivent des dispositions d'ordre très général. Les « interpretive action verbs » (IAV) et les state verbs (SV) se situent entre ces deux pôles. Les premières études montrent que les sujets qui lisent des phrases contenant des DAV, IAV, SV ou adjectifs évaluent le sujet de la phrase de plus en plus informatif, la situation de moins en moins explicative, la phrase de moins en moins vérifiable et de plus en plus sujette à discussion (Semin & Fiedler, 1988). Ces effets de causalité implicite des verbes ont été observés dans le cadre d'interactions sociales et du paradigme des « questions-réponses » (Semin, Rubini, & Fiedler, 1995). Les questions formulées avec des verbes d'action conduisent le répondant à considérer le sujet de la phrase comme la cause de la phrase (« Why do you read Le Monde ? » ; “I read Le Monde because I...”). La tendance inverse s'observe pour les questions formulées avec des verbes d'état (« why do you like Le Monde ? » « I like Le Monde because it... ») : l'objet de la phrase est alors considéré comme la cause. Autre résultat : plus le verbe de la question est abstrait, plus la réponse le sera. Inversement, plus le verbe est concret, plus la réponse le sera (De Poot & Semin, 1995; Semin & De Poot, 1997).

Le même type de résultats est observé dans le domaine judiciaire (Schmid & Fiedler, 1998). Dans leur article, Schmid et Fiedler observent dans une première étude des différences de style entre les avocats de la défense et de l'accusé. Avant tout, ils remarquent un niveau d'abstraction du langage judiciaire (i.e. le nombre d'adjectifs) globalement plus faible que dans d'autres études. Ce résultat relève selon eux d'une norme procédurale des cours de

⁴⁹ Il existe un modèle dérivé dans lequel la catégorie des « state actions verbs » (SAV) est ajoutée entre les IAV et les SV. Semin et Fiedler eux-mêmes, n'utilisent pas tout le temps cette catégorie, nous nous contenterons de 4 catégories.

justice consistant à décrire des informations vérifiables. Ils notent également que les avocats de la défense avocats font davantage d'affirmations négatives sur l'accusé et davantage d'affirmations neutres sur la victime, tandis que les avocats de la défense dévaluent la victime. Les stratégies discursives analysés dans ces plaidoiries des avocats de la défense ou de l'accusation reflètent leurs positionnements positifs ou négatifs envers l'accusé. Les avocats de l'accusation utilisent davantage d'IAV à valence négative pour décrire les comportements négatifs de l'accusé, afin d'induire une disposition de l'acteur et une intention. En revanche, ils utilisent peu d'IAV et davantage d'adjectifs négatifs pour décrire le comportement de la victime. A l'inverse, les avocats de la défense décrivent les comportements de la victime au moyen d'IAV et d'adjectifs négatifs. Dans une seconde étude, les auteurs observent que les stratégies de langage ont des effets notables sur les attributions de culpabilité à l'accusé.

En conclusion, des indices linguistiques subtils modifient la perception de la cause d'un événement. De plus, les effets des verbes d'état ou d'action apparaissent aussi dans des phrases à la voix passive (Rudolph & Forsterling, 1997). Enfin, dans ce champ de recherche, Semin et Fiedler parlent de catégories sémantiques. Ceci étant, parce que ces catégories ne se rattachent pas à un domaine sémantique spécifique, ces marques linguistiques peuvent être considérées comme ayant des effets génériques et méta-sémantiques qui vont « au-delà du sens spécifique descriptif de chaque indice » (Semin, 2000; Stapel & Semin, 2007).

Parmi les extensions du modèle des catégories linguistiques, la plus connue est le *Biais Linguistique Intergroupe* (*Linguistic Intergroup Bias* (dorénavant LIB) ou encore *modèle de distorsion linguistique intergroupe*) élaboré pour étudier le lien entre utilisation stratégique du langage et stéréotypes (Maass & Arcuri, 1992; Maass, Salvi, Arcuri, & Semin, 1989). Ce modèle prédit que des comportements intra-groupe désirables et hors-groupe peu désirables seront décrits dans des termes plus abstraits (state verbs et adjectifs), induisant l'idée que le comportement est dû à des caractéristiques dispositionnelles stables de l'acteur. Inversement, les comportements intra-groupe indésirables et hors-groupe désirables sont décrit au moyen de termes plus concrets (DAV et IAV), impliquant une explication situationnelle externe à l'acteur. Le LIB est à l'œuvre dans la communication de masse (Maass, Corvino, & Arcuri, 1994) : 1/ des journalistes sportifs italiens utilisent davantage de formulations concrètes quand ils relatent des comportements positifs de l'exogroupe (une victoire sur l'Italie apparaît alors comme un comportement limité à cette situation et dans le temps), 2/ des journalistes juifs et non-juifs décrivent tous de manière négative des agressions antisémites. Cependant, les journalistes non-juifs décrivent le comportement des agresseurs de manière plus concrète (96

% versus 75 %) et les journalistes juifs utilisent davantage de formulations abstraites (25 % versus 4%). Les auteurs précisent que cette différence n'est pas imputable à une différence générale de style d'écriture puisqu'il n'apparaît pas d'écart d'abstraction sur les formulations concernant les victimes. 3 / plus les journaux télévisés italiens décrivent des comportements négatifs d'Irakiens (exogroupe) et plus ils tendent à utiliser un langage abstrait. Cette corrélation entre abstraction et négativité n'apparaît pas dans les descriptions de comportements de l'endogroupe. Selon les auteurs, deux éléments indiquent que les journalistes sont inconscients de ce biais de distorsion linguistique : 1/ alors qu'ils condamnent explicitement l'acte antisémite, les discours des journalistes sont biaisés, 2/ un journal communiste pro-juif utilise autant de biais linguistiques qu'un journal chrétien démocrate. Ces variations subtiles du langage échapperaient donc à la conscience et au contrôle. Récemment, le LIB a été de nouveau validé par Burguet et Girard (2007). Les auteurs observent *via* une analyse des titres et sous-titres de journaux français et étrangers au moment de la coupe du Monde de football 2006 que : 1) la presse française parle des actions positives des joueurs français de façon plus abstraite que celles des joueurs étrangers. Inversement, les actions négatives des français sont décrites plus concrètement que celles des joueurs étrangers, 2) la presse étrangère parle des actions positives des joueurs étrangers de façon plus abstraite que celles des joueurs français. Inversement, les actions négatives des étrangers sont décrites plus concrètement que celles des joueurs français.

Deux mécanismes d'explication du *LIB* sont proposés. Le premier est motivationnel : le biais serait guidé par une motivation protectrice de l'endo-groupe, d'où l'utilisation importante de termes concrets si l'endo-groupe a eu un comportement indésirable et une utilisation importante de termes abstraits si l'endo-groupe a réalisé un acte désirable. Il servirait à maintenir une image positive du groupe (Maass, Milesi, Zabbini, & Stahlberg, 1995). Le *LIB* est d'ailleurs d'autant plus à l'œuvre que l'identité du groupe apparaît très menacé aux sujets (Maass, Ceccarelli, & Rudin, 1996). Ainsi, dans la troisième étude de Maass et al. (1994) présenté plus haut, la corrélation entre comportements négatifs irakiens et formulations abstraites est importante durant le conflit mais diminue considérablement après la guerre. La seconde explication est cognitive, fondée sur les attentes en termes de comportement. Les comportements attendus, autrement dit plus stables et plus typiques, seraient décrits en langage abstrait, tandis que les comportements inattendus seraient décrits de façon concrète (Rubini & Semin, 1994). Cette explication en terme d'attentes est appelée le « biais d'expectation linguistique » (Wigboldus, Semin, & Spears, 2000, 2006).

1. 4. Les effets sur les jugements

Ces résultats sur les attributions amènent à s'intéresser aux effets du style sur les jugements. Quelques recherches mettent en évidence des effets du style discursif sur des mesures de jugements et/ou de changement d'opinion.

Certains travaux sur la crédibilité se sont également intéressés aux opinions et/ou jugements. C'est notamment le cas des études sur le style *powerful/powerless* sur la crédibilité et la compétence attribuée aux témoins dans les cours de justice ainsi que les jugements judiciaires. Dans une cour de justice, Erickson et al (1978) observent que les personnes de bas statut emploient plutôt un discours *powerless* pour s'adresser à la cour tandis que les personnes de haut statut emploient plutôt un discours *powerful*. Ils vérifient ensuite l'effet de la variation du style (sans faire varier le contenu⁵⁰) sur l'attractivité, la crédibilité du témoin et l'acceptation de son témoignage. Les résultats montrent des effets du style sur la crédibilité perçue qui regroupe des mesures de croyance sur le témoin, le caractère convaincant de ces propos, de la perception de confiance et de compétence. Cet effet est plus important quand le témoin-source et le récepteur sont du même sexe. Le style a aussi un effet sur l'attractivité perçue qui ne varie pas selon la similarité sexuelle. Dans cette étude, les témoins *powerful* sont donc perçus comme plus crédibles et plus attractifs. L'effet ne dépend pas du mode de présentation puisqu'il apparaît en condition de témoignage oral et témoignage écrit. Enfin, le style *powerful* encourage les participants à verser des dommages et intérêts plus importants aux victimes. Selon les auteurs, ce résultat implique que les participants ont accepté le contenu du message (i.e. ont été persuadés). Cet effet n'est pas médiatisé par la crédibilité perçue puisqu'il ne varie pas selon la similarité sexuelle. Le niveau de dommages et intérêts n'est pas non plus corrélé avec l'indice de crédibilité. En revanche, le style n'a pas d'effet sur la part de responsabilité de l'accusé dans l'accident ou sur l'évaluation de sa part de négligence. Cette étude montre les effets du style *powerful* sur la crédibilité perçue, la compétence, l'attractivité perçue ou le caractère persuasif du message. L'effet du style *powerful/powerless* sur les dimensions de compétence et d'attractivité du locuteur a souvent été répliqué (Gibbons, Busch, & Bradac, 1991).

Une recherche particulièrement intéressante montre les effets des formulations actives/passives (Henley, Miller, & Beazley, 1995). Elle a également l'intérêt de passer par une première étape de description du style. Tout d'abord, l'analyse d'articles de presse montre

⁵⁰ Rappelons que les auteurs distinguent style et substance, similaire à la distinction forme/contenu (Cf. Giles, 1975) tout en étant conscients que cette distinction est abusive. Ils considèrent le style comme relevant d'un sens « implicite » (an « implied meaning, » p. 270).

qu'ils contiennent significativement plus de verbes à la voix passive que de verbes à la voix active. Dans une deuxième étude, une analyse sémantique montre que les verbes connotés le plus négativement sont ceux davantage mis à la voix passive. Enfin, une troisième étude expérimentale montre que des hommes qui lisent des articles de presse écrits à la voix passive attribuent moins de responsabilité à l'accusé (il est accusé d'agression) et moins de souffrance à la victime que ceux qui lisent des articles écrits à la voix active. De plus, les hommes et les femmes acceptent davantage la violence faite aux femmes lorsque celle-ci est racontée à la voix passive. Dans une autre étude, Henley et al. (2002) s'intéressent aux anaphores, i.e. les expressions linguistiques qui reprennent des concepts déjà abordés dans un texte. Ils distinguent les anaphores spécifiques comme les « nominalisations » (l'homme a été frappé...le *passage à tabac* a eu lieu autour de minuit...) des anaphores moins spécifiques comme les « pronoms » (l'homme a été frappé... *cela* a eu lieu autour de minuit) ou « synonymes » (l'homme a été frappé...*cet épisode* a eu lieu autour de minuit...). Les auteurs postulent que la fréquence des anaphores et leur niveau de spécificité auront des effets en terme de traitement et de rappel d'informations. Ainsi, relater des affaires violentes avec un nombre fréquent d'anaphores spécifiques donnerait l'impression d'une souffrance plus importante endurée par la victime. Une analyse d'articles issus de deux organes de presse californiens met en évidence qu'un journal « non-sympathisant homosexuel » utilise des anaphores moins spécifiques pour relater des crimes envers des homosexuels (*vs* crimes envers des hétérosexuels). Cette différence n'apparaît pas dans le journal « sympathisant homosexuel ». Une étude expérimentale montre ensuite que les victimes sont perçues plus sévèrement affectées dans le cas d'anaphores fréquentes. Par contre, la spécificité des anaphores n'a pas d'effets. Les auteurs positionnent cette recherche comme un enrichissement pour la « stylistique » qu'ils définissent comme « l'utilisation des structures choisies par le locuteur, lorsqu'il a l'opportunité de rapporter la même information de différentes manières » (2002, p. 97). Selon les auteurs, un choix parmi plusieurs options reflète davantage qu'un « style », cela fournit une structure d'interprétation qui peut influencer les récepteurs.

Présenter les recherches sur les effets du langage en fonction des variables dépendantes est un choix, d'autres présentations sont possibles. Par exemple, Blakar (1979) propose une classification en fonction des choix de langage qui sont, selon lui, des « instruments de pouvoirs » (1979, p. 126) : 1/ *le choix des mots et expressions* (certains mots différents en apparence synonymes évoquent des réseaux d'association sémantiques fondamentalement différents), 2/ *le choix de la forme grammaticale* (utiliser une forme active ou passive n'a pas les mêmes implications : annoncer que la France a été battue par

l'Angleterre revient à induire, au travers de la forme passive de l'énoncé, une figure de victime, point de départ propice aux explications des faits en terme de circonstances malheureuses), 3/ *le choix de la séquence* (la place des mots qui influe sur la mémorisation de l'auditeur et sur ses impressions), 4/ *le choix de l'emphase et du ton de la voix*, 5/ *le choix des prémisses implicites* (mécanisme qui consiste à introduire des prémisses et y enfermer celui qui est interrogé, très étudié lors des situations d'interview).

En conclusion, il semble que les caractéristiques de style des messages aient des effets en réception, d'où l'intérêt de mieux connaître et manipuler ce type d'indices. De plus, alors que les termes de vocabulaires peuvent être consciemment supprimés par le locuteur, les marques de discours stylistiques, plus « subtiles », seraient non contrôlables (Laver & Trudgill, 1979). Le style d'écriture serait une composante communicationnelle moins contrôlée que les aspects de contenu informationnel (Bromberg & Trognon, 2005). Enfin, les dernières recherches présentées confirment les effets d'indices langagiers sur des variables de jugement et encouragent à étudier les effets discursifs en tenant davantage compte des situations d'énonciations : les cours de justice, les organes de presse...

2. L'impact des normes discursives

La majorité des études présentées dans le point précédent envisagent les effets des caractéristiques de style de façon parcellaire. Les questions posées par ces études sont : quel sera l'effet d'un verbe ? d'un nom ? d'un pronom relatif ? d'intensifieurs ? Elles montrent les effets de caractéristiques grammaticales sur la mémorisation, la compréhension de messages, les évaluations des messages et les jugements en prenant peu en compte le contexte, i.e. la situation de discours. Toutefois, les dernières études présentées (Henley et al., 1995 ; Henley et al., 2002 ; Erickson et al., 1978) montrent que les caractéristiques de discours varient en fonction de variables situationnelles. Dans l'étude d'Erickson et al., les auteurs observent que le style discursif (*powerfull/powerless*) varie selon le statut social de la source. L'étude d'Henley et al. (2002) met en évidence des différences discursives entre les organes de presse d'opinions différentes. Enfin, Schmid et Fiedler (1998) expliquent l'utilisation faible des adjectifs dans les plaidoiries par l'existence d'une norme de procédure à l'œuvre dans les cours de justice consistant à présenter des faits vérifiables et ne laissant pas de place à l'interprétation. Ces études effleurent donc l'idée, déjà évoquée, de normes discursives en partie déterminées par des normes situationnelles (e.g. Charaudeau, 1997).

D'autres recherches développent plus largement l'idée que les discours varient en fonction de caractéristiques sociales (statut social, sexe...) ou des situations discursives (plaidoiries d'avocats, conversations, message médiatique...). Dans le point suivant, nous montrerons que les régularités de discours sont repérées par les interlocuteurs. Quelques recherches montrent que certaines caractéristiques typiques de discours apparaissent familières aux récepteurs et sont donc reconnues. La reconnaissance de style a par exemple des effets sur l'identification de similarité entre interlocuteurs ou encore l'accommodation stylistique d'un récepteur à son interlocuteur. L'existence de normes de discours génère des attentes de la part des récepteurs. Enfin, des recherches qui suggèrent l'existence d'attentes en matière de discours et mettent en évidence les effets de la transgression de ces attentes seront détaillées.

2. 1. La reconnaissance du style discursif

Plusieurs recherches montrent les effets de la similarité discursive en réception. Or, l'identification de la similarité ou de la non-similarité discursive se fonde sur une reconnaissance du style par les récepteurs qui identifient le style de leur interlocuteur comme similaire ou différent du leur.

2. 1. 1. Identification de la similarité stylistique

Certaines recherches menées par Ghiglione et Beauvois (1980) montrent que l'évaluation d'un émetteur et/ou d'un message est en partie fondée sur la congruence entre la texture discursive de l'émetteur et l'attitude langagière du récepteur. Pour déterminer cette congruence, les récepteurs doivent tout d'abord reconnaître les indices discursifs témoignant de l'attitude de l'émetteur. Une fois ces indices reconnus, la similarité serait établie. Plusieurs recherches montrent les effets de la reconnaissance d'une similarité entre interlocuteurs : des sujets manifestant une attitude paradigmatique évaluent plus positivement la source d'un message (et le message lui-même) constitué d'un nombre important de phrases métalinguistiques que la source d'un message au contenu identique mais qui comporte plus de phrases interlocutoires. L'inverse est vrai pour des sujets manifestant une attitude syntagmatique. La congruence attitudinelle a également des effets sur la mémorisation : les participants mémorisent mieux un texte qu'ils identifient comme étant congruent avec leur attitude langagière. L'identification de la congruence entre « texture discursive » du message

(métalinguistique *versus* interlocutoire) et l'attitude du sujet à l'égard du langage (paradigmatique *versus* syntagmatique) détermine aussi l'acceptation du message persuasif. Enfin, les sujets paradigmatiques trouvent les textes rédigés par des sujets paradigmatiques plus convaincants que ceux rédigés par des sujets syntagmatiques, inversement pour les lecteurs syntagmatiques. Dans une autre étude (Ghiglione, 1982), les participants pro-avortement jugent un argument à configuration type « art indéfini + Nom » (un enfant) plus convaincant qu'un argument utilisant une configuration : « art défini + Nom » (l'enfant). Pour mémoire (cf. chapitre 2), rappelons que les personnes pro-avortement utilisent davantage la configuration « art indéfini + Nom » et les personnes anti-avortement davantage la configuration « art défini + Nom ». A l'inverse, les personnes anti-avortement jugent la configuration « art défini + Nom » plus convaincante que la configuration du type « art indéfini + Nom », sans que l'effet soit significatif.

La reconnaissance d'une similarité langagière discours/récepteur a donc des effets en terme de perception de la source et du message, de mémorisation et d'acceptation du message persuasif (Ghiglione & Beauvois, 1981, 1983). Nous retiendrons de ces résultats, premièrement que la similarité langagière détermine la mémorisation et l'acceptabilité des messages, deuxièmement que l'identification de la similarité passe par une reconnaissance des indices langagiers qui indiquent l'attitude du locuteur.

2. 1. 2. *Identification de style et accommodation*

L'accommodation d'une communication (dans le cadre de la Communication Accommodation Theory - CAT) dépend également de la reconnaissance du style discursif de l'interlocuteur par le récepteur.

A l'origine appelée Speech Accommodation Theory (SAT, Giles, 1984), la CAT est une théorie socio-psychologique qui vise à expliquer les modifications de style discursif pendant les interactions (Giles, 1973). Selon ce modèle, les individus identifient la distance sociale entre eux et leurs interlocuteurs et la négocient en mettant en œuvre des stratégies d'approximation communicative. La notion de distance sociale : (1) implique que les sujets reconnaissent les marques discursives leur permettant d'inférer le positionnement de leur interlocuteur, (2) se traduit par un niveau de similarité discursive que les individus peuvent réduire ou augmenter. Une fois la distance sociale identifiée, quatre stratégies peuvent être mises en place : la convergence de style, la divergence de style, le maintien de style ou la complémentarité des styles. La convergence de style augmente la similarité entre les

interlocuteurs et leur donne le sentiment d'une meilleure prédictibilité de l'autre et d'une meilleure intelligibilité de l'interaction. Elle est perçue positivement si l'intention de la source apparaît positive. Selon Haas (1981), la similarité perçue entre la source et le récepteur intervient dans le processus d'attribution de crédibilité à la source. La perception de similarité est positivement corrélée avec l'attribution de compétence et d'attractivité. Ceci dit, une relation non linéaire entre convergence et attirance a été mise en évidence par certains auteurs, la convergence d'un membre exogroupe pouvant par exemple produire des attitudes négatives si le comportement de rapprochement social est ressenti comme déloyal ou comme un signe de condescendance (Giles & Smith, 1979). La divergence de style est par contre une stratégie qui consiste en un éloignement du style. Elle est généralement évaluée négativement, particulièrement si l'intention de l'interlocuteur est perçue comme dissociative (marque de désintérêt et manque d'effort apparent dans l'interaction). Les stratégies d'accommodation dépendent largement du contexte situationnel dans lequel l'interaction a lieu, par exemple des relations symétriques ou asymétriques entre les inter-actants : position sociale, sexe ou orientation sexuelle (Hajek & Giles, 2005). Certaines recherches montrent que les membres de groupe minoritaire adaptent (en convergeant ou en divergeant) davantage leurs discours que les membres de groupe majoritaire. Ceci étant, dans le cadre spécifique de cours de justice, des analyses discursives montrent que les membres du barreau (juges et avocats) adaptent leurs discours aux accusés et aux témoins afin que la communication soit la plus efficace possible (Aronsson, Jönsson, & Linell, 1987). Ce résultat peut s'expliquer du fait que l'origine de l'accommodation peut être envisagée dans une perspective motivationnelle (être approuvée socialement par son interlocuteur, valoriser son identité sociale) mais également envisagée d'un point de vue plus cognitif. En effet, l'accommodation est un outil cognitif qui, en segmentant l'environnement linguistique, permet d'en avoir une meilleure compréhension et d'entreprendre des actions. En certaines circonstances, le seul désir de vouloir être compréhensible pourrait donc amener les individus à converger linguistiquement vers autrui. Ils mettraient alors leurs comportements linguistiques au service d'une communication efficace (cf. Provost, 2002). Dans tous les cas, le phénomène d'accommodation suppose que les membres des différents groupes aient une connaissance du style discursif adapté à tel ou tel interlocuteur (homme/femme, employé/patron) et selon la situation (au bar/en cours).

Certaines études postulent en outre l'existence de caractères appropriés (*vs* inappropriés) et acceptables (*vs* inacceptables) des comportements discursifs en fonction de l'interlocuteur et/ou de la situation (Shepard, Giles, & Le Poire, 2001). La sur-accommodation se distingue alors de la sous-accommodation. Une accommodation trop

importante ou totalement insuffisante serait alors mal perçue. En général, la « miscommunication » aurait des effets divers : défaillance de la compréhension lexicale (incompréhension de certains mots), sémantique (incompréhension du sens), défaillance syntaxique si « l'intention du locuteur est mal interprétéeⁿ » (Berger, 2001, p. 179). Ici encore, on constate que les récepteurs sont capables (1) d'identifier le caractère adapté ou non d'un style discursif, (2) de juger de son caractère acceptable *versus* inacceptable. La notion de sur/sous accommodation renvoie en filigrane à la notion de normes discursive, nous y reviendrons.

2. 1. 3. Identification d'un style conforme à un genre textuel

Exposées dans un ouvrage en 1977, les études de Sandell mettent en évidence un style typique des discours à visée persuasive. Dans cet ouvrage, Sandell fait l'hypothèse que le style typique des textes persuasifs, parce qu'il est conforme à la norme des discours persuasifs, entraînera davantage d'effets persuasifs.

Dans ses études, Sandell distingue manière et matière, forme et contenu, style et sens. Le style est selon lui une « façon caractéristique de faire des choix linguistiques non-sémantiques » (p. 6) et « [doit] être conceptuellement et opérationnellement distingué du sens »^o (p. 5). Chaque style discursif serait une variation autour d'une norme linguistique : variable continue autour de laquelle la variation est permise et « consistante ». Selon cet auteur, les attributs stylistiques typiques d'un type de textes sont donc identifiables par les lecteurs. Par ailleurs, Sandell distingue la notion de différence stylistique objective (un texte contient plus d'adjectifs qu'un autre) ou subjective (on évalue un texte plus formel qu'un autre). Selon Rouquette (1988), Sandell se situe dans la continuité des analyses de la communication ayant conçu et utilisé des indicateurs statistiques de style⁵¹ comme le rapport types/occurrences, les distributions fréquentielles lexicales ou syntaxiques (les types d'articles définis *versus* indéfinis, la structure passive/active, le type d'anaphores), la longueur des phrases, les figures rhétoriques, etc.

Dans une première étape, Sandell (1977) met en évidence les caractéristiques stylistiques des messages à visée persuasive *versus* non-persuasive. Il étudie des messages

⁵¹ Selon Sandell, certaines caractéristiques stylistiques étudiées peuvent être considérées comme sémantiques, chaque indice ayant un sens. Ceci étant, ici, l'étude de la catégorie « nom » par exemple, se fait indépendamment du sens de chaque nom. De façon générale, « dès qu'une variable est définie de telle sorte que les données permettent d'inférer un sens sur le sujet ou le contenu du message, elle ne devrait pas être considérée comme stylistique » (p. 37). Cet auteur raisonne en terme de catégories textuelles, non en fonction des effets.

publicitaires (i.e. intention persuasive forte), des éditoriaux journalistiques sur l'entretien de la maison (i.e. intention persuasive moyenne), et des dépêches brutes en terme d'information (i.e. intention persuasive faible)⁵². Dans une seconde phase, les caractéristiques stylistiques supposées persuasives *versus* non persuasives sont manipulées dans des messages écrits publicitaires (ex : beaucoup d'adjectifs / peu de noms ; peu de noms / beaucoup d'adjectifs, variation de longueur des phrases, etc.). Les variables dépendantes sont adaptées du modèle séquentiel de McGuire (1969) : la compréhension du message, sa rétention, l'acceptation du message et de son contenu, le changement d'attitude⁵³.

Les résultats montrent que l'utilisation du style persuasif a des effets sur la compréhension du message et sa rétention. Par exemple, comme attendu, un nombre important d'adjectifs (caractéristique persuasive) facilite la compréhension. Cependant, les effets sont moins clairs s'agissant de l'acceptation du message et des effets sur les opinions. Contrairement aux hypothèses, certaines caractéristiques supposées persuasives, comme le nombre important d'ellipses et de « *reinforcers*⁵⁴ », n'ont pas d'effets. Ce résultat amène l'auteur à s'interroger sur une relation curvi-linéaire entre style et effets. Pour répondre à cette question, Sandell ajoute dans les études suivantes un texte contenant un nombre « moyen » de « *reinforcers* » (vs « beaucoup » ou « peu »). Les résultats montrent que le caractère intermédiaire du style est le plus persuasif. Un effet « boomerang » du style est donc envisageable dans le cas de styles trop extrêmes (i.e. hors normes, caricaturaux, illégitimes ?) et l'intention persuasive pourrait en pâtir (Higgins, 1978). Cet effet serait comparable à l'effet boomerang observé dans les études sur l'engagement qui montre que, dans le cas d'un argumentateur illégitime, le récepteur s'éloigne de sa position (Kiesler, 1971). Précisons tout de même qu'il est difficile de synthétiser les résultats de Sandell qui font apparaître de nombreuses interactions entre indices de style, thèmes des textes expérimentaux, ordre de lecture des textes ou facteurs individuels des participants. Nous retiendrons tout de même de ces travaux : (1) que la visée du texte détermine certaines caractéristiques stylistiques typiques, le style semble donc dépendre du genre de texte, (2) qu'un message conforme aux caractéristiques du style persuasif a des effets en réception, ce qui suggère une certaine reconnaissance stylistique, (3) que la non-conformité du style peut desservir la persuasion (i.e.

⁵² Sandell effleure l'idée que tous les messages sont persuasifs car ils cherchent tous à persuader de l'exactitude de ce qu'ils contiennent.

⁵³ Il exclut volontairement pour ces études la prise en compte d'effets sur les comportements.

⁵⁴ «*Reinforcers*» est un néologisme. Le verbe «*reinforce*» signifie renforcer, appuyer une demande.

car il n'est pas reconnu ou exagéré ?). Ces résultats posent, de nouveau, la question de l'existence de normes langagières.

2. 2. Les attentes et les normes langagières

Les études précédentes montrent comment la reconnaissance des indices de style permet d'identifier la similarité stylistique et de déterminer une éventuelle accommodation stylistique nécessaire. L'identification d'un style persuasif conforme à une norme de discours persuasive permet également d'expliquer certains effets en réception. D'autres études qui vont maintenant être abordées, approfondissent la notion de normes de discours et supposent l'existence d'attentes en termes de langage. Ces études montrent que la non-satisfaction des attentes peut entraver la reconnaissance d'un style et perturber la réception des messages.

2. 2. 1. Les théories des « attentes langagières » et de « violation des attentes »

La théorie des « *attentes langagières* » (language expectancy theory, LET, M. Burgoon, Jones, & Stewart, 1975) a été élaborée d'une part pour remettre le message au centre des théories sur la persuasion, d'autre part pour rendre compte du rôle des attentes langagières dans les effets des messages persuasifs. Le langage est ici considéré comme un système régi par certaines règles dans lequel les gens développent des « normes et des attentes concernant l'usage approprié du langage dans des situations données » (M. Burgoon & Miller, 1985, p. 199). Ces attentes découlent de normes culturelles et sociologiques (J. K. Burgoon & Burgoon, 2001). Par exemple, un langage intense (*powerful*) est attendu de la part de sources très crédibles alors qu'un langage faible en intensité (*powerless*) est attendu de la part de sources peu crédibles. Selon Burgoon et collègues, ce serait la confirmation fréquente d'un style langagier conforme aux attentes qui maintiendrait son utilisation. Autrement dit, l'exposition à certains types de discours réguliers entretient les attentes en terme de styles discursifs.

La « théorie des attentes » a été étendue à celle de « violation des attentes » (*Expectancy Violations Theory, EVT*), développée pour l'étude des comportements non-verbaux mais qui « s'applique aisément au comportement verbal^P » (J. K. Burgoon & Burgoon, 2001, p. 92). Selon cette théorie, dans certaines situations, les communicants transgressent les normes régissant l'utilisation du langage, intentionnellement ou accidentellement. Chez les récepteurs, la violation des attentes affecte la réception du message

et son caractère persuasif. Le caractère approprié *versus* non approprié du comportement verbal ou non-verbal fonde notamment les attributions de crédibilité et de statut au récepteur. Si les récepteurs ne reconnaissent pas le comportement verbal ou non-verbal attendu, la réception du message en sera affectée.

Dans cette théorie, une transgression des attentes n'est pas systématiquement perçue de manière négative, certaines peuvent être perçues positivement. Ainsi, une transgression négative des attentes (le langage d'une source supposée crédible ne l'est pas) inhibera les effets persuasifs. Dans ce cas, soit aucun changement d'attitude n'a lieu, soit le changement d'attitude du récepteur est inverse à celui prôné par le locuteur (encore un effet boomerang, Kiesler, 1971). A l'inverse, une transgression positive des attentes (une source supposée crédible utilise un langage encore plus crédible qu'attendu) aura des effets persuasifs. Cette différenciation entre transgressions positives et négatives permet de comprendre pourquoi des émetteurs de haut statut sont particulièrement bien évalués quand ils tiennent des discours très diversifiés lexicalement (signe de haut statut donc conforme aux attentes), mais particulièrement mal évalués quand ils tiennent des discours peu diversifiés lexicalement (signe de bas statut donc violation négative des attentes) (Bradac, Courtright, Schmidt, & Davies, 1976). Cette théorie a été appliquée dans le cas de discours des témoins judiciaires. Des études montrent que, si des témoins de la défense au style *powerful* apparaissent plus crédibles que des témoins au style *powerless*, cet effet principal interagit avec les attentes des récepteurs (Ruva & Bryant, 2004; Schmidt & Brigham, 1996). Ainsi, les témoins qui violent négativement les attentes des récepteurs (ils développent un style *powerless* alors qu'il est attendu d'eux un style *powerful*) sont évalués moins crédibles. Par contre une violation positive des attentes (un style *powerful* quand on s'attendait à un style *powerless*), augmente l'attribution de crédibilité. Dans ces études, plus le témoin de la défense apparaît crédible, plus l'accusé est jugé coupable et plus les peines qui lui sont attribuées sont lourdes. Autre résultat intéressant, les participants jugent le procureur mieux disposé à l'égard du témoin *powerful* que du témoin *powerless*.

Par ailleurs, selon les auteurs, les attentes peuvent être soit prédictives soit prescriptives (Burgoon & Burgoon, 2001; Burgoon, Le Poire, & Rosenthal, 1995). Les attentes prédictives découlent du caractère typique d'un comportement et de la régularité avec laquelle il apparaît. Par contre, les attentes prescriptives sont en rapport avec des standards comportementaux idéalisés. Elles tiennent compte d'aspects évaluatifs comportementaux comme le caractère approprié et la désirabilité du comportement. Une valence (de négative à positive) leur est également associée. Cette distinction entre attentes prédictives ou

prescriptives peut être assimilée à la distinction entre normes descriptives (basées sur la fréquence des comportements, i.e. ce que la plupart des autres font) et normes injonctives (basées sur la valeur des comportements, i.e. ce que la plupart des autres approuvent ou désapprouvent) (Cialdini, Reno, & Kallgren, 1990; Reno, Cialdini, & Kallgren, 1993). Selon les auteurs, certaines attentes peuvent être à la fois prédictives et prescriptives. Sur ce point, une « limite » de ces expérimentations est justement qu'elles ont essentiellement étudié les attentes du style *powerful versus powerless* qui est connoté positivement *versus* négativement (i.e. attentes prescriptives qui ont une valence). Pour généraliser la théorie, d'autres études devraient porter sur des attentes de style non-associées à des jugements de valeur.

Précisons également que les auteurs critiquent la nature téléologique de la théorie des « attentes langagières » (J. K. Burgoon & Burgoon, 2001) qui constitue une seconde limite de ces recherches. En effet, les comportements communicationnels étudiés ne sont généralement pas décrits précisément a priori. Dans de nombreuses situations, il est donc difficile de déterminer si la violation des attentes observée sera négative ou positive. Dans ce contexte flou, les auteurs décident généralement qu'un changement d'attitude et/ou de comportement indique une violation positive des attentes. A l'inverse, si l'expérimentateur observe un effet boomerang ou n'observe pas de changement, c'est qu'une violation négative a eu lieu. Selon Burgoon et Burgoon (2001), de telles interprétations des données empiriques rendent le modèle théorique infalsifiable. Pour pallier cette faille, il conviendrait donc de spécifier davantage la nature des comportements langagiers attendus.

2. 2. 2. *Les attentes sur la base du contrat de lectorat*

La théorie du contrat de lectorat déjà abordée dans le chapitre III (Burguet, 1999; Ghiglione, 1998b) a été développée comme extension du contrat de communication. Les principes généraux de cette théorie ont déjà été détaillés, particulièrement les liens entre la notion de contrat et celle de genre et de schéma. Egaleme nt énoncée dans le chapitre III, l'idée sous-jacente de la théorie du contrat de lectorat est que les personnes impliquées dans des situations de réception médiatique intériorisent les régularités des discours. Cette connaissance peut leur permettre de reconnaître le genre auquel elles sont confrontées. Ces principes seront ici brièvement évoqués, à nouveau, mais nous insisterons davantage sur les apports empiriques des recherches faites dans ce cadre théorique. Nous verrons que ces recherches expérimentales ont l'avantage de pallier les deux limites des théories de la *violation des attentes* et de *l'attente langagière* (e.g. Burgoon & Burgoon, 2001). En effet, ces

recherches portent sur des normes discursives qui ne sont pas associées à des jugements de valeurs, et les manipulations se fondent généralement sur des analyses descriptives préalables du style discursif étudié.

Comme expliqué précédemment, la notion de contrat et la notion de normes discursives peuvent être rapprochées de la notion de genre discursif (Georget, 2004a). Autrement dit, dans le cas de la presse écrite, un journaliste est supposé devoir assumer le contrat impliqué par le genre de discours auquel il participe (Maingueneau, 2007). Parallèlement, en terme de réception, le lecteur de presse a certaines attentes liées au genre, notamment des attentes en terme de style discursif relatif au genre. La théorie du contrat de lectorat postule que l'existence d'un schéma journalistique en mémoire permettrait une bonne compréhension du texte. Le respect des normes contractuelles attendues devrait permettre une automatisation des traitements, donc une facilitation en rappel. Par contre, leur transgression aboutira à un « échec » en réception (Burguet & Girard, 2004). Egalement selon Brewer (1980), les sélections lexicales et syntaxiques, si elles ne respectent pas les conventions, violent les intuitions (attentes) stylistiques du lecteur et perturbent la réception.

Les recherches empiriques élaborées dans le cadre de cette théorie sont de deux types : 1) des études descriptives mettent en évidence les régularités des situations de communication (i.e. du genre), c'est à dire les normes contractuelles de la communication {e.g. de Piccoli et al., 2004 ; Georget & Chabrol, 2000 ; Lepastourel & Testé, 2004, 2) des études expérimentales visent à confirmer l'existence d'attentes par la manipulation du genre discursif (i.e. du contrat).

Les études expérimentales mettent en évidence l'existence d'attentes contractualisées. Une étude de Girard (2000) montre que les lecteurs activent des attentes différentes en terme d'enjeu selon la mise en scène typographique et énonciative d'un même contenu textuel. Les participants qui doivent résumer un article de presse (« article d'analyse » *versus* « éditorial ») font une meilleure évocation des éléments du texte s'ils repèrent pendant la lecture, *via* la mise en scène de l'article, une intention consistante avec l'enjeu dominant (informer *versus* évaluer/commenter). Certaines connaissances des lecteurs sur la forme et/ou le contenu des discours leur permettent donc d'identifier les enjeux dominants et de déclencher des attentes conformes à la visée de l'instance de production. L'identification du contrat de communication passe donc par la reconnaissance du genre discursif. Dans la communication publicitaire, l'intériorisation des normes de productions discursive *via* un apprentissage implicite et les attentes consécutives aux expositions sont également confirmées (Georget, 2004b; Georget & Chabrol, 2000) La vitesse de lecture des textes, leur rappel et l'évaluation

de leur qualité sont déterminés par les normes de production majoritaires. Ainsi, une accroche, pourtant sémantiquement et syntaxiquement complexe, facilite la lecture et le rappel de certains éléments à condition que celle-ci corresponde à la norme langagière congruente avec la situation de communication.

Le contrat de lectorat stipule que plus la consommation médiatique est régulière, plus les routines sont ancrées et plus le lecteur interprète en fonction de ses attentes sur le discours. Dans deux expériences, Burguet (1999) manipule les formes d'expansion de dramatisation de l'information et de crédibilisation de la source, considérées comme caractéristiques du style journalistique typique (article typique crédible et dramatique *versus* article canonique dont on a supprimé ces deux types d'expansions). Dans l'étude 1, l'introduction d'une variable distractive fait apparaître une différence de rappel des éléments de l'article. En condition non distractive, les participants ne font pas de rappels différents de l'article typique ou de l'article canonique. Par contre, placés en condition distractive, les participants qui ont lu le « texte canonique » fournissent une restitution moindre des éléments de l'article. L'auteur conclue que le fait d'avoir en mémoire une représentation du discours journalistique permet une certaine économie cognitive. L'étude 2 permet de préciser ces résultats. L'article de presse typique est significativement mieux mémorisé par les lecteurs réguliers de quotidiens que par les lecteurs non-réguliers. Il n'apparaît pas de différences à la suite de la lecture du texte canonique (article modifié, i.e. non-conforme) entre lecteurs et non-lecteurs. Cette expérience suggère que : (1) les lecteurs se familiarisent avec les régularités du genre journalistique qu'ils intériorisent par leur lecture fréquente de journaux, (2) le niveau de lectorat détermine les attentes des lecteurs : plus les sujets sont lecteurs, plus le contrat est fort et plus leurs attentes sont importantes. La confirmation des attentes (texte typique) favorise la mémorisation d'informations. Cet effet est d'autant plus intéressant que, comme dans l'expérience de Georget & Chabrol (2000), l'article le mieux restitué (i.e. article typique dramatisant et crédible) ne correspond pas à une macrostructure simple, ce qui va à l'encontre des résultats psycholinguistiques. Il s'agit donc bien ici d'attentes liées à un contrat journalistique.

D'autres expériences montrent l'existence de contrats très spécifiques. La présence d'un titre d'article conforme (*vs* non conforme) à la représentation d'objectivité et de prudence énonciative que les lecteurs se font du quotidien *Le Monde* favorise (*vs* diminue) la mémorisation et la compréhension de l'article (Chabrol & Girard, 2001). De plus, les lecteurs assidus de *Libération* ou du *Monde* mémorisent mieux les informations lorsqu'ils lisent des articles conformes au style habituel de leur journal de prédilection (*Libération versus Le*

Monde). Ils mémorisent moins bien les informations issues d'articles d'un autre journal que leur journal habituel (Burguet, 2000).

Ces résultats précisent les attentes relatives au contrat entre un journal et son lectorat et valident l'hypothèse d'un enchâssement des contrats, ici en fonction de la source journalistique. On peut se demander si, conformément à l'hypothèse de contrats relatifs aux rubriques médiatiques (Chabrol, 1988), il existe des normes discursives en fonction des thèmes journalistiques (politique, sportif, judiciaire). Les sujets ont-ils des attentes précises de style d'écriture concernant les articles de presse traitant d'affaires politiques ou économiques ou encore concernant les faits divers ? Par exemple, le style journalistique judiciaire est-il différent d'autres styles thématiques (économiques, sportifs...) ? Par ailleurs, dans ces études, les variables dépendantes restent très cognitives (réception d'information, compréhension ou mémorisation). Quels peuvent être les effets de la manipulation d'un genre discursif en terme d'influence persuasive ? A ces deux questions, une série d'études de Lepastourel et Testé (2004) permet d'apporter des premiers éléments de réponse (cf. encadré 7). Cette étude met d'une part en évidence des différences de style morpho-syntaxique entre des articles de thème économique, politique, sportif et judiciaire. De plus, la manipulation du style (conforme *versus* non-conforme) montre qu'un article écrit conformément aux caractéristiques syntaxiques typiques du judiciaire est davantage identifié comme typique que deux articles non-conformes. Enfin, dans cette recherche, la manipulation du style judiciaire a des effets sur la mémorisation des informations par les lecteurs et sur l'attribution de culpabilité à l'accusé.

Encadré 7 : Manipulation des indices syntaxiques typique du style judiciaire. Effets sur la mémorisation d'information, l'évaluation de l'article et les jugements de culpabilité

Cet encadré résume trois études de Lepastourel et Testé (2004) publié dans Psychologie Française. Le « tiré à part » de l'article est en annexe.

- Une première étude visait à mettre en évidence un style d'écriture caractéristique des articles judiciaires. Une analyse de discours a été faite sur des articles de presse écrite (issu de *Le Monde* et *Ouest-France*). Différents thèmes étaient pris en compte : judiciaire, économique, politique et sportif. Les résultats de l'analyse mettent en évidence : (1) des différences morpho-syntaxiques en fonction des thèmes, (2) un style typique des articles judiciaires, particulièrement différent du style économique.
- Sur cette base, trois articles judiciaires ont été construits : un article conforme au style judiciaire (*congruent*) et deux articles non-conformes : l'un conforme au style économique (*incongruent*) et l'autre écrit selon un style judiciaire accentué (*extrémisé*).
- Une deuxième étude visait à vérifier que la conformité (vs non-conformité) des articles expérimentaux était identifiée par les sujets. Les résultats montrent que : (1) l'article conforme est reconnu comme plus véritable que les deux articles non-conformes, (2) l'article

extrémisé a une position intermédiaire. Il apparaît une hiérarchie allant de l'article *congruent* à l'*incongruent* en passant par l'*extrémisé*. Ces résultats amènent les auteurs à formuler l'hypothèse selon laquelle l'article congruent devrait entraîner des jugements plus sévères que l'article *extrémisé* qui devrait entraîner des jugements plus sévères que l'article *incongruent*.

- La troisième étude avait pour objectif d'appréhender l'influence de la modification du style d'écriture des articles sur leur mémorisation et les jugements des lecteurs. Considérant le statut intermédiaire de l'article extrémisé en terme de reconnaissance, une hypothèse de tendance linéaire a été testée par le biais d'analyse de régression simple [contraste codé *congruent* = 1 ; *extrémisé* = 0 ; *incongruent* = -1]. Les participants étaient catégorisés en peu lecteurs et lecteurs sur la base de leur exposition journalistique générale.

Les résultats montrent que :

(1) la conformité du style a un effet sur la mémorisation : l'article conforme est mieux mémorisé que les deux articles non conformes. Le fait que la mémorisation des informations par les sujets soit affectée par la modification des caractéristiques de style judiciaire suggère l'existence d'un contrat établi entre le lecteur et la presse écrite à propos des articles à thème judiciaire, i.e. un contrat « thématique ». La perturbation du contrat thématique entraînerait la diminution de la mémorisation. Notons que les articles non-conformes (*extrémisé* et *incongruent*) ne se différencient pas en terme de nombre d'informations correctement restituées ou en terme d'exactitude globale du rappel. Par contre, l'article extrémisé a, de nouveau, un positionnement intermédiaire concernant la richesse du rappel, il suscite des rappels plus riches que l'article *incongruent*.

(2) L'effet du style sur les indices de mémorisation est indépendant de la fréquence de lecture des sujets.

(3) La conformité du style n'a pas d'effets sur les attributions de qualité à l'article,

(4) L'effet de la conformité du style sur les jugements n'est pas conforme à celui attendu puisque les articles *congruent* et *extrémisé* entraînent des attributions de culpabilité supérieures à l'article *incongruent*. Cet effet est modulé par le niveau de lectorat : il apparaît chez les plus-lecteurs, pas chez les peu-lecteurs.

(5) La mémorisation d'informations ne médiatise pas l'effet de la conformité du style sur les jugements.

Plusieurs questions peuvent être posées sur la base de ces résultats :

(1) Le statut intermédiaire de l'article extrémisé en terme de reconnaissance et sur la mesure de richesse du rappel d'informations amène à s'interroger plus avant sur le statut particulier d'une manipulation extrémisante (*vs* incongruente). Et ce d'autant plus que l'article extrémisé entraîne une culpabilité égale à l'article congruent, tous deux significativement supérieurs à l'article *incongruent*. La non-conformité ne suffirait donc pas à expliquer les effets, il y aurait des différences selon le type de non-conformité. La théorie d'*attentes langagières* (Burgoon & Burgoon, 2001), dont un des postulats est l'existence de ruptures « positives » et « négatives » des attentes, pourrait permettre d'expliquer ces résultats.

(2) L'absence de résultats sur les évaluations de la qualité amène à s'interroger sur les items de mesure de la qualité dans cette étude d'autant qu'une corrélation positive entre l'attribution de qualité à l'article et les jugements de culpabilité existe.

(3) La mémorisation ne médiatisant pas l'effet sur les jugements, d'autres variables de médiatisation sont à identifier, notamment la qualité perçue des articles.

(4) Le nombre d'articles analysé dans la phase 1 n'est pas suffisamment exhaustif. Le corpus mériterait d'être complété notamment en augmentant le nombre de sources judiciaires.

3. Conclusion du chapitre IV

La première partie de ce chapitre a permis de mettre en évidence les effets d'éléments stylistiques sur diverses mesures : la mémorisation, la compréhension, les mécanismes d'attribution et les jugements. La seconde partie a mis en évidence l'importance de la reconnaissance des styles discursifs en partie déterminée par les attentes liées au genre discursif. Ce deuxième type d'études développe davantage le rôle des normes discursives et des attentes des récepteurs.

On peut constater que les travaux qui supposent que le style a un effet direct sont plus nombreux que les études qui supposent que des aspects du contexte social peuvent déterminer les effets cognitifs du langage. Ces deux approches, très différentes, sont toutes les deux pertinentes et complémentaires, la seconde ayant l'avantage de s'intéresser à la fois « [au] traitement cognitif du texte (psycholinguistique textuelle) et [à] l'activité de communication (pragmatique psychosociale) » {Georget & Chabrol, 2000, p. 20}. Mais la seconde approche est moins documentée. Or, le rapport entretenu par les récepteurs avec l'information textuelle, *via* leurs attentes, devrait permettre de mieux comprendre les effets médiatiques.

Les recherches empiriques initiées dans le cadre du contrat de lectorat montrent que la conformité discursive aux attentes des lecteurs est identifiée par les lecteurs (Lepastourel & Testé, 2004) et facilite la mémorisation d'informations (Burguet, 1999, Lepastourel & Testé, 2004). Une seule étude (Georget & Chabrol, 2000) montre que la conformité (de la communication publicitaire) aux attentes a des effets sur les évaluations des messages. Ces résultats conduisent à conclure à l'existence de contrats de lectorat (selon les sources, les thèmes ou la visée informative ou persuasive) qui génèrent certaines attentes de styles, puisque leur non-conformité altère l'identification, la mémorisation, l'évaluation de qualité.

Enfin, un seul résultat (Lepastourel & Testé, 2004) montre que la conformité syntaxique affecte les attributions de culpabilité. Les effets de la *publicité pré-procès* peuvent-ils être expliqués par l'existence d'un contrat de lectorat relatif au thème judiciaire ? On peut supposer que le public développe des attentes en terme de style d'écriture journalistique judiciaire et qu'il existe un contrat de lectorat judiciaire qui générerait certaines attentes de style. Si l'on cherche à étendre l'hypothèse du contrat de lectorat aux jugements pré-procès, on peut supposer qu'un article qui relate une enquête judiciaire, conforme au style typique indiquerait au lecteur qu'il peut porter un jugement (i.e. positionne le lecteur dans un contrat de jugement), tandis qu'un article qui relate une enquête judiciaire de façon non-conforme au style typique indiquerait au lecteur qu'il ne se situe pas

dans un contrat typique lui permettant d'attribuer de la culpabilité à l'accusé. Autrement dit, une analyse d'articles *enquête judiciaire* permettrait de mettre en évidence un style d'écriture typique relatif à ce genre. Un article conforme au style « enquête judiciaire » devrait valider le contrat attendu par les lecteurs. Dans ce cas conforme, le lecteur identifierait l'article comme conforme, mémoriserait mieux les informations, évaluera l'article de meilleure qualité et portera des jugements de culpabilité plus sévères. A l'inverse, si les indices discursifs présents dans l'article ne correspondent pas au contrat attendu, il ne devrait pas identifier l'article comme conforme. Dans ce cas, le message devrait être évalué de moindre qualité et le lecteur portera des jugements de culpabilité moins sévères.

PROBLEMATIQUE

Cette thèse cherche à prolonger les recherches initiées principalement aux Etats-Unis sur les effets de la publicité pré-procès (PPP) en intégrant les apports des travaux issus de la psychologie sociale de la communication. Il s'agira plus précisément d'examiner des hypothèses basées sur la théorie du contrat de lectorat en l'appliquant à la lecture d'articles judiciaires.

Dans le courant de recherche portant sur les effets de la PPP (chapitre II), des études corrélationnelles mettent en évidence que le niveau de connaissance sur une affaire judiciaire corrèle avec la culpabilité attribuée aux accusés (e.g., Arbuthnot et al., 2002; Costantini & King, 1980-1981; Moran & Cutler, 1991). Pour expliquer cette corrélation, des analyses de contenu d'articles de presse sont conduites et mettent en évidence des biais dans la sélection d'informations ou les explications fournies par les journalistes (e.g., Manchec et al., 1998; Morris & Peng, 1994; Stocking & Gross, 1989). D'autres analyses de contenu montrent que des informations, pourtant considérées comme préjudiciables aux accusés par l'Association du Barreau Américain, sont présentes dans les journaux américains (e.g., Imrich et al., 1995; Tankard et al., 1979). Enfin, des manipulations expérimentales complètent ces analyses descriptives en confirmant les effets des informations préjudiciables sur les attributions de culpabilité à l'accusé (e.g., Kramer et al., 1990; Otto et al., 1994). Ces résultats de recherches sont notamment utilisés par des juristes (avocats, notamment) soucieux du droit de leurs clients à un procès équitable. Leur but est très concret et leur attention focalisée sur ce qui est le plus manifestement une source d'influence potentielle : les informations contenues dans les articles. Ce courant de recherche a le mérite de poser la question de l'articulation entre les exigences légales de procès équitables et les exigences en terme de liberté de la presse. Ceci étant, qu'elles s'appuient sur des analyses descriptives ou sur des manipulations expérimentales, les études sur la PPP ne s'intéressent qu'à un aspect : les informations transmises dans les médias.

La question de la sélection des informations est également posée par les journalistes. Ils sont notamment conscients du fait qu'elle peut entraîner une vision partielle, voire faussée,

de la réalité (e.g., Agnès, 2002; De la Haye, 2005). Mais les exigences professionnelles des journalistes ne portent pas uniquement sur la sélection d'informations ou le type d'informations transmises. Le travail journalistique est contraint par d'autres exigences (chapitre I). Tout d'abord, s'agissant de la « construction » des articles, les professionnels du journalisme se soucient certes des aspects sémantiques mais également d'aspects plus formels. La « coupure aristotélicienne entre *fond* et *forme* » apparaît dans le journalisme (De la Haye, 2005). Pour appréhender complètement les effets des médias, les deux étapes journalistiques de la sélection des informations et de leur mise en forme (Gans, 2004; De la Haye, 2005) doivent donc être prises en compte. Les aspects formels sont divers. Il peut s'agir de l'agencement des paragraphes, de la mise en scène générale de l'article (la structure de l'article), des aspects syntaxiques (Rouquette, 1988). S'agissant de la mise en scène, les journalistes s'avèrent particulièrement soucieux de la mise en scène narrative de leurs articles. Ce souci de proposer des « histoires » aux lecteurs semble particulièrement prégnant concernant la rédaction des articles judiciaires (e.g., Agnès, 2002). Considérant la distinction entre fond/forme, les études sur la PPP ont donc porté sur les effets de la première étape de construction journalistique, pas sur les effets de la seconde. Pourtant, des travaux (chapitre IV) montrent les effets des caractéristiques de style, notamment syntaxiques, sur différentes variables dépendantes : mémorisation, compréhension (e.g., Healy & Miller, 1970, 1971; McKoon et al, 1993; Ziti, 1995) mais aussi attributions, perception de la qualité des messages et formation des jugements (e.g., Semin & Fiedler, 1988; Rudolph & Forsterling, 1997; Maass, Corvino, & Arcuri, 1994; Krauss & Chiu, 1997; Erickson et al., 1978; Henley et al., 1995). A un autre niveau, des études montrent les effets de la mise en récit des informations sur les jugements judiciaires (e.g., Pennington & Hastie, 1988). Ces acquis expérimentaux ont été peu appliqués dans le cadre de l'étude des effets médiatiques dans le domaine judiciaire.

Qu'il s'agisse d'information ou de mise en forme, certaines exigences générales portent sur la qualité des articles. Pour les journalistes d'information, les messages médiatiques doivent être crédibles, informatifs et suffisamment agréable à lire. Ces exigences de qualité relèvent d'une forme de contrat implicite, passé entre les journalistes et les lecteurs (Ferenczi, 2005). Ce contrat aurait « deux versants » : (1) le lecteur développerait certaines attentes vis-à-vis du journal (Neveu, 2001), (2) le journal devrait se conformer aux attentes de son lectorat. Par exemple, si un journal se fixe comme critère un certain degré d'informativité, les lecteurs du-dit journal développeraient certaines attentes en terme de nombre et de précision des informations et n'apprécieraient pas qu'elles restent insatisfaites. Si un journal se fixe comme critère un certain niveau de dramatisation de l'information, les lecteurs du

journal désavoueraient trop de retenue journalistique. La « force » des attentes dépendrait de la familiarité du lecteur avec le journal, *via* son niveau d'exposition (e.g. Esquenazi, 2002).

Cet aspect contractuel est central dans les théories du contrat de communication et du contrat de communication médiatique (e.g., Charaudeau, 1983, 2005, Ghiglione, 1986). Ces théories reposent sur l'idée que le respect de règles relatives aux caractéristiques de la situation et du discours est nécessaire au bon déroulement d'une communication. Selon Charaudeau (1997, 2005), les règles discursives dépendent des règles situationnelles : elles se reflètent dans les comportements langagiers attendus lorsque les contraintes externes de la situation de communication sont reconnues. Ces aspects impliquent d'une part que des attentes en terme de comportement discursif se développent en fonction de la perception de la situation de communication, d'autre part que le non-respect des règles provoque une rupture du contrat et peut mettre un terme à la communication. Initialement étudiée dans des situations de conversations, la théorie du contrat de communication (Ghiglione, 1986) n'exige pas la présence physique des partenaires et peut s'appliquer à la lecture d'un article de journal (Burguet, 1997). Une communication médiatique écrite constituerait une situation aux règles spécifiques, donc aux comportements discursifs spécifiques. Certaines études (chapitre III) montrent par ailleurs que les locuteurs laissent dans leurs discours des traces langagières permettant au récepteur d'inférer leur but de communication ou leur attitude (e.g., Bromberg & Ghiglione, 1988; Castel et al., 1999; Ghiglione & Nooyen, 1981).

La notion de contrat de lectorat étend la théorie du contrat de communication aux messages médiatiques écrits. Selon Burguet (1999), la situation de lecture d'un article relève d'un contrat pré-fixé et les lecteurs ont certaines attentes quant à ce qu'ils doivent trouver (ou non) dans un article de presse en terme d'informations mais aussi de style d'écriture (en terme de crédibilité et de dramatisation). Dans la théorie du contrat de lectorat, la dimension centrale d'« attentes pré-programmées » (Ghiglione & Chabrol, 2000, p. 13) conditionne les études. Pour mettre en évidence des attentes en terme de discours, deux stratégies de recherche complémentaires sont identifiables : (1) mettre en évidence les caractéristiques typiques des genres discursifs que l'on souhaite étudier (e.g. l'analyse d'articles de faits et d'opinion, De Piccoli et al, 2004; régularités des publicités de presse, Georget & Chabrol, 2000), (2) manipuler expérimentalement les caractéristiques typiques de sorte à appréhender les effets des modifications introduites (e.g. Georget & Chabrol, 2000).

Le premier type d'études renvoie à des analyses descriptives de corpus médiatiques. La première étape d'une analyse des médias doit être une analyse de discours permettant de décrire les caractéristiques communes du genre discursif (Charaudeau, 1984; 1993). L'idée

qui sous tend l'analyse est alors que des comportements langagiers récurrents, prenant une forme constante et typique, sont régis par un principe commun : le contrat communicationnel (Croll, 1993). Selon Marchand (1998), « l'analyse du discours implique une théorie du discours : [...] le discours est un monde qui a ses règles (stabilisation de normes de discours) ». Les analyses de discours permettent de caractériser les genres discursifs, par exemple selon le type d'articles (fait *versus* d'opinion, De Piccoli et al., 2004) ou selon leur thème (thème économique *versus* judiciaire, Lepastourel & Testé, 2004). Pour Charaudeau, la co-construction du sens se fait dans des situations qui, à force de récurrence, se stabilisent en types, et constituent des points de repères pour les partenaires de l'échange. La notion de contrat de communication repose sur un système de reconnaissance réciproque qui donne le moyen de relier le texte lu et le contexte de situation (Charaudeau, 2004). Un aspect essentiel de la théorie du contrat de lectorat est que les caractéristiques typiques de genre discursif mises en évidence par les analyses descriptives sont supposées être attendues par les récepteurs, la reconnaissance du genre leur permettant de construire le sens de la production discursive.

Pour mettre à l'épreuve cette hypothèse, les études expérimentales consistent en général à manipuler les caractéristiques typiques de la presse. L'hypothèse sous-tendant ces études est que la non-conformité aux caractéristiques typiques altère l'identification du contrat. En effet, l'identification des « contrats de communication, ou des marques qui permettent le repérage d'une stratégie discursive donnée, sont des questions fondamentales pour l'étude de la réception » (Chabrol, 1988, p 184). Ainsi, le respect des indices discursifs relatifs au genre « article de presse », cohérent avec le contrat activé en mémoire, favorise la mémorisation d'informations et la compréhension de l'article. A l'inverse, le non-respect des indices altérera la réception car le contrat activé au préalable, censé fournir un cadre d'interprétation aux récepteurs, ne permettra pas de reconnaître les indices attendus (Bromberg, 1999, 2001).

La théorie du contrat de lectorat suppose également l'existence d'attentes plus ou moins fortes selon le niveau d'exposition des lecteurs aux articles de presse. Les attentes seraient fonction du niveau de familiarité avec le genre et détermineraient la force du schéma en mémoire. La familiarité aux discours permettrait de reconnaître les genres grâce au repérage d'indices textuels et paratextuels récurrents. Selon Chabrol (1983), un journal lu habituellement doit réaliser cette information « conforme ». Si la conformité est réussie, le lecteur éprouvera un sentiment de coïncidence ou d'« affinité idéologique ». A l'opposé, les journaux inconnus du lecteur apparaîtront peu lisibles et peu objectifs, l'affinité n'étant pas

établie. Chabrol estime néanmoins que l'affinité est moins réelle que postulée et repose sur une sorte de « contrat de confiance » susceptible d'être remis en cause, totalement ou partiellement.

Les études sur le contrat de lectorat ont abordé cette notion sous des angles différents. Certaines portent sur les contrats en fonction de l'organe de presse (*Libération/Le Monde*, Burguet, 2000⁵⁵), d'autres selon la visée des articles (analyse/éditorial, Girard, 2000) ou selon le thème (économique/judiciaire, Lepastourel & Testé, 2004). Les indices étudiés sont également variés : aspects de style généraux (expansions crédibles et dramatiques, Burguet, 1999), formulation des titres (Girard, 2000), caractéristiques syntaxiques (Lepastourel & Testé, 2004).

Les études relevant de la théorie du contrat de lectorat se sont principalement intéressées aux effets en terme de mémorisation et de rappel d'articles de presse. On peut pourtant supposer que « le contrat de lectorat, lié à une situation de communication typique attendue, permet d'optimiser les traitements langagiers par la mise en place de routines et d'orienter les évaluations » des messages en fonction de « normes discursives préférentielles » (Charaudeau & Maingueneau, 2002, p. 140). La perception de la qualité des articles est d'ailleurs une préoccupation journalistique forte (Charron & de Bonville, 2002). Dans ce cadre, à notre connaissance, la seule étude qui montre un effet de la conformité sur l'évaluation est celle de Georget et Chabrol (2000). Dans leur étude sur les effets du contrat de lectorat publicitaire, la congruence entre le produit vanté et son accroche (ex : une accroche complexe pour une voiture, une accroche simple pour un shampoing) entraîne une meilleure évaluation de l'attractivité de la publicité, de sa pertinence informative et de sa capacité à valoriser le produit. Certaines études issues de la théorie de « violations des attentes » suggèrent aussi que la violation des attentes langagières modifie l'attribution de crédibilité au message ainsi que ses effets persuasifs (e.g. J. K. Burgoon & Burgoon, 2001). Dans le même ordre d'idée, Ghiglione (1997, p. 248) suppose que le traitement heuristique des « indices contenus dans [un] message » permettra de lui attribuer (ou non) de la qualité. Meyer (2000) argumente la même idée en supposant que l'identification d'un genre textuel peut servir d'indice heuristique à des lecteurs pour décider de la valeur d'un texte.

Au-delà de l'évaluation des messages, la théorie du contrat de communication suppose également que la conformité des indices discursifs aux attentes des récepteurs module l'influence des messages. Ainsi, Ghiglione et Chabrol estiment que « lorsque l'enjeu est

⁵⁵ Dans cette étude, Burguet ne manipule pas les caractéristiques typiques mais utilise des articles soit typiques de *Libération*, soit typiques du *Monde*.

stabilisé, connu, partagé de même que les paramètres contractuels de la situation de communication, on peut supposer qu'il existe des attentes croisées relativement bien circonscrites. Cela ne peut manquer de faciliter la co-construction de la référence et de l'intention, et donc avoir des effets identifiables tant en compréhension qu'en influence » (2000, p. 9). Ce type d'effet n'a, à notre connaissance, été observé que par Lepastourel et Testé (2004, cf. encadré 7), leur recherche montrant un impact de la congruence d'un article de presse avec le style *judiciaire* typique sur la culpabilité attribuée à un accusé. Dans cette thèse, considérant que nous cherchons à examiner les effets préjudiciables avant-procès, nous nous intéressons à l'impact d'un article de presse congruent au style *d'enquête judiciaire* typique, sur la culpabilité attribuée à un accusé.

Ainsi, l'efficacité persuasive d'un article de presse relatant une *enquête judiciaire* serait en partie déterminée par le fait que le public reconnaisse l'article comme appartenant à ce genre (Östman, 1999). Dans le cas de la *publicité pré-procès*, l'influence médiatique serait partiellement conditionnée par l'existence d'un contrat de communication spécifique de *l'enquête judiciaire*. Les lecteurs d'articles de presse *d'enquête judiciaire* seraient davantage influencés par les messages médiatiques dans la mesure où ils identifient le genre discursif. On peut supposer qu'un article qui relate une *enquête judiciaire*, s'il est conforme au style typique attendu par le lecteur, lui indique qu'il peut porter un jugement (i.e. positionne le lecteur dans un contrat de jugement). A l'inverse, un article qui relate une *enquête judiciaire* de façon non-conforme au style typique lui indiquerait qu'il ne se situe pas dans un contrat typique lui permettant d'attribuer de la culpabilité à l'accusé. Les effets de la *publicité pré-procès* pourraient donc dépendre de la validation d'un « contrat d'influence », via le traitement de certains indices de style conformes aux attentes des lecteurs. Autrement dit, un article conforme au style *enquête judiciaire*, validant le contrat attendu par les lecteurs, fournirait un « cadre de jugement » aux récepteurs d'informations médiatiques, indiquant aux lecteurs qu'ils peuvent porter un jugement de culpabilité sur l'accusé.

Hypothèse générale et programme de recherches

L'objectif général de cette thèse est de montrer qu'il existe un genre textuel spécifique des articles relatant des *enquêtes judiciaires* et que la non-conformité d'un article à ce style d'écriture spécifique altère la réception de l'article par les lecteurs, et ce d'autant plus qu'ils lisent fréquemment des articles judiciaires.

Nous mettons à l'épreuve cette hypothèse sur plusieurs mesures. Le respect du genre *enquête judiciaire* devrait permettre au lecteur d'identifier les indices discursifs, relatifs au contrat *enquête judiciaire* conforme à ces attentes. Cette identification favorisera une meilleure identification du caractère typique de l'article, une évaluation de qualité supérieure à l'article et entraînera une attribution de culpabilité supérieure à l'accusé. Conformément aux observations des journalistes sur la familiarité à la presse et aux propositions de la théorie du contrat de lectorat, les effets prévus par l'hypothèse générale devraient être modulés par le niveau de lectorat des participants, en étant plus forts chez les sujets les plus lecteurs d'articles judiciaires, comparativement aux sujets moins lecteurs. Conformément aux hypothèses sur les effets de l'identification de genre typique, nous supposons que l'identification d'un article de presse d'*enquête judiciaire* identifié comme typique médiatisera les effets de conformité/non-conformité stylistique des articles sur les évaluations des messages et les jugements.

Le programme des études de la thèse se présente comme suit : les études 1 et 2 vont permettre l'opérationnalisation de l'hypothèse formulée précédemment, premièrement en construisant des articles expérimentaux relatant une *enquête judiciaire* mais variant en terme de style d'écriture (variable indépendante), deuxièmement en élaborant un questionnaire d'évaluation de la qualité des messages journalistiques (variable dépendante de qualité). Conformément à la suggestion de Charaudeau (1993), l'étude 1 constitue une première étape d'analyse d'articles *judiciaires*. Les fondements théoriques de l'analyse et sa mise en oeuvre sont détaillés dans le chapitre V (chapitre suivant). Son objectif principal est de déterminer les indices morpho-syntaxiques caractéristiques du genre *enquête judiciaire*. Sur la base des résultats d'analyses des articles, les articles expérimentaux utilisés dans les recherches 3, 4, et 5 seront construits, conformément à l'hypothèse d'effet de la conformité *versus* non-conformité du style. L'étude 2 constitue une seconde étape de la construction du matériel qui sera utilisé dans cette thèse : un outil d'évaluation de la qualité des articles de presse *judiciaires* a été élaboré. Les fondements théoriques de la construction du questionnaire d'évaluation et sa mise en oeuvre sont détaillés dans le chapitre VI. L'objectif général de cette

étude est de permettre une évaluation des articles de presse écrite *judiciaires* en prenant en compte plusieurs dimensions de la qualité journalistique : l'objectivité, la lisibilité et l'informativité des articles.

A l'issue de ces deux étapes, trois études seront conduites afin de vérifier l'hypothèse générale d'effet de la conformité *versus* non-conformité du style d'écriture de l'enquête judiciaire sur l'identification des articles (étude 3, 4, et 5), sur l'évaluation de leur qualité (étude 4 et 5), sur l'attribution de jugement (étude 5). A l'issue de ces trois études, l'étude 6 a été conduite afin de rendre compte de différences de résultats entre les études 4 et 5. Cette étude teste également l'hypothèse générale d'effet de la conformité *versus* non-conformité du style d'écriture de l'enquête judiciaire sur l'identification des articles, la qualité et les jugements. Comme expliqué précédemment, dans toutes ces études, les effets prévus par l'hypothèse générale devraient être modulés par le niveau de lectorat des participants. De plus, nous examinerons les éventuels effets médiateurs de la conformité/non-conformité du style des articles, par la reconnaissance sur les évaluations de qualité et les jugements, et par les évaluations de qualité sur les jugements.

Enfin, compte tenu des résultats observés dans les recherches expérimentales 3, 4, 5 et 6, de nouvelles hypothèses expérimentales sont formulées et donneront lieu à une deuxième série d'études (études 7, 8 et 9).

CHAPITRE V - ETUDE 1 : ANALYSE DE DISCOURS D'ARTICLES DE PRESSE ECRITE JUDICIAIRE

Conformément à ce qui a été annoncé, une analyse d'articles a été mise en œuvre afin de préciser les caractéristiques syntaxiques typiques du genre *judiciaire*, notamment d'examiner les caractéristiques syntaxiques typiques du genre *enquête judiciaire*.

L'analyse de Lepastourel et Testé (2004) montrait des différences syntaxiques entre des thèmes journalistiques (économique, politique, sportif et judiciaire) et mettait en évidence l'existence d'un genre syntaxique *judiciaire*. Le but de l'analyse présentée dans ce chapitre est de préciser la caractérisation du genre *judiciaire*. Considérant les résultats déjà observés sur les effets d'attentes en fonction de la source (e.g. Burguet, 2000; Chabrol & Girard, 2001) et les propositions d'enchâssement de contrat en fonction des sources journalistiques (Burguet, 1999), différentes sources journalistiques sont prises en compte (Libération, Le Monde, Le Figaro, Ouest-France) afin de déterminer si le genre *judiciaire* varie en fonction de la source journalistique. Afin de tenir compte du déroulement légal d'une affaire judiciaire, cette analyse distingue les articles rédigés pendant la phase *d'enquête*, les articles rédigés pendant un *procès*, et les articles rédigés après l'annonce d'un *verdict*.

L'objectif de cette étude est d'identifier les normes discursives propres au style de *l'enquête judiciaire*. Cette caractérisation du style de *l'enquête* permettra ensuite de manipuler la conformité du style d'écriture aux normes typiques dans plusieurs études expérimentales. Cette analyse vise donc à mettre en évidence un genre d'écriture à un niveau plus précis que celui mis en évidence par Lepastourel et Testé (2004), une sorte d'enchâssement thématique des contrats (i.e. examiner si le genre *judiciaire* se divise en genre de *l'enquête*, du *procès*, ou *post-verdict*).

1. Description du corpus d'articles

Chaque jour, entre le 20 décembre 2003 et le 2 février 2004, les articles traitant d'affaires judiciaires ont été recueillis en ligne sur les sites Internet des quotidiens *Le Figaro*, *Libération*, *Le Monde* et *Ouest-France*. Les sites de ces quotidiens d'informations fournissent

les versions informatisées identiques aux versions papiers. Les trois premières sources sont des quotidiens généralistes nationaux parmi les plus lus en France, traditionnellement considérés comme des quotidiens « haut de gamme » (Charon, 2005). Ouest-France est le quotidien régional qui couvre le plus de départements en France (Charon, 2005) et le plus diffusé (790 000 exemplaires en 2000, soit deux fois plus que Sud-ouest, deuxième journal régional le plus diffusé avec 345 000 exemplaires, Albert, 2002). Aucun critère particulier de sélection des articles n'a été établi a priori, ils étaient sélectionnés systématiquement s'il y était fait mention d'un délit ou crime. Les articles relataient soit la phase policière de l'enquête durant l'instruction (phase *enquête*), soit le déroulement d'un procès avant que le verdict ne soit rendu (phase *procès*), soit des affaires judiciaires dont le verdict avait été rendu (phase *verdict*). Un corpus de 176 articles de presse judiciaire a ainsi été constitué (cf. tableau 2).

Tableau 2 : *Etude 1 - Répartition des articles de presse judiciaire selon les sources journalistiques et les phases judiciaires*

	Sources				Total
	Le Figaro	Le Monde	Libération	Ouest-France	
Enquête	33	23	21	16	93
Procès	8	7	10	7	32
Post-Verdict	8	12	10	21	51
Total	49	42	41	44	176

Le déséquilibre du nombre d'articles entre phases n'est pas un choix de recueil mais le reflet de la réalité journalistique : les organes de presse relatent davantage d'enquêtes judiciaires (n = 93) que de procès (n = 32) ou d'annonces de verdicts (n = 51). Selon Voorhoof (1998), l'intérêt des journalistes se déplace vers une phase toujours plus précoce de la procédure. En plus de rendre compte du procès public, la presse s'intéresse à l'inculpation et à l'enquête judiciaire préliminaire. Ce déséquilibre apparaît pour les quotidiens nationaux, pas pour Ouest-France.

Les caractéristiques générales des articles en fonction des phases et en fonction des sources sont décrites dans les tableaux 3 et 4 : le nombre total de mots et de citations dans le corpus est indiqué ainsi que le nombre de mots et le nombre de citations par article. Ont été considérées comme citations, les mots ou paragraphes placés entre guillemets («...»). Le compte du nombre de guillemets a été effectué en faisant un « *Remplacer tout* » dans Word. Le nombre de remplacements indiqué a ensuite été divisé par deux, permettant d'obtenir le nombre de guillemets ouverts.

Tableau 3 : *Etude 1 - Description des caractéristiques des articles judiciaire selon les phases*

	PHASES			
	enquête (93 articles)	procès (32 articles)	verdict (51 articles)	Total (176 articles)
Nombre total de mots	47219	17508	27405	92132
Nombre de mots moyens par articles	508	547	537	523
Nombre de mots minimum	90	150	182	90
Nombre de mots maximum	1100	1080	1356	1356
Nombre total de citations	724	312	525	1561
Nombre de citations par articles	7.78	9.75	10.29	8.87

Tableau 4 : *Etude 1 - Description des caractéristiques des articles judiciaire selon les sources*

	SOURCES				
	Le Figaro (49 articles)	Le Monde (42 articles)	Libération (41 articles)	Ouest-F (44 articles)	Total (176 articles)
Nombre total de mots	24699	26300	22395	18738	92132
Nombre de mots par articles	504	626	546	419	523
Nombre de mots minimum	182	229	172	90	90
Nombre de mots maximum	1100	1356	1180	1159	1356
Nombre total de citations	395	466	441	259	1561
Nombre de citations par articles	8.06	11.10	10.76	5.88	8.87

2. Méthode

Dans le chapitre III, les recherches du Groupe de Recherches sur la Parole (GRP - Paris 8) sur la caractérisation d'indices langagiers en fonction des attitudes du locuteur, des enjeux de la situation communication, puis sur la mise en évidence des programmes cognitivo-discursifs ont été abordées. D'autres travaux, menés en parallèle, se sont attachés à

la création de méthodes d'analyses de discours⁵⁶, en partie en opposition aux analyses de contenu thématique (sur les analyses de contenu, cf. Bardin, 1993). C'est dans ce cadre théorique et empirique que l'Analyse Propositionnelle du Discours (dorénavant APD, Ghiglione et al., 1985 ; Ghiglione & Blanchet, 1991) puis l'Analyse Cognitivo-Discursive (dorénavant ACD, Ghiglione et al., 1995) ont été élaborées. Sur la base de ces deux analyses, le logiciel Tropes a ensuite été créé (Ghiglione et al., 1998).

Considérant d'une part l'objectif général de la thèse et d'autre part le fait que la prise en compte des caractéristiques syntaxiques du logiciel Tropes relève plus directement des fondements de l'APD, cette méthode sera tout d'abord détaillée.

2. 1. Fondements théoriques de l'Analyse Propositionnelle du Discours

L'idée générale est que « les productions discursives (dans son sens le plus large : depuis l'entretien jusqu'au roman, en passant par les articles de journaux, etc.) portent en elles des traces, des indices, des intentions que le locuteur veut, à des degrés divers, faire partager à ses interlocuteurs. [...] Communiquer conduit à informer et en même temps à produire des indices nécessaires à la compréhension de ce qui est communiqué par un sujet social particulier dans une situation sociale particulière, soit des indices guidant l'interprétation de ce 'dit' eu égard aux intentions qui l'ont déclenché et dont les traces résident dans le dire effectué » (Ghiglione et al., 1995, p. 11). L'APD sert à identifier ces indices : d'une part, les aspects de contenu liés à la référence, d'autre part, les aspects syntaxiques relevant de la cohésion textuelle. L'APD se caractérise par le fait que : 1° les catégories sont posées a priori, 2° l'analyse se préoccupe des relations logiques des formes entre elles et non pas uniquement de leurs occurrences ou cooccurrences.

L'analyse se fonde : (1) sur un découpage propositionnel, l'unité d'analyse étant la proposition telle que définie par la grammaire, (2) sur l'identification des noyaux générateurs d'un corpus, c'est à dire les objets principaux du discours (i.e. les *référents noyaux* qui sont les « substantifs ou pronoms qui ont un fort pouvoir structurant et constituent des éléments pivots autour desquels s'organisent un nombre significatif de propositions, ce qui témoigne de leur position centrale dans le discours » (Salès-Wuillemin, 2005) (3) sur la catégorisation des éléments langagiers permettant : la mise en œuvre de la référence (les verbes définis en classes prédicatives en factifs, statifs, déclaratifs), l'articulation des micro-univers identifié par les connecteurs (i.e. les liens interpropositionnels) et la prise en compte des modalités

⁵⁶ Certains auteurs distinguent « analyse *de* discours » et « analyse *du* discours », ce ne sera pas notre cas.

d'intrusion de l'énonciateur dans l'énoncé identifiée à l'aide des modalisations et modalités (i.e. sa prise en charge)⁵⁷, (4) sur une formalisation des propositions (modèles argumentatifs) permettant de réduire les énoncés et d'agréger des énoncés différents.

On retrouve ces 4 étapes dans les analyses du logiciel Tropes.

2. 2. Le logiciel d'analyse Tropes

Le logiciel d'analyse automatique Tropes⁵⁸ a été créé sur les bases théoriques de l'ACD. L'ACD fusionne APD et Analyse Propositionnelle Prédicative (Kintsch, 1988; Kintsch & Van Dijk, 1978; Le Ny)⁵⁹ qui s'intéresse plus spécifiquement aux propositions de forme prédicat/argument, et à la hiérarchisation du texte à partir de macro-propositions renvoyant aux activités cognitives fondamentales de description sémantique.

Le « traitement interne d'analyse d'un texte réalisé par *Tropes* comprend deux étapes principales : une analyse sémantique et une analyse morpho-syntaxique » (Ghiglione et al., 1998, p. 76). L'analyse sémantique correspond à une distinction des « univers de référence » abordés dans le texte. L'analyse morpho-syntaxique est une analyse des statistiques formelles du texte (les indices langagiers grammaticaux). La morphologie traite des différentes catégories de mots (verbes – factifs, statifs, déclaratifs, performatifs -, noms, adjectifs, pronoms...) et des différentes formes de la flexion (conjugaison, déclinaison.) La syntaxe a pour objet les fonctions attachées aux unités linguistiques, leur emploi (Marchand, 1998). *Tropes* dégage les styles discursifs des locuteurs à l'aide des classifications élaborées sur les indicateurs langagiers (verbes, adjectifs, connecteurs, etc.).

2. 2. 1. Plusieurs phases d'analyses

Nous présentons les fonctionnalités du logiciel par phases (cf. Manuel de référence Tropes Version 6.0). Cette présentation induit plusieurs travers que nous tenons à clarifier immédiatement : (1) elle suggère que les phases se succèdent, ce qui n'est pas le cas, (2) elle suggère que toutes les phases doivent être menées dans chaque analyse or le choix du type d'analyse peut dépendre de l'objectif du chercheur.

⁵⁷ Une description uniquement propositionnelle conduit à ne pas considérer certaines marques linguistiques, comme les temps verbaux, les formes actives ou passives, autant de choix du locuteur qui participent à la construction du sens et que de nombreuses analyses propositionnelles négligent. D'où l'intérêt de la prise en compte des indices linguistiques permis par l'APD.

⁵⁸ La version utilisée dans cette thèse est Tropes, Version 6.0, 2002, diffusé par Acetic (<http://www.acetic.fr>).

⁵⁹ Pour un état des lieux sociologique des analyses de contenu et de discours, notamment sur les contacts entre les courants de l'APP du discours, les paradigmes cognitivo-discursifs de la psycholinguistique, et Tropes, cf. Jenny, 1997.

Phase 1 / le découpage des phrases et des propositions

L'unité de découpage de l'ACD étant la proposition, la charge de travail du découpage propositionnel d'un discours rend la réalisation manuelle difficile dès lors que le discours analysé excède une certaine taille (Wolff & Visser, 2005). Le logiciel *Tropes* permet donc d'effectuer ce découpage automatiquement. Le texte est découpé en propositions (phrases simples) sur la base de l'examen de la ponctuation et d'analyses de la syntaxe.

Phase 2 / la levée d'ambiguïté des mots du texte

Tropes se fonde sur les catégories de l'APD : les pronoms et articles, les verbes, adjectifs, modalités, modalisations et connecteurs. Exemple : le terme « ferma » est catégorisé comme un verbe d'action (i.e. factif), au passé simple, dont la racine est le verbe *fermer*, et le lexique le mot « ferma ».

Les phases 1 et 2 permettent de découper la phrase en « verbe, nom, modalisateurs, etc ». La levée d'ambiguïté se fait par la prise en compte de la syntaxe, de l'agencement des phrases. Autre exemple : dans « les poules du couvent couvent », le premier « couvent » ne peut être un verbe puisqu'il est précédé d'un article partitif (du). Le second « couvent » est un verbe dont le sujet est « les poules »

Phase 3 / L'identification des classes d'équivalents sémantiques

Cette étape consiste à regrouper en classes d'équivalents les mots (noms communs ou noms propres) qui apparaissent fréquemment dans le texte et qui possèdent une signification voisine. La relation d'équivalence sémantique se fait à partir d'algorithmes. Un exemple de classement d'équivalents sémantiques est présenté dans le tableau 5.

Tableau 5 : *Etude 1 - Exemples de classements de classes sémantiques effectués par Tropes (extrait de la notice de Tropes)*

Mots dans le corpus	Références	Univers 2	Univers 1
Communisme			
Marxisme	Communisme		
Capitalisme		Doctrine politique	
Libéralisme	Libéralisme		
Chef d'état			politique
Président de la république	Chef d'état		
Garde des sceaux		Homme politique	
ministre	ministre		

Cette identification de classes sémantiques permet la mise à jour de scénarii sémantiques constitués d'un certain nombre de groupes sémantiques. On peut intervenir sur la constitution de ces scénarii. Si le logiciel est confronté à un mot qu'il classe dans un groupe alors qu'il ne devrait pas s'y trouver, l'analyste peut intervenir pour construire un scénario « correct » : Exemple : un avocat nommé Maître *Cardon* catégorisé comme « légume » pourra être catégorisé dans le scénario adéquat.

Phase 4 / La détection statistique des rafales et épisodes

Tropes permet une analyse probabiliste des mots arrivant en rafales ainsi qu'une analyse géométrique des rafales délimitant les épisodes. Cela permet d'étudier la chronologie d'un discours. La méthode des rafales (Brugidou, 1995; Brugidou & Le Queau, 1999) recherche les moments d'un texte dans lesquels une forme ou un enchaînement thématique est particulièrement présent. Un épisode correspond à une partie de texte où un certain nombre de rafales se forment et se terminent. Ce sont des blocs d'argumentation qui caractérisent une certaine structure du texte.

Phase 5 / La détection des propositions remarquables (contraction du texte)

Les propositions remarquables sont des « propositions qui introduisent des thèmes ou des personnages principaux, qui expriment des événements nécessaires à la progression de l'histoire ». Il s'agit ici de montrer la logique du texte et d'en dégager la Structure Fondamentale de la Signification (SFS) et le Noyau Générateur de la Référence (NGR) (Ghiglione & Kekenbosch, 1993). Chaque proposition est codée, un score lui est attribué en fonction de son poids relatif, de son rôle argumentatif. Elles sont ensuite triées et filtrées en fonction de leur score. Précisons que cette analyse ne revient pas à créer un résumé.

Phase 6 / La mise en forme et affichage du résultat.

En conclusion, *Tropes* effectue plusieurs types d'analyses qu'il met en forme et affiche : 1) des statistiques sur la fréquence globale d'apparition des grandes catégories de mots et de leurs sous-catégories, 2) des statistiques sur la cooccurrence et le taux de liaison des classes d'équivalent et des catégories de mots, 3) une analyse probabiliste des mots arrivant en rafale et une analyse géométrique des rafales délimitant les épisodes, 4) une ACD permettant de détecter les propositions remarquables.

Considérant l'objectif général de la thèse qui est de s'intéresser aux effets de caractéristiques stylistiques, notre intérêt s'est porté sur l'analyse de la fréquence des catégories de mots et de leur sous-catégorie, que nous appellerons analyse des catégories morpho-syntaxiques⁶⁰ (Marchand, 1998). Marchand, dans l'*Analyse du discours assistée par ordinateur* (1998) décrit de façon approfondie les caractéristiques logico-syntaxiques à prendre en compte dans ce type d'analyses. Le paragraphe qui suit reprend très largement les informations données dans le chapitre *les analyses morpho-syntaxiques* de l'ouvrage de Marchand (1998, p. 89-121). Pour des informations plus détaillées sur ce thème, nous recommandons donc sa lecture.

2. 2. 2. *L'analyse morpho-syntaxique*

Parmi les possibilités offertes par le logiciel Tropes, l'analyse des caractéristiques morpho-syntaxiques du discours consiste à affecter une catégorie aux mots d'une chaîne lexicale, et à appliquer les règles de relations entre les catégories. Par rapport à la sémantique (la "science des significations", selon Bréal, cf. François, 1994), les analyses morpho-syntaxiques ne considèrent pas le mot en soi mais les liens statistiques ou syntaxiques qui indiquent les réseaux signifiants, indépendamment de l'interprétation du contenu.

Les pronoms

Les pronoms marquent la construction de l'espace interlocutoire. Les pronoms peuvent être divisés en sept catégories : les pronoms personnels (*je, le, toi*), les pronoms démonstratifs (*ce, celui-là*), les pronoms relatifs (*qui, dont*), les pronoms interrogatifs (*lequel, où*), les pronoms quantitatifs (*plusieurs*), les pronoms possessifs (*le tien, la sienne*), les pronoms indépendants (*personne, autrui*)⁶¹. Quels sens peut-on donner aux pronoms ? Selon Muller (1979), les pronoms personnels témoignent d'un mode d'interlocution direct, notamment de la présence de citations. Alban & Groman (cité par Marchand, 1998) montrent, eux, que des sujets névrotiques évitent les pronoms personnels afin d'éviter une trop grande implication dans le discours. Les pronoms relatifs organisent la cause et témoignent d'une tentative d'explication des événements relatés (Voss & Van Dyke, 2001).

⁶⁰ Marchand distingue les analyses para-verbales, lexicales, morpho-syntaxiques, sémantiques et pragmatiques.

⁶¹ Notons que, selon Charaudeau (1992, p. 119), « un tel classement n'est pas fondé sur des critères sémantiques ».

Les articles

Les articles indéfinis (un, une, des) et partitifs (du, de, la) marquent une identité indéterminée. Selon Charaudeau (1992, p. 165), l'article *un* « actualise l'être comme un élément type, c'est à dire comme un exemplaire qui vaut pour tous ceux de la classe à laquelle ils appartiennent » A l'inverse, les articles (et quantificateurs) définis (le, la, les) marquent une identité déterminée. Charaudeau suppose que l'interlocuteur qui emploie l'article *le* a déjà identifié la classe d'appartenance de l'être, objet du discours. Les adjectifs possessifs marquent une identité déterminée et une relation de possession (mon, son, le tien). L'adjectif (ou article) possessif actualise, détermine, et marque un rapport d'appropriation (Charaudeau, 1992). Enfin, les articles (ou adjectifs) démonstratifs marquent une identité déterminée et des relations spatiales et temporelles.

Selon Marchand (1998), les articles sont des caractéristiques morpho-syntaxiques et les recherches déjà détaillées sur les programmes cognitivo-discursifs (cf. chapitre III) ont montré l'intérêt de les étudier. Mais Tropes ne fournit pas de compte des articles.

Les verbes

Les verbes structurent la phrase au niveau de l'action et du temps. Ils sont classés en différentes catégories : (1) les *verbes factifs*, structurés par le verbe faire, indiquent une action. Ils caractérisent la réalisation d'un acte, la production d'un effet. (2) les *verbes statifs* sont structurés par le verbe être et le verbe avoir. Ils indiquent un état, une propriété ou une possession. Ils ont pour fonction d'insister sur l'existence d'un objet, d'attribuer à cet objet certaines propriétés, d'indiquer un état de l'objet. (3) les *verbes déclaratifs* sont structurés par les verbes dire et penser. Ils indiquent un comportement verbal, leur principal fonction est de montrer le type de rapport que le sujet entretient avec le monde. Par l'utilisation de ce type de verbes, le sujet démontre d'une certaine attitude, il exprime ses dispositions vis-à-vis de l'objet. (4) les *verbes performatifs* décrit par Austin (1962) expriment quant à eux un acte dans et par le langage. Ils expriment l'état du locuteur (décevoir) ou un acte de langage (jurer). Tropes informe également sur les modes (indicatif, conditionnel...) et les temps (passé, présent...) des verbes.

Enfin, la catégorie de verbes dominante dans le discours permet d'extraire une mise en scène générale du discours : dynamique/action, ancrée dans le réel, prise en charge par le narrateur, prise en charge à l'aide du « je », nous y reviendrons.

Les adjectifs

On peut distinguer trois catégories d'adjectifs : (1) les adjectifs objectifs indiquent l'existence ou l'absence d'une propriété. Ils caractérisent des objets sans prendre en compte le point de vue du locuteur : le « rouge » en tant que couleur par exemple. Selon Marquez (1998), les adjectifs objectifs établissent un « pont » entre la réalité du monde et le modèle que les énonciateurs construisent de cette réalité. (2) les adjectifs subjectifs indiquent une appréciation et révèlent le point de vue du locuteur (« gentil »). Ils participent aux opérations d'interprétation émotionnelle (les adjectifs affectifs) et aux opérations de jugements de valeur (Marquez 1998). (3) les adjectifs numériques traduisent une notion de nombre. Cette catégorie est parfois difficile à traiter car les adjectifs peuvent être identiques à des noms. De plus, la part de sens des mots est plus importante, ainsi que l'importance du contexte. L'adjectif « rouge » peut paraître objectif dans un texte sur la peinture, il le sera moins dans un texte traitant de politique. Ainsi, « si, dans une logique de l'énonciation et de la subjectivité dans le langage, cette catégorisation est satisfaisante, son automatisation pose problème considérant que le contexte joue un rôle essentiel pour décider de l'indexation » (Marchand, 1998, p. 109). Pour cette raison, dans cette thèse, nous ne tiendrons pas compte de cette catégorie. Les résultats de l'analyse sur les adjectifs ne sont donc pas présentés⁶² et cette catégorie ne sera pas manipulée.

Les modalisations adverbiales

Précisons tout d'abord que les modalisations adverbiales font, selon Marchand, partie d'une catégorie plus large d'« opérateurs » qui regroupe aussi (1) les « modalités épistémiques » (i.e. les verbes déclaratifs), (2) les « modalités déontiques » ou « auxiliaires de mode » (i.e. qui couvrent le champ des verbes de la permission, obligation, interdiction : faire, devoir...). Cette classification intéressante est notamment utilisée dans les programmes cognitivo-discursif (e.g. Ghiglione, 1988). Cependant, le deuxième type de modalités apparaît, selon Charaudeau (1992), possiblement ambiguë. Par exemple *devoir* peut alterner entre prendre une valeur de nécessité (il doit partir) ou prendre une valeur de possibilité (il doit avoir 5 ans). Cette ambiguïté ne pouvant se résoudre qu'en faisant un examen sémantique des modalités, dans cette thèse, nous ne nous intéresserons pas à ces dernières.

Les modalisations adverbiales constituent le troisième type d'opérateurs selon Marchand (également nommées « modalités ontiques » ou « adverbes modaux »

⁶² Les résultats sur les adjectifs seront tout de même présentés en annexe.

« temporels » ou « spatiaux »). Ce sont des mots-outils qui servent à situer la phrase dans une certaine dimension argumentative (Marchand, 1998). Ils situent la proposition par des informations de temps, de négation, de mode, d'aspect car « dire, c'est aussi se situer par rapport à son propre dire » (Maingueneau, 1997). Les modalisations servent à transmettre l'opinion du locuteur sur l'information qu'il transmet et à l'inscrire dans un certain contexte. En psychologie clinique (Besche et al., 1997), une APD montre que le paranoïaque en délire structure ses propos comme un discours scientifique *via* une diminution du nombre de modalisations, i.e. ne transmet pas son opinion. L'APD distingue plusieurs catégories de modalisations : les modalisations de temps, de lieu, de manière, d'affirmation, de doute, de négation et d'intensité.

Les connecteurs

On distingue plusieurs catégories : les connecteurs de condition, de cause, de but, d'addition, de disjonction, d'opposition, de comparaison, de temps et de lieu. Comme les modalisations, ce sont des mots-outils qui « ont souvent fonction de charnière » (Ghiglione et al., 1985, p. 30). Ils permettent les liaisons entre les phrases et traduisent une volonté d'argumentation. Par exemple, une APD conduite sur les discours de sujets schizophrènes en psychologie clinique montre une augmentation de la fréquence des connecteurs dans les séquences délirantes des sujets, comparativement aux séquences non délirantes. Selon les auteurs, les sujets chercheraient à fixer leur pensée dans le réel *via* le langage, à établir une certaine cohérence argumentative dans leur discours. Selon eux, le schizophrène cherche à emporter l'adhésion par des moyens détournés en présentant des séquences délirantes logiquement structurées par un nombre important de connecteurs (Besche et al., 1997).

Certains auteurs font une classification un peu différente de celle proposée par Marchand. Ils regroupent les modalisations et connecteurs dans une seule classe générale d'opérateurs (Ghiglione, 1994a; Landré, 1995; Landré & Friemel, 1998). Plus généralement, ces auteurs souhaitent déterminer les fonctions du langage. Ils considèrent que : (1) les substantifs servent à fixer les univers référentiels, (2) les adjectifs servent à qualifier et attribuer des caractéristiques, (3) les verbes servent à mettre en relation et dire quelque chose à propos de ce dont on parle, (4) les opérateurs cognitivo-discursifs servent à inscrire dans le langage des traces des inscriptions sociales des sujets parlants, de leurs attitudes, de leurs stratégies, etc. Les opérateurs peuvent avoir une visée référentielle de description, i.e. de dénotation du monde (opérateurs de temps, lieu, manière, comparaison, identification), une visée logifiante

(opérateurs de cause, conséquence, addition, condition, but, explication, restriction), une visée d'expression de la subjectivité (certitude, doute, intensité, négation, probabilité, disjonction), une visée de gestion de l'interlocution (opposition, concession, acceptation). Précisons que selon Ghiglione, ces différentes fonctions ne sont « pas indépendantes les unes des autres mais liées les unes aux autres par le cadre contractuel dans lequel évolue toute communication » (1994a, p. 147).

Conclusion sur les indices morpho-syntaxiques

Pour conclure, les principaux indicateurs langagiers utilisés par Tropes sont détaillés dans le tableau 6. Chaque indicateur est présenté (verbe, adjectif...) ainsi que la méta-catégorisation relative à chaque catégorie (factif, statif, objectif, subjectif...) et des exemples (Ghiglione et al., 1998, p. 94). Le manuel de Tropes propose ce tableau récapitulatif en suggérant de n'utiliser que ces quatre catégories, les autres (e.g. les pronoms, les temps et modes des verbes...) n'étant utilisées que pour le traitement de levée d'ambiguïté du logiciel. Cette recommandation peut être discutée dans la mesure, où, comme nous venons de le voir, elles sont également intéressantes.

Tableau 6 : *Etude 1 - Principaux indicateurs langagiers grammaticaux utilisés par Tropes (Ghiglione et al., 1998 ; Marchand, 1998)*

Indicateurs	Catégories	Exemples
Verbes	Factifs	Faire, essayer, donner, casser...
	Statifs	Être, avoir, exister, rester, sembler...
	Déclaratifs	Dire, penser, croire, falloir...
	Performatifs	Ordonner, déclarer, promettre, vouloir...
Adjectifs	Objectifs	Ancien, nouveau, long, aérien...
	Subjectifs	Normal, valable, correct, beau, réel...
	Numériques	Un, dix, mille, quatrième, premier...
Connecteurs	Condition	Si, alors, sinon, en fonction de, selon, dans l'hypothèse où...
	Cause	Donc, parce que, car, du fait que, puisque...
	But	Afin que, pour que, vers, afin de...
	Addition	Et, aussi, ensuite, puis...
	Disjonction	Soit, ou...ou, soit...soit, ...
	Opposition	Mais, sauf, par contre, cependant...
	Comparaison	Comme, tel que ...
	Temps	Quand, lorsque, ensuite, puis, après, avant que...
Modalisations	Lieu	Où, jusqu'où...
	Temps	Auparavant, depuis, actuellement, demain...
	Lieu	Ici, au-dessus, derrière, là-bas...

Manière	Habituellement, directement, ensemble...
Affirmation ⁶³	Évidemment, vraiment, effectivement, tout à fait...
Doute	Peut-être, vraisemblablement, probablement...
Négation	Ne...pas, ne...jamais, ne...plus, rien...
Intensité	Beaucoup, un peu, très, assez, moins, fortement...

Style général et mise en scène

La mise en relation des catégories logico-syntaxiques permet d'établir les stratégies cognitivo-discursives développées par les locuteurs : *Tropes* peut établir des diagnostics de mise en scène verbale et de style général du texte étudié.

La *mise en scène verbale du discours* est déterminée par le type dominant de verbes dans le discours : (1) Dynamique, action : révélée par les verbes d'action ; (2) Ancrée dans le réel : révélée par les verbes de l'être et de l'avoir, (3) prise en charge par le narrateur : révélée par des verbes qui permettent une déclaration sur un état ou une action, (4) également une prise en charge par le « je » qui apparaît lorsque de nombreux pronoms personnels ont été repérés dans le texte.

A partir du repérage des indicateurs langagiers présentés précédemment, *Tropes* élabore un diagnostic de *style général* des discours (cf. tableau 7). La répartition des catégories APD du texte analysé est comparée à des « normes de production langagières » stockées dans les dictionnaires du logiciel. Ces normes ont été obtenues en analysant un grand nombre de textes différents (entretiens, articles de presse, romans, etc.). Quatre styles sont distingués dans *Tropes* : argumentatif, énonciatif, narratif et descriptif sur la base des modes discursifs décrits par Charaudeau (1992).

⁶³ Les modalisations adverbiales d'affirmation et négation sont parfois dites « adverbies de première classe » en ce qu'elles affectent le contenu même des éléments de la phase (Wagner & Pinchon, 1991, cf. Charaudeau, 1992, p. 551).

Tableau 7 : *Etude 1 - Styles de discours distingués par Tropes, principaux indicateurs langagiers correspondants et explication (d'après Ghiglione et al., 1998)*

Style	Explication	Principaux indicateurs langagiers
Descriptif	Le locuteur identifie, décrit ou classe des choses ou des personnes. Il donne de l'existence à ces objets discursifs et les localisent, les situent dans l'espace et le temps.	verbes factifs modalisations de temps modalisations de lieu connecteurs de temps connecteurs de lieu adjectifs objectifs
Narratif	Le locuteur expose une succession d'événements qui se déroulent à un moment donné, en un lieu donné. Ces actions s'influencent les unes les autres et se transforment dans un enchaînement progressif, en modifiant à leur tour les acteurs mis en scène.	verbes factifs modalisations de temps modalisations de lieu modalisations de manière modalisations d'affirmation connecteurs d'addition connecteurs de disjonction connecteurs de comparaison
Argumentatif	Le locuteur s'engage, argumente, explique ou critique pour essayer d'agir sur (de persuader) son interlocuteur.	verbes statifs modalisations de négation modalisations d'intensité connecteurs de but connecteurs d'addition
Énonciatif	Le locuteur établit un rapport d'influence par rapport à son interlocuteur soit dans un rapport de force, soit dans un rapport de demande (sollicitation). Il révèle son point de vue sur différents modes (le savoir, l'évaluation).	verbes déclaratifs verbes statifs utilisation du « je » modalisations d'affirmation modalisations d'intensité connecteurs d'addition connecteurs de cause

Note. Les différents indicateurs fournis ne constituent pas une liste exhaustive, mais indiquent une tendance.

Les connecteurs et modalisations de temps et lieu ainsi que les adjectifs objectifs permettent de situer l'action souvent dans des discours descriptifs. Les connecteurs de disjonction et addition permettent d'énumérer des faits ou des caractéristiques, souvent dans des discours narratifs. Les modalisations de négation et les connecteurs de but permettent d'introduire ou de développer des mouvements argumentatifs. Les verbes déclaratifs, les connecteurs de cause et l'utilisation du « je » traduisent le point de vue de l'énonciateur (style énonciatif). Le logiciel peut ne pas diagnostiquer de style si aucune caractéristique n'est statistiquement significative.

Précisons que selon Charaudeau (1992) les modes de discours dominants dans la presse sont les modes narratifs, descriptifs et argumentatifs. Les faits divers et les reportages se caractérisent plutôt par les modes narratifs et descriptifs. Les éditoriaux sont davantage descriptifs et argumentatifs et les commentaires essentiellement argumentatifs. Selon les cas, le journaliste peut intervenir ou s'effacer *via* un mode plus ou moins énonciatif.

3. Résultats

Notre intérêt ne porte ni sur les référents-noyaux, ni sur la Structure Fondamentale de Signification du corpus mais sur la caractérisation du style morpho-syntaxique des articles de presse *judiciaire*. La stratégie d'analyse est triple : caractérisation du genre *judiciaire* (1) en fonction des phases, (2) en fonction des sources, (3) par croisement des phases et sources. Chaque analyse s'est faite en deux étapes : d'abord, une identification générale du style et de la mise en scène puis un relevé précis des catégories. La comparaison du nombre de caractéristiques a été réalisée au moyen de Chi².

3. 1. Analyse 1 : caractérisation du style judiciaire en fonction des phases

3. 1. 1. Style général et mise en scène

Le style général du corpus (les 176 articles) est non identifiable. Le style d'écriture de la phase *enquête* apparaît comme un style plutôt « narratif » (caractéristique du fait divers). Les styles des phases *procès* et *verdict* sont plus « argumentatifs ». Quelque soit la phase, la mise en scène est « prise en charge par le narrateur ».

3. 1. 2. Les catégories syntaxiques

Pour tous les tableaux de résultats, les cases en gras marquées d'un signe (+) ou (-) indiquent un effectif observé significativement supérieur ou inférieur à l'effectif théorique. Ceci étant, toutes les cases contribuent au Chi² global, même moins significativement.

- Les connecteurs

Tableau 8 : *Etude 1 - Analyse 1 - Les connecteurs en fonction des phases judiciaires*

	Phases			Total
	Enquête	Procès	Verdict	
Condition	48	15	33	96
Cause	127	49	89	265
But	28	8	12	48
Addition	853	284	496	1633
Disjonction	73	34 (+)	27 (-)	134
Opposition	244	120 (+)	151	515
Comparaison	99	25 (-)	54	178
Temps	48 (-)	27	40	115
	Total			
Connecteurs	1520	562	902	2984

Note. La dépendance est significative ($\chi^2(14) = 27.69, p < .02$).

Les articles *enquête* contiennent moins de connecteurs de temps que les autres, ils décriraient donc moins la scène au niveau temporel. Les articles *procès* contiennent significativement moins de connecteurs de comparaison (comme), ce qui témoignerait également d'une description faible du réel. Les articles *procès* contiennent davantage de connecteurs de disjonction qui traduisent l'expression d'une certaine subjectivité. Ils contiennent également davantage de connecteurs d'opposition qui permettent de gérer l'interlocution. Par ailleurs, les connecteurs de comparaison et d'opposition sont des caractéristiques de *réalité comme univers possible*. Les articles *verdict* contiennent moins de connecteurs de disjonction que les autres phases, ce qui traduit une plus grande objectivité.

Exemples de connecteurs extraits du corpus

Connecteurs de condition

- **Si** les langues se déliaient
- **Compte tenu de** cet aspect du dossier....

Connecteurs de cause

- Il aurait été pris **alors** d'une pulsion
- **Par ailleurs**, son avocat a indiqué aujourd'hui
- Mes clients sont écroués sur de simples déclarations, **car** ce dossier est vide...

Connecteurs de but :

- Je l'ai attrapé, **pour qu'**il ne voit pas sa mère....
- **Afin qu'**elle puisse revoir ses enfants...

Connecteurs d'addition :

- Agée de 16 ans **et** scolarisée dans un lycée....
- Il a commencé à la suivre, **puis** de plus en plus près
- Il l'aurait abordé **ensuite**, sous le prétexte fallacieux de lui demander l'heure...
- Ses chaussures avaient été soigneusement lavées, **ainsi que** ses vêtements....

Connecteurs de disjonction :

- L'intention **ou** le projet d'établir un crime n'est pas un élément de complicité.
- Elle n'a pu dire plus sur son **ou** ses agresseurs
- ...**soit** parce qu'ils avaient refusé de se présenter, **soit** parce que le mauvais temps les a empêchés...

Connecteurs de comparaison

- ...**comme** le qualifiait le procureur...
- ...en le coiffant **comme** une fille...

Connecteurs d'opposition :

- Tout commence **pourtant** sous les meilleurs auspices...
- ...**mais** personne n'est venu les soutenir.
- Ils indiquaient **néanmoins** que la jeune femme...

Connecteurs de temps :

- ... **depuis qu'il** a essuyé quelques tirs...
- **Lorsqu'**il aurait entendu des gémissements ...
- J'ai entendu des cris et **quand** je suis descendu voir...

- Les modalisations

Tableau 9 : *Etude 1 - Analyse 1 - Les modalisations en fonction des phases judiciaires*

	Phases			Total
	Enquête	Procès	Verdict	
Temps	762 (+)	258	331 (-)	1351
Lieu	392	151	185	728
Manière	278	109	161	548
Affirmation	98	43	70	211
Doute	14	11	8	33
Négation	389 (-)	200	292 (+)	881
Intensité	746	279	394	1419
	Total			
Modalisations	2679	1051	1441	5171

Note. La dépendance est très significative ($\chi^2(12) = 43.30, p < .01$).

Les articles *enquête* contiennent davantage de modalisations de temps qui permettent de décrire le réel en situant le discours dans le temps. Ils contiennent par ailleurs moins de modalisations de négation que les autres phases, évitant ainsi une certaine subjectivité. Les

articles procès ne se caractérisent par l'utilisation d'aucune modalisation particulière. Enfin, les articles *verdicts* se caractérisent par significativement moins de modalisations de temps (i.e font une moindre description du réel) mais davantage de modalisations de négation que les articles *enquête*. Cela est caractéristique d'un style argumentatif.

Exemples de modalisations adverbiales extraits du corpus

Modalisations de temps

- A relaté, hier, **X**, au procureur de la république....
- Il n'était jamais venu **auparavant** et ne connaissait pas la victime...
- C'était une route qu'elle empruntait **régulièrement**

Modalisations de lieu

- Il a pris la route **vers** Sarcelles ...
- Des amis **chez** qui elle a choisi de passer les fêtes...
- Une seconde voiture, **à bord de** laquelle...

Modalisations de manière

- X tente d'échapper **définitivement** à ses agresseurs
- Ses chaussures avaient été **soigneusement** nettoyées
- La route est parcourue en un temps record et les feux rouges, **insolemment** grillés...

Modalisations de négation

- Il n'y a **aucun** élément matériel...
- je ne vois **pas** de connexions directes avec...
- Elle ne montre **pas** de troubles particuliers ni tristesse...

Modalisations d'affirmation

- Nous avons entendu **effectivement** le 22 décembre
- Seul le meurtrier peu expliquer ce qui s'est **vraiment** passé
- C'est **précisément** à 435 mètres de chez elle que ...

Modalisations de doute

- Cela ouvre la voie à une mise en accusation formelle, **probablement** le 12 janvier...

Modalisations d'intensité

- Il s'en est approché, **de plus en plus** près, pour **finale**ment ...
- Il ignore **tout de** la tentative ...
- Les deux filles sont accusées de l'avoir **littéralement** livré
- Il a une relation **très** problématique avec ...

- Les verbes

Tableau 10 : *Etude 1 - Analyse 1 - Les verbes en fonction des phases judiciaires*

	Phases			Total
	Enquête	Procès	Verdict	
Factif	3118	1200 (-)	1931	6249
Statif	1232	566 (+)	761	2559
Déclaratif	1301	564	846	2711
Performatif	13	8	15 (+)	36
	Total			
Verbes	5664	2338	3553	11555

Note. La dépendance est significative ($\chi^2(6) = 13.94, p < .03$).

Comparativement aux deux autres phases, les articles *enquête* ne se caractérisent par l'utilisation particulière d'aucun type de verbes. Les articles *procès* contiennent moins de verbes factifs que les deux phases *enquête* et *verdict* mais davantage de verbes statifs, ce qui reflète une visée plus descriptive. Les articles *verdict* contiennent davantage de verbes performatifs que les articles *enquête* et *procès*, ce qui indique la réalisation de la justice par le langage.

Exemples de verbes extraits du corpus

Verbes factifs

- Le petit groupe **était passé** devant la boulangerie du village
- Aucun effet personnel n'**a été découvert**
- Bien que le suspect **ait livré** d'abord la vérité
- Si ce rendez-vous n'**a apporté** aucun rebondissement

Verbes statifs

- Le choc **est** d'une extrême violence
- La porte de leur logement **restait** ouverte
- ... alors que sa fille **vient** de la frapper ...
- ils ne vont **relever** aucune trace de

Verbes déclaratifs

- il l'a abordé sous le prétexte de lui **demander** l'heure
- C'est un coup de colère **s'expliquant** avant tout pas le risque qui pèse sur X
- X **conseille** à Y la plus grande discrétion
- Celui-ci, ancien co-détenu de X, **prétend** avoir recueilli les confidences ...

Verbes performatifs

- **déclare** Corinne, la sœur de l'accusé
- maître X **se confie** ...

- Les modes des verbes

Tableau 11 : *Etude 1 - Analyse 1 - Les modes des verbes en fonction des phases judiciaires*

	Phases			Total
	Enquête	Procès	Verdict	
Indicatif	3302 (-)	1491	2301	7094
Conditionnel	199 (+)	58	69 (-)	326
Subjonctif	157	62	113	332
Participe	820 (+)	259 (-)	434	1513
Infinitif	1133	450	609	2192
Autres modes	52	18	27	97
	Total			
Verbes	5664	2338	3553	11555

Note. La dépendance est très significative ($\chi^2(10) = 67.65, p < .01$).

Les articles *enquête* contiennent moins de verbes à l'indicatif que les articles *procès* et *verdict* ce qui traduit une présentation des faits moins affirmative. Les articles *enquête* contiennent par contre davantage de verbes au conditionnel qui « atténuent la valeur de vérité par une tendance à inscrire le discours dans un monde possible, hypothétique » (Marchand, 1998, p. 111). Les articles *enquête* contiennent significativement plus de participe alors que les articles *procès* contiennent moins de participe que les phases *enquête* et *verdict*, nous reviendrons sur ce résultat en lien avec le temps des verbes. Enfin, les articles *verdict* contiennent moins de verbe au mode conditionnel que les articles des phases *enquête* et *procès* : la vérité juridique du verdict est ici moins atténuée, plus affirmative.

- Les temps des verbes

Tableau 12 : *Etude 1 : Analyse 1 - Les temps des verbes en fonction des phases judiciaires*

	Phases			Total
	Enquête	Procès	Verdict	
Présent	2785	1331 (+)	1848	5964
Passé	2740 (+)	939 (-)	1624	5303
Futur	101	59	70	230
Autres temps	37	9	11	57
	Total			
Verbes	5664	2338	3553	11555

Note. La dépendance est très significative ($\chi^2(6) = 54.31, p < .01$).

Dans les articles *enquête*, les verbes sont davantage mis au passé que dans les articles *procès* et *verdict*. Les articles font donc la narration d'évènements déjà écoulés. Ce résultat est

à mettre en lien avec le nombre de participe dans les articles *enquête*. Ces résultats incitent à penser que davantage d’auxiliaires de mode (i.e. modalités déontiques) sont présents dans les articles enquêtes. En effet, les déterminants des auxiliaires se subdivisent notamment en « auxiliaires de base (être et avoir) [qui] ne sont compatibles qu’avec des verbes au participe passé » (Marchand, 1998, p. 111). Ceci étant, ce résultat ne sera pas approfondi considérant que nous ne tiendrons pas compte des modalités déontiques dans cette analyse.

Les verbes des articles *procès* sont davantage mis au présent que les verbes des articles *enquête* et *verdict* et significativement moins mis au temps passé. Le journaliste positionne son discours dans le présent. Il restitue le procès en théâtralisant le déroulement du procès dans le présent afin que le lecteur soit dans la salle (cf. Agnès, 2002). L’utilisation du présent permet d’intensifier la restitution. L’enquête relate par contre davantage les faits passés.

- Les pronoms

Tableau 13 : *Etude 1 - Analyse 1 - Les pronoms en fonction des phases judiciaires*

	Phases			Total
	Enquête	Procès	Verdict	
Relatif	883 (+)	376 (-)	579	1838
Possessif	5	5	4	14
Personnel	1297	668	967	2932
Autres	307	189 (+)	238	734
	Total			
Pronoms	2492	1238	1788	5518

Note. La dépendance est significative ($\chi^2(6) = 14.90, p < .03$).

Les articles *enquête* contiennent significativement plus de pronoms relatifs que les articles *procès* ce qui tend à montrer que le discours cherche plus à expliquer les événements, à en déterminer la cause. Les articles *procès* contiennent significativement moins de pronoms relatifs que les articles *enquête* et *verdict* mais significativement plus de pronoms dits « autres » (interrogatifs, démonstratifs, quantitatifs, indépendants).

- Les pronoms personnels

Tableau 14 : *Etude 1 - Analyse 1 - Les pronoms personnels en fonction des phases judiciaires*

	Phases			Total
	Enquête	Procès	Verdict	
Je	123 (-)	125	191	439
Tu	2	8	7	17
Il	683 (+)	358	492	1533
Nous	53	15	29	97
Vous	7 (-)	21	65 (+)	93
Ils	77	72	81	230
On	92	39	65	196
			Total	
P Personnels	1037	638	930	2605

Note. La dépendance est très significative ($\chi^2(12) = 123.45, p < .01$).

Les articles *enquête* contiennent moins de pronoms « je » et « vous » que les phases *procès* et *verdict* mais davantage de pronoms « il » puisqu'il est question dans l'article des acteurs de la situation. Dans cette phase, l'accusé témoigne peu par rapport aux phases *procès* et *verdict* dans lesquelles les témoignages sont nombreux. Les articles *verdict* contiennent significativement plus de pronoms « vous » que les autres phases, qui témoignent des interlocutions entre membres du barreau et accusé ou témoins.

Exemples de pronoms personnels extraits du corpus

- « **Je** constate de toute façon ... »
- « Quand **je** suis arrivé pour prendre mon poste... »
- « **J'**ai entendu des cris... »
- « Et **toi**, répond une voix dans la foule ... »
- **Il** aurait croisé X fortuitement
- **Il** a été entendu à plusieurs reprises par les gendarmes
- Présenté hier soir au juge chargé de **lui** notifier sa mise en examen
- **Ils** étaient plutôt réservés et discrets....
- **Ils** ont approuvé les méthodes de l'accusé
- **On nous** assure que le dossier évolue mais ...
- **Nous** espérons que quelqu'un a vu quelque chose
- **On** a alerté les secours

- Bilan

Les articles *enquête* développent un style d'écriture narratif (modalisations de temps, verbes factifs, peu de modalisation de négation, des pronoms relatifs). Les journalistes cherchent à construire une histoire fortement située dans le temps (modalisations de temps) passé. Les articles *enquête* relève plutôt d'une présentation de mondes possibles ou à construire, i.e. peu affirmative (peu d'indicatif, du conditionnel, des pronoms relatifs).

Les articles *procès* développent quant à eux un style plus argumentatif (verbes statifs) même si les connecteurs de disjonction sont une caractéristique narrative. L'argumentation est peu descriptive (peu de connecteurs de comparaison) et laisse une plus large place à l'interlocution (connecteurs d'opposition). Enfin, les articles *procès* présentent également un monde possible ou à construire (connecteurs d'opposition, des statifs, moins de factifs).

Les articles *verdict* sont également écrits dans un style argumentatif (peu de connecteurs de disjonction, peu de modalisations de temps, des modalisations de négation). L'argumentation décrit moins la situation du point de vue temporel (moins de modalisations de temps). Les journalistes restent prudents (moins de connecteurs de disjonction) mais laissent place à davantage de subjectivité (modalisations de négation) en étant plus affirmatifs (moins de conditionnel). Enfin, la présence du pronom personnel « vous » et de verbes performatifs témoignent de la présentation dans les articles des décisions orales de justice, i.e. les peines que les accusés devront effectuer.

3. 2. Analyse 2 : caractérisation du style judiciaire en fonction des sources

L'objectif est d'examiner les caractéristiques morpho-syntaxiques judiciaire selon l'organe de presse source (*Libération*, *Le Figaro*, *Le Monde*, *Ouest-France*). Les résultats sont détaillés comme ceux de l'analyse précédente. Afin de ne pas alourdir la lecture, les tableaux ne sont pas présentés (pour une consultation des tableaux, cf. en annexes).

3. 2. 1. Style général et mise en scène

Le style général des articles judiciaires du *Figaro*, de *Libération* et de *Ouest-France* est plutôt « argumentatif ». Le style des articles du *Monde* est plutôt « narratif ». Quelle que soit la source, les mises en scène sont « prises en charge par le narrateur ».

3. 2. 2. Description des catégories syntaxiques

Cette analyse montre que l'utilisation des connecteurs ($\chi^2(21) = 20.62, ns$), des modalisations ($\chi^2(18) = 28.05, ns$) ou du type de verbes ($\chi^2(9) = 10.85, ns$) ne caractérise pas une source davantage qu'une autre.

Les modes des verbes caractérisent différemment les sources ($\chi^2(15) = 73.20, p < .01$) : les articles du *Figaro* contiennent significativement moins de verbes à l'indicatif que les autres sources, ils seraient donc moins affirmatifs. Les articles de *Libération* contiennent significativement plus de verbes à l'indicatif, ils seraient donc eux, plus affirmatifs. Les articles du *Figaro* contiennent davantage de participes que les autres sources, *Libération* significativement moins de participe que les autres sources. Les temps des verbes caractérisent différemment les sources ($\chi^2(9) = 74.94, p < .01$) : les articles de *Libération* contiennent davantage de verbes au présent que les autres sources, les articles du *Monde* en contiennent significativement moins. Les articles du *Monde* contiennent d'ailleurs plus de verbes au passé que les autres sources. Enfin, les articles de *Ouest-France* contiennent davantage de verbes au futur. Le type de pronoms caractérisent différemment les sources ($\chi^2(9) = 24.12, p < .01$). *Libération* contient moins de pronoms relatifs que les autres sources mais davantage de pronoms personnels. Le *Monde* contient plus de pronoms relatifs, ce qui induit l'idée d'une explication des événements. Enfin, le type de pronoms personnels caractérisent différemment les sources ($\chi^2(18) = 71.45, p < .01$). Les articles de *Libération* contiennent davantage de pronoms « vous » que les autres sources. Les articles du *Monde* et de *Ouest-France* contiennent significativement moins de pronoms « vous ».

3. 2. 3. Bilan de l'analyse 2

Les sources apparaissent moins différentes que les phases. Ceci étant quelques tendances discursives apparaissent par source : *Le Figaro* semble caractérisé par un style argumentatif peu affirmatif (peu d'indicatif). *Libération* est caractérisé par un style argumentatif assez affirmatif (de l'indicatif), des événements relatés au présent et de nombreux pronoms personnels (certainement en rapport avec le nombre important de citations). *Libération* se caractérise également par un nombre faible de pronoms relatifs ce qui indiquerait que les événements seraient peu expliqués. *Ouest-France* présente un discours traitant d'événements futurs ce qui peut s'expliquer par le nombre important d'articles *verdicts* dans ce corpus. Enfin, les articles du *Monde* proposent un discours narratif sur les affaires contenant de nombreux pronoms relatifs qui témoignent d'une tentative d'explication.

3. 3. Analyse 3 : Caractérisation de chaque phase judiciaire en fonction des sources

Dans une troisième analyse, nous avons vérifié les différences de style entre les phases en fonction des sources. Les trois points suivants présentent donc une analyse séparée des phases *enquête*, *procès* et *verdict*, en fonction des sources. Les résultats se lisent comme ceux des analyses précédentes. Les tableaux ne sont pas présentés afin de ne pas alourdir la lecture (pour une consultation des tableaux, cf. en annexes).

3. 3. 1. La phase « enquête » en fonction des sources (analyse 3a)

Le type de connecteurs ($\chi^2(21) = 26.77, ns$), le type de modalisations ($\chi^2 = 18.30, ddl = 18, ns$), le type de verbes ($\chi^2(9) = 5.65, ns$) et le type de pronoms ($\chi^2(9) = 8.76, ns$) ne varient pas significativement selon la source.

Les modes des verbes ($\chi^2(15) = 35.89, p < .01$), les temps des verbes ($\chi^2(9) = 19.71, p < .02$) et le type de pronoms personnels ($\chi^2(18) = 45.04, p < .01$) varient selon la source. Dans *Le Figaro*, il y a moins de verbes à l'indicatif que dans les autres organes de presse mais davantage de participe. Les articles du *Figaro* contiennent également davantage de pronoms « ils ». Il y a plus de pronoms « nous » dans *Libération* que dans les autres organes de presse mais moins de pronoms « ils » dans *Libération* que dans les autres organes de presse. La seule caractéristique significative des articles *enquête* du *Monde* est le fait qu'ils contiennent également moins de pronoms personnels « ils ». Enfin, dans *Ouest-France*, il y a plus de verbes à l'indicatif que dans les autres organes de presse mais moins de verbes à l'infinitif. Les articles de *Ouest-France* contiennent davantage de futurs.

Les différences de la phase *enquête* selon les sources sont peu nombreuses. Il s'agit essentiellement de différences sur le type de pronoms personnels utilisés dans le discours. On note également une différence en terme de modes des verbes, *Le Figaro* serait moins affirmatif (moins d'indicatifs) que *Ouest-France*.

3. 3. 2. La phase « procès » en fonction des sources (analyse 3b)

Le type de connecteurs ($\chi^2(21) = 31.25, ns$), le type de verbes ($\chi^2(9) = 11, ns$), les modes des verbes ($\chi^2(15) = 24.50, ns$), le type de pronoms ($\chi^2(9) = 9.17, ns$) ne varient pas significativement entre les sources.

Par contre, le type de modalisation ($\chi^2(18) = 28.99, p < .05$), les temps des verbes ($\chi^2(9) = 34.16, p < .01$), et le type de pronoms personnels ($\chi^2(18) = 50.57, p < .01$) varient significativement selon la source de presse. Les articles *procès* du *Figaro* contiennent davantage de modalisations de temps mais moins de modalisation de lieu. Ils contiennent

également moins de pronoms personnels « il » mais davantage de pronoms « nous » et « ils ». Les articles *procès* de *Libération* contiennent moins de modalisations de manière que les autres sources. Les articles *procès* du *Monde* contiennent, eux, plus de modalisations de lieu et plus de modalisations de manière. Par contre, ils contiennent significativement moins de modalisations de négation que les autres sources. Enfin, les articles *procès* du *Monde* contiennent plus de pronoms personnels *on*. Les articles de Ouest-France contiennent plus de modalisations de négation que les autres sources, plus d'« autres temps », et moins de pronoms personnels « ils ».

3. 3. 3. La phase « verdict » en fonction des sources (analyse 3c)

Dans les articles qui relatent l'affaire une fois le verdict connu, le type de connecteurs ($chi2(21) = 17.42, ns$), le type de modalisations ($chi2(18) = 24.37, ns$), le type de verbes ($chi2(9) = 14.65, ns$) ne varient pas selon les sources journalistiques.

Par contre, les modes des verbes ($chi2(15) = 45.13, p <.01$), les temps des verbes ($chi2(9) = 59.09, p <.01$), le type de pronoms ($chi2(9) = 43.82, p <.01$) et le type de pronoms personnels ($chi2(18) = 107.01, p <.01$) varient selon la source. Les analyses mettent en évidence que les articles du *Figaro* se différencient des autres sources uniquement concernant l'utilisation des pronoms personnels : les articles contiennent davantage de « nous », et significativement moins de « ils ». Les articles de *Libération* contiennent davantage de verbes à l'indicatif, mais moins de participe et d'infinitif que les autres sources. Les articles sont davantage positionnés dans le présent, et moins dans le passé. Ils contiennent également significativement moins de pronoms relatifs mais plus de pronoms personnels que les autres sources. Parmi ces pronoms personnels, le pronom « vous » est plus utilisé en comparaison avec les autres sources. Les verbes des articles du *Monde* sont significativement moins conjugués au subjonctif mais davantage au participe. Ils relatent significativement plus l'affaire en utilisant le passé que les autres sources, et utilisent également moins le présent que les autres sources. Les articles du *Monde* contiennent davantage de pronoms relatifs que les autres sources mais significativement moins du pronom « vous ». Les articles Ouest-France contiennent moins de « vous ».

4. Discussion de l'étude 1

Les différentes analyses effectuées mettent en évidence plusieurs résultats intéressants que nous allons appréhender de deux points de vues, d'un point de vue quantitatif et d'un point de vue plus qualitatif.

D'un point de vue quantitatif, on constate que des différences quantitatives de caractéristiques morpho-syntaxiques existent effectivement entre les phases (analyse 1). Des différences quantitatives de style apparaissent également selon le type de sources mais elles sont moins nombreuses (analyse 2). Enfin, quelques différences apparaissent pour chaque phase selon les sources (analyses 3a, 3b, 3c). Le genre *judiciaire* semble donc se différencier davantage selon le type de phase (*enquête, procès, verdict*) que selon le type de sources (*Le Figaro, Libération, Le Monde, Ouest-France*). Ces résultats informent sur la définition des normes de discours mises en application par les journalistes. Ils suggèrent l'existence d'une norme générale liée au genre journalistique, ici le genre judiciaire, principalement modulée par les phases (normes plus spécifiques) mais également, à la marge, par les sources. On aurait pourtant pu supposer que les sources moduleraient plus profondément le style judiciaire en accord avec les propositions d'enchâssement de contrat de Burguet (1999). Ici, il semble que ce ne soit pas le cas. Il est possible que les différences entre sources soient plus marquées dans les rubriques politique ou économique, comme le suppose Chabrol (1988), chaque journal ayant une orientation idéologique différente. Même si l'orientation idéologique du journal peut transparaître dans les articles, le style judiciaire de chaque source en porte peu les marques. Ces résultats précisent également ceux observés par Lepastourel et Testé (2004) qui mettaient en évidence des différences de style morpho-syntaxiques entre thèmes journalistiques (*judiciaire, économique, politique, sportif*), permettant ainsi de caractériser le genre *judiciaire*. Les différences observées ici entre les phases du genre *judiciaire* confirment l'intérêt de manipuler le style discursif plus spécifique de la phase *d'enquête judiciaire*, et ce particulièrement dans le cadre de recherches sur les effets de la médiatisation pré-procès.

D'un point de vue qualitatif, les caractéristiques de style de *l'enquête* semblent relever principalement d'un style *narratif* et d'un style *réalité possible*.

Indépendamment des phases, les articles *judiciaires* sont des narrations dans la mesure où ils contiennent un nombre important de verbes déclaratifs et de citations (ces résultats ne diffèrent pas entre phases, ce sont des caractéristiques judiciaires mises en évidence par Lepastourel & Testé, 2004). Cette identification d'un style narratif confirme le caractère narratif du genre *judiciaire* comme faisant partie de la catégorie faits divers (Charaudeau,

1992). Plus spécifiquement, l'*enquête* judiciaire se présente davantage encore comme une narration (alors que les articles procès et verdict sont plus argumentatifs). Ce sont des articles très situés dans le temps : les verbes au passé et la présence importante de modalisations de temps témoignent du souci de situer le récit dans un espace temporel précis et révolu. Ils contiennent également un nombre significatif de pronoms relatifs qui organisent la cause et témoignent d'une tentative d'explication des événements relatés (Voss & Van Dyke, 2001). Ces résultats incitent à penser que les journalistes se conforment aux prescriptions d'écriture professionnelle et écrivent plutôt des articles *judiciaires* narratifs (e.g. Mouriouand, 1997). La question de la narration renvoie également à la question de la visée de captation du genre informatif *judiciaire* (Charaudeau, 1997). En effet, la captation des phases judiciaires d'*enquête* et de *procès* est différente : il semble que l'*enquête* insère le lecteur dans une narration factuelle passé tandis que les articles *procès* mettent en scène une théâtralisation du procès *via* une utilisation de verbes au présent et un nombre important de citations (« le lecteur est dans la salle », Agnès, 2002).

Par ailleurs, le genre *judiciaire* se rapproche davantage des programmes de type *réalité possible* ou *réalité à construire* que du programme de *réalité affirmée*, particulièrement dans les phases *enquête* et *procès*. Dans les articles *enquête*, le style est objectif et peu affirmatif. Les journalistes qui relatent une enquête judiciaire semblent construire leur crédibilité en adoptant une posture de « témoin neutre privilégié » plutôt que de promoteur d'une opinion. Certains auteurs notent d'ailleurs une évolution du style des journalistes vers une information criminelle moins analytique, plus « neutre » et « factuelle » (Surette, 1998). Cette présentation stylistique *réalité possible* peut être liée à la certitude du journaliste quant à la culpabilité ou l'innocence du suspect, mais d'autres facteurs modulent certainement l'utilisation des caractéristiques discursives.

Ce style neutre indique une certaine précaution stylistique mise en place par les journalistes. De plus, le discours *judiciaire* (notamment *enquête*) apparaît peu dramatisé stylistiquement. Ces deux tendances stylistiques permettent de nuancer les résultats observés par le courant de la *publicité pré-procès* en terme de contenu informatif. En effet, ces études montrent que les journalistes exposent plutôt des contenus problématiques, en insistant notamment sur des informations préjudiciables, particulièrement émotionnels. Ici, l'analyse montre plutôt une certaine prudence rédactionnelle, particulièrement en *enquête*.

Ce paradoxe entre les analyses de contenu menées dans les études sur la *publicité pré-procès*, les analyses morpho-syntaxique de Lepastourel et Testé (2004) sur le genre *judiciaire* et l'étude 1 sur le genre *enquête*, pose la question de la question du respect de la présomption

d'innocence par les journalistes, cette fois au travers du style. En effet, les résultats vont dans le sens d'une prudence stylistique du journaliste (alors que les informations qu'ils donnent sont souvent préjudiciables à l'accusé). Ce positionnement prudent des journalistes nous informe sur l'acceptabilité sociale des articles *enquête judiciaire*. Les professionnels « doivent » construire une certaine neutralité *via* des marques de surface tandis que le contenu est dramatisé.

5. Construction des articles expérimentaux

L'étude 1 a permis de spécifier les caractéristiques du genre *judiciaire* mis en évidence par Lepastourel et Testé (2004) et de caractériser le style de l'*enquête judiciaire*. Pour mettre en évidence les effets de la conformité (*vs* non-conformité) des caractéristiques typiques de l'*enquête judiciaire*, des articles conformes (*vs* non-conformes au genre *enquête judiciaire*) ont été construits.

Ces articles ne varient pas en terme d'informations fournies mais en terme de caractéristiques morpho-syntaxiques. La conformité du style morpho-syntaxique judiciaire sera envisagée de manière strictement quantitative.

Précisons que la théorie du contrat de lectorat prévoit qu'un message non-conforme au caractère typique du genre attendu entraînera une baisse de la mémorisation (e.g. Burguet, 1999, 2000). Nous examinerons ce postulat en construisant deux articles non-conformes au style typique de l'*enquête judiciaire*, mais également non-conformes entre eux. Conformément au postulat de la théorie du contrat de lectorat, nous faisons une hypothèse d'effet non-différencié des deux articles non-conformes.

Trois articles expérimentaux ont donc été construits sur la base des résultats morpho-syntaxiques : un article nommé *congruent*, stylistiquement conforme au style d'*enquête judiciaire*, et deux articles non-conformes au style de l'*enquête judiciaire*, nommés *extrémisé* et *incongruent*. La non-conformité quantitative de ces deux articles diffère du point de vue du sens de la manipulation quantitative. Ainsi, l'article *extrémisé* accentue les caractéristiques de style d'*enquête judiciaire* et l'article *incongruent* amoindrit les caractéristiques de style d'*enquête judiciaire*.

Avant de détailler plus précisément les manipulations des caractéristiques morpho-syntaxiques, le contenu des articles est présenté dans le point suivant.

5. 1. L'enquête judiciaire relatée dans les articles

Les trois articles relatent la même enquête judiciaire. Ils sont écrits selon un même canevas : un couple est trouvé mort (un homme et une femme pour annuler un éventuel effet d'identification des participants à la victime). Le meurtre se déroule à Villeneuve-sur-Lot (une ville éloignée de Rennes, dans laquelle toutes les passations se sont déroulées, afin d'éviter un effet de dramatisation due à une trop grande proximité). Le suspect est un homme. Les noms et prénoms des protagonistes de l'affaire ont été empruntés à des personnes n'ayant jamais eu affaire à la justice. Les trois articles présentent les faits dans le même ordre : le crime, la découverte des corps, l'interpellation d'un suspect, sa garde à vue, les témoignages des officiers de police judiciaires chargés de l'enquête, les témoignages de son ancien employeur et d'habitants supposés de Villeneuve-sur-Lot, d'un membre de la famille des victimes, une prise de position des avocats en charge de l'affaire, une conclusion de l'article sur une perquisition à venir. Les articles présentent tous deux informations factuelles visant à orienter vers un jugement de culpabilité : l'accusé a été identifié par un témoin dont le témoignage a permis d'établir un portrait-robot et des traces d'ADN sur les lieux du crime, qui le mettent en cause. L'article est présenté sur une seule page, sur trois colonnes comme s'il était réellement extrait d'un journal. Un titre annonce l'article « Meurtre d'un jeune couple à Villeneuve-sur-Lot. Le principal suspect nie les faits ». Il n'est fait mention d'aucune source journalistique. L'article est signé par un journaliste qui n'existe pas.

5. 2. Critères de la manipulation des caractéristiques stylistiques

La manipulation expérimentale s'est faite en fonction des résultats de l'APD de Lepastourel et Testé (2004) mettant en évidence les caractéristiques du genre journalistique *judiciaire*, en comparaison avec d'autres thèmes journalistiques (*économique*, *politique* et *sportif*) et en fonction des résultats de l'étude 1. Cette étude a permis de caractériser quantitativement le style journalistique *judiciaire* en fonction des phases de la procédure : *enquête*, *procès* et *verdict* (analyse 1) et en fonction des sources journalistiques (analyse 2). Elle a également permis de caractériser précisément le style journalistique de chaque phase judiciaire en fonction des sources journalistiques (analyse 3), notamment le style de la phase *enquête* en fonction des sources (analyse 3a).

Plusieurs critères de décision ont présidé à la construction des articles :

✕ Critère 1 : un premier choix de construction a été de tenir compte des caractéristiques du genre *judiciaire* (en opposition avec les autres thèmes journalistiques,

Lepastourel et Testé, 2004, les résultats sont en annexes). Les caractéristiques de style judiciaire qui contribuaient de manière significative (positivement ou négativement) au *chi2* ont été prises en compte. Contribuaient positivement au *chi2* : (a) les connecteurs de temps, (b) les modalisateurs de temps, (c) les verbes déclaratifs, (d) les autres modes, (e) le temps passé, (f) les pronoms personnels, (g) le pronom « je », (h) le pronom « vous ». Contribuaient négativement au *chi2* : (a) les modalisateurs d'intensité, (b) les verbes statifs, (c) le mode infinitif, (d) le temps présent, (e) le pronom « nous ». Concrètement, un indice stylistique très présent dans le judiciaire sera plus présent dans l'article *extrémisé* et moins présent dans l'article *incongruent*. Par contre, un indice stylistique peu présent dans le judiciaire sera moins présent dans l'article *extrémisé* et plus présent dans l'article *incongruent*. Le nombre de citations dans les articles a été également manipulé selon ce principe.

⌘ Critère 2 : Les caractéristiques du style de l'*enquête judiciaire* opposée avec les autres phases du processus judiciaire (étude 1 - analyse 1) ont été prises en compte. Contribuaient positivement au *chi2* : (a) les modalisateurs de temps, (b) le mode conditionnel (c) le participe, (d) le temps passé, (e) les pronoms relatifs, (f) le pronom « il ». Contribuaient négativement au *chi2* : (a) les connecteurs de temps, (b) les modalisations de négation, (e) le mode indicatif, (f) le pronom « je », (e) le pronom « vous ». Concrètement, un indice stylistique très présent dans la phase *enquête* sera plus présent dans l'article *extrémisé* et moins présent dans l'article *incongruent*. Par contre, un indice stylistique peu présent dans la phase *enquête* sera moins présent dans l'article *extrémisé* et plus présent dans l'article *incongruent*.

⌘ Critère 3 : Il nuance les deux premiers. Une comparaison des caractéristiques judiciaires et des caractéristiques d'enquête a été faite par *chi2*. Elle met en évidence des différences significatives de style entre les articles judiciaires en général et les articles relatant une enquête judiciaire. Les connecteurs de temps et les pronoms personnels « je » et « vous » caractérisent significativement plus le style *judiciaire* que le style *enquête*. Ces indices ont été manipulés selon le principe du critère 1.

⌘ Critère 4 : Il nuance le critère 2. Les caractéristiques *enquête* qui variaient selon les sources journalistiques (i.e. l'indicatif et le participe) n'ont pas été manipulées.

5. 3. Vérification du style des articles expérimentaux

Le style des articles expérimentaux a été vérifié au moyen du logiciel Tropes. Le tableau 15 présente les indices manipulés. Le nombre d'indices pour chaque article

expérimental et la proportion de chaque indice par rapport au nombre total de la catégorie. Le tableau présentant toutes les caractéristiques des articles expérimentaux est en annexe.

Tableau 15 : *Etudes 3-4-5 : Caractéristiques syntaxiques des articles expérimentaux constituant la variable indépendante « type d'article » et qui opérationnalisent la conformité/non conformité du contrat de lectorat 'enquête judiciaire'*

	Article Incongruent	Article Congruent	Article Extrémisé
Nombre de Mots	467	473	493
Modalisations			
Temps	5 (14%)	10 (26 %)	15 (39%)
Intensité	14 (39%)	11 (29%)	6 (16%)
Verbes			
Statif	12 (19%)	12 (18%)	17 (23%)
Déclaratif	11 (18%)	15 (22%)	19 (26%)
Temps des verbes			
Présent	30 (48%)	22 (33%)	20 (27%)
Passé	32 (52%)	45 (67%)	54 (73%)
Pronoms			
Relatif	5 (24%)	8 (36%)	9 (35%)
Personnel	12 (57%)	11 (50%)	13 (50%)
Pronoms personnels			
Je	0	3 (23 %)	6 (33%)
Il	6 (60%)	6 (46%)	7 (39%)
Nous	0	1 (8%)	1 (6%)
Vous	0	0	1 (6%)
Nombre de citations			
	1	8	13

Les 4 critères évoqués précédemment permettent de comprendre les principes de la manipulation stylistique. L'article congruent est un article « typique » du style de l'enquête judiciaire. L'article extrémisé et l'article incongruent sont tous deux « non-typiques » de l'enquête judiciaire.

Cependant, la reproduction, pour un article d'environ 500 mots, de statistiques d'écriture observées sur des corpus beaucoup plus larges pose certaines difficultés, notamment écologiques. Lors de la construction des articles, l'exigence d'écrire des articles écologiques a forcé certains choix : Premièrement, si les verbes déclaratifs ont été manipulés conformément aux critères 1 et 2, les verbes statifs n'ont pas été manipulés conformément aux proportions attendues afin de ne pas produire des textes trop alambiqués. Deuxièmement, aucun mode n'a été manipulé. En effet, les modes caractéristiques de l'enquête, indicatif et

participe, variaient selon les sources (respect du critère 4). La manipulation des modes infinitif et « autres modes » n'a pas été faite par souci de cohérence. Parmi les modes, le conditionnel (caractéristique de la phase enquête) n'a pas non plus été manipulé. Considérant qu'aucun autre mode n'avait été manipulé, nous avons considéré qu'il était préférable de s'en tenir à une non-manipulation des modes. Enfin, pour des raisons écologiques, la manipulation des pronoms personnels s'est avéré particulièrement 'difficile' et les différences de proportion des pronoms « il », « nous » et « vous » peuvent sembler minimes entre articles. Mais il aurait été peu écologique de mettre 2 « nous » ou 2 « vous » en extrémisé. Enfin, à l'écriture des articles, il a paru également peu écologique (et 'difficile') de manipuler, dans ces articles, les connecteurs de temps et les modalisations de temps. Ces deux caractéristiques n'ont donc pas été manipulées.

En conclusion, l'analyse Tropes confirme les manipulations effectuées. L'article congruent est davantage « typique » de l'*enquête judiciaire* que les deux articles non-typiques. Ces deux articles non-typiques se différencient sur le sens des manipulations quantitatives mais le même nombre de modifications a été faite par rapport à l'article congruent (39 manipulations pour l'article incongruent par rapport à l'article congruent, 37 manipulations pour l'article extrémisé par rapport à l'article congruent).

6. Conclusion

L'étude 1 a mis en évidence le style morpho-syntaxique de l'*enquête judiciaire* et a permis de construire des articles expérimentaux typiques *versus* non-typiques du genre *enquête judiciaire*. Ces trois articles constitueront les trois modalités de la variable indépendante « types d'articles » dans les études 3, 4, 5 et 6. L'article *congruent* est la condition conforme de cette variable et les articles *extrémisé* et *incongruent* sont les deux conditions non-conformes (nous rappelons que, conformément au postulat de la théorie du contrat de lectorat, nous supposons que la non-conformité aura les mêmes effets, indépendamment de la nature de la modification).

Dans le chapitre suivant, nous présentons la méthode d'élaboration d'un questionnaire d'évaluation de la qualité des articles de presse judiciaire, qui permettra de mesurer la qualité attribuée par des lecteurs à des articles de presse judiciaires, dans les études 4, 5 et 6.

CHAPITRE VI - ELABORATION D'UN OUTIL D'EVALUATION D'ARTICLES DE PRESSE ECRITE JUDICIAIRE

Le chapitre I a mis en évidence l'enjeu que représente des informations crédibles et compréhensibles, pour les journalistes d'information (Colombani, 2005). L'enjeu du respect de ces critères de qualité réside notamment dans la nécessité pour les journalistes de satisfaire leur public. Du point de vue de la pratique professionnelle, l'étude de la perception de l'informativité et de la compréhensibilité par les récepteurs apparaît pertinente. Selon les journalistes, le caractère informatif des médias correspond à la motivation première du public à s'exposer aux médias (Agnès, 2002). De plus, un article de presse, clair et accessible, permet aux lecteurs de retenir le message (Martin-Lagardette, 1994). La question de la crédibilité constitue également un enjeu important pour les journalistes : elle dépend d'aspects plus divers, parmi lesquels l'objectivité et la qualité générale (Charron & De Bonville, 2002). Selon les journalistes, la qualité d'un article est donc sous-tendue par sa crédibilité (qui dépend de l'objectivité), son informativité et sa lisibilité. Par ailleurs, l'intérêt d'évaluer des dimensions distinctes de la qualité se justifie d'autant plus que les variables de style semblent avoir des effets différenciés sur les évaluations de crédibilité ou de compréhensibilité des messages {e.g., Krauss & Chiu, 1997}. Dans le domaine de l'évaluation médiatique, les études ont principalement porté sur la crédibilité de la source ou sur la crédibilité des différents médias (presse écrite, radio, télévision, internet). Ces deux types d'études posent notamment les questions de la définition et de la mesure de la crédibilité. Ces questions seront abordées dans le but de déterminer comment évaluer, non pas des canaux médiatiques, mais des messages (articles de presse judiciaire).

1. Point théorique sur l'évaluation de la crédibilité des messages médiatiques

Les recherches portant sur la crédibilité des médias s'inscrivent dans la lignée des études sur la crédibilité de la source initiée par l'école de Yale {e.g. Hovland et al., 1953 ;

Hovland & Weiss, 1951). Ces dernières conduisent à poser plusieurs questions pertinentes pour l'étude des canaux médiatiques.

1. 1. Les études sur la crédibilité de la source

Les études sur la crédibilité de la source posent la question de la nature et du nombre de dimensions sous-tendant la crédibilité. Les chercheurs de l'école de Yale s'intéressant à la crédibilité de la source, s'inspirent du concept d'*ethos* d'Aristote (e.g. Hovland et al., 1953 ; Hovland & Weiss, 1951). Ce concept désigne l'évaluation faite par le récepteur de « l'intelligence, du caractère et de la bonne volonté » du locuteur (Delia, 1976, p. 361). Hovland et son équipe désignent l'*ethos* par le terme de *crédibilité* et argumentent que la crédibilité est, d'une part, un attribut statique de l'émetteur, d'autre part, un attribut de la source sous-tendue par deux dimensions : son « expertise » et la confiance qu'elle inspire (en anglais : « trustworthiness »^q que nous traduirons par *digne de confiance*). Leurs travaux montrent que la crédibilité de la source détermine en partie les effets persuasifs et/ou de changements d'attitude (McGinnies & Ward, 1974; pour une revue récente, cf. Pornpitakpan, 2004).

Berlo, Lemert et Mertz (1970) nuancent les résultats d'Hovland et son équipe en soulignant deux idées. Tout d'abord, ces auteurs conceptualisent la crédibilité comme une caractéristique relationnelle plutôt que comme une propriété statique de la source. Selon ces auteurs, la crédibilité dépend de la perception du récepteur. Elle serait donc susceptible : 1) d'évoluer, 2) de varier selon le type de récepteur, le type d'émetteur et selon la relation émetteur/récepteur. Parler de crédibilité doit donc être envisagé uniquement comme une « étiquette » pratique. Suivant la même idée, Applbaum & Anatol (1972) montrent que lorsque le contexte de jugement varie (4 types de messages sont utilisés : un cours en classe, un discours en classe, un discours destiné à une organisation sociale, un sermon dans une église), la crédibilité de la source est évaluée différemment. Cette étude, parmi d'autres, remet donc en question le fait que la crédibilité puisse être considérée comme un attribut statique de la source. D'autre part, Berlo et al. (1970) montrent que la crédibilité de la source est sous-tendue par trois dimensions : « sécurité », « aptitude-compétence » et « dynamisme »^r. La crédibilité ne serait donc pas sous-tendue par deux dimensions uniquement. Selon eux, les trois dimensions observées dans leur étude sont compatibles avec celles proposées par Hovland et al. (1953) et permettent de les approfondir. D'autres recherches sur la crédibilité de la source mettent en évidence l'existence de plus de deux ou trois dimensions (McCroskey, 1966;

Singletary, 1979; Whitehead, 1968). Dans une étude en deux étapes, Singletary (1979) (Singletary, 1979) sélectionne des termes permettant d'évaluer la crédibilité d'une source en demandant à 90 étudiants d'écrire les mots qui permettent selon eux de rendre une personnalité médiatique crédible. Dans une deuxième étape, les termes sélectionnés sont présentés à d'autres participants qui doivent évaluer la consistance *versus* non-consistance de chaque caractéristique avec leur opinion d'un média crédible. Les résultats mettent en évidence 6 dimensions expliquant 48 % de la variance. Prendre en compte les 10 dimensions suivantes permet d'expliquer 61% de la variance (chacune explique très peu de variance mais leurs valeurs propres sont supérieures à 1).

Dans les études sur la crédibilité des canaux médiatiques, ces questionnements sur la définition de la crédibilité et la mesure sont récurrents.

1. 2. Les évaluations des canaux médiatiques

Initialement, les études sur la crédibilité des différents canaux médiatiques (presse, radio, télé, internet) ont été motivées par deux constats aux USA : la baisse notable des ventes de presse et la diminution de la confiance accordée à la presse écrite par rapport à celle accordée à la télévision. Des organismes de sondage comme Gallup ou Roper (cf. encadré 9), des professionnels des médias comme la Société Américaine des Editeurs de Journaux (ASNE) ou encore des universitaires cherchent alors à mesurer la crédibilité accordée aux différents médias. Comme le signifie Mulder, « depuis que le déclin de la vente de la presse écrite a été clairement établi dans les années 70, le milieu professionnel cherche une raison. [Or], dans les années 80, une hypothèse populaire [est] que la crédibilité moindre [peut] être une explication ou être au moins liée à la perte de lecteurs »^s (Mulder, 1980, p. 567).

Encadré 9 : Les fondateurs de deux principaux organismes de sondage américains

- Elmo Roper (1900-1971)

Autodidacte et pionnier dans le domaine des recherches marketing et des sondages de l'opinion publique, il co-fonde en 1933 l'une des premières entreprises de recherche marketing *Cherington, Wood and Roper*. Il est ensuite directeur du *Fortune Survey* de 1935 à 1950 : premier organisme de sondage basé sur des techniques scientifiques. En 1946, il fonde le Centre de recherche Roper sur les opinions publiques. Aujourd'hui basé à l'université du Connecticut, le Roper Center est une des bases de données de sondages d'opinion la plus large au monde, les premières données remontant aux années 30. Aux USA, la *question Roper* de mesure de la crédibilité médiatique est la mesure la plus utilisée dans les recherches sur les médias.

- George Gallup (1901 - 1984)

Dès ses débuts dans la recherche en 1922, cet universitaire statisticien confronte les lecteurs avec des journaux et leur demande explicitement ce qu'ils aiment ou n'aiment pas à propos du journal en question. Cette technique lui fournit le matériel pour sa thèse de doctorat : « Une méthode objective pour déterminer l'intérêt du lecteur pour les journaux » (Gallup, 1928). En 1935, Gallup fonde l'Institut Américain de l'Opinion Publique (AIPO) (renommé la Gallup Organization Inc. en 1958). En novembre 1936, il utilise pour la première fois *la méthode des quotas*. L'utilisation de cette méthode, qui consiste à interroger un petit échantillon représentatif de personnes, prédit la réélection du Président Franklin Roosevelt, alors que plusieurs journaux qui s'appuient sur des enquêtes auprès de milliers de leurs lecteurs, prédisent la victoire de son adversaire républicain Alfred Landon. Roosevelt élu, le nom de Gallup devient synonyme de sondage d'opinion. L'organisation Gallup s'intéresse particulièrement aux élections politiques, à l'évaluation des différents médias américains et aux thèmes de la société américaine en général. Son président est aujourd'hui Andrew Kohut.

Nous ne nous attarderons pas sur les résultats de ces sondages et/ou enquêtes descriptives. Précisons seulement qu'elles visent à comprendre quel type de public délaisse la presse écrite afin, notamment, d'enrayer la baisse des ventes. Plusieurs recherches montrent que la crédibilité attribuée aux médias varie en fonction de variables socio-démographiques (sexe, âge, statut social, niveau d'études...) ou en fonction de la fréquence d'utilisation des médias (en nombre de fois par semaine, quel média a été utilisé la veille...) (Greenberg, 1966; Izard, 1985; M. J. Robinson & Kohut, 1988; Westley & Severin, 1964). En France, les sondages TNS/SOFRES mesurent tous les ans la confiance accordée aux différents canaux médiatiques par la population française en fonction des classes d'âge et socio-économiques (cf. "L'intérêt des Français porté aux médias est constant," 2005). Certaines recherches montrent que la crédibilité varie également selon l'objet d'évaluation : la source, le canal médiatique, un message spécifique (Delia, 1976). La crédibilité des médias locaux se différencie par exemple de celle des médias nationaux (Heider, McCombs, & Poindexter, 2005; Salmon & Lee, 1983). Plus récemment, de nombreuses études ont porté sur le canal « Internet » (Johnson & Kaye, 1998; Metzger, Flanagin, & Zwarun, 2003).

1. 2. 1. Définition de la crédibilité des médias

La notion de crédibilité médiatique pose un problème de définition (Gaziano, 1988; Gaziano & Mc Grath, 1986; P. Meyer, 1988; Rimmer & Weaver, 1987; West, 1994). Selon Meyer, « malgré le grand intérêt pour ce concept, il n'y a pas de définition sur laquelle tout le monde s'accorderait. Une première étape doit donc être [...] de définir et d'opérationnaliser le

concept de crédibilité »^t (Meyer, 1988, p. 567), le problème de définition étant lié à celui d'opérationnalisation.

La crédibilité des médias est généralement définie comme ce qui 'mérite d'être cru' . Pour Newhagen et Naas (1989), la crédibilité générale doit être distinguée de la crédibilité médiatique, une dimension nouvelle étant introduite dès lors que l'information est médiatisée par une technologie de machine. Selon eux, la crédibilité générale est « le degré auquel un individu juge ses perceptions comme étant une représentation valide de la réalité » (p. 278). La crédibilité médiatique est, elle, définie comme « le fait de percevoir les messages médiatiques comme étant les reflets plausibles des événements qu'ils décrivent »^u (p. 278). La crédibilité est également définie comme « la 'believability'⁶⁴ perçue du contenu médiatique, au-delà de preuves de ces affirmations »^v (West, 1994, p. 159) ou encore comme « ce qui offre un terrain suffisamment raisonnable pour être cru »^w selon le Webster New Collegiate (Meyer, 1988, p. 567). Les travaux sur la crédibilité médiatique se fondent sur ces définitions.

1. 2. 2. *Mesure de la crédibilité des médias*

- *Un construct⁶⁵ unidimensionnel ou multidimensionnel*

Pour mesurer « ce qui fait qu'un média mérite d'être cru », la majorité des recherches universitaires en communication ou journalisme a longtemps utilisé la mesure de *believability* des sondages Roper (Gaziano & Mc Grath, 1986; Greenberg, 1966; Jacobson, 1969; Robinson & Kohut, 1988; Roper, 1985) : « Si vous receviez des versions contradictoires ou différentes de la même information médiatique de la part de la radio, la télévision, des magazines ou de la presse écrite, laquelle de ces quatre versions seriez-vous plus enclins à croire – celle de la radio, de la télévision, des magazines ou de la presse écrite ? »^x. (Précisons par ailleurs que Greenberg (1966) et Jacobson (1968) suppriment l'option « magazines ». Les magazines ne sont, selon eux, pas un médium d'information générale). Mulder (1980), pose, lui, une question un peu différente : « Supposez que les comptes rendus d'une nouvelle médiatique diffèrent entre la radio, la télé ou la presse écrite, laquelle aurez-vous le plus envie de croire ? la nouvelle télévisuelle, la nouvelle de presse écrite ou la nouvelle radiophonique ? »^y. Ce type d'item présente deux limites : (1) d'une part, le fait de

⁶⁴ *Believability* est un néologisme anglais. L'adjectif *Believable* se traduit par croyable, on pourrait donc traduire *Believability* par *croyabilité* mais nous nous en tiendrons au terme non-traduit.

⁶⁵ Le terme original de *construct* sera conservé. La traduction la plus proche est « construction mentale » (Le Robert & Collins, 1995).

ne poser qu'une seule question qui peut sembler insuffisant (Hulin et al., 2001), (2) d'autre part, l'item Roper ne mesure qu'une crédibilité relative des médias (Schweiger, 2000). Le fait de proposer aux sujets de choisir un média parmi plusieurs dans le cas de versions contradictoires correspond à un choix forcé du média le plus « croyable » par rapport aux autres. Mesurer la qualité de chaque média aurait donc l'avantage d'indiquer la crédibilité absolue attribuée à un média.

Aujourd'hui, dans la plupart des études, la crédibilité est considérée comme un *construct* multidimensionnel, i.e. évaluée par plusieurs questions. Gaziano (1988) propose une synthèse des opérationnalisations de la crédibilité dans quatre recherches conduites en 1985 par la Société Américaine des Editeurs de Presse écrite (ASNE – 2 échantillons de 1600 et 1002 personnes), le Times Mirror (1 échantillon supérieure à 3000 personnes), le Centre Gannet pour l'étude des médias (217 personnes) et le Los Angeles Times (3000 personnes interrogées). Le tableau 16 indique que dans ces recherches, le questionnaire est composé de différentes questions, toutes censées évaluer la crédibilité. Or, les mesures de la crédibilité des canaux médiatiques sont de natures très différentes. Elles évaluent la « believability » et la crédibilité générale (dimension 1 et 3), le niveau informatif des contenus médiatiques ainsi que leur exactitude et leur objectivité (dimensions 2 et 4). Des évaluations générales sur le travail des médias et le professionnalisme des journalistes sont également souvent faites (dimensions 5, 6, 7). Les études mesurent également la confiance dans les institutions médiatiques, la perception des relations institutionnelles entre les médias et les sphères industrielles ou politiques (dimensions 8-11). Enfin, une dernière dimension (12) vise à vérifier le pouvoir détenu par les médias selon le public. Cette synthèse met également en évidence que les dimensions 2 et 4 (« perception de l'exactitude, précision et complétude des informations » et « perception d'objectivité, équilibre des comptes-rendus et impartialité ») sont mesurées dans les 4 enquêtes, ainsi que la dimension 5 « perception générale du travail médiatique ». Enfin, les dimensions 8 et 11 de « confiance dans les médias par rapport aux autres institutions » et de « perception des relations des médias avec le gouvernement » sont également mesurées dans les 4 études.

Tableau 16 : *Etude 2 - Etat des lieux des dimensions de la crédibilité médiatique étudiées en 1985 (Gaziano, 1988)*

	Définitions opérationnelles de la crédibilité ^z	ASNE	Times Mirror	Gannett Center	L.A Times
1	“croyabilité”		X		X
2	Exactitude / précision, état complet / couvrir les faits	X	X	X	X
3	Crédibilité / caractère de confiance	X		X	
4	Ne pas être biaisé, équilibre des comptes rendus, être impartial, être objectif	X	X	X	X
5	Evaluations générales de la manière donc les médias font leur travail	X	X	X	X
6	L’honnêteté et des standards éthiques	X		X	X
7	Le professionnalisme, la formation des personnes travaillant dans les médias	X		X	X
8	La confiance dans les institutions médiatiques, les comparaisons des médias avec d’autres institutions	X	X	X	X
9	Autres caractéristiques du fonctionnement de la presse, comme les intrusions dans la sphère privée, la dissimulation de certaines affaires.	X	X	X	
10	L’indépendance des médias (en terme d’intéressements) d’autres organisations et institutions.	X	X	X	
11	Les relations entre les médias d’informations et le gouvernement	X	X	X	X
12	Le pouvoir, l’influence des médias dans la communauté et la société		X	X	X

Dans une autre étude, Gaziano et Mc Grath (1986) évaluent les contenus dispensés par la presse écrite uniquement. 16 échelles bipolaires sont utilisées pour mesurer les attitudes du public envers la presse écrite. Les résultats montrent que 12 items relèvent d’un facteur que les auteurs nomment “crédibilité” (le journal est-il ... ? 1) juste *versus* injuste, 2) biaisé *versus* non biaisé, 3) raconte toute l’histoire *versus* ne raconte pas toute l’histoire, 4) exact *versus* inexact, 5) concerné *versus* non concerné par le bien-être de la communauté, 6) sépare *versus* ne sépare pas les faits et les opinions, 7) un journal en lequel on peut avoir *versus* on ne peut pas avoir confiance, 8) factuel (qui repose sur les faits) *versus* dogmatique (qui repose sur des croyances), 9) les journalistes sont bien *versus* pas assez formés, 10) le journal ne respecte pas *versus* respecte la sphère privée, 11) prend en considération *versus* ne prend pas en considération les intérêts du lecteur, 12) est principalement intéressé par l’intérêt du public *versus* est soucieux de faire des profits)^{aa}. Les auteurs précisent que, dans de précédentes études, ce facteur se divisait en 3 facteurs d’*impartialité*, *digne de confiance*, et de *précision-exactitude*^{bb}, ce qui n’est pas le cas dans cette étude. Un second facteur « d’intérêt social » est

également mis en évidence, composé de 3 échelles : 1) est concerné *versus* n'est pas concerné par ce que l'audience pense; 2) exagère de façon sensationnelle *versus* n'exagère pas; 3) est moral *versus* immoral^{cc}. Dans cette étude, le score global de crédibilité (somme des 12 items) corrèle avec le choix des sujets à la question Roper de *believability* : plus les sujets trouvent les journaux crédibles et plus ils ont tendance à les trouver « *believable* » par rapport aux autres canaux médiatiques. Meyer (1988) propose, lui, de ne conserver que 5 échelles pour mesurer la crédibilité : impartial, non-biaisé, raconte toute l'histoire, précis, en lequel on peut avoir confiance. Il suggère également de mesurer des aspects plus larges de la crédibilité comme l'affiliation du journal à la communauté^{dd}.

Dans les études posant plusieurs questions pour évaluer la crédibilité, les questions posées sont très variées et évaluent aussi bien le caractère partial/impartial du média (i.e. évaluation de son objectivité) que son aspect informatif général (Bucy, 2003), la précision des informations du média (Gaziano, 1988) ou encore le fait qu'un journal raconte *versus* ne raconte pas toute l'histoire (Gaziano & McGrath, 1986). Les mesures de *believability*, *d'exactitude*, du caractère *biaisé/parti pris* et du caractère *complet*⁶⁶ des informations fournies par le média semblent les 4 dimensions émergeant le plus souvent dans la littérature (Flanagin & Metzger, 2003; Johnson & Kaye, 1998). La crédibilité ainsi évaluée semble donc plutôt renvoyer à la *believability* entendue comme l'objectivité du média et son caractère informatif (et exact). On peut faire l'hypothèse que des mesures d'objectivité ou du caractère partial/impartial, juste/injuste des médias sous-tendent un facteur 1 d'objectivité des médias. Tandis que des questions sur l'informativité des médias, le caractère complet/incomplet, exact/inexact des informations relèveraient davantage d'une dimension 2 d'informativité.

Précisons par ailleurs que dans ces recherches, deux types d'échelles peuvent être utilisés. Dans la plupart, les mesures sont des échelles bipolaires. Par exemple, les deux pôles de l'item « biais » sont « biaisé » et « impartial » ou les deux pôles de l'item « digne de confiance » sont « indigne de confiance » et « digne de confiance » (Shaw, 1973). Selon Berlo et al. (1970), la mesure de la crédibilité de la source est une question proche de la mesure générale du *connotative meaning* d'Osgood, Suci et Tannenbaum (1957) qui utilisent des différenciateurs sémantiques à échelles bipolaires. C'est principalement pour cette raison que de nombreuses recherches utilisent ce type d'échelles bipolaires. Plus récemment, on constate que les chercheurs utilisent davantage des échelles unipolaires de *type Likert*. Bucy (2003) utilise par exemple des échelles unidimensionnelles en 7 points : juste (*fair*), précis

⁶⁶ Versions originales : « *believability* », « *accuracy* », « *bias* » et « *completeness / in depth* ».

(*accurate*), croyable (*believable*), informatif (*informative*), complet (*in depth*). L'utilisation d'échelles unipolaires a notamment l'avantage de ne pas opposer sur une même échelle deux termes qui ne sont pas « exactement » opposables, comme « biaisé » et « impartial ».

1. 2. 3. Tenir compte de l'objet évalué

Ces recherches sur la crédibilité de la source et la crédibilité des canaux médiatiques conduisent à envisager que les caractéristiques de crédibilité varient en fait selon l'objet dont la crédibilité doit être évaluée. Mesurer la crédibilité d'un objet impliquerait de tenir compte des caractéristiques de l'objet évalué. Kioussis (2001) distingue par exemple la crédibilité de sources individuelles, celles de canaux médiatiques (presse, radio, télé, internet), celle de l'institution médiatique en général ou la crédibilité des contenus médiatiques eux-mêmes. Développant la même idée, Schweiger (2000) distingue six niveaux d'objets médiatiques : le niveau 1 correspond à la source, c'est à dire la première personne à laquelle le récepteur est confronté (par exemple le présentateur à la télévision ou l'auteur d'un article de journal), le niveau 2 correspond à la crédibilité des acteurs impliqués dans le message, le niveau 3 correspond aux unités éditoriales (types de programme ou types d'article : informatifs, divertissants...), le niveau 4 correspond au produit médiatique évalué (TF1, France 2 pour la télévision, Le Monde ou Ouest-France pour les journaux), le niveau 5 correspond aux sous-systèmes médiatiques (médias locaux, régionaux ; journaux de qualité *versus* tabloïds...). Le niveau 6 correspond à l'évaluation des canaux médiatiques généraux (télévision, presse, radio...). Pour évaluer la qualité d'articles de presse judiciaire issus de quotidiens généralistes, il paraît donc pertinent de tenir compte des caractéristiques de l'objet que l'on souhaite évaluer. Dans le cas d'un article de presse judiciaire, il faut notamment tenir compte de son statut de message écrit.

1. 3. L'évaluation de la crédibilité des messages

Si les études sur les évaluations des sources ou canaux médiatiques sont nombreuses, peu d'études se sont intéressées à l'évaluation des messages médiatiques eux-mêmes. Le fait que l'évaluation des messages médiatiques ait été peu étudiée peut s'expliquer par le fait que l'évaluation d'un message peut se faire par le biais de mesures objectives. De fait, l'analyse d'un message peut se faire en déterminant si les phrases sont longues, si les adjectifs sont nombreux, si les deux parties sont présentées, combien le texte contient d'informations,

etc. L'utilisation de mesures objectives a probablement conduit à négliger les mesures de perceptions subjectives des messages en terme à la fois d'objectivité (est-ce que vous trouvez que les deux parties sont équitablement présentées ?) mais aussi de lisibilité (est-ce que vous trouvez que les phrases ne sont pas assez longues *versus* sont trop longues ?) et d'informativité (est ce que vous trouvez qu'il n'y a pas assez d'informations *versus* il y a trop d'informations ?).

Pourtant, les mesures objectives et subjectives informent toutes deux sur la qualité des messages (Carroll, 1960). En outre, Hazleton, Cupach et Liska (1986) établissent un lien entre l'évaluation subjective d'un message et son caractère persuasif. Ils font d'abord évaluer des messages par des items de qualité stylistique (items de type différenciateur sémantique : le message est-il vague *versus* spécifique ? clair *versus* pas clair ?). Une analyse de régression met ensuite en évidence que le caractère logique, intéressant, porteur d'émotion, assertif, qui permet de préserver la face⁶⁷, prédictible, factuel, peu concis et peu ambigu d'un message explique son caractère persuasif (64% de la variance). Enfin, selon Sandell (1977), les mesures subjectives ont pour intérêt d'aider à l'interprétation des résultats des mesures objectives et permettent de rendre compte de variations stylistiques que les mesures objectives sont peu susceptibles de décrire. Dans ses études, les mesures subjectives (20 échelles unipolaires de 1 à 7) évaluent l'authenticité des messages ainsi que leur lisibilité, compréhensibilité, et leur intérêt informationnel.

De manière générale, dans les études évaluant les messages (quels qu'ils soient), les évaluations subjectives portent sur des dimensions très variées. Dans une recherche de Slater et Rouner (1996), la crédibilité du message est mesurée par le biais de deux items : « avez-vous trouvé cet extrait bien écrit ? » (de 1 = plutôt mal à 11 = plutôt bien); « avez-vous trouvé cet extrait intéressant ? »^{ee}. La moyenne des deux items est calculée. Dans leur étude, ils distinguent explicitement la dimension de qualité du message (évaluée par l'intérêt pour le message et sa qualité d'écriture) de la mesure de *believability*. Leur recherche montre, par ailleurs, que la perception de qualité détermine en partie la crédibilité de la source perçue par les participants et leur changement d'attitude. Deux études de Chesler, Sanders, et Kalmuss (1988) et Ivkovic et Hans (2003) confirment que les évaluations de crédibilité des messages sont sous-tendues par des évaluations de la clarté du discours et de sa neutralité (ici, dans un contexte judiciaire, non médiatique). Dans les deux études, les auteurs interrogent des participants professionnels (professionnels de la cour, des avocats et scientifiques) ou des

⁶⁷ Selon la théorie de Goffman (1974).

membres de jurys (amateurs en terme de justice) sur les facteurs qui déterminent selon eux la crédibilité de témoins. La première étude montre que, pour les professionnels, l'expert doit communiquer clairement et de façon précise. Le message doit également être perçu comme intègre et neutre, et éviter d'être trop accusatoire. La seconde étude montre que la majorité des jurés juge les tactiques de présentation et de style du message comme déterminantes pour attribuer de la crédibilité. D'autres études montrent que le nombre d'informations peut également déterminer la crédibilité (Allen, Van Scotter, & Otondo, 2004).

Ces études sur l'évaluation des messages montrent l'intérêt des mesures subjectives, au-delà de la description objective. Elles confirment également que l'évaluation des messages porte sur des aspects très diversifiés. Ainsi, considérant les études sur l'évaluation subjective des messages, considérant également le fait que l'évaluation de la « crédibilité » des canaux médiatiques et des messages reposent sur des évaluations variées, notamment de l'objectivité (et neutralité) et de l'informativité (et intérêt informationnel), au vu également du caractère spécifique de l'objet d'évaluation (i.e. des articles de presse écrits), trois dimensions ont été retenues pour évaluer les articles de presse judiciaire : l'objectivité des articles, leur informativité et leur lisibilité (i.e leur compréhensibilité). Selon nous, ce serait la satisfaction de ces trois dimensions qui permettrait aux lecteurs de déterminer si l'article « mérite d'être cru », i.e. s'il est crédible.

Dans le cas de la presse écrite, rappelons que le public « s'expose aux journaux écrits pour obtenir de l'information »^{ff} (Mulder, 1980, p. 474). Une lecture efficace doit donc enrichir le lecteur d'une information nouvelle mais également le convaincre des propos tenus (Richaudeau, 1978). Or, selon Richaudeau (1978), le premier facteur d'efficacité est la lisibilité. Les journalistes considèrent également le caractère lisible de l'écriture comme un critère important de qualité journalistique. Agnès (2002) parle, lui, de « lisibilité rédactionnelle ». La lisibilité d'un article de presse se définit comme une « aptitude du texte à se faire comprendre » (Bourque, 1989). Elle implique qu'un lecteur sache reconnaître dans le texte les signes permettant sa compréhension.

Comme expliqué précédemment, on peut évaluer la lisibilité « objective » par une analyse quantitative des signes présents dans le texte et la lisibilité « subjective » par le biais des appréciations des lecteurs. Dans le premier cas, des règles objectives de la lisibilité sont prises en compte. Du point de vue linguistique, certaines règles facilitent la lecture des textes. Ces règles touchent aussi bien la syntaxe (ex : la longueur et complexité des phrases) que la sémantique (ex : le choix des termes). Du point de vue typographique, d'autres règles

concernent les polices de caractère (ex : le choix, la taille du caractère), la disposition visuelle (ex : l'utilisation de textes verticaux, la longueur des lignes de lecture). Depuis le début des années 1920, plusieurs formules ont été mises au point pour mesurer la lisibilité des textes d'un point de vue quantitatif. Elles utilisent différents éléments de la langue, comme la longueur des mots et des phrases, la rareté des mots, leur fréquence d'utilisation, etc. Les formules de lisibilité les plus connues sont les formules américaines de Flesh (1948), de Gunning (1952). Egalement connue mais fondée sur des principes différents (il ne s'agit pas d'une formule statistique), la Cloze Procedure de Taylor (1953) permet d'établir la lisibilité donc, selon l'auteur, de « mesurer l'efficacité de la communication » (p. 415). Plus récemment, des formules de lisibilité ont été adaptées aux pages internet (Collins-Thompson & Callan, 2005). En langue française, les formules les plus connues sont celles d'Henry (1975) et De Landsheere (1973) (pour une revue récente et la présentation des limites de ces formules, cf. Labasse, 1999). Ces mesures objectives ne retiendront cependant pas notre attention ici, pour les raisons déjà évoquées. D'autres auteurs distinguent les mesures objectives des évaluations subjectives, i.e. les appréciations des récepteurs. Morin, Sallio et Kretz (1982) distinguent la « lisibilité matérielle et typographique » (*legibility*) de la « dimension intellectuelle et psychologique liée au processus de compréhension d'un texte lu » (*readability*). Timbal-Duclaux (1985) propose de distinguer l'aspect matériel « lisible / illisible » de l'aspect intellectuel « lisible / inlisible » (p. 14). Gélinas-Chebat, Préfontaine, Lecavallier et Chebat (1993) opposent, quant à eux, la lisibilité des textes mesurée par les formules de lisibilité et l'intelligibilité perçue des textes. Ils proposent un modèle d'analyse de l'intelligibilité textuelle qui prend davantage en compte l'organisation formelle du texte et sa représentation sémantique.

Ceci étant, la lisibilité est le « premier, mais pas unique facteur d'efficacité » (Richaudeau, 1978, p. 7) et un article, aussi lisible soit-il, qui n'exprimerait aucun argument ne pourrait être efficace et convaincre son lecteur. Au-delà de son caractère compréhensible, un message médiatique doit donc fournir suffisamment d'informations sur le thème abordé puisque ce que le public cherche dans un journal, c'est d'abord l'information (Giroud, 1979). Selon Douël (1981), il faut « en faire lire assez aux masses pour les informer, [...] pour les faire réfléchir en liberté » (p. 76). Un niveau d'information suffisant, permettant une réflexion conséquente, devrait donc être perçu plus convaincant.

Enfin, si les articles de presse doivent être suffisamment lisibles pour être compris, doivent fournir suffisamment d'informations (ou susciter un intérêt informationnel), ils doivent également apparaître objectif au lecteur. Selon Östman (1999), les journaux doivent

« par définition être respectables, transmettre les informations objectivement »^{gg}. Selon Charron et De Bonville (2002), la crédibilité passe notamment par le souci des règles normatives d'objectivité et d'équilibre des points de vues. Sur cette notion de perception subjective d'objectivité par les lecteurs, précisons qu'elle ne remet, selon nous, pas en question la subjectivité inhérente aux médias, en partie liée à la sélection des informations médiatiques (Mouriquand, 1997). Il s'agit ici de mesurer l'objectivité de l'article de presse, autrement dit l'impartialité des informations présentées et de la mise en scène de l'article en général.

1. 4. Conclusion théorique

Dans les recherches exposées précédemment, l'évaluation de crédibilité apparaît nécessaire pour déterminer si un message mérite d'être cru. Le caractère « respectable » d'un journal écrit, qui doit transmettre les informations « objectivement », l'informativité perçue et la lisibilité perçue de l'article détermineront la crédibilité d'un message (Bautier, 1984). Or, mesurer la crédibilité revêt un intérêt particulier dans la mesure où cette dernière a un effet sur les opinions ou croyances. En effet, « il est difficile de juger de l'importance de ces évaluations de crédibilité si elles ne sont pas considérées comme reliées à d'autres choses »^{hh} (M. Burgoon, Burgoon, & Wilkinson, 1981). Un article de presse, perçu par les récepteurs comme informatif, lisible et objectif, devrait être plus persuasif. Dans l'étude 2, un questionnaire spécifique à l'évaluation de la crédibilité d'articles de presse judiciaire a été élaboré.

2. Construction d'un outil de mesure de la crédibilité perçue d'un article de presse judiciaire

Cette étude a pour objectif de construire un outil d'évaluation de la crédibilité d'articles de presse judiciaire. Les trois dimensions étudiées sont celles d'informativité, d'objectivité et de lisibilité des articles de presse judiciaire. La méthode utilisée a consisté à faire évaluer des articles de presse judiciaire par le biais d'un questionnaire de 48 items.

2. 1. Méthode

2. 1. 1. Population

194 personnes ont pris part à cette étude (âgés de 20 à 48 ans, $M = 22.25$, $E.T = 3.10$). Les participants étaient des étudiants issus de différentes filières (IUP information-communication, histoire, STAPS, psychologie/ SUED). 150 étaient de sexe féminin, 37 étaient de sexe masculin.

2. 1. 2. Matériel⁶⁸

- *Les articles de presse évalués*

Un corpus de 24 articles a été constitué. Ils ont été sélectionnés parmi le corpus d'articles utilisé dans l'étude 1, traitent d'affaires judiciaires variées et sont de longueur différente. Parmi ces 24 articles, 7 articles sont issus du journal *Le Figaro*, 6 du journal *Libération*, 5 du journal *Le Monde* et 6 du journal *Ouest-France*. Parmi ces 24 articles, 9 articles traitent d'une enquête judiciaire, 8 traitent d'un procès en cours et 7 traitent d'une affaire judiciaire dont le verdict a été rendu.

- *Le questionnaire*

Un questionnaire a été construit permettant d'évaluer trois dimensions de la crédibilité: l'informativité de l'article, sa lisibilité et son objectivité. La consigne du questionnaire était la suivante :

⁶⁸ Le matériel complet de l'étude 2 se trouve en annexe.

Afin de conduire une recherche sur la presse, nous avons besoin d'évaluer du matériel expérimental qui nous servira pour une expérience ultérieure.
 Votre tâche consiste donc à lire très attentivement l'article de presse qui suit. Nous vous demandons ensuite de répondre au questionnaire qui porte sur différents aspects de cet article.

Le questionnaire était constitué de 48 items (Cf. tableau 17) : 20 items (O1 – O18) visaient à mesurer l'objectivité, 12 items visaient à évaluer l'informativité de l'article (I1 – I12, les items portaient sur le caractère informatif de l'article et l'intérêt informationnel des articles) et 12 items visaient à évaluer la lisibilité de l'article (L1 à L14). 4 items visaient à évaluer l'appréciation générale de l'article (G1 à G4). Certains items étaient identiques et portaient sur l'article et sur le journaliste, afin de permettre de distinguer d'éventuelles nuances d'évaluations portées au message lui-même ou au journaliste-source (ex : *cet article est objectif et le journaliste qui a écrit cet article est objectif*). Le questionnaire visant à évaluer des articles de presse judiciaire, certains items portaient sur les affaires judiciaires directement (ex : *les informations rapportées dans l'article sont orientées de l'accusé*) Les lecteurs n'avaient aucune information sur la source de l'article qu'ils lisent, ils ne savaient pas d'où il était extrait. Chaque item est associé à une échelle type Likert de 1 = pas du tout d'accord à 10 = tout à fait d'accord. 4 versions du questionnaire ont été construites en aléatorisant la présentation des items, afin de contrôler un éventuel effet d'ordre.

Tableau 17 : *Etude 2 - Items d'évaluation de la qualité des articles de presse judiciaire*

	Items d'évaluation du caractère objectif
O1	L'article est écrit de façon à capter l'attention du lecteur.
O2	Les faits sont rapportés de manière exacte.
O3	L'article respecte la vie privée des personnes impliquées dans l'affaire.
O4	Cet article est objectif.
O5	Le journaliste qui a écrit cet article est objectif.
O6	L'article dramatise l'information.
O7	Cet article a été écrit dans le but de faire des profits en séduisant le public.
O8	L'article a été écrit de façon à mettre en scène les personnes impliquées de manière théâtrale.
O9	Cet article est équitable pour les deux parties impliquées dans l'affaire.
O10	Cet article est crédible.
O11	On peut avoir confiance en cet article.
O12	Le journaliste qui a écrit cet article se sent concerné par le bien-être de la communauté.
O13	L'article sépare clairement la présentation des faits et la formulation d'opinions concernant l'affaire
O14	Le journaliste expose les informations de manière neutre.
O15	Cet article rapporte plus de faits concernant l'affaire ou plus d'opinions émises sur l'affaire ?
O16	Les informations rapportées dans l'article sont orientées en faveur de l'accusé (des accusés).
O17	Les informations rapportées dans l'article sont orientées en faveur de la victime (des victimes).

O18	Cet article a été écrit plus dans le but d'informer le public ou dans le but de faire des profits ?
O19	Il y avait dans cet article peu / beaucoup de citations (toutes phrases mises entre guillemets)
O20	Il y avait dans cet article pas assez / trop de citations (toutes phrases mises entre guillemets).
Items d'évaluation du caractère informatif	
I1	Le journaliste qui a écrit cet article se sent concerné par l'intérêt des lecteurs pour ce type d'affaires.
I2	Cet article a été écrit dans le but d'informer le public.
I3	Cet article analyse les faits en profondeur.
I4	Le public doit être tenu au courant de ce type d'affaires judiciaires.
I5	Cet article fournit pas assez / trop d'informations sur la (les) victime(s).
I6	Cet article fournit peu / beaucoup d'informations sur la (les) victime(s).
I7	Cet article fournit pas assez / trop d'informations sur l'accusé ou le suspect (les accusés / les suspects).
I8	Cet article fournit peu / beaucoup d'informations sur l'accusé ou le suspect (les accusés / les suspects).
I9	L'affaire relatée dans l'article est intéressante.
I10	La présentation de l'affaire est très détaillée dans cet article.
I11	Le journaliste décrit beaucoup les personnes impliquées dans l'affaire.
I12	Cette affaire judiciaire méritait d'être relatée.
Items d'évaluation du caractère lisible	
L1	La présentation des faits vous a semblé bien organisée.
L2	L'article vous a semblé pénible à lire.
L3	Le journaliste qui a écrit cet article a l'habitude d'écrire des articles judiciaires.
L4	Cet article vous a semblé lisible.
L5	Les phrases sont trop longues.
L6	Les mots employés dans cet article sont simples / compliqués.
L7	L'article vous a semblé cohérent.
L8	Les phrases de l'article sont bien construites.
L9	Les paragraphes vous ont semblé bien agencés.
L10	Cet article vous a semblé facile à lire.
L11	Vous avez trouvé cet article agréable à lire.
L12	Vous avez compris cet article.
Items évaluant la qualité générale de l'article	
G1	Cet article est un bon article de presse judiciaire.
G2	Cet article vous a plu.
G3	Cet article ressemble à ce que vous vous attendiez d'un article relatant une affaire judiciaire.
G4	L'article est extrait d'un journal sérieux.

2. 1. 3. Procédure

L'étude se déroulait en début de séances de Travaux dirigés à l'université de Rennes 2. Le but de la recherche était expliqué aux participants et le matériel était distribué. Ils lisaient la consigne, puis l'un des articles de presse judiciaire. Ils tournaient la page et répondaient aux 48 questions sur la qualité de l'article lu. Les fascicules étaient distribués aléatoirement.

A la fin du questionnaire, les participants répondaient à des questions signalétiques. Ils indiquaient d'abord leur sexe et leur âge. Ils indiquaient ensuite leur fréquence d'exposition à la presse écrite en nombre de fois par semaine (0 fois par semaine, 1 fois par semaine, 2 à 3 fois, 4 à 5 fois, tous les jours), quel journal ils avaient l'habitude de lire (*Le Figaro*, *Libération*, *l'Humanité*, *Le Monde*, *Ouest-France*, autres). Ils fournissaient également leur fréquence d'exposition aux informations radiophoniques (de 0 fois par semaine à tous les jours) et aux informations télévisuelles (de 0 fois par semaine à tous les jours). Enfin, deux questions étaient posées afin d'évaluer leur intérêt pour les affaires judiciaires (de 1 = pas du tout à 10 = beaucoup) et s'ils discutaient d'affaires criminelles ou de procès en cours (de 1 = pas du tout à 10 = souvent).

2. 2. Résultats

Une analyse factorielle (en axes principaux avec rotation non orthogonale promax, 3 facteurs demandés, normalisation de Kaiser) a mis en évidence les trois facteurs attendus expliquant 40.30% de la variance : le facteur 1 d'objectivité (22.20 % de la variance expliquée), le facteur 2 de lisibilité (10.45 % de la variance expliquée), le facteur 3 sur l'aspect informationnel (7.65 % de la variance expliquée). Le tableau 18 présente les résultats de l'analyse factorielle⁶⁹. Les items sont présentés dans l'ordre des contributions aux facteurs.

Tableau 18 : *Etude 2 - Contributions des items aux trois facteurs demandés, valeurs propres et variances expliquées par les facteurs*

	Facteur		
	1	2	3
article objectif	.79	-	-
journaliste est objectif	.71	-	-
article écrit pour informer le public/faire des profits	-.70	-	-
journaliste expose les informations de manière neutre	.66	-	-
article écrit dans le but d'informer le public	.65	-	-
on peut avoir confiance en cet article	.64	-	-
affaire judiciaire méritait d'être relatée	.61	-	-
article écrit pour faire des profits en séduisant le public	-.60	-	-
article dramatise l'information	-.60	-	.33
article est crédible	.60	-	-

⁶⁹ Une autre analyse, sans spécification du nombre de facteurs, met en évidence 11 facteurs ayant des valeurs propres supérieures à 1 (Kaiser, 1960). Ces 11 facteurs ne correspondent cependant qu'à un découpage des trois facteurs prédits⁶⁹, le facteur *lisibilité*, premier extrait, était quasi identique et les facteurs *d'objectivité* et *d'informativité* étaient scindés en plusieurs facteurs. A partir du 7^{ème}, chaque facteur expliquait moins de 3% de la variance.

le public doit être tenu au courant	.57	-	-
article équitable pour les deux parties impliquées dans l'affaire	.56	-	-
faits sont rapportés de manière exacte	.53	-	-
mise en scène des personnes impliquées de manière théâtrale	-.50	-	.40
article rapporte plus de faits ou d'opinions	-.48	-	-
affaire relatée est intéressante	.42	-	-
article est un bon article de presse judiciaire	.42	.41	-
article sépare présentation des faits et formulation d'opinions	.40	-	-
article respecte la vie privée des personnes impliquées	.37	-	-
journaliste analyse les faits en profondeur	.36	-	.34
journaliste se sent concerné par le bien-être de la communauté	.30	-	-
article facile à lire	-	.86	-
article lisible	-	.83	-
article pénible à lire	-	-.78	-
article agréable à lire	-	.76	-
phrases de l'article sont bien construites	-	.73	-
les paragraphes vous ont semblé bien agencés	-	.72	-
présentation des faits organisée	-	.66	-
article écrit de façon à capter l'attention du lecteur	-.30	.64	-
phrases sont trop longues	-	-.61	-
article vous a semblé cohérent	-	.60	-
vous avez compris cet article	-	.51	-
cet article vous a plu	.31	.43	-
article est extrait d'un journal sérieux.	.34	.39	-
mots employés simples/compliqués	-	-.34	-
article ressemble à ce que vous attendiez d'un article judiciaire	.32	.34	-
journaliste a l'habitude d'écrire des articles judiciaires	-	.30	-
journaliste concerné par l'intérêt du lecteur	-	-	-
journaliste décrit beaucoup les personnes impliquées dans l'affaire	-	-	.66
article ne fournit pas assez/trop d'informations sur l'accusé	-	-	.62
article fournit peu/beaucoup d'infos sur l'accusé	-	-	.59
présentation de l'affaire est très détaillée	-	-	.58
article ne fournit pas assez/trop d'informations sur la victime	-	-	.48
article fournit peu/beaucoup d'informations sur la victime	-	-	.47
article contient peu/beaucoup de citations	-	-	.40
article ne contient pas assez/trop de citations	-	-	.39
informations rapportées en faveur de la victime	-	-	-
informations rapportées en faveur de l'accusé	-	-	-
Valeurs propres	10.65	5.02	3.67
% de variance expliquée	22.20	10.45	7.65

Note. Seules les saturations supérieures à .30 sont indiquées; la rotation a convergé en 5 itérations.

L'analyse factorielle montre que les items s'organisent selon les 3 dimensions attendues. Mais contrairement à nos attentes, certains items ne contribuent pas au facteur attendu. Par exemple, « *Le public doit être tenu au courant de ce type d'affaire* » et « *Cet*

article a été écrit dans le but d'informer le public » contribuent au facteur de crédibilité et non au facteur d'informativité.

Les corrélations entre les facteurs sont fournies dans le tableau 19. Les facteurs d'objectivité et de lisibilité corrèlent moyennement, de même que les facteurs de lisibilité et d'informativité. La corrélation entre les facteurs d'objectivité et d'informativité est quasiment nulle. Ces corrélations indiquent que les trois facteurs sont plutôt indépendants les uns des autres, particulièrement l'objectivité et l'informativité.

Tableau 19 : *Etude 6 - Corrélations entre les facteurs*

Facteurs	Objectivité 1	Lisibilité 2	Informativité 3
Objectivité	1		
Lisibilité	.37	1	
Informativité	.06	.22	1

2. 3. Sélection des items pour le questionnaire de mesure de la crédibilité

Pour construire le questionnaire de crédibilité, 4 items ont été sélectionnés par dimension. La sélection des items s'est faite en deux étapes :

(1) Lorsque deux items avaient des poids factoriels très proches et étaient formulés pratiquement de la même manière, un seul a été conservé. Par exemple, pour la dimension lisibilité : entre « *cet article est facile à lire* » (.86) et « *cet article est lisible* » (.83), seul l'item « *cet article est facile à lire* » a été conservé. Seuls les items qui posaient une question sur l'article ont été conservés (i.e. les items portant sur le journaliste ont été exclus).

(2) Malgré un nombre de participants un peu faible, une analyse factorielle (axes principaux, rotation non-orthogonale) a été conduite selon le niveau de lectorat des participants. Les participants ont été répartis en peu-lecteurs *versus* plus lecteurs sur la base de la médiane. Ceux ayant répondu qu'ils lisaient le journal 1 fois par semaine ou jamais ont été considérés comme peu-lecteurs (n = 103) et les participants déclarant lire le journal 2 à 3 fois par semaine ou tous les jours ont été considérés comme lecteurs (n = 83)⁷⁰. Dans les deux analyses, les structures factorielles étaient comparables à celle détaillée précédemment pour l'ensemble de la population. Pour les peu-lecteurs et les plus lecteurs, on retrouve les trois dimensions d'objectivité, lisibilité et informativité. Mais quelques nuances apparaissaient,

⁷⁰ 8 participants n'ont pas indiqué leur niveau de lectorat.

certaines items ne contribuaient pas significativement aux mêmes facteurs chez les peu-lecteurs ou chez les lecteurs. Si un item apparaissait pertinent pour une moitié des sujets seulement, il était exclu de la sélection.

Le tableau 20 présente les items sélectionnés pour construire le questionnaire d'évaluation de la crédibilité qui sera utilisé dans toute la thèse. Les items sélectionnés sont ceux qui contribuent les plus fortement à l'explication de chaque facteur, à la fois pour les peu-lecteurs et les plus lecteurs.

Tableau 20 : *Etude 2 - Items sélectionnés pour mesurer les trois facteurs de la crédibilité*

Dimension d'objectivité
O1 - Cet article de presse est objectif
O2 - On peut avoir confiance en cet article
O3 - Cet article a été écrit dans le but de faire des profits en séduisant le public
O4 - Cet article dramatise l'information
Dimension de lisibilité
L1 - La présentation des faits dans l'article est bien organisée
L2 - Les phrases de l'article sont bien construites
L3 - Cet article est facile à lire
L4 - Cet article est agréable à lire
Dimension d'informativité
I1 - Il y avait dans cet article beaucoup de citations (toutes phrases mises entre guillemets)
I2 - Cet article fournit beaucoup d'informations sur l'homme mis en examen
I3 - Cet article fournit beaucoup d'informations sur les victimes
I4 - La présentation de l'affaire est très détaillée dans cet article

La construction de ce questionnaire va permettre d'opérationnaliser l'hypothèse générale d'un effet de la conformité *versus* non-conformité du style d'écriture de l'enquête judiciaire sur l'évaluation de leur crédibilité (études 4, 5, 6). Nous supposons que les effets de la conformité/non-conformité stylistique iront dans le même sens sur l'objectivité perçue, l'informativité perçue et la lisibilité perçue, ces trois dimensions sous-tendant une dimension unique de crédibilité générale.

Le prochain chapitre présente les études 3, 4, 5 et 6.

CHAPITRE VII - LES EFFETS DE LA CONFORMITE/NON- CONFORMITE STYLISTIQUE DE L'ENQUETE JUDICIAIRE SUR LA TYPICALITE PERÇUE, LES EVALUATIONS DE CREDIBILITE ET LES JUGEMENTS JUDICIAIRES.

L'objectif général de cette série de recherches est de vérifier les effets de la conformité stylistique (i.e. le respect du contrat médiatique judiciaire) sur la reconnaissance d'articles de presse (étude 3), sur la perception de crédibilité du message (études 4, 5 et 6) et sur les jugements de culpabilité (études 5 et 6). Dans ces études, la manipulation de la conformité *versus* non-conformité du contrat journalistique judiciaire a été opérationnalisée par trois articles expérimentaux : un article conforme (*congruent*) et deux articles non-conformes (*extrémisé* et *incongruent*). Comme expliqué précédemment, les effets prévus par l'hypothèse générale devraient être modulés par le niveau de lectorat des participants.

1. Etude 3 : Effet de la conformité/non-conformité du genre discursif de l'enquête judiciaire sur la perception de typicalité

Selon Charaudeau (2004), la notion de contrat de communication repose sur un système de reconnaissance qui permet de relier le texte lu et le contexte de situation. Dans le cas de la presse écrite, Ghiglione (1984) fait l'hypothèse que les articles de presse fournissent des indices discursifs laissant entendre qu'un contrat existe, qui permettraient au récepteur d'identifier les intentions du locuteur, les enjeux du discours et de reconnaître le contrat. De ce point de vue, on peut faire l'hypothèse que des indices stylistiques conformes au contexte de situation présenté (i.e. dans le cas d'une présentation d'articles judiciaires, des indices stylistiques conformes au style de l'*enquête judiciaire*), permettra aux récepteurs de reconnaître un article *congruent* comme tel. A l'inverse, le récepteur reconnaîtra moins bien un article non-conforme.

Dans la théorie du contrat de lectorat (Burguet, 1999, 2000), l'idée sous-jacente est qu'une personne régulièrement impliquée dans une situation de réception médiatique intériorise les régularités textuelles du genre auquel il est exposé. Autrement dit, le contrat de lectorat familial et normatif impliquerait une sorte de schème langagier acquis par intériorisation des régularités textuelles des discours connus (Georget & Chabrol, 2000). On peut donc faire l'hypothèse que les personnes les plus exposées au genre discursif de l'*enquête judiciaire* seraient plus en mesure d'identifier le style d'écriture typique de l'*enquête judiciaire* que les personnes moins exposées.

Pour vérifier l'identification du genre discursif de l'*enquête judiciaire*, l'étude 3 a été conduite. Elle vise à vérifier si des personnes confrontées à la lecture de deux articles de presse, relatant la même affaire judiciaire, mais écrits dans un style d'écriture différent, identifient le caractère conforme ou non-conforme des deux articles lus (en situation de comparaison).

1. 1. Méthode

1. 1. 1. Population

141 personnes ont pris part à cette étude (âgée de 18 à 25 ans ; $M = 19.77$; $e-t = 1.65$). 106 participants étaient de sexe féminin, 34 de sexe masculin, 1 participant n'a pas précisé son sexe. Les participants étaient des étudiants inscrits en première année de l'IUT de Rennes1-département Carrières sociales et de l'Institut d'Etudes Politiques (IEP) de Rennes. Leur participation était volontaire et non-rémunérée.

1. 1. 2. Variables

- *Variable indépendante « type d'articles »*

La variable « *type d'articles* » comportait trois modalités : Les trois articles développaient la même histoire, ils comportaient le même contenu référentiel judiciaire. L'article *congruent* était conforme aux caractéristiques syntaxiques de l'*enquête judiciaire*. L'article *extrémisé* était construit de façon à exagérer les caractéristiques typiques d'un article d'*enquête judiciaire*. L'article *incongruent* était construit de façon à diminuer les caractéristiques syntaxiques d'une *enquête judiciaire*.

Trois conditions de comparaisons ont été créées : comparaison congruent/incongruent, comparaison congruent/extrémisé, comparaison incongruent/extrémisé. L'ordre de

présentation des articles était contrebalancé. Les articles à comparer sont intitulés « article a » et « article b ».

- *Variable dépendante*

Il était demandé aux participants d'indiquer, parmi les deux articles présentés, l'article qu'ils considéraient comme ressemblant le plus à un véritable article. La recherche était présentée comme un pré-test sur les techniques d'écriture des journalistes. La question posée aux sujets était :

Quel est, parmi ces deux articles, celui qui vous semble le plus ressembler à un véritable article de presse judiciaire ?
(Entourez l'article qui vous semble le plus ressembler à un véritable article de presse judiciaire).

Article a

Article b

- *Variables contrôles et questions d'informations générales*

La dernière partie du questionnaire était constituée de mesures permettant de décrire la population expérimentale et d'évaluer son niveau d'exposition médiatique. Les participants précisaient leur sexe et leur âge. Ils précisaient leur niveau d'exposition à la presse écrite (de 0 fois par semaine à tous les jours; mesure A), puis leur fréquence d'exposition aux affaires judiciaires (« Lorsque vous lisez le journal, vous lisez des articles portant sur des affaires judiciaires » - jamais, parfois, souvent, systématiquement - codé de 0 à 3; mesure B).

D'autres mesures exploratoires étaient effectuées. Elles ne seront pas abordées.

- *Mesure du « niveau de lectorat » (Variable indépendante invoquée)*

Un indice spécifique d'exposition au journalisme judiciaire a été créé. L'indice prenait en compte le niveau d'exposition de chaque participant à la presse écrite en général (mesure A) et aux articles judiciaires spécifiquement (mesure B). Cet indice est le produit de la mesure A « fréquence journalistique » (recodée de 1 à 5) avec la mesure B « fréquence de lecture d'articles judiciaires » (de 0 à 3). Par exemple, un participant qui lit la presse écrite (de 1 à 5 sur la mesure A) mais ne lit jamais d'articles judiciaires (= 0 sur la mesure B) a toujours un niveau de lectorat de 0. Par contre, un participant qui lit systématiquement les articles judiciaires (= 3 sur la mesure B) quant il lit le journal (ex : 2 sur la mesure A) a un niveau de lectorat de 6. Sur cet indice « niveau de lectorat », les participants ont un score s'échelonnant de 0 (ex : un participant qui ne lit jamais d'articles judiciaires, indépendamment de sa

fréquence de lecture générale) à 15 (ex : un participant qui lit le journal tous les jours et systématiquement des affaires judiciaires).

1. 1. 3. Procédure

Les passations se sont déroulées en séances de Travaux Dirigés à l'IUT et à la bibliothèque de l'IEP. Il était expliqué aux participants que l'étude était un pré-test visant à constituer du matériel expérimental pour une future recherche. A l'oral, l'expérimentatrice insistait sur le fait que la question portait sur la ressemblance de l'article et qu'il ne leur était pas demandé de choisir l'article le plus crédible mais le plus ressemblant en terme de style. Le fascicule était ensuite distribué. Chaque participant lisait deux articles. Ils les comparaient puis inscrivait leur réponse. Ils remplissaient ensuite la partie informative du questionnaire. Aucune contrainte de temps n'était imposée aux sujets, ni pour la lecture et la comparaison des deux articles, ni pour le temps de réponse. Enfin, les sujets étaient débriefés oralement sur les hypothèses de l'étude.

1. 2. Hypothèses et mode de traitement des résultats

Les hypothèses sont les suivantes :

☒ h1 : L'article *congruent* sera davantage identifié comme un véritable article dans les conditions de comparaison « congruent/incongruent » et « congruent/extrémisé ».

☒ h2 : Dans la condition de comparaison « extrémisé/incongruent », les articles ne seront pas différenciés et la répartition des choix se fera au hasard.

☒ h3 : Dans les deux conditions « congruent/extrémisé » et « congruent/incongruent », les participants les plus lecteurs devraient davantage identifier l'article *congruent* comme véritable.

Le test du *chi2* a été utilisé pour le traitement des résultats, étant donné le caractère nominal des conditions de comparaison des articles. Une première analyse a été faite indépendamment du niveau de lectorat et une seconde selon le niveau de lectorat. Pour prendre en compte le lectorat, l'indice d'exposition judiciaire a été dichotomisé par un médian-split. La médiane de l'indice d'exposition judiciaire était exactement égale à 3 (niveau qui correspondait à 31 participants). Les participants ayant un indice de 0 à 2 (n = 57) ont été

considérés comme peu-lecteurs, et les participants ayant un indice de 3 à 15 comme plus lecteurs ($n = 81$)⁷¹. Le test du *chi2* a été effectué pour les peu-lecteurs et les plus lecteurs.

1. 3. Résultats

Les choix d'articles faits par les participants indépendamment de leur niveau de lectorat sont présentés dans le tableau 21. La distinction selon le niveau de lecture est présentée dans le tableau 22.

Tableau 21 : *Etude 3 - Choix de l'article reconnu comme véritable par tous les participants (N = 141)*

	congruent	extrémisé	incongruent	
C / I (n= 44)	36 82 %		8 18 %	$p < .001$
C / E (n= 47)	31 66 %	16 34 %		$p < .03$
E / I (n= 50)		31 62 %	19 38 %	$p < .09$

Note. C/I : comparaison *congruent/incongruent* ; C/E : comparaison *congruent/extrémisé* ; E/I : comparaison *extrémisé/incongruent*.

Les résultats montrent que l'hypothèse 1 est validée : l'article *congruent* est plus reconnu comme véritable dans les conditions de comparaison à un article non-conforme, que celui-ci soit *incongruent* ($chi2(1) = 17.82, p < .001$) ou *extrémisé* ($chi2(1) = 4.79 p < .03$). Dans la condition de comparaison des deux articles non-conformes, davantage de participants identifient l'article *extrémisé* comme ressemblant à un véritable article que l'article *incongruent* ($chi2(1) = 2.88, p < .09$). Cet effet, qui n'est que marginalement significatif, indique toutefois une hiérarchie allant de l'article *congruent* à l'article *incongruent* en passant par l'*extrémisé*.

De plus, un *chi2* effectué sur les choix d'articles montrent que, indépendamment des conditions expérimentales, l'article *congruent* ($n = 67/91$; 74%) est davantage choisi que l'article *extrémisé* ($n = 47/97$; 48%), lui-même davantage choisi que l'article *incongruent* ($n = 27/94$; 29%), $chi2(1) = 17,02, p < .001$.

⁷¹ 3 personnes n'ont pas répondu aux mesures A ou B de fréquence de lecture journalistique/judiciaire.

Tableau 22 : *Etude 3 - Choix de l'article reconnu comme véritable par les peu-lecteurs (n = 57) et les plus lecteurs (n = 81)*

	congruent		extrémisé		incongruent	
	Peu lecteurs	Lecteurs	Peu lecteurs	Lecteurs	Peu lecteurs	Lecteurs
C / I	76 % (n = 16)	87 % (n = 20)			24 % (n = 5)	13 % (n = 3)
C / E	62.5 % (n = 10)	69 % (n = 20)	37.5 % (n = 6)	31 % (n = 9)		
E / I			65 % (n = 13)	59 % (n = 17)	35 % (n = 7)	41 % (n = 12)

Note. C/I : comparaison *congruent/incongruent* ; C/E : comparaison *congruent/extrémisé* ; E/I : comparaison *extrémisé/incongruent*.

▪ *Résultats en fonction du niveau de lectorat*

Les analyses faites dans chaque condition expérimentale de comparaison (*congruent/incongruent* ; *congruent/extrémisé* ; *extrémisé/incongruent*) en fonction du niveau de lectorat apparaissent toutes non-significatives. Les plus-lecteurs n'identifient pas plus l'article *congruent* véritable dans les conditions *congruent/incongruent* ($\chi^2(1) = 0.85$, *ns*), ou *congruent/extrémisé* ($\chi^2(1) = 0.19$, *ns*) que les peu-lecteurs. En condition *extrémisé/incongruent*, les peu-lecteurs et les lecteurs identifient indifféremment l'un des deux articles non-conformes ($\chi^2(1) = 0.20$, *ns*). Cette analyse ne valide pas l'hypothèse de modulation de l'identification par le lectorat.

Une analyse par condition expérimentale, sur chaque niveau de lectorat, nuance cette absence de résultat. En condition *congruent/incongruent*, davantage de peu-lecteurs, $\chi^2(1) = 5.76$, $p < .02$, identifient l'article *congruent* (n = 16) comme véritable que l'article *incongruent* (n = 5). De même, davantage de lecteurs identifient également l'article *congruent* comme véritable que l'article *incongruent* (n = 20 *versus* n = 3 ; $\chi^2(1) = 12.57$, $p < .001$). Le χ^2 , deux fois plus important chez les lecteurs, indique que ceux-ci identifient (toutes proportions gardées) un peu plus l'article *congruent* comme véritable. Dans la condition *congruent/extrémisé*, les peu-lecteurs n'identifient pas plus l'article *congruent* comme véritable que l'*extrémisé* (respectivement n = 10 *versus* n = 6 ; $\chi^2(1) = 1$, *ns*). Par contre, dans cette condition, davantage de lecteurs identifient l'article *congruent* comme plus véritable que l'*extrémisé* (n = 20 *versus* n = 9 ; $\chi^2(1) = 4.17$, $p < .04$). Enfin, dans la condition *extrémisé/incongruent*, les peu-lecteurs (n = 13 *versus* n = 7 ; $\chi^2(1) = 1.80$, *ns*) et les lecteurs (n = 17 *versus* n = 12 ; $\chi^2(1) = 0.86$, *ns*) n'identifient pas significativement davantage un des deux articles. Ces résultats par condition et niveau de lectorat indiquent

donc tout de même que le niveau de lectorat module (marginale) l'identification des articles.

Enfin, l'examen des pourcentages de choix des articles, indépendamment des conditions expérimentales et par niveau de lectorat, vont dans le sens d'une hiérarchie des trois articles chez les peu-lecteurs et les lecteurs. Les peu-lecteurs semblent choisir plus l'article *congruent* (n = 26/37 ; 70%) que l'article *extrémisé* (n = 19/36 ; 53%), lui-même plus choisi que l'article *incongruent* (n = 12/41 ; 29%). La même tendance, apparemment plus marquée, s'observe chez les plus-lecteurs. Ils choisissent davantage l'article *congruent* (n = 40/52 ; 77%) que l'article *extrémisé* (n = 26/58 ; 45%), lui-même un peu plus choisi que l'article *incongruent* (n = 15/52 ; 28%).

1. 4. Discussion de l'étude 3

Lorsque les participants sont en situation de comparer un article conforme au style d'écriture d'*enquête judiciaire* et un article non-conforme (*extrémisé* ou *incongruent*), l'article *congruent* au style de l'*enquête judiciaire* est davantage identifié comme un article typique. De ce point de vue, l'hypothèse 1 semble validée. En condition de comparaison *congruent/incongruent*, les peu-lecteurs et les lecteurs identifient significativement l'article conforme comme tel (le *chi2* est plus important chez les lecteurs). En condition de comparaison *congruent/extrémisé*, les lecteurs identifient plus l'article *congruent* comme véritable. Cet effet semble indiquer que les personnes les plus habituées à lire des articles de presse judiciaires identifient un peu mieux les articles, conformément à la manipulation stylistique. L'habitation au style journalistique de l'*enquête judiciaire* permettrait donc d'identifier un peu mieux un article *congruent* (Burguet, 1999, 2000).

Ces premiers résultats indiquent que les participants identifient le genre stylistique typique de l'*enquête judiciaire*, cette reconnaissance leur permettant de relier le texte lu (article *congruent*) au contexte de communication (*c'est un véritable article judiciaire*) (Charaudeau, 2004). L'identification des indices stylistiques typiques du genre *enquête judiciaire* laisse supposer, non pas que les lecteurs ont des « attentes » en terme de genre, mais du moins qu'ils reconnaissent davantage le genre typique de l'*enquête judiciaire* de l'article *congruent*. Les résultats, à considérer avec prudence, qui indiquent que le niveau de lectorat module un peu l'identification des articles vont dans le sens de la théorie du contrat de lectorat et de l'hypothèse d'habitation à un genre discursif (ici l'*enquête judiciaire*) en fonction de l'exposition médiatique au genre en question (ici l'exposition à des articles de

presse généraliste *judiciaire*). Si ces résultats sont encourageants, ils demandent à être reproduits, notamment en condition de lecture d'un seul article.

Par ailleurs, en condition *extrémisé/incongruent*, les peu-lecteurs ou plus-lecteurs n'identifient pas l'un des articles comme plus conforme, ce qui valide l'hypothèse 2 et indiquent que les participants ne parviennent pas, dans ce cas, à identifier le genre discursif typique *enquête judiciaire*. Cependant, lorsque la population expérimentale n'est pas différenciée selon le niveau de lectorat, on observe un effet marginalement significatif : un peu plus de participants identifient l'article *extrémisé* comme véritable lorsqu'ils le comparent à l'article *incongruent*. Par ailleurs, indépendamment des conditions expérimentales, le nombre de choix global montre que l'article *congruent* est le plus choisi comme véritable, l'article *incongruent* le moins choisi et que l'article *extrémisé* à une position intermédiaire. L'hypothèse 2 supposait pourtant que la non-conformité 'extrémisée' et la non-conformité 'incongruente' seraient « équivalentes ». Or, les résultats montrent que les articles *extrémisé* et *incongruent* ne sont pas reconnus comme « pareillement » non-conformes. L'article *extrémisé* est perçu légèrement plus conforme que l'article *incongruent*. Cette hiérarchisation de l'identification des articles invite à penser que la non-conformité quantitative ne suffirait pas à expliquer l'identification d'un article de presse d'*enquête judiciaire*. Les caractéristiques de l'*enquête judiciaire* présentes dans l'article *extrémisé*, même si leur surnombre confère une non-conformité quantitative à l'article, servent-elles d'indices aux lecteurs ? Les indices discursifs sont-ils identifiés par les participants, leur permettant d'identifier « un peu » le genre discursif, selon l'hypothèse formulée par Ghiglione (1984), et ce particulièrement en situation de comparaison *extrémisé/incongruent* ? L'article *incongruent* ne comportant pas de caractéristiques typiques de l'*enquête judiciaire* (i.e. pas les indices morpho-syntaxiques conformes au genre *enquête judiciaire*), il serait donc immanquablement identifié comme non-conforme. Autrement dit, on pourrait faire l'hypothèse d'une non-conformité syntaxique de l'article *incongruent* qui serait de *nature* différente. Enfin, ce résultat sur l'identification différenciée de genre discursif de l'*enquête judiciaire* reproduit celui observé par Lepastourel et Testé (2004, cf. encadré 7). Dans leur étude, les auteurs observaient le même résultat avec des articles non-conformes au genre *judiciaire général* : l'article *extrémisé* était identifié plus véritable que l'article *incongruent*.

Ce résultat amène à envisager différemment les effets de la non-conformité et à reconsidérer l'hypothèse formulée quant aux effets du style sur l'évaluation des articles et les mesures de jugement (i.e. les variables dépendantes des études 4, 5 et 6). L'hypothèse générale supposait que l'article *congruent* serait mieux reconnu, entraînerait des évaluations

de crédibilité supérieure et des jugements plus sévères que les deux articles *extrémisé* et *incongruent* qui ne se différencieraient pas. Il s'agissait d'une hypothèse *d'effet non-différencié* des articles non-conformes. Au vu de ces premiers résultats, il semble pourtant que la conformité « effective » des caractéristiques morpho-syntaxiques se distingue de la conformité « perçue » par les sujets (i.e. l'identification de la conformité des articles par les participants). Dans les études 4, 5 et 6, il s'agira de départager deux hypothèses. Comme annoncé dans la problématique et conformément aux implicites de la théorie du contrat de lectorat sur les effets de la non-conformité, l'hypothèse 1 testera un effet *non-différencié* de la non-conformité syntaxique : l'article *congruent*, en tant qu'article conforme, sera identifié plus typique, sera mieux évalué et entraînera des jugements plus sévères que les deux articles non-conformes, *extrémisé* et *incongruent*. Considérant les résultats sur l'identification du genre *enquête judiciaire* observée dans cette étude, qui reproduisent ceux observés par Lepastourel et Testé (2004) sur l'identification du genre *judiciaire*, une seconde hypothèse h2 testera un effet *différencié* de la non-conformité syntaxique : l'article *congruent* sera identifié plus typique, sera mieux évalué et entraînera des jugements plus sévères que l'article *extrémisé* qui sera lui-même identifié plus typique, sera mieux évalué et entraînera des jugements plus sévères que l'article *incongruent*.

Le point suivant présente l'étude 4. Le premier objectif de cette étude est d'élargir les résultats de l'étude 3 en vérifiant que, à la lecture d'un seul article, la conformité *versus* non-conformité du style est identifiée. Un second objectif est de mettre à l'épreuve les hypothèses h1 et h2 sur l'identification des articles et les évaluations des articles.

2. Etude 4 : Effet de la conformité/non-conformité du genre enquête judiciaire sur la typicalité et l'évaluation des articles

Dans le cadre de la théorie du contrat de lectorat, à notre connaissance, la seule étude qui montre un effet de la conformité du genre sur l'évaluation d'un message est celle de Georget et Chabrol (2000). Dans leur étude sur les effets du contrat de lectorat publicitaire, les auteurs observent que la congruence entre le produit vanté et son accroche entraîne une meilleure évaluation de l'attractivité de la publicité, de sa pertinence informative et de sa capacité à valoriser le produit. Autrement dit, la publicité est évaluée meilleure sur plusieurs dimensions qui déterminent son efficacité persuasive⁷². Dans le cas d'un genre d'*enquête judiciaire* généraliste, le contrat n'est pas publicitaire mais plutôt un contrat d'information. Or, la légitimité des médias d'information dépend essentiellement de leur crédibilité (i.e. « faire croire que ce qui est dit est vrai », Charaudeau, 2005, p. 73). On peut donc faire l'hypothèse que la congruence entre le genre stylistique d'un article de presse d'*enquête judiciaire* et les attentes relatives au contrat en place déterminera la crédibilité perçue d'un article d'*enquête judiciaire*. Burgoon et Burgoon (2001) supposent, eux, que le caractère approprié *versus* non-approprié du comportement verbal ou non-verbal peut fonder les attributions de crédibilité et de statut de la source. Selon ces auteurs, si les récepteurs ne reconnaissent pas le comportement verbal ou non-verbal attendu, leur évaluation du message devrait être affectée. Enfin, selon Meyer (2000), l'identification du genre d'un texte constitue un indice heuristique permettant aux lecteurs de décider de la valeur d'un message. Dans cette étude, nous examinerons donc si l'identification d'un article comme typique détermine la perception de crédibilité (mesurée par l'objectivité, la lisibilité et l'informativité).

2. 1. Méthode

2. 1. 1. Population

140 personnes (âgées de 17 à 55 ans ; $M = 22.75$; $e-t = 5.60$) ont participé à cette étude. 80 étaient de sexe féminin ; 59 de sexe masculin. Les participants étaient des étudiants

⁷² Même, si, dans leur recherche, la cohérence n'a pas d'effets sur la capacité à convaincre.

de l'IUT de Rennes 1 option gestion et communication, des étudiants de Rennes 2 et des étudiants de l'IEP de Rennes. Leur participation était volontaire et non-rémunérée.

2. 1. 2. Matériel⁷³

- *Variable indépendante « type d'articles »*

Les mêmes articles que dans l'étude 3 ont été utilisés. Les participants sont répartis aléatoirement dans les conditions *congruent* (n = 47), *extrémisé* (n = 48) et *incongruent* (n = 45).

- *Variables dépendantes*

- *Le questionnaire d'évaluation des articles*

Il est composé des 12 échelles d'évaluation de la crédibilité générale (cf. étude 2). Les questions de crédibilité sont contrebalancées : 71 participants étaient placés en condition « ordre » du questionnaire, 69 en condition « inverse ». Les deux ordres sont distribués de manière équivalente dans chaque condition expérimentale.

Une vérification de la structure factorielle du questionnaire a été effectuée (méthode d'extraction en axes principaux ; rotation non-orthogonale promax avec normalisation de Kaiser, 3 facteurs demandés). Elle met en évidence 3 facteurs⁷⁴ aux valeurs propres supérieures à 1 qui rendent compte de 61 % de la variance (cf. tableau 23). Conformément aux attentes, les items supposés évaluer l'objectivité et la lisibilité contribuent significativement à deux facteurs d'objectivité et de lisibilité. Par contre, le facteur d'informativité ne s'organise pas comme attendu : l'item *nombre de citations* ne contribue pas au facteur informatif ni à un autre facteur. Il a donc été retiré de l'analyse et ne sera pas traité.

⁷³ Tout le matériel expérimental utilisé dans l'étude 4 est en annexe.

⁷⁴ Une analyse factorielle demandant l'extraction de tous les facteurs aux valeurs propres supérieures à 1 met en évidence un 4^{ème} facteur uniquement saturé par l'item « profits ». La valeur propre de ce facteur est exactement égale à 1, ce qui est « limite », nous n'en avons pas tenu compte.

Tableau 23 : Etude 4 - Contributions des items du questionnaire de crédibilité, part de variance expliquée par les facteurs et valeurs propres associées

	Facteurs		
	1	2	3
Phrases bien construites	.88	-	-
Présentation organisée	.76	-	-
Agréable à lire	.70	-	-
Facile à lire	.58	-	-
Article objectif	-	.83	-
Dramatise l'information ⁷⁵	-	.75	-
But est de faire des profits	-	.65	-
Confiance en l'article	-	.64	-
Informations sur les victimes	-	-	.75
Informations sur l'accusé	-	-	.59
L'affaire est détaillée	-	-	.67
Nombre de citations	-	-	-
% de variance	31.46	17.52	11.88
Valeurs propres	3.77	2.10	1.43

Note. Seules les contributions supérieures à .30 ont été reportés.

Le tableau 24 présente les corrélations entre les trois facteurs. Dans cette étude, le facteur 1 est le facteur de lisibilité et le facteur 2 celui d'objectivité. Le facteur 3 reste le facteur d'informativité. Les trois facteurs sont moyennement corrélés entre eux. Les facteurs de d'objectivité et d'informativité sont davantage corrélés que dans l'étude 2 mais ils demeurent les deux facteurs les plus faiblement corrélés (.29).

Tableau 24 : Etude 4 - Corrélations entre les trois facteurs du questionnaire de crédibilité générale

Facteurs	Lisibilité 1	Objectivité 2	Informativité 3
Lisibilité	1		
Objectivité	.36	1	
Informativité	.53	.29	1

Sur la base de ces résultats, un score *d'objectivité* est calculé avec les 4 items du facteur 2 *d'objectivité* (α de Cronbach = .79) et un score de *lisibilité* est calculé avec les 4 items du facteur 1 de *lisibilité* (α de Cronbach = .80). Le score *d'informativité* est calculé sur les 3 items restants (α de Cronbach = .68), la mesure 'citations' ne contribuant plus à ce facteur. Les traitements statistiques se feront sur ces trois scores qui s'échelonnent de 1 à 10.

⁷⁵ Les items « cet article est dramatisé » et le « but de l'article est de faire des profits » ont été inversés, d'où les contributions positives.

- La mesure de perception de typicalité

Elle visait à vérifier l'identification du caractère conforme des articles : *Cet article ressemble à un véritable article de presse judiciaire (échelle de 1 = pas du tout à 10 = tout à fait)*. Cette question était toujours située à la fin du questionnaire et n'était pas contrebalancée avec les items de qualité, ceci afin de ne pas faire naître un doute quant à l'authenticité de l'article lu dès le début de la passation.

- *Variables contrôles et questions d'informations générales*

Le fascicule s'achevait par les mêmes questions d'informations générales que dans l'étude 3.

- *Mesure du « niveau de lectorat » (Variable indépendante invoquée)*

L'indice de lectorat a été calculé comme dans l'étude 3. Dans cette étude cependant, l'indice judiciaire ne sera pas dichotomisée en peu-lecteurs *versus* lecteurs par un median-split mais sera traitée en variable continue. La procédure utilisée est détaillée dans le point 2.3.

2. 1. 3. Procédure

Les passations se sont déroulées en séances de travaux dirigés d'IUT et dans les bibliothèques d'histoire-géographie de Rennes 2 et de l'IEP. A l'oral, l'expérimentatrice expliquait aux participants que les articles de presse devaient être évalués en terme de conformité. Elle insistait sur le statut de pré-test de l'étude. Il était également précisé que plusieurs articles étaient évalués afin d'induire la notion de comparaison à un type d'article « idéal » chez les sujets. Enfin, l'expérimentatrice précisait qu'il y avait plusieurs questionnaires.

Les participants devaient ensuite lire un article expérimental et le fascicule contenant les variables dépendantes et contrôles était distribué. Les fascicules « article de presse/questionnaire » étaient distribués de manière aléatoire. Les sujets n'avaient aucune contrainte de temps, ni pour la lecture de l'article, ni pour répondre au questionnaire. Une fois l'expérience terminée, les sujets étaient débriefés sur les hypothèses expérimentales.

2. 2. Hypothèses et mode de traitement des résultats

☒ h1 : L'hypothèse 1 d'*effet non-différencié des articles non-conformes* prévoit que l'article *congruent*, conforme au genre de l'*enquête judiciaire*, sera identifié plus typique et sera évalué plus crédible (plus objectif, plus informatif et plus lisible) que les articles *extrémisé* et *incongruent* qui ne se différencieront pas.

☒ h2 : Les résultats de l'étude 3 (et ceux de Lepastourel et Testé, 2004) conduisent à la formulation de l'hypothèse 2 d'*effet différencié des articles non-conformes*. Elle prévoit que l'article *congruent* conforme au genre de l'*enquête judiciaire*, sera identifié plus typique et sera évalué plus crédible (plus objectif, plus informatif et plus lisible) que l'article *extrémisé*, lui-même identifié plus typique et évalué plus crédible (plus objectif, plus informatif et plus lisible) que l'article *incongruent*.

☒ h3 : Une troisième hypothèse prévoit que les hypothèses h1 et h2 devraient être modulées par le niveau de lectorat des participants. Les effets observés sur l'identification du genre typique et les évaluations de l'article devraient être plus accentués chez les participants les plus lecteurs, quelque soit l'hypothèse (H₁ ou H₂).

☒ Nous examinerons les éventuelles médiations des effets du type d'articles par l'identification de typicalité de l'article sur les évaluations d'objectivité, informativité et lisibilité.

Avant de détailler les deux analyses correspondant aux hypothèses d'effets de la conformité (h1, h2, h3), les principes généraux de la méthode de traitement utilisée, dite méthode des « contrastes », sont décrits dans le point suivant.

Le fait que la variable indépendante « articles » comporte 3 modalités (*congruent*, *extrémisé*, *incongruent*) nous conduit à utiliser une méthode dite « de contrastes ». Par ailleurs, dans cette étude et dans toutes les études de la thèse, les analyses sur les variables dépendantes continues se feront par le biais de régressions multiples, l'utilisation de la régression permettant de traiter la variable « niveau de lectorat » sous une forme continue et de ne pas la dichotomiser (Brauer, 2002). La méthode de « contrastes », appliquée aux méthodes de régression linéaire, est présentée dans l'encadré méthodologique suivant.

Encadré méthodologique : La méthode dite « de contrastes », appliquée à la régression linéaire

- L'utilisation de contrastes précis pour tester des hypothèses précises

Plusieurs auteurs recommandent de ne pas utiliser les tests omnibus dans le cas où une variable indépendante comporte plus de deux modalités, c'est à dire dans le cas d'un ddl supérieur à 1. Dans ce cas, le F omnibus teste les différences de moyennes de manière globale et ne permet pas de tester des hypothèses spécifiques de différences entre moyennes deux à deux (Abelson & Prentice, 1997; Rosnow, Rosenthal, & Rubin, 2000). Selon les auteurs, une façon appropriée de tester des hypothèses précises est l'utilisation de contrastes qui permettent de tester précisément le modèle théorique et de répondre à des « questions ciblées »ⁱⁱ. Considérant que la variable indépendante « type d'articles » comporte 3 modalités (*congruent, extrémisé, incongruent*), nous nous trouvons précisément dans ce cas de figure.

- Tester un modèle théorique et la variance résiduelle

La méthode des contrastes nécessite de rentrer dans une régression multiple un premier contraste d'intérêt (C_{int}) qui correspond à l'hypothèse. Ce contraste teste l'adéquation des données observées au modèle théorique. Techniquement, il convient d'attribuer aux conditions expérimentales les codes correspondant à l'hypothèse, par exemple : l'article congruent mieux reconnu (codé 2) que les deux articles non-conformes (codés -1). Un second contraste (C_{var}) qui ne correspond pas à l'hypothèse, teste la variance résiduelle non-expliquée par les données (Brauer & McClelland, 2005; Niedenthal, Brauer, Robin, & Innes-Ker, 2002). Les auteurs recommandent que les contrastes d'intérêt et résiduel soient non-corrélés entre eux, c'est à dire centrés (la somme des valeurs de chaque contraste doit être égale à 0) et orthogonaux (pour chaque paire de deux contrastes possibles, la somme des produits des valeurs doit être égal à 0) (Judd & McClelland, 1989; Rosnow et al., 2000; Wendorf, 2004).

Si le modèle théorique postulé explique suffisamment bien les données observées, le contraste d'intérêt est significatif. Si le contraste de la variance résiduelle n'explique pas les données, il est non-significatif. On peut conclure que le modèle théorique est la description la plus parcimonieuse de l'ordre des moyennes si : a/ le contraste d'intérêt est significatif, b/ le contraste testant la variance résiduelle est non-significatif.

Cette technique peut sembler contraignante puisque dans le cas de deux hypothèses sur les mêmes données, il convient de tester précisément les deux hypothèses par deux contrastes d'intérêt et leurs contrastes résiduels respectifs, i.e. faire deux analyses. Ceci étant, cette technique a le mérite de répondre aux hypothèses posées de façon stricte, ce qui est plus valide d'un point de vue hypothético-déductif.

- Tester une interaction

Dans la méthode des contrastes par régression, tester des interactions implique plusieurs manipulations : 1/ créer une variable correspondant au produit du contraste d'intérêt et de la variable d'interaction ($c1 * \text{variable d'interaction}$), 2/ créer une variable correspondant au produit du contraste résiduel avec la variable d'interaction ($c3 * \text{variable d'interaction}$). Pour conclure à une adéquation du modèle théorique de l'interaction aux données, deux conditions doivent être satisfaites : a / l'interaction entre le contraste *d'intérêt* et la variable d'interaction doit être significative, b/ l'interaction entre le contraste *résiduel* et la variable d'interaction doit être non significative.

☒ L'analyse 1 relative à l'hypothèse h1 d'effet non-différencié de la non-conformité

Sur la base de l'hypothèse h1 *d'effet non-différencié*, il est prévu que l'article *congruent* sera identifié plus typique et évalué plus crédible que les deux articles non-conformes *extrémisé* et *incongruent* qui ne se différencieront pas. Pour tester la part de variance expliquée par H₁, un contraste d'intérêt c1 correspondant à l'hypothèse est créé (cf. tableau 25). Le contraste c3 teste la part de variance non expliquée par le modèle.

La variable de lectorat est prise en compte comme variable continue (de 0 à 15) afin de tester la part d'explication du niveau de lectorat sur les données observées (effet simple du lectorat). Pour cela, la mesure continue est « centrée », i.e. on soustrait au niveau de lectorat de chaque participant la moyenne de la variable lectorat. Les participants ayant un niveau de lectorat moyen ont alors une « note » de 0.

Tableau 25 : Etude 4 - Contraste d'intérêt c1 et contraste résiduel c3

	c1	c3	Produit c1*c3
Groupe congruent	2	0	0
Groupe extrémisé	-1	1	-1
Groupe incongruent	-1	-1	1
Sommes	0	0	0

Pour chaque variable dépendante, i.e. dans chaque analyse de régression multiple, les contrastes d'intérêt c1 et résiduel c3 sont rentrés simultanément comme variables indépendantes. Les données observées sont considérées comme correspondant à l'hypothèse théorique d'effet du type d'article si le contraste c1 est significatif et le contraste c3 non-significatif. Sont également entrés dans l'analyse la variable continue de lectorat (qui fournit l'effet du niveau de lectorat sur les données) et les variables d'interactions c1*lectorat et c3*lectorat. Les données observées sont considérées comme correspondant à l'hypothèse d'interaction si c1*lectorat est significatif, c3*lectorat est non-significatif.

☒ L'analyse 2 relative à l'hypothèse h2 d'effet différencié de la non-conformité

Sur la base de l'hypothèse h2 *d'effet différencié*, il est prévu que l'article *congruent* sera identifié plus typique et évalué plus crédible que l'article *extrémisé*, lui même évalué plus typique et plus crédible que l'article *incongruent*. Un contraste d'intérêt c2, correspondant à cette hypothèse, a été créé et la variance résiduelle est testée par le contraste orthogonal c4 (cf. tableau 26). Pour toutes les variables dépendantes continues, le contraste c2, le contraste

c4, la variable de lectorat continue et les interactions c2*lectorat et c4*lectorat sont mises dans le plan.

Tableau 26 : *Etude 4 - Contraste d'intérêt c2 et contraste résiduel c4*

	c2	c4	Produit c2*c4
Groupe congruent	1	1	1
Groupe extrémisé	0	-2	0
Groupe incongruent	-1	1	-1
Sommes	0	0	0

2. 3. Résultats

2. 3. 1. Statistiques descriptives

Le tableau 27 présente les analyses descriptives des mesures de typicalité et d'évaluation de la crédibilité en fonction de l'article lu.

Tableau 27 : *Etude 4 - Moyennes et (écart-types) de la typicalité et des indicateurs d'évaluation de la crédibilité en fonction de l'article lu*

	Article congruent n = 46		Article extrémisé n = 47		Article incongruent n = 45	
Typicalité (1-10)	4.57	(2.34)	3.66	(2.34)	3.64	(2.45)
Objectivité perçue (1-10)	6.13	(1.66)	5.27	(2.24)	5.62	(1.80)
Lisibilité perçue (1-10)	6.01	(1.80)	5.82	(1.86)	5.09	(1.87)
Informativité perçue (1-10)	5.42	(1.81)	5.02	(1.97)	5.21	(1.61)

2. 3. 2. Statistiques inférentielles

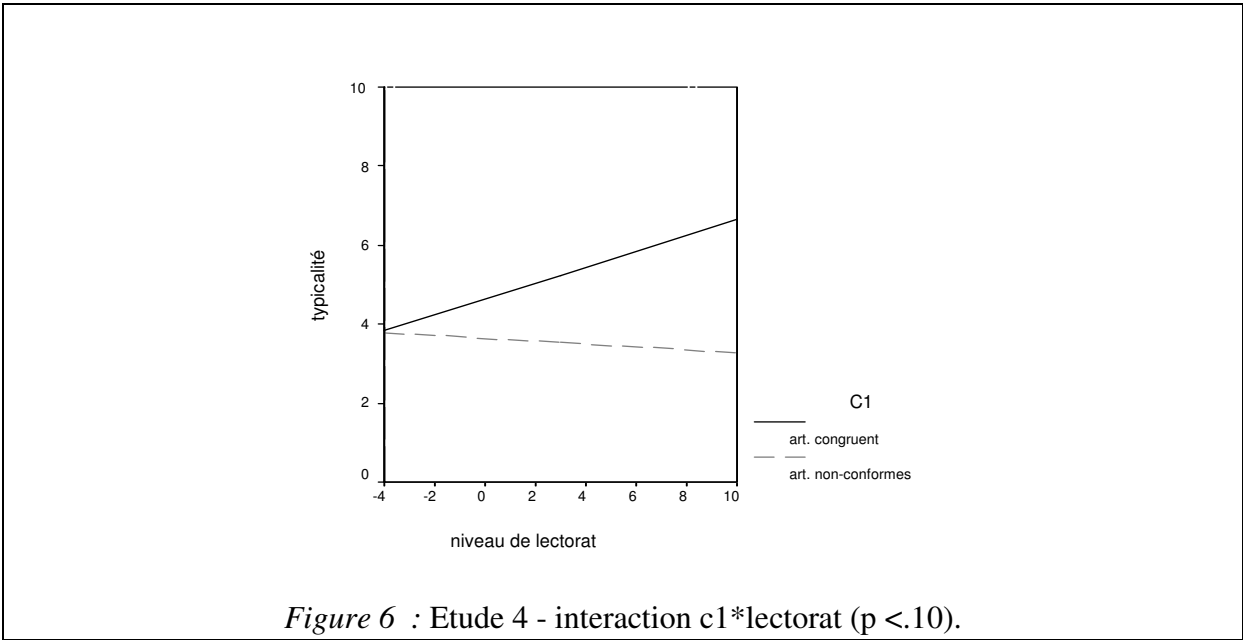
Pour chaque variable dépendante, deux analyses de régressions multiples ont été conduites correspondant aux deux hypothèses. Les résultats sont présentés par variable dépendante. Pour chaque variable dépendante, sont présentés : (a) la part d'explication des données fournies par l'hypothèse 1 (contraste c1 et c3), (b) la part d'explication des données fournies par l'hypothèse 2 (contraste c2 et c4), (c) la part d'explication des données fournies par le niveau de lectorat, (d) la part explicative des données de l'interaction hypothèse1*lectorat (et c3*lectorat), (e) la part d'explication des données de l'interaction hypothèse2*lectorat (et c4*lectorat). Pour toutes les variables, la corrélation partielle élevée au carré est précisé (Furr, 2004, p. 19; Furr & Rosenthal, 2003). Elle indique la part de variance expliquée par chaque contraste ou variable (Howell, 1998).

- *Sur la typicalité*

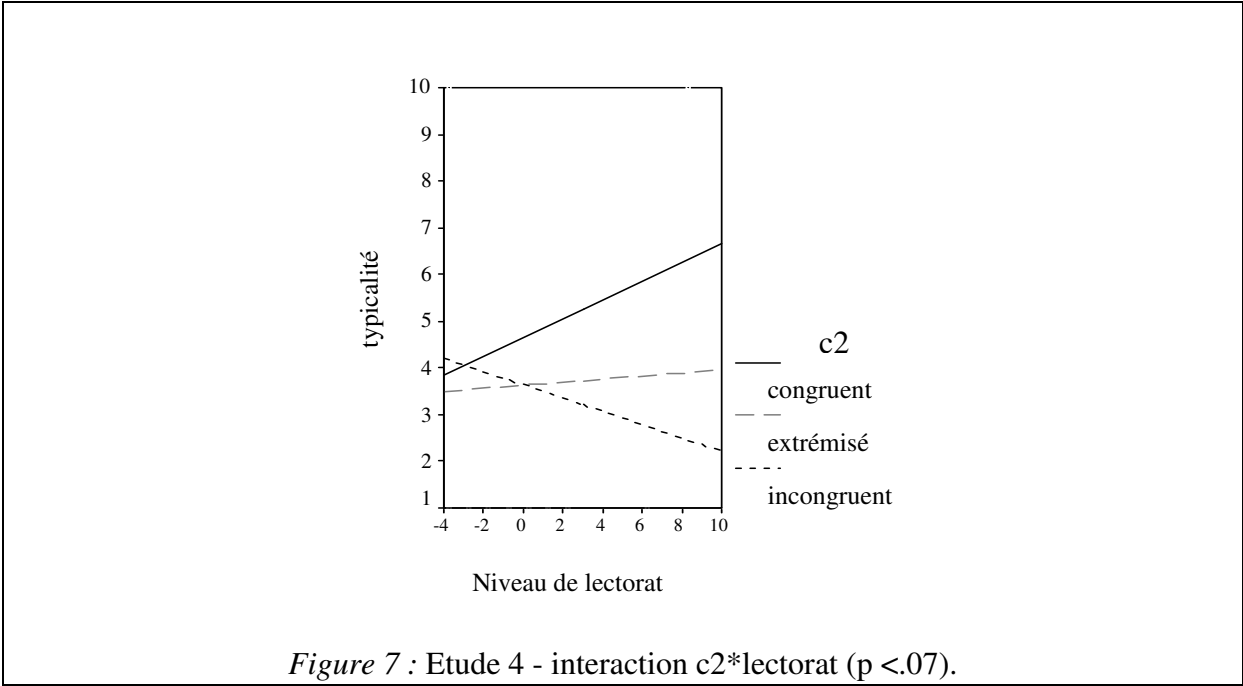
Conformément à l'hypothèse h1 *d'effet non-différencié*, le contraste c1 explique une part significative des données, $F(5, 130) = 5.77, p < .02, r_{\text{partial}}^2 = .04$ et le test de la variance résiduelle est non-significatif, $F(5, 130) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$. L'hypothèse 1 est validée, l'article *congruent* est plus identifié comme véritable ($M = 4.57$) que les deux articles non-conformes ($M = 3.65$). Le contraste c2 explique également une part significative des données, $F(5, 130) = 4.62, p < .04, r_{\text{partial}}^2 = .03$ et le contraste c4 n'explique pas de part significative de la variance résiduelle $F(5, 130) = 1.51, ns, r_{\text{partial}}^2 = .01$. L'hypothèse 2 est donc également validée. L'article *extrémisé* se situe en position intermédiaire. Ceci étant, un examen des moyennes montre que si l'article *extrémisé* est effectivement reconnu plus typique que l'article *incongruent*, leurs moyennes sont très proches. Si l'hypothèse 2 explique une part des données observées, il semble que l'hypothèse 1 *d'effet de la non-conformité* explique mieux les données. D'ailleurs, le contraste c1 explique davantage de variance que c2 (respectivement $r_{\text{partial}}^2 = .04$ et $r_{\text{partial}}^2 = .03$).

Le niveau de lectorat des sujets n'explique pas significativement les données, $F(5, 130) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$.

Les deux effets principaux sont modulés par le niveau de lectorat des sujets. L'analyse 1 montre une interaction tendancielle de l'hypothèse 1 *d'effet non-différencié* avec le lectorat : l'interaction c1*lectorat est marginalement significative, $F(5, 130) = 2.78, p < .10, r_{\text{partial}}^2 = .02$ et l'interaction c3*lectorat est non-significative, $F(5, 130) = 0.95, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$. Le modèle théorique explique donc de manière tendancielle les données : plus les sujets sont lecteurs et plus ils identifient l'article congruent comme véritable et les articles non-conformes comme moins véritables (cf. figure 6).



L'analyse 2 montre que l'effet différencié est également modulé par le lectorat : l'interaction c2*lectorat est marginalement significative, $F(5, 130) = 3.37, p < .07, r_{partial}^2 = .03$, et l'interaction c4*lectorat est non-significative, $F(5, 130) < 1, ns, r_{partial}^2 = 0$. L'effet de la conformité perçue dépend du niveau de lectorat : plus les sujets sont lecteurs, plus ils identifient l'article congruent comme véritable et l'article incongruent moins véritable, l'article extrémisé ayant un statut intermédiaire (cf. figure 7).



- *Sur l'objectivité*

Conformément à l'hypothèse h1 d'effet non-différencié, le contraste c1 explique les données observées, $F(5, 130) = 3.63, p < .06, r_{\text{partial}}^2 = .03$) et le contraste c3 n'explique pas de part significative des données $F(5, 130) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = .01$). L'article *congruent* entraîne plus d'attributions d'objectivité ($M = 6.13$) que les articles non-conformes ($M = 5.45$). Le contraste c2 n'explique pas les données observées, $F(5, 130) = 1.41, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0.01$, l'article *extrémisé* n'est donc pas perçu intermédiaire en terme d'objectivité.

Le niveau de lectorat ne prédit pas significativement les données $F(5, 130) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0.05$). Les analyses montrent que les interactions c1*lectorat, $F(5, 130) = 1.15, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$) et c2* lectorat, $F(5, 130) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$, sont non-significatives. Aucune des deux hypothèses d'interaction n'est validée.

- *Sur la lisibilité*

Le contraste c1 est non-significatif, $F(5, 132) = 2.45, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0.02$), l'hypothèse d'effet non-différencié n'est donc pas validée. Par contre, le contraste c2 est significatif $F(5, 132) = 5.18, p < .03, r_{\text{partial}}^2 = .04$ et le contraste c4 n'explique pas suffisamment de variance résiduelle $F(5, 132) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$. Le modèle théorique d'effet différencié explique donc significativement les données. L'article *congruent* est perçu plus lisible ($M = 6.01$) que l'article *incongruent* ($M = 5.09$) et l'article *extrémisé* a un statut intermédiaire ($M = 5.82$).

Le niveau de lectorat ne prédit pas significativement les données ($F(5, 132) = 1.18, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$). Enfin, les interactions c1*lectorat, $F(5, 132) = 1.22, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$) et c2*lectorat $F(5, 132) = 2.23, ns, r_{\text{partial}}^2 = .02$ sont non-significatives. Aucune des deux hypothèses d'interaction n'est validée.

- *Sur l'informativité*

Les contrastes c1, $F(5, 130) = 1.04, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$, et c2, $F(5, 130) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$ sont non-significatifs. Les hypothèses h1 et h2 n'expliquent donc pas les données observées sur la perception d'informativité.

Le niveau de lectorat ne rend pas compte des données observées, $F(5, 130) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$. Par contre, il apparaît une interaction c1*lectorat marginalement significative, $F(5, 130) = 3.33, p < .07, r_{\text{partial}}^2 = .03$), l'interaction c3*lectorat étant non significative $F(5, 130) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$. Plus les sujets sont lecteurs, plus ils ont tendance à juger l'article *congruent* plus informatif et les articles non-conformes moins informatifs, cf. figure 8.

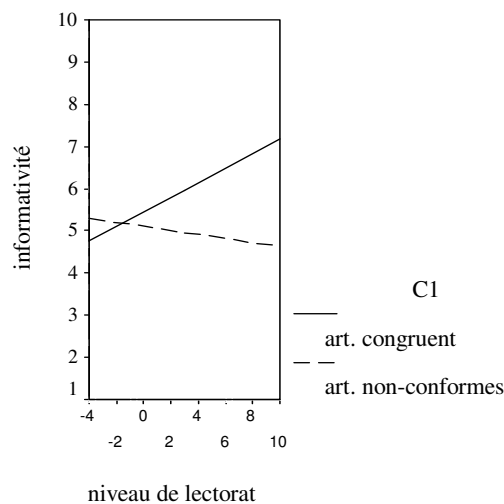


Figure 8: Etude 4 - interaction c1*lectorat sur l'informativité des articles ($p < .07$)

Enfin, l'interaction c2*lectorat n'est pas significative, $F(5, 130) = 1.74$, ns , $r_{partial}^2 = .01$. Le modèle théorique d'effet différencié modulé par le niveau de lectorat n'explique pas les données.

2. 3. 3. Corrélations entre variables dépendantes

Une analyse des corrélations (coefficient Bravais-Pearson, tableau 28) met en évidence que le fait d'identifier l'article comme typique est très corrélé avec le fait de percevoir l'article comme lisible ($r = .47$) et informatif ($r = .43$) à l'article, un peu moins corrélé au fait de percevoir l'article comme objectif ($r = .28$). Le fait d'attribuer de la lisibilité est significativement corrélée avec le fait d'attribuer de l'objectivité ($r = .28$) et de l'informativité (.36). Par contre, comme précédemment, l'attribution d'objectivité est plus faiblement corrélée avec l'attribution d'informativité ($r = .20$).

Tableau 28 : Etude 4 - Corrélations entre la mesure de typicalité de l'article et les mesures de crédibilité

	typicalité	objectivité	lisibilité	informativité
Typicalité	1			
Objectivité	.28**	1		
Lisibilité	.47**	.28**	1	
Informativité	.43**	.20*	.36**	1

** $p < .001$; * $p < .01$

2. 3. 4. Médiation de l'effet du type d'articles par la typicalité perçue des articles

Le fait que les participants soient en mesure d'identifier le caractère typique/non-typique des articles peut-il médiatiser les effets de la conformité des articles les évaluations d'objectivité, lisibilité et informativité ? Pour répondre à cette question, trois analyses de médiation ont été conduites selon la méthode suivante :

4 conditions doivent être remplies pour que l'on puisse conclure à une médiation, par la typicalité perçue des articles, de l'effet du style sur les évaluations d'objectivité, informativité et lisibilité (Brauer, 2000 ; Kenny, 1998) : 1/ le style doit avoir un effet direct sur la typicalité, 2/ le style doit avoir un effet direct sur l'objectivité (par exemple), 3/ l'effet du type d'articles sur l'objectivité doit diminuer lorsque l'on contrôle statistiquement l'effet de la typicalité, 4/ la typicalité perçue doit avoir un effet sur l'objectivité lorsque l'on contrôle statistiquement l'effet du type d'articles. Les deux premières conditions sont testées par le biais des analyses de régression multiple déjà effectuées pour chaque variable dépendante. Pour mémoire, rappelons les résultats :

1) l'hypothèse h1 *d'effet non-différencié de la non-conformité* explique significativement les données de typicalité et d'objectivité, l'article *congruent* est évalué plus typique et plus objectif que les deux articles non-conformes qui ne se différencient pas. Nous avons donc examiné si l'effet du style sur l'objectivité est médiatisé par la typicalité.

2) l'hypothèse h2 *d'effet différencié de la non-conformité* explique significativement les données de typicalité perçue et de lisibilité, l'article *congruent* est évalué plus typique et plus lisible que l'article *extrémisé*, lui-même évalué plus lisible et plus typique que l'article *incongruent*. Nous avons donc examiné si la typicalité médiatise l'effet du style sur la lisibilité (tout en restant prudent dans la mesure où l'examen des moyennes observées sur la typicalité perçue montrent que l'article *extrémisé* est à peine plus typique que l'article *incongruent*).

3) Enfin, *l'effet non-différencié de la non-conformité* (h1) sur la typicalité perçue et sur l'informativité perçue des articles sont toutes deux modulées par le niveau de lectorat. Nous avons donc examiné si la typicalité perçue médiatise l'effet l'interaction h1*lectorat sur l'informativité.

Les deux dernières conditions sont testées par une analyse de régression multiple dans laquelle sont entrées le contraste d'intérêt ayant un effet (par exemple c1), son contraste résiduel (c3), la mesure dont on suppose qu'elle peut avoir un effet médiateur (par exemple, la mesure de typicalité), la variable continue de lectorat et les interactions c1*lectorat et

c3*lectorat. Les trois analyses de régression effectuées pour vérifier chaque médiation montrent :

1) une diminution de l'effet de la conformité (non-différencié) des articles lorsque l'on contrôle statistiquement l'effet de la typicalité, $F(6, 128) = 1.46$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = .01$. L'effet de la typicalité demeure lorsque l'on contrôle statistiquement l'effet du type d'articles, $F(6, 128) = 10.51$, $p < .002$, $r_{\text{partial}}^2 = .07$. Les conditions 3 et 4 sont 'satisfaites' et l'analyse invite à concevoir les effets de la conformité du style sur l'objectivité comme médiatisé par le fait d'identifier la typicalité des articles.

2) une diminution de l'effet de la conformité (différencié) des articles lorsque l'on contrôle statistiquement l'effet de la typicalité, $F(6, 129) = 2.14$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = .02$. L'effet de la typicalité demeure lorsque l'on contrôle statistiquement l'effet du type d'articles, $F(6, 129) = 36.15$, $p < .001$, $r_{\text{partial}}^2 = .22$. Les conditions 3 et 4 sont 'satisfaites' et l'analyse invite à concevoir les effets de la conformité du style sur la lisibilité comme médiatisé par le fait d'identifier la typicalité des articles.

3) une diminution de l'effet de l'interaction articles*lectorat lorsque l'on contrôle statistiquement l'effet de la typicalité, $F(6, 127) = 2.27$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = .01$. L'effet de la typicalité demeure lorsque l'on contrôle statistiquement l'interaction articles*lectorat, $F(6, 127) = 24.77$, $p < .001$, $r_{\text{partial}}^2 = .36$. Les conditions 3 et 4 sont 'satisfaites' et l'analyse invite à concevoir l'effet de l'interaction articles*lectorat sur l'informativité comme médiatisé par le fait d'identifier la typicalité des articles.

Ces trois analyses de médiations incitent à conclure que l'identification de l'article comme étant un article véritable judiciaire, i.e. un article typique, détermine l'évaluation d'objectivité, de lisibilité par tous les participants et d'informativité chez les lecteurs.

2. 4. Synthèse des résultats et discussion de l'étude 4

Le tableau 29 récapitule les résultats de l'étude 4. En colonne sont présentées les variables indépendantes relatives à l'hypothèse 1, l'hypothèse 2, et au niveau de lectorat, ainsi que les interactions du type d'article avec le niveau de lectorat. En ligne, se trouvent les variables dépendantes de l'identification de la typicalité et de crédibilité. Les effets significatifs ou marginalement significatifs sont indiqués par des croix.

Tableau 29 : Etude 4 - Récapitulatif des résultats de l'étude

	Effet non-différencié	Effet différencié	Niveau de lectorat	Effet non-différencié	Effet différencié
	C > E = I	C > E > I		Lectorat	Lectorat
Typicalité	X	X	-	X'	X'
Objectivité	X	-	-	-	-
Lisibilité	-	X	-	-	-
Informativité	-	-	-	X'	

Note. C : congruent ; E : extrémisé ; I : incongruent ; le signe X' indique un effet marginalement significatif : $.05 < p < .10$.

Dans cette étude, les effets observés apparaissent assez complexes, il apparaît notamment difficile de départager les deux hypothèses formulées sur l'effet non-différencié des articles non conformes (E = I) et sur l'effet différencié de ces articles (E > I) et de comprendre pourquoi certains effets (mais pas tous) de la congruence stylistique sont modulés par le niveau de lectorat.

Les modèles théoriques correspondant aux hypothèses h1 et h2 expliquent tous les deux significativement la typicalité perçue. Sur cette mesure, les hypothèses apparaissent donc validées du point de vue statistique. Ceci étant, un examen des moyennes et des variances expliquées par les contrastes suggère que l'hypothèse 1 serait plus explicative que l'hypothèse 2. Autrement dit, comme dans l'étude 3, l'article *congruent* serait évalué plus typique que les deux articles non-conformes, par tous les participants. Cet effet valide l'hypothèse selon laquelle un article conforme au genre discursif typique est identifié comme plus typique, ce qui va plutôt dans le sens de la théorie du contrat de lectorat. Ce résultat semble indiquer, également, que la non-conformité d'un article entraîne une identification moindre de la typicalité. Mais au-delà du caractère quantitatif de la manipulation, la nature des modifications semble également expliquer une part des données.

Les effets principaux sur la typicalité, relatifs aux hypothèses h1 et h2, sont tous deux modulés par le niveau de lectorat des participants (même si ces effets d'interaction sont à considérer avec précaution dans la mesure où ils sont tous les deux marginalement significatifs). Plus les participants sont lecteurs, plus ils évaluent l'article *congruent* comme davantage typique que l'article *extrémisé*, lui-même évalué plus typique que l'article *incongruent*. Ce résultat, bien que marginalement significatif, indique tout de même un effet conforme à celui prédit par la théorie du contrat dans la mesure où plus les participants sont lecteurs, plus ils évaluent l'article *congruent* comme plus typique. Ici encore, le fait que l'article *extrémisé* soit identifié plus typique que l'article *incongruent* pose la question de la

nature des manipulations stylistiques et de la possibilité d'effets *différenciés de la non-conformité*. Le fait que les participants les plus-lecteurs identifient l'article *extrémisé* comme moins typique que l'article *congruent* suggère qu'ils ont bien identifié le non-respect du genre discursif. Le fait qu'ils identifient l'article *extrémisé* comme plus typique que l'article *incongruent* suggèrent que certains indices de style de l'article *extrémisé* permettent l'identification, *a minima*, d'un contrat journalistique de l'*enquête judiciaire* (Ghiglione, 1984). Or l'article *extrémisé*, s'il est quantitativement non-conforme à l'article *congruent*, est une accentuation du style typique de l'*enquête judiciaire*. Tout en restant prudent, on peut envisager que cette accentuation stylistique pourrait être perçue comme plus cohérente que l'inversion stylistique de l'article *incongruent*. Par ailleurs, rappelons que Chabrol (1988) fait une distinction entre le fait d'identifier un contrat de communication, fondamental pour l'étude de la réception, et le fait d'identifier des marques permettant de repérer une stratégie discursive. Dans cette étude, les plus-lecteurs ont peut-être traité suffisamment de « marques » stylistiques pour identifier l'article *extrémisé* comme plus typique que l'article *incongruent*. L'identification de certaines marques, en rapport avec le genre typique attendu, nous semble aller également dans le sens de la théorie du contrat de lectorat tout en la précisant. Ce résultat interroge, selon nous, non pas la pertinence des effets contractuels mais plutôt la pertinence de la non-conformité quantitative.

Le traitement de certains indices conformes pourrait également expliquer l'effet de la congruence syntaxique sur la lisibilité perçue. Pour tous les lecteurs, l'article *congruent* est perçu comme le plus lisible, l'article *extrémisé* étant lui-même plus lisible que l'article *incongruent*. Dans ce cas, le traitement des « marques » syntaxiques faciliterait la lecture, malgré la non-conformité quantitative de l'article *extrémisé*. Dans l'article *incongruent*, l'absence de ces marques entraverait le traitement du message, qui serait perçu comme moins lisible. Notons que l'on aurait pu envisager, même si cette hypothèse n'a pas été testée, que l'extrémisation des caractéristiques soit perçue comme une transgression positive des normes d'écriture de l'*enquête judiciaire* et conduise à une « très bonne » évaluation (d'objectivité, lisibilité, informativité) de l'article *extrémisé* (Burgoon & Burgoon, 2001). Ce n'est pas le cas ici. Par ailleurs, ce résultat sur la lisibilité n'est pas modulé par le niveau de lectorat des participants. Cela questionne l'hypothèse d'habituation au style comme modulant les effets typiques sur la lisibilité perçue.

La position intermédiaire de l'article *extrémisé* apparaît donc sur la typicalité perçue et sur la lisibilité perçue. Mais les résultats montrent que l'hypothèse *d'effet non-différencié* des articles rend également compte de la typicalité perçue, de l'attribution d'objectivité et

d'informativité (pour les lecteurs uniquement). L'article *congruent* apparaît plus objectif que les articles *extrémisé* et *incongruent* qui ne se différencient pas. Enfin, le modèle d'effet non-différencié explique également une part marginalement significative des données relatives à l'attribution d'informativité, pour les participants les plus lecteurs. Il est donc difficile de trancher sur les hypothèses d'effet *non-différencié* et d'effet *différencié*.

Dans cette étude, les résultats vont dans le sens d'un effet de la congruence stylistique sur l'identification et les évaluations, mais pas toujours dans le sens d'une modulation par le niveau d'habituatation, pourtant supposée par la théorie du contrat de lectorat. Sur la typicalité, les résultats vont dans le sens de la théorie du contrat de lectorat puisque l'article *congruent* est évalué plus typique que les articles non-conformes et que cet effet est modulé par le niveau de lectorat. Le modèle h2 d'un *effet différencié de la non-conformité* explique également une partie des données : l'article *extrémisé* est considéré comme intermédiaire en terme de typicalité, particulièrement par les plus-lecteurs. Ce résultat confirme l'effet d'habituatation sur la capacité à identifier un genre *enquête judiciaire* mais questionne, comme nous l'avons dit, la non-conformité quantitative des articles *extrémisé* et *incongruent* qui ne sont pas identifiés comme équivalents.

Concernant les évaluations des articles, l'article *congruent* est systématiquement perçu comme plus objectif et plus lisible, la congruence détermine donc une part de l'évaluation des articles d'*enquête judiciaire*. Le fait que les participants aient identifié le caractère typique/non-typique des articles rend compte des évaluations d'objectivité et de lisibilité, mais ces deux évaluations ne sont pas modulées par le niveau de lectorat des participants. L'hypothèse d'une modulation, par l'habituatation au genre journalistique de l'*enquête judiciaire*, de la perception d'objectivité et de lisibilité des messages, n'est donc pas validée.

La perception d'informativité semble avoir un statut particulier parmi les trois mesures d'évaluations des articles. Sur cette mesure, l'effet de la congruence (marginalement significatif) va dans le sens de la théorie du contrat de lectorat et d'un *effet non-différencié de la non-conformité*. Pour les lecteurs, l'article *congruent* est perçu un peu plus informatif que les articles non-conformes. Ici encore, c'est le fait que les lecteurs aient identifié le caractère typique/non-typique des articles qui explique l'informativité perçue.

La congruence entre le genre discursif typique et les attentes (Georget & Chabrol, 2000) semble favoriser la typicalité perçue et la crédibilité générale des articles de presse. Sur les deux mesures de typicalité et d'informativité, on observe que les plus-lecteurs sont les plus sensibles à la modification syntaxique, ce qui valide l'hypothèse d'attentes d'autant plus « ancrées » chez les plus-lecteurs. Par ailleurs, indépendamment du niveau de lectorat des

participants, l'article *congruent* est évalué plus objectif et plus lisible. On pourrait envisager que les peu-lecteurs aient une connaissance suffisante du genre pour qu'il n'apparaisse pas de différences entre eux et les plus-lecteurs sur ces évaluations.

Dans tous les cas, les analyses de médiations montrent que l'effet de la conformité *syntaxique* des articles de presse disparaît lorsqu'on contrôle l'effet de typicalité perçue. Autrement dit, c'est l'identification du caractère typique/non-typique des articles qui explique les évaluations d'objectivité, lisibilité et informativité. Le fait d'identifier ou non les articles comme appartenant au genre *enquête judiciaire* détermine donc les évaluations des messages (Meyer, 2000).

L'intérêt d'étudier la crédibilité des articles de presse (via leur informativité, objectivité et lisibilité) réside notamment dans l'enjeu que constitue la crédibilité pour les médias d'information (Charaudeau, 2005). Il est intéressant de constater que le fait d'identifier un article d'*enquête judiciaire* comme typique détermine la perception de crédibilité de l'article. Une étude de Wanta et Hu (1994) a montré notamment que la crédibilité accordée aux médias rend compte de la confiance du public envers les médias et de leur degré d'exposition. Selon ces auteurs, celle-ci pourrait favoriser l'effet d'agenda-setting. De nombreuses études ont par ailleurs montré que les évaluations de crédibilité peuvent avoir des effets en terme de persuasion (cf. les travaux de l'école de Yale). Il nous semble que l'intérêt de l'étude de la crédibilité réside notamment dans le fait qu'elle pourrait en partie déterminer les jugements pré-procès portés à la lecture des articles conformes/non-conformes.

Dans le point suivant, l'étude 5 va être présentée. Elle a pour premier objectif de répliquer l'étude 4 en examinant de nouveau les effets de la conformité/non-conformité syntaxique sur la typicalité perçue et les évaluations de crédibilité (informativité, lisibilité, objectivité). Les deux hypothèses h1 *d'effet non-différencié de la non-conformité* et h2 *d'effet différencié de la non-conformité* seront testées. Un second objectif de l'étude 5 est d'examiner dans quelle mesure la conformité/non-conformité syntaxique d'articles de presse d'*enquête judiciaire* rend compte de la formation de jugements de culpabilité pré-procès.

3. Etude 5 : Effet de la conformité/non-conformité du genre enquête judiciaire sur la typicalité perçue, l'évaluation des articles et les jugements

La théorie du contrat de communication suppose que la conformité des indices discursifs aux attentes des récepteurs module l'influence des messages. Ghiglione et Chabrol (2000) estiment que la satisfaction des attentes, relatives aux paramètres contractuels de la situation de communication, devrait notamment faciliter la compréhension d'un message donc avoir des effets identifiables en influence. Dans le cadre d'article de presse d'*enquête judiciaire*, on peut faire l'hypothèse que la satisfaction des attentes, relatives aux paramètres contractuels de cette situation de communication particulière, devrait faciliter l'identification d'un article, entraîner une meilleure évaluation des articles et avoir des effets identifiables en influence, ici les jugements de culpabilité.

Dans l'étude 5, nous mettons à l'épreuve l'hypothèse d'un effet de la congruence d'articles d'*enquête judiciaire* à un style typique, sur les jugements. Nous supposons que l'influence d'un article de presse est en partie déterminée par le fait que le public reconnaisse l'article comme appartenant à un genre (Östman, 1999).

Dans le cadre des recherches sur les effets de la *publicité pré-procès*, certaines études suggèrent que les informations préjudiciaires médiatiques fourniraient un « cadre de croyance » sur la culpabilité de l'accusé (une représentation cognitive de l'affaire). Ce cadre influencerait les décisions des jurés en biaisant leurs interprétations de nouvelles preuves (e.g. Carlson & Russo, 2001; Honess et al., 2003, Steblay et al., 1999). On peut donc faire l'hypothèse que la conformité stylistique d'un article au genre *enquête judiciaire*, leur permettant d'identifier le genre journalistique, fournira un « cadre de jugement » aux lecteurs pour juger de la culpabilité d'un accusé. Autrement dit, si le style discursif d'un article de presse relatant une *enquête judiciaire* est conforme au style typique de l'*enquête judiciaire*, les sujets identifieront l'article comme appartenant au genre *enquête judiciaire*. La congruence des indices avec le contrat activé par les récepteurs devrait leur fournir un cadre de jugement (une forme de « cadre d'interprétation », Bromberg, 2001, p. 34), leur permettant d'évaluer l'article plus crédible de porter des jugements de culpabilité plus sévères. A l'inverse, si le style discursif d'un article de presse relatant une *enquête judiciaire* est non-conforme au style typique de l'*enquête judiciaire*, les sujets n'identifieront pas l'article comme appartenant au genre *enquête judiciaire*. La non-congruence des indices avec le contrat activé par les récepteurs ne devrait alors pas leur fournir un cadre de jugement

suffisant. L'article sera alors évalué moins crédible et les jugements de culpabilité seront moins sévères.

3. 1. Méthode

3. 1. 1. Population

399 personnes ont participé à cette étude (âgées de 15 à 69 ans ; $M = 24.72$; $E.T = 8.39$). 178 étaient de sexe masculin, 220 de sexe féminin (1 répondant n'a pas indiqué son sexe). Cette population était composée de tout-venant ($n = 174$) et d'étudiants en médecine, histoire-géographie et sciences sociales des universités Rennes 1 et Rennes 2 ($n = 225$). Leur participation était volontaire et non-rémunérée.

3. 1. 2. Matériel⁷⁶

- *Variable indépendante « type d'article »*

Les mêmes articles que dans les études 3 et 4 ont été utilisés. Les participants ont été répartis aléatoirement dans les trois conditions expérimentales : lecture de l'article *congruent* ($n = 127$), de l'article *extrémisé* ($n = 140$) et de l'article *incongruent* ($n = 132$). Un numéro était attribué à chaque article expérimental (1, 2 ou 3) afin d'induire chez le sujet l'idée que plusieurs articles étaient utilisés dans la recherche. La numérotation était contrebalancée et distribuée de manière équivalente dans toutes les conditions expérimentales.

- *Variables dépendantes*

- *Le questionnaire de crédibilité générale*

Il est composé des 12 échelles d'évaluation de la crédibilité. Les deux versions du questionnaire de crédibilité étaient distribuées : 86 personnes étaient placées en condition « ordre » du questionnaire, 88 en condition « inverse ».

Une vérification de la structure du questionnaire (méthode d'extraction en axes principaux ; méthode de rotation promax avec normalisation de Kaiser, 3 facteurs demandés) a été effectuée sur les items de qualité. Elle met en évidence 3 facteurs dont la valeur propre est supérieure à 1 qui rendent compte de 57 % de la variance (cf. tableau 30)⁷⁷. Conformément aux attentes, les items supposés évaluer l'objectivité et la lisibilité contribuent significativement aux deux facteurs d'objectivité et de lisibilité. Par contre, on observe le

⁷⁶ Tout le matériel expérimental utilisé dans l'étude 5 se trouve en annexe.

⁷⁷ Il n'y a pas d'autres facteurs aux valeurs propres supérieures à 1.

même résultat sur le facteur d'informativité que dans l'étude 4 : l'item *nombre de citations* ne contribue pas au facteur informatif ni à aucun autre facteur.

Tableau 30 : *Etude 5 - Contributions des items de lisibilité, informativité, pourcentages de variance expliquée et valeurs propres associées*

	Facteurs		
	1	2	3
Phrases bien construites	.81	-	-
Facile à lire	.76	-	-
Agréable à lire	.73	-	-
Présentation organisée	.57	-	-
Dramatise l'information ⁷⁸	-	.68	-
But est de faire des profits	-	.70	-
Article objectif	-	.66	-
Confiance en l'article	-	.46	-
Informations sur l'accusé	-	-	.60
Informations sur les victimes	-	-	.61
L'affaire est détaillée	-	-	.79
<i>Nombre de citations</i>	-	-	-
% de variance expliquée	29.16	15.48	12.71
Valeurs propres	3.50	1.86	1.52

Note. La rotation a convergé en 5 itérations. Seules les contributions supérieures à .30 sont indiquées.

Le tableau 31 indique les corrélations entre les 3 facteurs. Comme dans l'étude 4, le facteur 1 est le facteur de lisibilité et le facteur 2 celui d'objectivité. Le facteur 3 reste le facteur informatif. Les trois facteurs sont modérément corrélés entre eux. La corrélation la plus faible est, de nouveau, celle entre le facteur d'objectivité et d'informativité (.34)

Tableau 31 : *Etude 5 - Corrélations entre les trois dimensions de la crédibilité*

Facteur	Lisibilité 1	Objectivité 2	Informativité 3
Lisibilité	1		
Objectivité	.47	1	
Informativité	.44	.34	1

Sur la base de ces résultats et comme dans l'étude précédente, les scores d'objectivité (α de Cronbach = .71) et de lisibilité ont été calculés (α de Cronbach = .78) sur la base des 4 items correspondants. Le score d'informativité a été calculé sur 3 items (α de Cronbach = .67).

⁷⁸ Les deux items « dramatisation de l'information » et « le but est de faire des profits » ont été inversés, d'où les contributions positives.

- *La mesure d'identification de l'article*

Comme dans l'étude 4, le même item du questionnaire visait à vérifier si les sujets identifiaient le caractère typique / non-typique des articles.

- *De nouvelles mesures : les mesures de jugement*

Trois nouvelles mesures ont été ajoutées afin que les participants d'expriment leurs jugements relatifs à l'affaire. La première mesure renvoyait à leur perception de la culpabilité de l'accusé : *En vous basant sur l'article que vous venez de lire, le suspect vous semble* (de 1 = probablement innocent à 10 = probablement coupable). La deuxième mesure renvoyait également à leur perception de la culpabilité de l'accusé mais mesurée par un item dichotomique : *Si vous aviez à décider, selon vous, l'accusé serait ...*, les sujets avaient le choix entre non coupable (codé ensuite -1) et coupable (codé ensuite 1). Une troisième mesure renvoyait à leur degré de certitude : *Concernant la question précédente, à combien estimez-vous votre degré de certitude ?* (de 1 = pas du tout sûr(e) à 10 = tout à fait sûr(e))

A posteriori, un indice de *certitude dans le jugement* a été créé (Huntley & Costanzo, 2003; Kassin & Wrightsman, 1980; Lind, Erickson, Conley, & O'Barr, 1978). Cet indice est le produit de la réponse à la question dichotomique de culpabilité et de la réponse à la mesure de certitude : (*culpabilité dichotomique***certitude*). Ce score jugement x certitude s'échelonne de -10 à (tout à fait sûr de l'innocence de l'accusé) à + 10 (tout à fait sûr de la culpabilité de l'accusé).

Nous précisons que l'ordre des items de jugements et des items d'identification et d'évaluations des articles a été contre-balancé. 198 participants évaluaient les articles juste après leur lecture, puis ils formulaient des jugements. 201 personnes formulaient des jugements immédiatement après la lecture de l'article puis ils évaluaient les articles. Ce contre-balancement visait à contrôler les effets des variables dépendantes les unes sur les autres. Aucune hypothèse particulière n'a été formulée sur ce contre-balancement. Le traitement des résultats est donc présenté sans tenir compte de l'ordre des variables dépendantes. Ceci étant, toutes les analyses présentées ont été également faites en incluant la variable de contre-balancement dans le plan (appelée variable « ordre ») afin de vérifier des effets éventuels de l'ordre des questions. Tout effet simple ou modification des effets dus au contre-balancement sera précisé en note de bas de page pour chaque variable dépendante.

- *Variables contrôles et questions d'informations générales*

La mesure d'exposition au journalisme judiciaire a été modifiée afin d'être plus précise : *Sur 5 fois où vous lisez le journal, vous lisez des articles judiciaires combien de fois (de 0 fois sur 5 à 5 fois sur 5)*. Toutes les autres mesures sont identiques.

- *Mesure du « niveau de lectorat » (Variable indépendante invoquée)*

L'indice de lectorat est calculé comme dans l'étude 4. C'est le produit de la fréquence d'exposition journalistique générale (recodée de 1 à 5) et de l'exposition spécifique au judiciaire (de 0 à 5). L'indice judiciaire s'échelonne donc de 0 à 25.

3. 1. 3. Procédure

Les passations se sont déroulées en partie dans les bibliothèques de sections médecine, histoire-géographie et langues ainsi qu'en centre-ville de Rennes à l'hôtel Anne de Bretagne⁷⁹. Dans le premier cas, les étudiants étaient abordés dans la bibliothèque et il leur était demandé s'ils acceptaient de participer à une recherche. S'ils acceptaient, le fascicule leur était distribué. Dans le second cas, la procédure était la suivante : les participants étaient interpellés par un(e) expérimentateur(trice) de Rennes 2 qui leur demandait s'il souhaitait participer à une recherche. S'ils acceptaient, ils étaient installés dans une salle où le fascicule leur était distribué. Que ce soit en bibliothèque universitaire ou en centre-ville, les fascicules « article de presse / questionnaire » étaient distribués de manière totalement aléatoire et les passations individuelles. Les participants lisaient alors un des 3 articles expérimentaux puis ils accédaient au fascicule et répondaient aux variables dépendantes et contrôles. Contrairement à l'étude 4, aucune information particulière n'était fournie aux participants quant au but de l'expérience. Ce n'est qu'une fois l'article lu qu'une consigne leur indiquait qu'ils allaient devoir évaluer la qualité ou porter des jugements (selon la condition « ordre » dans laquelle ils étaient placés). Les participants n'avaient aucune contrainte de temps, ni pour la lecture de l'article, ni pour répondre au questionnaire. Une fois l'expérience terminée, ils étaient débriefés sur les hypothèses expérimentales.

⁷⁹ Une salle louée en centre-ville de Rennes permettait d'accéder à un panel plus représentatif de la population. Merci au directeur du LAUREPS et aux responsables de contrats de recherche qui ont permis ces bonnes conditions de recherche. Je remercie particulièrement les membres du laboratoire qui ont organisé ces sessions et les personnes solidaires qui ont joué « le jeu » de l'entraide.

3. 2. Hypothèses et mode de traitement des résultats

Les hypothèses formulées dans le cadre de l'étude sont les suivantes :

☒ h1 : L'hypothèse 1 d'effet non-différencié de la non-conformité prévoit que l'article *congruent* sera perçu plus typique, sera évalué plus crédible (plus informatif, plus objectif et plus lisible), et entraînera des jugements de culpabilité plus sévères que les deux articles *extrémisé* et *incongruent* qui ne se différencieront pas.

☒ h2 : L'hypothèse alternative 2 d'effet différencié de la non-conformité prévoit que l'article *congruent* sera perçu plus typique, évalué plus crédible (plus informatif, plus objectif et plus lisible), et entraînera des jugements de culpabilité plus sévères que l'article *extrémisé*, lui-même perçu plus typique, évalué plus crédible (plus informatif, plus objectif et plus lisible), et entraînant des jugements de culpabilité plus sévères que l'article *incongruent*.

☒ h3 : Une troisième hypothèse prévoit que h1 et h2 seront modulées par le niveau de lectorat des participants. Plus les participants sont lecteurs et plus les effets observés sur l'identification, les évaluations du message et les jugements devraient être accentués, quelque soit l'hypothèse (h₁ ou h₂).

D'éventuelles médiations des effets de la conformité du genre *enquête judiciaire*, par la typicalité perçue, sur les mesures de crédibilité et sur les jugements, ainsi que l'éventuelle médiation des effets de la conformité du genre *enquête judiciaire*, par les évaluations de crédibilité sur les jugements, seront examinés.

Les résultats relatifs aux évaluations du message sont présentés, puis les résultats relatifs aux jugements. Comme dans l'étude 4, les résultats sont présentés par variable dépendante. L'analyse des variables dépendantes continues est identique à celle de l'étude 4. Les deux hypothèses théoriques d'effet *non-différencié* (h1) et d'effet *différencié* (h2) sont testées par les deux contrastes d'intérêt c1 et c2 et la variance résiduelle de chaque hypothèse est testée par les contrastes c3 et c4. Dans chaque analyse de régression, la variable continue de lectorat est entrée ainsi que les variables d'interaction d'intérêt (c1*lectorat et c2*lectorat) et d'interaction résiduelle (c3*lectorat et c4*lectorat).

Parmi les variables de jugement, la variable dichotomique de jugement (culpabilité ou innocence) étant catégorielle, elle n'est pas traitée par une régression multiple mais par une approche par sélection de modèles. Ce type de méthode, le critère BIC de sélection de modèle (Bayesian Information Criterion, Schwarz, 1978) et le principe de comparaison hiérarchique sont décrits dans l'encadré méthodologique qui suit. Pour les raisons détaillées dans l'encadré, et parce que l'utilisation d'une approche par sélection de modèles consiste à vérifier

l'adéquation d'un modèle aux données (i.e. est proche de la démarche utilisée dans la méthode de contrastes utilisée pour les variables continues), cette méthode de sélection de modèles sera utilisée pour traiter la variable dichotomique de culpabilité dans toutes les études de cette thèse.

Encadré méthodologique : La sélection de modèles, le critère BIC et le principe de la comparaison hiérarchique.

La sélection de modèles

Les approches par sélection de modèles consistent à mettre en concurrence l'ensemble des modèles statistiques susceptibles d'expliquer les données observées. L'idée de base de ce type de méthode est que « dans un grand nombre de situations, les connaissances *a priori* sur les données ne permettent pas de déterminer un modèle unique » (Lebarbier & Mary-Huard, 2004). On suppose que, parmi les modèles testés, se trouve le modèle « vrai » (i.e. qui explique de manière adéquate les données ; pour une application en psychologie, cf. Myung, Forster, & Browne, 2000). L'identification du modèle théorique expliquant les données se fait par l'étude de la probabilité de chaque modèle d'être le modèle adéquat. Cette probabilité est évaluée par un critère statistique.

Le critère BIC

Parmi les critères de sélection de modèle, le BIC {Bayesian Information Criterion, (Schwarz, 1978) apparaît le plus pertinent pour traiter la variable dichotomique de culpabilité. Selon plusieurs auteurs, il offre une comparaison des données satisfaisantes en comparaison avec d'autres critères notamment l'AIC (Akaike Information Criterion, Lebarbier & Mary-Huard, 2004 ; Galbraith & Zinde-Walsh, 2004). De plus, il serait le critère le plus adapté aux mesures qualitatives (Raftery, 1995; Saporta, 2006).

Techniquement, le BIC prend en compte : (a) la qualité d'ajustement d'un modèle aux données, estimée par la vraisemblance, (b) la complexité du modèle en fonction du nombre de paramètres à estimer afin de représenter les données.

L'indice fourni est grand lorsque la vraisemblance est faible et/ou lorsque le nombre de paramètres à évaluer est élevé. A l'inverse, l'indice est faible lorsque la vraisemblance est élevée et/ou le nombre de paramètres à évaluer est faible. En conclusion, plus le modèle s'adapte aux données observées, plus le BIC est faible (on peut alors dire que le modèle est vraisemblablement le plus explicatif).

Le principe de la comparaison hiérarchique

Dans certaines situations, le nombre de modèles possibles peut être très élevé, ce qui alourdit considérablement la méthode. La méthode de comparaison hiérarchique des modèles pallie ce problème. Il s'agit ici de procéder uniquement à l'évaluation des modèles nécessaires et de déterminer le meilleur modèle parmi ceux disponibles (Raftery, 1995). Le principe consiste à évaluer tout d'abord le modèle qui compte autant de paramètres qu'il compte de modalités (dit modèle saturé M_s : ex 8 modalités = 8 paramètres). Puis des modèles alternatifs, toujours plus contraignants (i.e. aux nombres de paramètres plus faibles $M_2...M_3$) sont testés successivement. Tant que l'indice BIC diminue, on introduit progressivement dans le modèle des contraintes d'égalité entre les modalités expérimentales (les contraintes d'égalité se font systématiquement sur les modalités les plus proches en terme de fréquence, afin de procéder pas-à-pas). Si le BIC augmente par exemple entre un modèle M_4 et le modèle suivant M_5 , on peut considérer que M_4 doit être conservé, et qu'il explique les données de la

façon la plus adéquate possible. En effet, le principe de la comparaison hiérarchique garantit que si une différence est testée comme significative, elle le sera dans les modèles suivants qui seront donc systématiquement moins explicatifs des données.

3. 3. Résultats

3. 3. 1. Résultats sur l'évaluation du message

- *Statistiques descriptives*

Le tableau 32 fournit les statistiques descriptives des mesures de typicalité de l'article et des mesures d'évaluation de la crédibilité en fonction de l'article lu.

Tableau 32 : *Etude 5 - Récapitulatif des moyennes et (écart-types) de la reconnaissance et des mesures de crédibilité en fonction de l'article lu*

	Article congruent n = 127	Article extrémisé n = 140	Article incongruent n = 132
Typicalité (1-10)	4.19 (2.54)	3.81 (2.34)	3.91 (2.22)
Objectivité perçue (1-10)	5.88 (1.98)	5.54 (1.88)	6.12 (1.66)
Lisibilité perçue (1-10)	6.37 (1.76)	5.89 (2.04)	6.17 (1.85)
Informativité perçue (1-10)	5.06 (2.03)	4.64 (1.72)	5.15 (1.79)

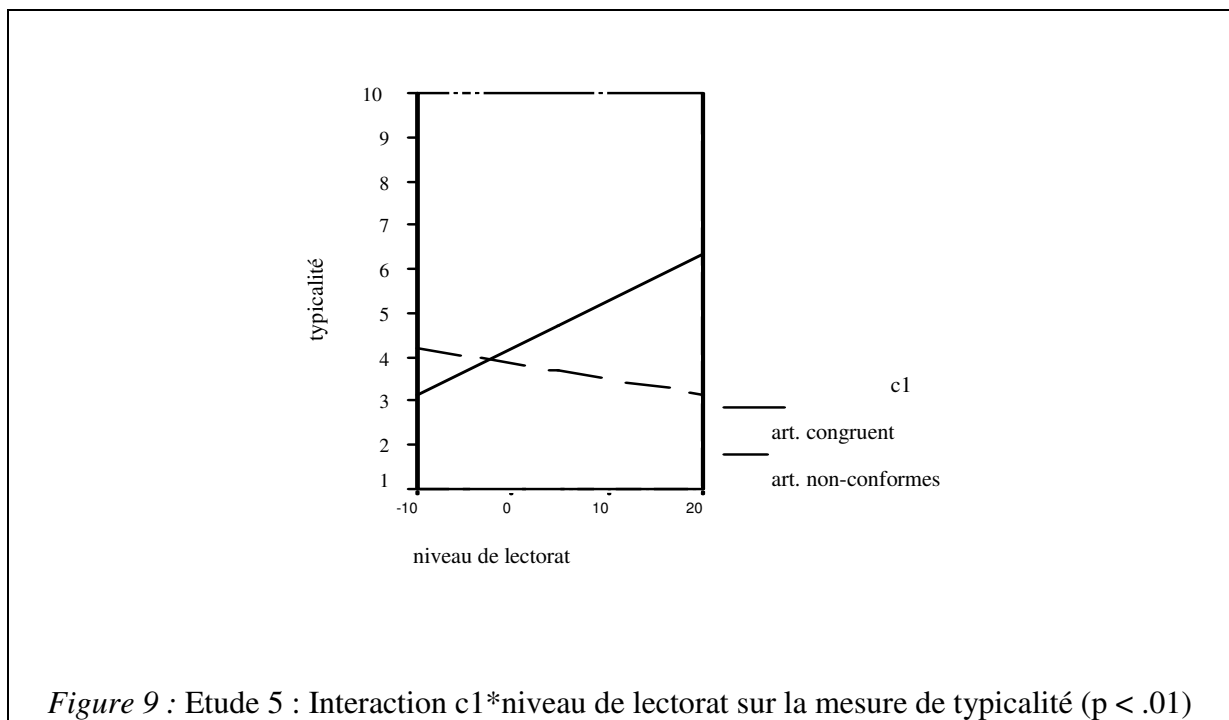
- *Statistiques inférentielles*

- *Sur la typicalité perçue*⁸⁰

Les analyses effectuées mettent en évidence que le modèle d'effet *non-différencié de la non-conformité* (h1), $F(5, 387) = 1.71, ns, r_{partial}^2 = 0$, et le modèle d'effet *différencié de la non-conformité* (h2), $F(5, 387) = 1, ns, r_{partial}^2 = 0$, sont tous deux non-significatifs. Les deux hypothèses sont non-validées, les trois articles ne sont pas identifiés différemment.

Le niveau de lectorat des sujets n'explique pas les données observées $F(5, 387) < 1, ns, r_{partial}^2 = 0$. Par contre, les analyses montrent une interaction c1*lectorat significative, $F(5, 387) = 9, p < .01, r_{partial}^2 = .02$, l'interaction c3*lectorat étant non-significative, $F(2, 387) = 2.58, ns, r_{partial}^2 = 0$: plus les participants sont lecteurs, plus ils reconnaissent l'article *congruent* comme ressemblant à un véritable article et les articles non-conformes comme ne ressemblant pas à de véritables articles. La figure 9 présente cette interaction.

⁸⁰ Mettre la variable « ordre » dans le plan ne modifie pas les effets décrits.



L'interaction c2*lectorat est, elle, marginalement significative, $F(5, 387) = 3.35, p < .07, r_{\text{partial}}^2 = .01$, mais l'interaction c4*lectorat est significative, $F(5, 387) = 8.33, p < .004, r_{\text{partial}}^2 = .02$, elle explique donc une part conséquente de la variance. Les deux conditions nécessaires ne sont pas remplies : l'interaction c2*lectorat n'est pas une description suffisamment parcimonieuse des données observées sur l'identification de typicalité.

- Sur l'objectivité perçue⁸¹

Les analyses effectuées ne mettent aucun résultat en évidence. Le contraste c1, $F(5, 385) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$, et le contraste c2, $F(5, 385) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$, sont non-significatifs. Les hypothèses h1 et h2 ne sont ni l'une ni l'autre validées. Le niveau de lectorat n'explique pas les données observées, $F(5, 385) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$. Enfin, dans cette étude, l'interaction c1*lectorat n'explique pas les données de manière significative, $F(5, 385) = 1.16, ns, r_{\text{partial}}^2 =$

⁸¹ Inclus dans le plan, « l'ordre » explique une part significative des données, $F(11, 379) = 3.95, p < .05, r_{\text{partial}}^2 = .01$: les sujets jugent les articles plus objectifs ($M = 5.99$) en condition *évaluations/jugements* (i.e. quand ils n'ont pas eu à juger avant) et évaluent les articles moins objectifs ($M = 5.65$) en condition *jugements/évaluations* (i.e. quand ils ont eu à juger avant). Cet effet est modulé par le niveau de lectorat, $F(11, 379) = 5.86, p < .02, r_{\text{partial}}^2 = .02$: en condition *évaluations/jugements*, plus les participants sont lecteurs et moins ils évaluent les articles objectifs. En condition *jugements/évaluations*, plus les participants sont lecteurs et plus ils évaluent les articles objectifs.

0, ni l'interaction $c2*lectorat$, $F(5, 385) = 2.61$, ns , $r_{partial}^2 = .01$. Aucune des hypothèses d'interaction n'est validée.

- *Sur la lisibilité perçue*⁸²

Concernant la première hypothèse, les analyses montrent que le contraste $c1$ est marginalement significatif, $F(5, 385) = 2.75$, $p < .10$, $r_{partial}^2 = .01$, mais le test de la variance résiduelle également, $F(5, 385) = 1.88$, ns , $r_{partial}^2 = .01$. Les deux critères ne sont donc pas satisfaits et l'hypothèse $h1$ n'est pas validée. Le contraste $c2$ est, lui, non significatif, $F(5, 385) < 1$, ns , $r_{partial}^2 = 0$, l'hypothèse alternative n'est donc pas non plus validée. Dans cette étude, le niveau de lectorat des participants rend compte d'une partie des données observées, $F(5, 385) = 8.19$, $p < .01$, $r_{partial}^2 = .02$. Plus les sujets sont lecteurs et plus ils évaluent les articles lisibles. Enfin les interactions $c1*lectorat$, $F(5, 385) = 1.49$, ns , $r_{partial}^2 = 0$, et $c2*lectorat$, $F(5, 385) = 1.77$, ns , $r_{partial}^2 = 0$, sont toutes deux non significatives.

- *Sur l'informativité perçue*⁸³

De nouveau sur cette mesure, les analyses montrent que les contrastes $c1$, $F(5, 386) < 1$, ns , $r_{partial}^2 = 0$, et $c2$, $F(5, 386) < 1$, ns , $r_{partial}^2 = 0$, sont non-significatifs. Les hypothèses d'effets de la conformité syntaxique ne sont pas validées.

Par contre, le niveau de lectorat des sujets rend significativement compte des données, $F(5, 386) = 5.55$, $p < .02$, $r_{partial}^2 = .014$: plus les participants sont lecteurs et plus ils évaluent les articles informatifs. Enfin, l'interaction $c1*lectorat$, $F(5, 386) = 1.82$, ns , $r_{partial}^2 = 0$, et l'interaction $c2*lectorat$, $F(5, 386) = 2.03$, ns , $r_{partial}^2 = 0$, sont toutes deux non-significatives. Aucune des deux hypothèses d'interaction n'est donc validée.

3. 3. 2. Résultats sur les jugements

- *Statistiques descriptives*

Le tableau 33 fournit les moyennes des mesures continues de jugements en fonction du type d'article expérimental lu.

⁸² L'ordre du questionnaire n'a pas d'effets.

⁸³ Inclus dans le plan, l'ordre du questionnaire explique une part significative des données, $F(11, 380) = 4.48$, $p < .04$, $r_{partial}^2 = .01$: les participants jugent les articles moins informatifs en condition *jugements/évaluations* (i.e. quand ils ont jugés avant d'évaluer l'informativité de l'article).

Tableau 33 : *Etude 5 - Récapitulatif des moyennes et (écart-types) des mesures de jugements en fonction de l'article lu*

	Article congruent n = 127	Article extrémisé n = 140	Article incongruent n = 132
Culpabilité (1-10)	5.96 (2)	5.67 (2.08)	5.91 (2.08)
Certitude (1-10)	4.50 (2.38)	4.38 (2.40)	4.47 (2.36)
Certitude dans la culpabilité (-10 à 10)	-0.23 (5)	0.02 (5.06)	0.46 (5.07)

▪ *Statistiques inférentielles*

- *Sur le jugement de culpabilité*⁸⁴

Les analyses effectuées ne montrent aucun résultat sur cette mesure de jugement. Les contrastes c1, $F(5, 385) < 1$, *ns*, $r_{partial}^2 = 0$, et c2, $F(5, 385) < 1$, *ns*, $r_{partial}^2 = 0$, sont non-significatifs. Aucune des deux hypothèses d'effets simples n'est validée. De plus, le niveau de lectorat des participants n'explique pas les données observées, $F(5, 385) < 1$, *ns*, $r_{partial}^2 = 0$. Enfin, les interactions c1* lectorat, $F(5, 385) < 1$, *ns*, $r_{partial}^2 = 0$, et c2* lectorat, $F(5, 385) < 1$, *ns*, $r_{partial}^2 = 0$, sont toutes deux non-significatives. Aucune des deux hypothèses d'interaction n'est validée.

- *Sur l'item de culpabilité dichotomique*⁸⁵

Pour ces analyses sur la variable catégorielle de jugement culpabilité/innocence, la variable niveau de lectorat a été dichotomisée par la médiane. La population expérimentale se divise en peu-lecteurs (de 0 à 4 sur l'indice continue de lectorat ; n = 214) et lecteurs (de 5 à 25 sur l'indice continue de lectorat ; n = 179).

Trois analyses ont été conduites : l'analyse 1 consiste à comparer les modèles susceptibles d'expliquer les données. Elle permet de déterminer 1) quel modèle théorique explique le mieux les données observées parmi ceux dont nous faisons l'hypothèse, 2) quel modèle explique le mieux les données observées, indépendamment des hypothèses formulées (Allen et al., 2004)^{jj}. Les analyses 2 et 3 évaluent la répartition des jugements des participants dans chaque modalité de la condition expérimentale « type d'article » (congruent /extrémisé /incongruent) avec ou sans la variable niveau de lectorat (lecteurs/ peu lecteurs).

⁸⁴ Inclure la variable *ordre* dans le plan d'analyse ne fait apparaître aucun résultat.

⁸⁵ 19 personnes n'ont pas fourni de verdicts de culpabilité, 7 dans la condition congruente, 7 dans la condition extrémisé, 5 dans la condition incongruente, donc $N = 399$. De plus 6 personnes n'ont pas indiqué leur niveau de lectorat dont $N = 393$.

Analyse 1

La partie gauche du tableau reproduit la distribution des verdicts selon la variable « type d'articles » (congruent *versus* extrêmisé *versus* incongruent) et la variable « niveau de lectorat » (peu-lecteurs *versus* lecteurs). La partie droite du tableau 34 présente d'une part le modèle (Mh) qui explique le mieux les données parmi ceux correspondant aux hypothèses H1 et H2 et d'autre part le modèle le plus représentatif (Mr) des modèles parmi tous les modèles disponibles, indépendamment des hypothèses.

Tableau 34 : *Etude 5 - Fréquence des réponses à l'item de culpabilité dichotomique (non coupable/coupable) en fonction de l'article lu et du niveau de lectorat*

Article	Lectorat	Verdicts		Mh	Mr
		Coupable	Innocent	BIC = 47.88 ; $t^* = 2$	BIC = 41.31 ; $t = 2$
Congruent	Peu-lecteurs	20	47	1	1
	lecteurs	28	23	1	3
Extrêmisé	Peu-lecteurs	27	35	3	3
	lecteurs	31	39	3	3
Incongruent	Peu-lecteurs	39	38	3	3
	lecteurs	24	23	3	3

Note. t^* = nombre de paramètres du modèle

Parmi les modèles relatifs à nos hypothèses, le modèle correspondant à l'hypothèse 1 sans modulation par le niveau de lectorat est le plus explicatif (BIC = 47.88). Dans la condition de lecture de l'article *congruent*, la probabilité d'obtenir un verdict coupable est plus faible que dans les conditions de lecture des articles non-conformes. Mais ce résultat ne signifie pas que ce modèle explique le mieux les données, il permet uniquement de dire que l'hypothèse 1, sans modulation du lectorat, est plus explicative des données que les autres hypothèses.

Pour connaître le modèle le plus explicatif des données, les modèles ont été testés par comparaison hiérarchique (Raftery, 1992). L'analyse montre que le modèle Mr est le plus ajusté aux données tout en étant le plus parcimonieux quant aux nombres de paramètres nécessaires pour les représenter (ici, BIC = 41.31 ; $t = 2$). Ce modèle prédit que la probabilité d'obtenir un verdict coupable ($n = 20$) est plus faible chez les peu-lecteurs ayant lu un article congruent que dans les autres conditions qui ne se différencient pas entre elles. On ne peut donc pas conclure à un effet simple du type d'articles. Ce modèle prédit efficacement les

données mais il ne valide aucune de nos hypothèses. Enfin, nous rappelons que ce résultat obtenu par comparaison hiérarchique des modèles est également à considérer avec précaution dans la mesure où il permet uniquement de conclure à une explication des données meilleure par le modèle Mr que par les autres modèles. Mais cette explication, certes meilleure que les autres, ne signifie pas que l'explication se différencie significativement du hasard.

Analyse 2 et 3

Elles consistent à vérifier la répartition des jugements de culpabilité et d'innocence dans chaque modalité de la condition expérimentale « type d'article » (cf. description de la répartition dans la partie gauche du tableau 34) puis dans chaque modalité en tenant compte du niveau de lectorat. Les résultats ont été traités par *chi2*. Ils confirment l'analyse 1 : après la lecture de l'article congruent, $chi2(1) = 4.80$, $p < .03$, davantage de participants jugent le suspect non coupable ($n = 72$) que coupable ($n = 48$). Cet effet est modulé par le niveau de lectorat : ce sont en fait les peu-lecteurs qui jugent le suspect davantage innocent ($n = 47$) que coupable ($n = 20$). Les lecteurs ne jugent pas le suspect plus innocent ($n = 23$) ou plus coupable ($n = 28$). Après la lecture des deux articles non-conformes extrémisé, $chi2(1) = 1.69$, *ns*, et incongruent, $chi2(1) = 0.08$, *ns*, les participants ne jugent pas le suspect davantage non coupable que coupable (*extrémisé* : $n = 74$ et $n = 59$; *incongruent* : $n = 64$ et $n = 63$). Dans ces conditions, aucun effet du lectorat n'est observé.

*- Sur la certitude dans le jugement*⁸⁶

Les analyses effectuées montrent que les contrastes c1, $F(5, 382) < 1$, *ns*, $r_{partial}^2 = 0$, et c2, $F(5, 382) < 1$, *ns*, $r_{partial}^2 = 0$, sont tous deux non-significatifs. Les hypothèses ne sont donc pas validées. Le niveau de lectorat explique par contre une part significative des données, $F(5, 382) = 11.62$, $p < .001$, $r_{partial}^2 = .03$: plus les participants sont des lecteurs et plus ils sont plus sûrs de leur jugement ($M_{lecteurs} = 4.92$; $M_{non-lecteurs} = 4.06$). Enfin, les interactions c1*lectorat, $F(5, 382) < 1$, *ns*, $r_{partial}^2 = .001$, et c2*lectorat, $F(5, 382) = 1,70$, *ns*, $r_{partial}^2 = .004$, sont non-significatives. Les hypothèses d'interaction ne sont pas validées.

⁸⁶ Inclure la variable ordre du questionnaire dans le plan d'analyse fait apparaître une interaction c1*ordre, $F(11, 376) = 3.80$, $p < .05$, $r_{partial}^2 = .01$. En condition *évaluations/jugements* (i.e. quand il a été demandé de réfléchir à la qualité de l'article au préalable), les sujets sont plus certains à la suite de la lecture de l'article *congruent*. En condition *jugements/évaluations* (i.e. quand la mesure de certitude vient tout de suite après la lecture), les participants sont plus sûrs de leurs jugements à la suite des articles non-conformes.

- Sur l'indice de certitude dans la culpabilité / innocence⁸⁷

Aucun résultat n'apparaît sur l'indice de certitude dans la culpabilité/innocence. Les analyses de régression montrent que les contrastes c1, $F(5, 369) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, et c2, $F(5, 369) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, sont tous deux non-significatifs. Le niveau de lectorat des participants n'explique pas les données observées, $F(5, 369) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, et les interactions c1* lectorat, $F(5, 369) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, et c2*lectorat ne sont pas significatives, $F(5, 369) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$.

3. 3. 3. Corrélations entre les variables dépendantes

Les corrélations entre les variables dépendantes d'évaluation du message et de jugements (coefficient de Bravais-Pearson) sont présentées dans le tableau 35.

Tableau 35 : Etude 5 - Corrélations entre les variables dépendantes d'évaluations du message et de jugements

	typicalité	objectivité	lisibilité	informativité	culpabilité	certitude	c*c
Typicalité	1						
Objectivité	.24**	1					
Lisibilité	.26**	.35**	1				
Informativité	.31**	.14**	.24**	1			
Culpabilité	.15**	.10*	.22**	.19**	1		
Certitude	.07	.08	.14**	.22**	.23**	1	
Indice c*c	.19**	.14*	.21**	.21**	.64**	.21**	1

** $p < .01$; * $p < .05$; Indice c*c : indice de confiance dans le jugement

Comme dans l'étude 4, la typicalité perçue de l'article est significativement corrélée avec l'objectivité perçue ($r = .24$), la lisibilité perçue ($r = .26$), et l'informativité perçue ($r = .31$). Dans cette étude, les corrélations semblent cependant plus faibles que dans l'étude 4. Les mesures de crédibilité générale sont également significativement corrélées entre elles : objectivité et lisibilité perçues ($r = .35$), lisibilité et informativité perçues ($r = .24$). La corrélation entre l'objectivité et l'informativité est significative mais plus faible ($r = .14$).

Les corrélations entre mesures de crédibilité et de jugement montrent que l'attribution de lisibilité et l'attribution d'informativité sont significativement corrélées au jugement continu de culpabilité (respectivement $r = .22$ et $r = .19$), à la certitude (respectivement $r = .14$ et $r = .22$) et à l'indice de confiance dans le jugement (respectivement $r = .21$ et $r = .21$). La typicalité perçue de l'article et l'objectivité sont également significativement corrélées à la

⁸⁷ Ajouter la variable *ordre du questionnaire* dans le plan d'analyse ne modifie pas les résultats.

culpabilité (respectivement $r = .15$ et $r = .10$) et ne sont pas significativement corrélés à la certitude. Enfin, la typicalité et l'objectivité sont significativement corrélées à l'indice de confiance dans le jugement (respectivement $r = .19$ et $r = .14$).

La taille des corrélations (toutes significatives) suggère que le caractère lisible ou le caractère informatif des articles de presse seraient plus liés à l'attribution de culpabilité et à la certitude relative au jugement que l'identification de la typicalité ou l'objectivité. L'objectivité n'apparaît pas comme le facteur le plus déterminant du jugement.

3. 4. Synthèse des résultats et discussion de l'étude 5

Considérant les résultats, aucune médiation n'a été testée. Le tableau 36 récapitule les résultats de l'étude 5. Les effets significatifs sont indiqués par des croix.

Tableau 36 : *Etude 5 - Récapitulatif des résultats*

	Effet non-différencié C > E = I	Effet différencié C > E > I	Niveau de lectorat	Effet non-différencié Lectorat	Effet différencié Lectorat
Sur les évaluations du message					
Typicalité	-	-	-	X	-
Objectivité	-	-	-	-	-
Lisibilité	-	-	X	-	-
Informativité	-	-	X	-	-
Sur les mesures de jugement					
Culpabilité	-	-	-	-	-
Culpabilité dichotomique	-	-	-	X	-
Certitude	-	-	X	-	-
Indice c*c	-	-	-	-	-

Indice c*c : indice de confiance dans le jugement

Dans cette étude, on observe un effet de la manipulation expérimentale qui valide l'hypothèse h3 : l'interaction de la variable *conformité syntaxique du style*niveau de lectorat* sur la mesure de typicalité montre que plus les participants sont lecteurs et plus ils identifient les articles conformément au modèle *d'effet non-différencié des articles non-conformes*. Autrement dit, plus les participants sont lecteurs, plus ils identifient l'article *congruent* typique et les articles *extrémisé* et *incongruent* moins typiques, ceux-ci ne se différencient pas. Cette interaction va dans le sens de la théorie du contrat de lectorat. Dans cette étude, seuls les lecteurs identifient la manipulation, alors que dans les études 3 et 4, tous les

participants identifiaient la manipulation. Nous tâcherons de comprendre ultérieurement pourquoi la manipulation est identifiée uniquement par les lecteurs, conformément à l'hypothèse de modulation par l'habituation à un genre journalistique (thématique) formulée dans le cadre de la théorie du contrat de lectorat (Burguet, 1999, 2000).

Hormis cet effet sur l'identification des articles, les résultats de l'étude 5 ne vont pas dans le sens des hypothèses formulées sur la base de la théorie du contrat de lectorat (Burguet, 1999, 2000), ou des hypothèses formulées par Charaudeau (2005) ou Chabrol (1988) sur les effets d'identification d'un contrat sur la réception de messages. Ils n'indiquent pas non plus d'effet d'un traitement de l'identification du genre (Meyer, 2000) ou d'effet d'un traitement de « marques » syntaxiques (i.e. de certains indices contenus dans le message, Chabrol, 1988, Ghiglione, 1984).

Plus précisément, dans cette étude, la manipulation n'a aucun effet sur les évaluations des articles. Les résultats de l'étude 4 indiquaient pourtant que la conformité syntaxique du style d'écriture déterminait en partie la perception d'objectivité, de lisibilité et d'informativité des articles de presse d'*enquête judiciaire*.

Enfin, concernant les jugements judiciaires, aucun effet du style des articles de presse sur les jugements n'apparaît sur les mesures continues. Le seul effet observé en matière de jugements est le fait qu'à la suite de la lecture de l'article *congruent*, davantage de participants jugent l'accusé innocent. Mais cette tendance est non-conforme à notre hypothèse d'un nombre plus important de jugements de culpabilité à l'issue de la lecture d'un article conforme aux attentes. Enfin, les autres effets observés sont des effets simples du niveau de lectorat qui montrent que, plus les participants sont lecteurs, plus ils trouvent les articles lisibles, informatifs et plus ils sont sûrs de leurs jugements. Ils donc plus sûrs d'eux, indépendamment de la condition expérimentale dans laquelle ils se trouvent.

Deux questions principales peuvent être posées à l'issue de cette étude : (1) Pourquoi, alors que les articles expérimentaux sont les mêmes dans les études 4 et 5, les effets de la conformité du style sur les évaluations de crédibilité du message observés dans l'étude 4 ne sont-ils pas répliqués ? (2) pourquoi la conformité du style d'écriture des articles de presse n'a-t-il, pour ainsi dire, pas d'effets sur les jugements ?

Pour répondre à la première question, nous nous sommes intéressés aux différences méthodologiques entre les études 4 et 5. Alors que dans l'étude 4, l'expérimentatrice insistait oralement sur le fait que le but de l'expérience était d'évaluer la ressemblance d'un article, dans l'étude 5, aucune consigne particulière n'était donnée avant la lecture. Ce n'est qu'une fois l'article lu que les participants prenaient connaissance d'une consigne de jugement (ordre

jugements/évaluations) ou d'évaluation de l'article (ordre *évaluations/jugements*). La consigne orale de l'étude 4, très explicite, a-t-elle orienté le traitement de l'information des participants vers un traitement du style ? En psycholinguistique, certaines recherches (cf. Gombert, 1990) suggèrent que les marques de surface du discours (entre autres de type morpho-syntaxique) sont détectées par l'adulte durant l'activité de lecture sans qu'il s'en rende compte. Une étude de Baker (1979) montre par exemple que des sujets adultes confrontés à des textes expositifs contenant des anaphores ambiguës ne les remarquent pas. En revanche, lorsqu'ils sont prévenus de leur présence, 93% des sujets identifient les anaphores. L'auteur conclut que l'identification de certaines ambiguïtés au sein d'un texte n'est pas effectuée spontanément. Dans l'étude 5, la consigne ne mettant pas en exergue ce but d'identification des articles comme ressemblant *versus* non-ressemblant, les participants ont-ils pu être prêté une attention moindre aux indices permettant de déterminer la ressemblance et la qualité de l'article ? En psychologie cognitive et psycholinguistique, quelques études montrent que les perspectives de lecture explicites et/ou implicites guident effectivement le traitement d'information. Par ailleurs, une explication d'ordre plus motivationnelle peut également rendre compte de l'incohérence de résultats : le changement de consigne peut avoir eu pour effet de modifier l'implication des participants dans la tâche. Ces deux explications cognitives et motivationnelles vont être détaillées afin de mieux comprendre cette incohérence de résultats.

3. 4. 1. Les perspectives de lecture

Selon Coirier, Gaonac'h, & Passerault (1996), outre les scripts et schémas de texte relevant de connaissances générales (dont le contrat de communication ou le contrat de lectorat relèvent), la compréhension des messages peut être contrôlée par des schémas spécifiques aux lecteurs ou à la tâche envisagée. Ces schémas peuvent être explicites (perspective assignée par une consigne ou des objectifs de tâche donnés par l'expérimentateur, etc.) ou implicites (opinions des lecteurs, croyances, stratégies, etc.) (cf. Van Dijk & Kintsch, 1983). Une méta-analyse de Klauer (1984) effectuée sur 23 recherches met en évidence que des instructions d'apprentissage, des questions préalables ou des consignes améliorent l'apprentissage de l'information sur laquelle elles conduisent à porter l'attention (i.e. information pertinente). Parallèlement, elles peuvent provoquer une diminution de l'apprentissage du matériel non pertinent. Selon Coirier et al. (1996), il est difficile de dresser un panorama clair des travaux relevant de cette approche, notamment car les méthodes expérimentales diffèrent entre études. Ceci étant, quelques résultats intéressants

confirment que le traitement de l'information varie selon la perspective de lecture fixée au préalable. Une des premières études sur les perspectives de lecture est celle de Pichert et Anderson (1977) qui montre que le rappel d'une unité donnée dépend de son rapport à la perspective induite chez le lecteur. Dans leur étude, un lecteur placé dans la perspective naufrage *versus* botaniste rappelle davantage d'informations en lien avec un naufrage *versus* avec la botanique. D'autres séries de travaux ou d'observation sur les objectifs de lecture ou la finalité de la tâche confirment cette orientation des traitements de l'information en fonction de la perspective des participants (Einstein, Mac Daniel, Owen, & Cote, 1990; Tardieu, 1988).

Ces recherches s'intéressent aux effets des perspectives de lecture sur la mémorisation d'unités isolées (mots, phrases) mais les perspectives de lecture déterminent également des aspects plus structuraux du rappel, voire d'interprétation. Une étude de Van den Broek, Lorch, Linderholm et Gustafson (2001) met en évidence que les participants ayant lu des articles extrait d'un magazine scientifique dans le but de se distraire (to entertain) produisent des inférences moins élaborées sur le texte et font de moins bonnes restitutions des informations. Par contre, les participants qui ont l'article pour dans une visée d'étude (to study) produisent des inférences plus élaborées et mémorisent mieux l'information. Les auteurs concluent à l'existence d'effets de traitements « top-down » puissants sur les processus d'inférences des lecteurs. Les buts de lecture induisent des allocations d'efforts différentes. Une étude de Mathews (1982) montre également que des sujets lisant un même texte dans deux perspectives différentes rappellent des structures rhétoriques significativement différentes les unes des autres. La structure rhétorique de la représentation a été modifiée par la perspective de lecture. Coirier et Passerault (1988) observent également des tendances interprétatives en liaison avec les consignes de la tâche : lire pour résumer ou lire pour commenter. Les perspectives de lecture influencent des processus intégratifs, notamment la construction de représentation d'un texte. La consigne explicite de l'étude 4 (*vs* pas de consigne explicite dans l'étude 5) aurait donc eu pour effet un traitement des indices permettant une identification des articles, comme il était demandé aux participants.

Dans l'étude 5, considérant l'absence de consigne explicite, il est en outre possible que les participants aient fondé leur traitement sur une consigne implicite. Sur ce point, Coirier et Passerault (1990) mettent en évidence qu'en l'absence d'objectifs explicites, les lecteurs suivent des objectifs implicites en lien avec leurs stratégies usuelles (ils comparaient des étudiants documentalistes à des élèves de classe préparatoire littéraire). Les participants de l'étude 5 ont-ils inféré une consigne générale de lecture sur la base de ce qu'ils connaissent

des articles de presse, i.e. de stratégies « traditionnelles » de lecture ? Dans ce cas, on peut faire l'hypothèse que *reconnaître* un article de presse est une pratique peu habituelle. Dans la vie quotidienne, il est plus probable que les personnes qui lisent des articles judiciaires s'attendent à formuler un jugement (ou du moins à pouvoir formuler un jugement) à l'issue de leur lecture. Une recherche menée à l'université de Rennes 2 (non-publiée) a cherché à vérifier ce à quoi des étudiants s'attendaient en matière de presse judiciaire. Il était demandé aux participants de répondre à une question sur leurs attentes en terme de presse judiciaire : « *seriez-vous surpris si un article de presse judiciaire ... ?* » (N = 60)⁸⁸. 15 items complétaient cette question principale : ex : « *seriez vous surpris si ... l'article ne fournit pas d'informations sur le passé de la victime ?, si l'article ne fournit pas d'informations sur le passé de l'accusé ?, si l'article n'est pas crédible ? si l'article ne permet de se faire une opinion ?, etc...* ». Les participants devaient répondre aux 15 items. Une transformation des moyennes en rangs montrent que les participants *seraient surpris* si un article de presse judiciaire ne leur permettait pas de se forger une opinion sur l'affaire (rang 5/15). Cette enquête met également en évidence que les participants les plus lecteurs seraient davantage surpris si les articles de presse judiciaire ne leur permettaient de se forger une opinion (rang 2/15) que les peu-lecteurs (rang 6/15). Si les participants s'attendent à ce qu'un article de presse judiciaire leur permette de se forger une opinion, ils ont peut-être justement inférer que la consigne implicite de l'étude 5 était de se forger une opinion sur l'affaire. Cette consigne implicite de formation d'opinion aurait donc détourné les participants de l'identification de la typicalité et d'évaluation de la qualité des articles.

En conclusion, il est possible : 1) que la consigne explicite de reconnaissance (étude 4) ait conduit les participants à rechercher les indices permettant de décrire la typicalité, d'où les effets de la conformité des articles sur leur évaluation (typicalité et qualité), 2) que l'absence de consigne explicite dans l'étude 5 ait conduit les participants à inférer une consigne implicite sur la base de stratégies usuelles consistant à se former une opinion à l'issue de la lecture d'un article judiciaire. En ce cas, le style des articles est peu traité et ces effets sont moindres. Ces deux explications parallèles plaident en faveur d'effets de consignes sur le traitement des articles de presse judiciaire.

Mais si les participants de l'étude 5 ont été orientés par une consigne implicite de jugement, on n'observe pas dans cette étude, d'effet de la conformité/non-conformité du style

⁸⁸ Le matériel de cette étude est en annexe.

sur les jugements ? Une explication motivationnelle peut, selon nous, rendre compte de la quasi-absence de résultats sur les jugements.

3. 4. 2. Explication motivationnelle de l'absence d'effets sur les jugements : l'implication des participants dans la tâche

Si l'on considère que les participants de l'étude 4 appréhendaient l'étude comme une évaluation de typicalité et que les participants de l'étude 5 appréhendaient l'article lu comme devant leur permettre de formuler une opinion sur l'affaire, on peut faire l'hypothèse d'un effet de la tâche expérimentale sur la motivation des participants. En effet, la tâche de reconnaissance pourrait être ressentie comme peu impliquante par les sujets tandis que la perspective de formuler un jugement serait plus impliquante. Conformément aux modèles du traitement de messages persuasifs (Chaiken, 1980; Chaiken & Eagly, 1983), dans le cas d'implication faible, les participants auraient traité les indices stylistiques de surface des articles de presse, qui leur aurait permis d'évaluer le caractère typique des articles et leur crédibilité, tandis que dans le cas d'une implication forte (perspective de jugements), les participants auraient traité plus profondément le contenu des articles, notamment des informations. Or, les informations ne varient pas selon le type d'articles, les évaluations du message, fondées sur les informations, de même que la formation des jugements, ne varient pas entre conditions.

D'autres recherches montrent les effets de facteurs motivationnels sur le traitement de l'information. Par exemple, la motivation d'exactitude contrecarre le caractère automatique des traitements (Bargh, 1989). Principalement menées dans le cadre de l'étude de la formation de stéréotypes, ces études montrent également qu'avoir un but d'exactitude entraîne un traitement plus poussé de l'information et que ce traitement poussé conduit les sujets à ne pas s'appuyer uniquement sur des données catégorielles et à fournir un jugement plus nuancé. Une étude d'Oberlé et Gosling (2003) contredit cette idée. Dans leur étude, les auteurs donnent une consigne de jugement explicite puis fournissent une consigne d'exactitude *versus* ne fournissent pas de consigne d'exactitude aux sujets. Ils observent que lorsque la cible à juger est associée à un stéréotype prescrit (*vs* proscrit), la consigne d'exactitude renforce la sévérité du jugement des participants (lorsqu'ils forment leur jugement individuellement). Ils concluent que la consigne d'exactitude légitime l'acte de jugement : dès lors qu'ils se sentent autorisés à juger, les sujets utilisent les informations mises à leur disposition, y compris les informations catégorielles, ce qui laisse libre cours à l'utilisation de stéréotypes. Que la motivation d'exactitude entraîne ou non des jugements plus sévères, les études montrent

qu'elle pousse à un examen plus profond des informations, ce qui, dans notre cas, a pu inhiber les effets des articles qui ne se différencient pas en termes d'informations.

Pour mieux comprendre les effets des perspectives de lecture d'identification ou de jugement sur les évaluations d'articles et la formation de jugements, l'étude 6 a été menée. Elle poursuit deux objectifs, d'une part vérifier les effets de différentes perspectives de lecture sur le traitement des articles de presse, d'autre part examiner les effets de la conformité stylistique sur les jugements judiciaires.

4. Etude 6 : Envisager une identification de typicalité ou la formation de jugement rend-t-il compte du traitement des articles de presse ?

Comme expliqué dans la discussion précédente, on peut faire l'hypothèse que les différences de résultats sur la typicalité perçue et les mesures d'évaluation de la crédibilité du message entre les études 4 et 5 soient dues à des différences de présentation des études. En effet, la consigne orale de l'étude 4 orientait les participants vers une perspective d'identification de la typicalité des articles, ce qui aurait eu pour effet un traitement plus approfondi des caractéristiques syntaxiques (cf. Gombert, 1990). La consigne de l'étude 5 ne donnait, elle, aucune indication explicite. Dans ce cas, les participants pourraient avoir fondé leur traitement sur une stratégie usuelle de lecture d'article de presse, la formation de jugements, ressentie comme trop impliquante et qui aurait, de surcroît, inhibé la formation de jugement. Dans l'étude 6, les perspectives de lecture sont manipulées. Il est explicitement demandé aux participants d'adopter, soit un but d'identification de la typicalité des articles, soit un but de formation de jugements. Cette opérationnalisation devrait permettre de trancher sur les incohérences observées entre les études 4 et 5. Par ailleurs, l'étude 6 permettra également de vérifier les effets de la conformité syntaxique sur les jugements pré-procès.

Indépendamment du statut de vérification des effets de consigne de l'étude 6, cette étude vise à mettre à l'épreuve l'hypothèse d'un effet de la congruence d'articles d'*enquête judiciaire* à un style typique sur les jugements. Nous supposons que l'influence d'un article de presse est en partie déterminée par le fait que le public reconnaisse l'article comme appartenant à un genre (Östman, 1999). Autrement dit, si le style discursif d'un article de presse relatant une *enquête judiciaire* est conforme au style typique de l'*enquête judiciaire*, les sujets identifieront l'article comme appartenant au genre *enquête judiciaire*. La congruence des indices avec le contrat activé par les récepteurs devrait leur fournir un « cadre de jugement » (proche du cadre d'interprétation détaillé par Bromberg, 2001 ou du cadre de croyance détaillée par les études sur la publicité pré-procès, Carlson & Russo, 2001; Honess et al., 2003, Steblay et al., 1999), qui leur permettra d'évaluer l'article comme plus crédible et de porter des jugements de culpabilité plus sévères. A l'inverse, si le style discursif d'un article de presse relatant une *enquête judiciaire* est non-conforme au style typique de l'*enquête judiciaire*, les sujets n'identifieront pas l'article comme appartenant au genre *enquête judiciaire*. La non-congruence des indices avec le contrat activé par les récepteurs ne

devrait alors pas leur fournir un cadre d'interprétation suffisant. L'article sera alors évalué moins crédible et les jugements de culpabilité seront moins sévères.

4. 1. Méthode

4. 1. 1. Population

348 personnes ont participé à cette étude (âgées de 17 à 42 ans ; $M = 19.18$ ans ; $E.T = 1.86$). 313 participants étaient de sexe féminin, 34 de sexe masculin, 1 participant n'a pas indiqué son sexe. Cette population était composée d'étudiants en psychologie. Leur participation était volontaire et non-rémunérée.

4. 1. 2. Matériel

- *Variable indépendante « type d'article »*

Les mêmes articles sont utilisés. Les participants ont été répartis aléatoirement dans les trois conditions expérimentales. Les participants devaient lire l'article *congruent* ($n = 113$), l'article *extrémisé* ($n = 115$) ou l'article *incongruent* ($n = 120$). Un numéro est attribué à chaque article expérimental : 1, 2 ou 3 afin d'induire chez le sujet l'idée que plusieurs articles étaient utilisés dans la recherche. Cette numérotation était distribuée de manière équivalente dans toutes les conditions expérimentales, chaque article portant le numéro 1, 2 ou 3 à un moment dans la recherche.

- *Variable indépendante « type de consigne »*

Les deux consignes utilisées sont présentées dans l'encadré méthodologique qui suit. La première consigne vise à orienter les participants ($n = 174$) vers une activité d'évaluation du style, la seconde à les orienter ($n = 174$) vers une activité de jugement.

Encadré méthodologique : Les deux consignes utilisées dans l'étude 6

Consigne générale d'identification

L'étude à laquelle vous allez participer maintenant servira à préparer du matériel expérimental pour de futures expériences. Nous cherchons ici à évaluer la ressemblance d'articles de presse judiciaire à un style d'écriture judiciaire typique. Nous allons donc vous demander de lire un article de presse judiciaire puis nous vous demanderons de l'évaluer, en terme de ressemblance, à un véritable article de presse. Vous n'allez lire qu'un seul article mais plusieurs articles différents sont utilisés dans notre recherche.

Consigne générale de jugement

L'étude à laquelle vous allez participer maintenant servira à préparer du matériel expérimental pour de futures expériences. Nous cherchons ici à évaluer la formation de jugements à la suite de la lecture d'article de presse judiciaire. Nous allons donc vous demander de lire un article de presse judiciaire puis nous vous demanderons de porter des jugements sur cette affaire. Vous n'allez lire qu'un seul article mais plusieurs articles différents sont utilisés dans notre recherche.

▪ Variables dépendantes

- *Le questionnaire de crédibilité*

Il est composé des 12 échelles d'évaluation de la crédibilité : 175 personnes ont été placées en condition « ordre » du questionnaire, 173 autres en condition « inverse ». Les deux ordres sont distribués de manière équivalente dans chaque condition expérimentale.

Une vérification de la structure du questionnaire (méthode d'extraction en axes principaux ; méthode de rotation non-orthogonale promax avec normalisation de Kaiser, 3 facteurs demandés) a été effectuée. Elle met en évidence 3 facteurs aux valeurs propres supérieures à 1⁸⁹ qui rendent compte de 52,16 % de la variance : les items supposés évaluer l'objectivité et la lisibilité contribuent significativement à deux facteurs d'objectivité et de lisibilité et l'item *nombre de citations* ne contribue pas au facteur informativité ni à aucun autre facteur.

Tableau 37 : *Etude 6 - Contributions des items du questionnaire de crédibilité, valeurs propres et pourcentage de variance expliquée correspondant à chaque facteur*

	Facteurs		
	1	2	3
Facile à lire	.80	-	-
Phrases bien construites	.73	-	-
Agréable à lire	.69	-	-
Présentation organisée	.58	-	-
L'affaire est détaillée	-	.71	-
Informations sur l'accusé	-	.63	-
Informations sur les victimes	-	.47	-
But est de faire des profits	-	-	-.64
Article objectif	-	-	.51
Confiance en l'article	-	-	.53
Dramatise l'information	-	-	-.43
<i>Nombre de citations</i>			
Valeurs propres	3.10	1.59	1.56
% de variance expliquée	25.83	13.29	13.04

Note. La rotation a convergé en 5 itérations. Seules les contributions supérieures à .30 sont indiquées.

⁸⁹ Aucun autre facteur n'a de valeur propre supérieure à 1.

Tableau 38 : *Etude 6 - Corrélations entre les trois facteurs de crédibilité*

Facteur	Lisibilité 1	Informativité 2	Objectivité 3
Lisibilité	1		
Informativité	.37	1	
Objectivité	.44	.40	1

Comme dans les études précédentes, le facteur 1 est le facteur de lisibilité. Mais dans cette étude, le facteur 2 est le facteur informatif et le facteur 3 est donc celui d'objectivité. Ces trois facteurs sont modérément corrélés entre eux. On observe également que la taille de la corrélation des facteurs d'objectivité et d'informativité est équivalente aux deux autres corrélations, contrairement aux études précédentes. Sur la base de ces résultats et comme dans les études précédentes, un score d'objectivité a été calculé (après inversion des pôles des items « dramatisation de l'information » et « le but de cet article est de faire des profits » ; α de Cronbach = .60) ainsi qu'un score de lisibilité (α de Cronbach = .76) et un score d'informativité (α de Cronbach = .58). Ces trois scores s'échelonnent de 1 à 10.

- La mesure d'identification de la typicalité de l'article

Cet item était identique à celui utilisé dans les études précédentes.

- Les mesures de jugement

Les trois mesures de jugement sont strictement les mêmes que celles détaillées dans l'étude 5. De nouveau, l'ordre des items de jugement et des items d'évaluations des articles a été contrebalancé.

Parmi les 174 participants placés en condition principale de « perspective d'identification », 85 devaient répondre aux questions d'évaluation du message juste après la lecture de l'article puis devaient formuler des jugements. Ils commençaient donc le questionnaire par les questions de crédibilité, comme annoncé dans la consigne générale : *Nous vous demandons maintenant de donner votre degré d'accord avec les propositions suivantes.* Puis ils continuaient par les questions de jugement : *Maintenant que vous avez donné votre avis sur la ressemblance de cet article à un véritable article de presse judiciaire, nous vous demandons de bien vouloir répondre à quelques questions sur l'affaire.* 89 autres participants devaient formuler des jugements immédiatement après la lecture de l'article puis répondre aux questions d'évaluation du message. Ils commençaient donc, contrairement à ce qui leur était annoncé, par des questions de jugement : *Avant de donner votre avis sur la*

ressemblance de cet article à un véritable article de presse judiciaire, nous vous demandons de bien vouloir répondre à quelques questions sur l'affaire. Puis ils répondaient aux questions sur la crédibilité de l'article : *Nous vous demandons maintenant de donner votre degré d'accord avec les propositions suivantes.*

Parmi les 174 participants placés en condition « perspective de jugement » : 86 devaient formuler des jugements immédiatement après la lecture de l'article puis répondre aux questions d'évaluation du message. Ces participants commençaient donc, comme annoncé, par des questions de jugement : *Nous vous demandons maintenant de donner votre opinion sur l'affaire.* Puis ils répondaient aux questions d'évaluation de l'article : *Maintenant que vous avez répondu aux questions portant sur votre opinion de l'affaire, nous vous demandons de bien vouloir répondre à quelques questions sur l'article que vous venez de lire.* 88 autres participants devaient répondre aux questions d'évaluation du message juste après la lecture de l'article puis devaient formuler des jugements. Ils commençaient donc, contrairement à ce qui était annoncé, par les évaluations de l'article : *Avant de répondre aux questions portant sur votre opinion de l'affaire, nous vous demandons de bien vouloir répondre à quelques questions sur l'article que vous venez de lire.* Puis ils répondaient aux items de jugement : *Nous vous demandons maintenant de donner votre opinion sur l'affaire.* Comme dans l'étude précédente et pour les mêmes raisons, les effets relatifs au contre-balancement seront signalés en note de bas de page.

- *Variables contrôles et questions d'informations générales*

Une seule mesure a été modifiée : les participants devant indiquer le journal qu'ils lisaient, la possibilité de choisir le journal *Métro, ou d'autres journaux gratuits*⁹⁰ a été ajouté. En effet, la ville de Rennes commençait alors, comme la plupart des grandes villes de Province, à recevoir *Métro* (Charon, 2005). Nous supposons donc que les participants étaient amenés à lire ce journal plus fréquemment. Hormis ce changement, toutes les mesures sont identiques à celles utilisées dans l'étude 5.

- *Mesure du « niveau de lectorat » (Variable indépendante invoquée)*

L'indice de lectorat a été calculé comme dans les études précédentes. Le produit de la fréquence d'exposition journalistique générale (recodée de 1 à 5) et de l'exposition spécifique

⁹⁰ Dauvin (1990) considère que la gratuité est associée à la propagande, et entache le capital crédibilité d'une publication, mais ce point reste à vérifier (cf., également sur ce sujet, De la Haye, 1984).

au judiciaire (de 0 à 5) a été calculé. L'indice judiciaire s'échelonne donc de 0 à 25. Comme précédemment, il sera traité comme variable continue dans les analyses de régression (Brauer, 2002) et sera centré autour de 0.

4. 1. 3. Procédure

Les passations se sont déroulées en séances de Travaux Dirigés à l'université Rennes 2. L'expérimentatrice demandait aux étudiants en début de séance s'ils acceptaient de participer à une recherche. S'ils acceptaient, le fascicule leur était distribué. Les participants devaient ensuite lire un des 3 articles expérimentaux et répondre aux variables dépendantes puis contrôles. Les fascicules « article de presse/questionnaire » étaient distribués. Les participants n'étaient soumis à aucune contrainte de temps, ni pour la lecture de l'article, ni pour répondre au questionnaire. Une fois l'expérience terminée, ils étaient débriefés sur les hypothèses expérimentales.

4. 2. Hypothèses et mode de traitement des résultats

Comme dans les études 4 et 5, nous testerons les deux hypothèses d'effet de la conformité de style *syntaxique* sur les attributions de crédibilité et les jugements. Le niveau de lectorat sera également pris en compte.

☒ h1 : L'hypothèse 1 *d'effet non-différencié de la non-conformité* prévoit que l'article *congruent* sera évalué plus typique, plus crédible (plus informatif, plus objectif et plus lisible) et entraînera des jugements plus sévères que les articles *extrémisé* et *incongruent* qui ne se différencieront pas.

☒ h2 : L'hypothèse alternative 2 *d'effet différencié de la non-conformité* prévoit que l'article *congruent* sera évalué plus typique, plus crédible (plus objectif, plus informatif et plus lisible) et entraînera des jugements plus sévères que l'article *extrémisé*, qui sera lui-même sera évalué plus typique, plus crédible (plus informatif, plus objectif et plus lisible) et entraînera des jugements plus sévères que l'article *incongruent*.

☒ h3 : Une troisième hypothèse prévoit une modulation des effets de la conformité syntaxique des articles avec le niveau de lectorat des participants. Plus les participants sont lecteurs et plus les effets observés sur la typicalité, les évaluations de l'article et les jugements devraient être accentués, quelque soit l'hypothèse (h₁ ou h₂).

☒ h4 : Dans cette étude, la variable indépendante *type de consigne* est mise dans le plan. Nous supposons que la consigne *identification* orientera les participants vers une activité

d'identification de la typicalité des articles de presse et d'évaluation de la crédibilité des articles. Les effets observés sur les mesures de typicalité et d'évaluation de la crédibilité devraient être plus importants dans cette condition (et conformes aux hypothèses h1, h2, h3). Nous supposons que la consigne *judgement* orientera les participants vers une activité de jugement de l'affaire. Les effets observés sur les mesures de typicalité et d'évaluation de la crédibilité devraient être moins importants dans cette condition.

Dans cette étude, nous examinerons, de nouveau, les éventuelles médiations de la conformité stylistique, par la typicalité perçue, sur les évaluations de crédibilité et les jugements. Nous examinerons également les éventuelles médiations de la conformité stylistique, par les évaluations de crédibilité, sur les jugements.

Le traitement des mesures continues est identique à celui des recherches 4 et 5. Dans une première analyse de régression multiple, le contraste d'intérêt c1 et le contraste résiduel c3 teste l'adéquation de l'hypothèse h1 *d'effet non-différencié de la non-conformité* ($C > E = I$) aux données observées. Sont inclus dans cette régression la variable de lectorat et les interactions $c1*lectorat/c3*lectorat$. Dans une deuxième analyse de régression multiple, le contraste d'intérêt c2 et le contraste résiduel c4 testent l'adéquation de l'hypothèse teste l'adéquation de l'hypothèse h2 *d'effet différencié de la non-conformité* ($C > E > I$) aux données observées. Sont inclus la variable de lectorat et les interactions $c2*lectorat/c4*lectorat$.

Conformément à l'hypothèse formulée sur l'effet de *consigne*, la variable indépendante *type de consigne* est ajoutée dans le plan (codée -1 pour la condition *identification* et 1 pour la condition *judgement*). Les effets de la variable *type de consigne* et ses interactions avec les autres variables ($c1*consigne/c3*consigne$; $c2*consigne/c4*consigne$; $lectorat*consigne...$) sont également entrées dans le plan. L'étude ayant un caractère exploratoire, les interactions des variables *type d'articles* et *niveau de lectorat* avec la variable *type de consigne*, même non-significatives, seront décomposées. Comme dans les études précédentes, les résultats sont présentés par variable dépendante.

4. 3. Résultats

4. 3. 1. Résultats sur les évaluations du message

- *Statistiques descriptives*

Le tableau 39 présente les statistiques descriptives des évaluations de typicalité et de crédibilité selon l'article lu par les participants.

Tableau 39 : *Etude 6 - Récapitulatif des moyennes et (écart-types) de la typicalité et des mesures de crédibilité en fonction de l'article lu*

	Article congruent (n = 113)		Article extrémisé (n = 115)		Article incongruent (n = 120)	
Typicalité (1-10)	4.84	(2.21)	4.01	(2.07)	4.09	(2.12)
Objectivité (1-10)	6.14	(1.46)	5.77	(1.48)	6.07	(1.48)
Lisibilité (1-10)	7.03	(1.36)	6.72	(1.49)	6.37	(1.77)
Informativité (1-10)	4.60	(1.57)	4.47	(1.43)	4.66	(1.51)

- *Statistiques inférentielles*

- sur la typicalité perçue⁹¹

Les analyses effectuées mettent en évidence que le contraste c1 est significatif, $F(11, 333) = 10, p < .002, r_{partial}^2 = .03$, tandis que le contraste c3 n'explique pas de part significative de la variance résiduelle, $F(11, 333) < 1, ns, r_{partial}^2 = 0$. L'hypothèse 1 est donc validée : l'article *congruent* ($M_{conforme} = 4.84$) est évalué plus véritable que les deux articles non-conformes ($M_{non-conformes} = 4.05$). Le contraste c2 explique également les données, $F(11, 333) = 6.12, p < .014, r_{partial}^2 = .02$ et le contraste c4 n'explique pas de variance résiduelle, $F(11, 333) = 2.90, p < .09, r_{partial}^2 = .01$. L'hypothèse 2 est donc validée mais les moyennes montrent que l'article extrémisé n'est pas réellement en position intermédiaire. Cet effet s'explique en réalité par une modulation de la variable *type de consigne*.

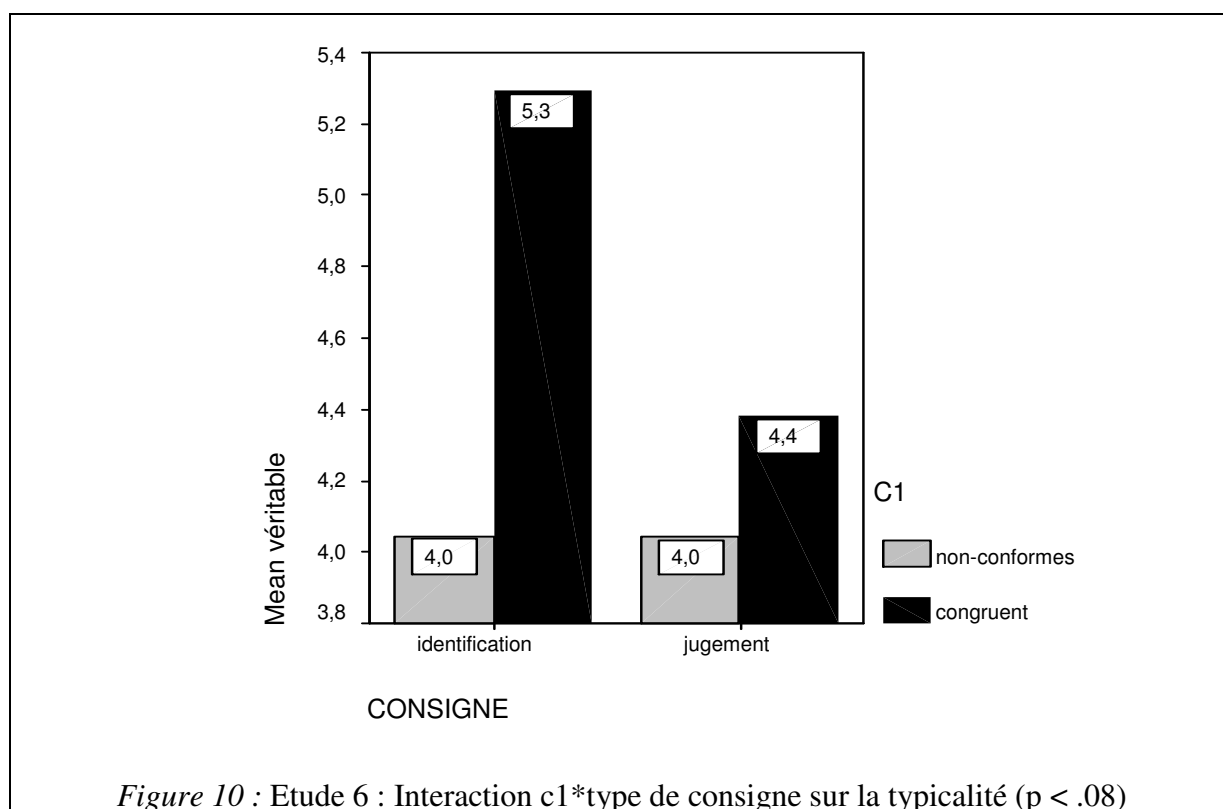
Les analyses montrent que ces deux effets sont modulés par le *type de consigne* (cf. tableau 40 et figures 10 et 11).

Tableau 40 : *Etude 6 - Moyenne et (écart-types) de l'item véritable en fonction du type d'article et du type de consigne*

	congruent		extrémisé		incongruent	
Consigne identification	5.28	(2.13)	4.20	(2.18)	3.93	(2.16)
Consigne jugement	4.38	(2.22)	3.82	(1.96)	4.25	(2.09)

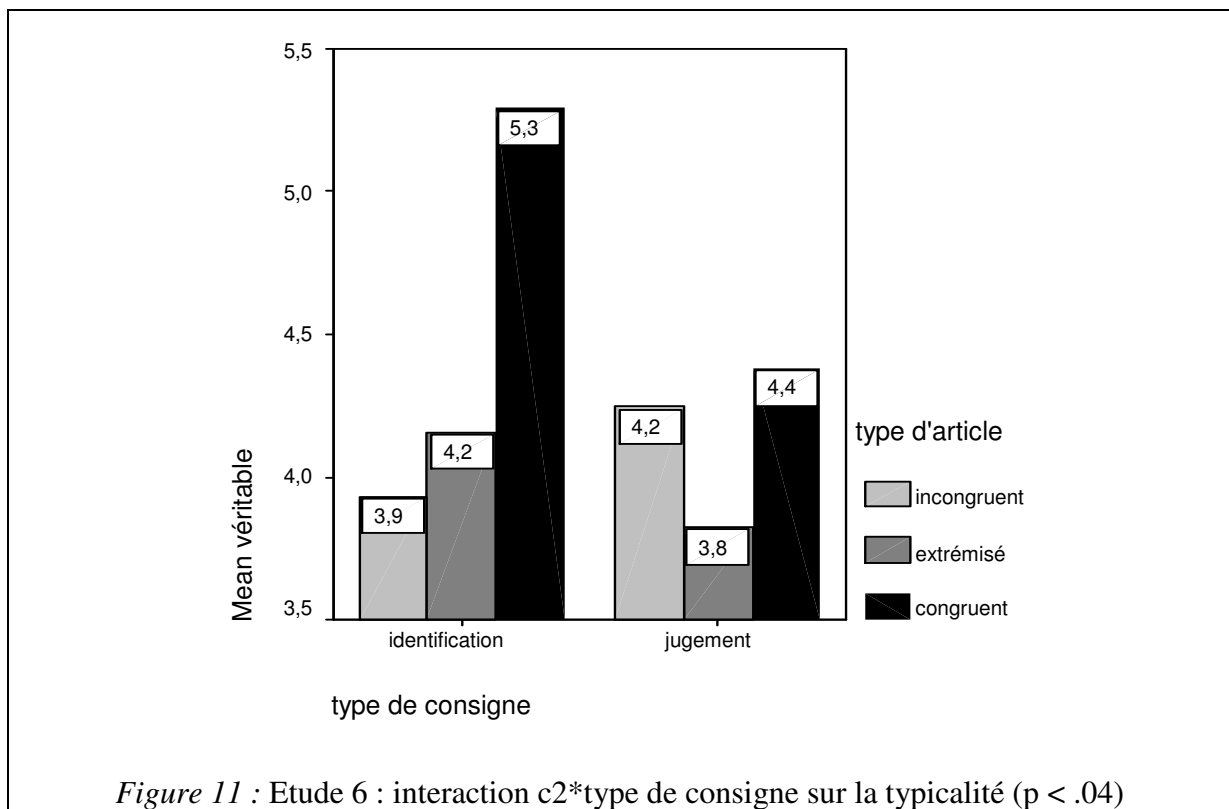
⁹¹ Les résultats sont les mêmes avec la variable *ordre du questionnaire* dans le plan.

L'interaction c1*consigne (cf. figure 10) est marginalement significative, $F(11, 333) = 2.99, p < .08, r_{\text{partial}}^2 = .01$ et l'interaction c3*consigne non-significative $F(11, 333) = 1.42, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$. La décomposition de l'interaction confirme que l'effet apparaît en condition *identification*, $F(5, 166) = 10.92, p < .001, r_{\text{partial}}^2 = .06$: l'article *congruent* est davantage identifié comme typique ($M_{\text{conforme}} = 5.28$) que les deux articles non-conformes ($M_{\text{non-conformes}} = 4.07$). Il n'y a pas d'effet de la conformité syntaxique des articles en condition *jugement* ($M_{\text{conforme}} = 4.38$ vs $M_{\text{non-conformes}} = 4.04$).



Note : les moyennes fournies dans les barres du graphique correspondent à celles fournies dans le corps du texte mais sont arrondies à 1 chiffre après la virgule.

L'effet testé par le contraste c2 est significativement modulé par le *type de consigne* (cf. figure 11), $F(11, 333) = 4.49, p < .04, r_{\text{partial}}^2 = .013$, et l'interaction c4*consigne n'explique pas de part significative de la variance résiduelle, $F(11, 333) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$. La décomposition de l'interaction montre qu'en condition *identification*, $F(5, 166) = 10.39, p < .002, r_{\text{partial}}^2 = .06$, l'article *congruent* est davantage identifié comme un article typique ($M_{\text{congruent}} = 5.28$) que l'article *extrémisé* ($M_{\text{extrémisé}} = 4.20$), lui-même identifié comme plus véritable que l'article *incongruent* ($M_{\text{incongruent}} = 3.93$). Cet effet n'apparaît pas en condition *jugement*.



Les analyses ne mettent pas d'autres résultats en évidence : il n'y a pas d'effet simple du type de consigne, $F(11, 333) = 1.96$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, ou du niveau de lectorat des participants, $F(11, 333) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$. Les interactions c1*lectorat, $F(11, 333) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$ et c2*lectorat, $F(11, 333) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, sont non-significatives. Les interactions de deuxième ordre c1*lectorat*consigne, $F(11, 333) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$ et c2*lectorat*consigne, $F(11, 333) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$ sont également non-significatives.

Enfin, la décomposition des interactions par type de consigne ne met aucun autre résultat en évidence. En consigne *identification* ou *jugement*, il n'y a pas d'interaction des articles avec le lectorat.

- sur l'objectivité perçue⁹²

Les analyses effectuées ne mettent en évidence aucun résultat significatif. Les contrastes c1, $F(11, 334) = 1.70$, ns , $r_{partial}^2 = 0$, et c2, $F(11, 334) < 1$, ns , $r_{partial}^2 = 0$, sont tous deux non-significatifs. Les hypothèses h1 et h2 d'effets de la conformité *syntactique* ne sont pas validées. Il n'apparaît pas d'interaction c1*type de consigne, $F(11, 334) = 1.79$, ns , $r_{partial}^2 = 0$ ou d'interaction c2*type de consigne, $F(11, 334) = 1.30$, ns , $r_{partial}^2 = 0$.

L'effet simple du type de consigne, $F(11, 334) = 2.45$, ns , $r_{partial}^2 = .01$, et l'effet du niveau de lectorat, $F(11, 334) < 1$, ns , $r_{partial}^2 = 0$, sont également non-significatifs. Enfin, les interactions de premier ordre c1*lectorat, $F(11, 334) = 2.34$, ns , $r_{partial}^2 = .01$, et c2*lectorat, $F(11, 334) = 1.64$, ns , $r_{partial}^2 = 0$, sont non-significatives, ainsi que les interactions de deuxième ordre c1*lectorat*ordre, $F(11, 334) < 1$, ns , $r_{partial}^2 = 0$, et c2*lectorat*ordre, $F(11, 334) < 1$, ns , $r_{partial}^2 = 0$.

Dans un but exploratoire, les interactions *type d'article*type de consigne* non-significatives ont été décomposées. Elles montrent que c1 est significatif en condition *identification*, $F(5, 166) = 4.01$, $p < .05$, $r_{partial}^2 = .023$, alors que le test de la variance résiduelle est non significatif, $F(5, 166) = 1.07$, ns , $r_{partial}^2 = 0$. Autrement dit, le modèle *d'effet non-différencié* explique les données en condition *identification* : l'article *congruent* est évalué plus objectif ($M_{conforme} = 6.40$) que les articles non-conformes qui ne se différencient pas ($M_{non-conformes} = 5.96$). Par contre, en condition *jugement*, il n'y a pas d'effet significatif du contraste c1, $F(5, 168) < 1$, ns , $r_{partial}^2 = 0$. Le contraste c2 n'explique pas les données observées, quelque soit la consigne.

- sur le facteur de lisibilité⁹³

Le contraste c1 est significatif, $F(11, 333) = 7.76$, $p < .01$, $r_{partial}^2 = .023$, mais le contraste c3 explique une part tendancielle de la variance résiduelle, $F(11, 333) = 3.23$, $p < .07$, $r_{partial}^2 = .01$. L'hypothèse 1 n'est donc pas validée. Par contre, le contraste c2 est significatif, $F(11, 333) = 11$, $p < .001$, $r_{partial}^2 = .03$, et le contraste c4 n'explique pas de part significative de la variance résiduelle, $F(11, 333) < 1$, ns , $r_{partial}^2 = 0$. Autrement dit, l'hypothèse 2 est validée : l'article *congruent* ($M = 7.03$) est plus lisible que l'article *extrémisé* ($M = 6.71$) lui-même plus lisible que l'article *incongruent* ($M = 6.37$).

⁹² L'introduction de la variable *ordre* met en évidence un effet simple, $F(16, 329) = 4.08$, $p < .04$, $r_{partial}^2 = .012$. Les participants évaluent les articles plus objectifs lorsqu'ils évaluent l'article juste après leur lecture ($M = 6.16$ en condition *évaluations/jugements*) et évaluent les articles moins objectifs lorsqu'ils ont porté un jugement au préalable ($M = 5.83$ en condition *jugements/évaluations*).

⁹³ L'introduction de la variable *ordre du questionnaire* dans le plan ne fait apparaître aucun résultat.

Ces deux effets, l'un explicatif du modèle, l'autre non, sont significativement modulés par le type de consigne (cf. tableau 41).

Tableau 41 : *Etude 6 - Moyennes et (écarts-types) de la lisibilité perçue en fonction du type d'article et du type de consigne*

	congruent		extrémisé		incongruent	
Consigne identification	7.34	(1.30)	6.63	(1.54)	6.29	(1.71)
Consigne jugement	6.71	(1.35)	6.81	(1.45)	6.45	(1.84)

L'interaction c1* consigne est significative, $F(11, 333) = 5.13, p < .024, r_{\text{partial}}^2 = 0.02$, et l'interaction c3*consigne n'explique pas de part significative de la variance résiduelle, $F(11, 333) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$. la décomposition de l'interaction montre qu'en condition *identification*, $F(5, 166) = 13.21, p < .001, r_{\text{partial}}^2 = .07$, l'article *congruent* est évalué plus lisible ($M_{\text{conforme}} = 7.34$) que les articles non-conformes ($M_{\text{non-conformes}} = 6.46$). L'explication fournie par le contraste c2 est également modulée par le type de consigne, $F(11, 333) = 3.80, p < .05, r_{\text{partial}}^2 = .01$ et l'interaction c4*consigne n'explique pas de part significative de la variance résiduelle $F(11, 333) = 1.35, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$. C'est uniquement en condition *identification* que l'article *extrémisé* ($M_{\text{extrémisé}} = 6.63$) a un statut intermédiaire en terme de lisibilité perçue, $F(5, 166) = 14.36, p < .001, r_{\text{partial}}^2 = .08$. En condition jugement, la lisibilité perçue des articles ne varie pas.

Aucun autre résultat n'est mis en évidence : le type de consigne n'explique pas de part significative des données, $F(11, 333) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$, le niveau de lectorat non plus, $F(11, 333) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$. Enfin, les interactions de premier ordre c1*lectorat, $F(11, 333) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$, ou c2*lectorat, $F(11, 333) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$, n'expliquent pas de part significative des données. Les interactions de second ordre n'en expliquent pas davantage.

- sur le caractère informatif⁹⁴

Les analyses effectuées mettent en évidence le fait que le contraste c1, $F(11, 334) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$, et le contraste c2, $F(11, 334) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$, n'expliquent pas de part significative des données. Les interactions c1*consigne, $F(11, 334) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$, et c2*consigne, $F(11, 334) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$, sont également non-significatives. Les résultats mettent par contre en évidence un effet marginalement significatif du type de consigne, $F(11, 334) = 2.73, p < .10, r_{\text{partial}}^2 = .01$: les articles sont évalués plus informatifs en condition

⁹⁴ L'introduction de la variable *ordre du questionnaire* dans le plan ne fait apparaître aucun résultat.

identification ($M = 4.71$) qu'en condition *jugement* ($M = 4.45$). Enfin, le niveau de lectorat, $F(11, 334) = 1.69$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, et les interactions de premier ordre $c1 \times \text{lectorat}$, $F(11, 334) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, et $c2 \times \text{lectorat}$, $F(11, 334) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, n'expliquent pas de part significative des données.

Par contre, on observe deux interactions de deuxième ordre, $c1 \times \text{lectorat} \times \text{consigne}$ et $c2 \times \text{lectorat} \times \text{consigne}$ (cf. figures 12 et 13).

L'interaction $c1 \times \text{lectorat} \times \text{consigne}$ est significative, $F(11, 334) = 4.70$, $p < .03$, $r_{\text{partial}}^2 = .01$, et l'interaction résiduelle $c3 \times \text{lectorat} \times \text{consigne}$ non-significative, $F(11, 334) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$. Le modèle théorique d'interaction explique donc une partie suffisante des données. La décomposition de l'interaction (cf. figure 12) met en évidence qu'en condition *identification*, il n'y a pas d'interaction significative $c1 \times \text{lectorat}$, $F(5, 166) = 1.40$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = .01$. Par contre, en condition *jugement*, l'interaction $c1 \times \text{lectorat}$ est marginalement significative, $F(5, 168) = 3.35$, $p < .07$, $r_{\text{partial}}^2 = .02$, et l'interaction $c3 \times \text{lectorat}$ non-significative, $F(5, 168) = 1.26$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = .01$. Autrement, dit, en consigne *jugement*, plus les participants sont lecteurs, plus ils évaluent l'article *congruent* informatif et les articles non-conformes moins informatifs.

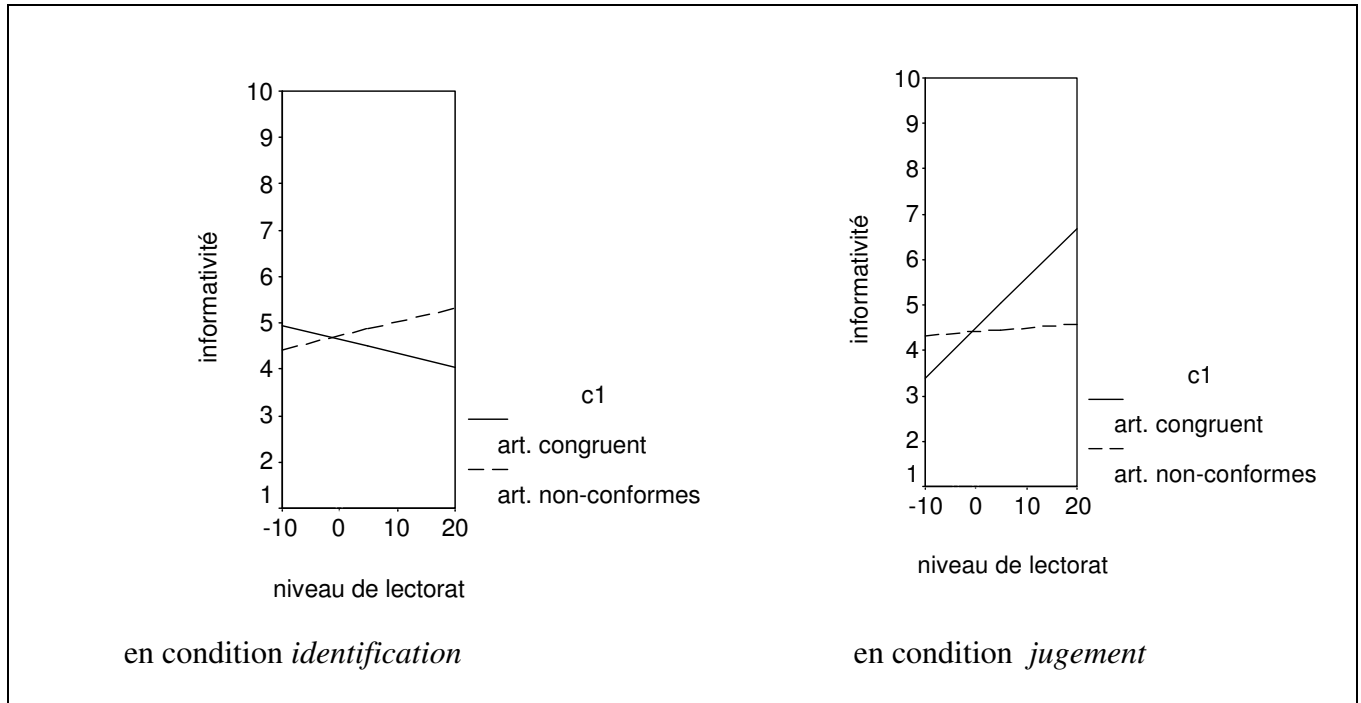


Figure 12 : Etude 6 - L'évaluation d'informativité en fonction du contraste c1, du niveau de lectorat et du type de consigne ($p < .03$)

On observe également une interaction $c2*lectorat*consigne$ significative, $F(11, 334) = 4.33, p < .04, r_{partial}^2 = 0,01$ et une interaction $c4*lectorat*consigne$ non-significative, $F(11, 334) < 1, ns, r_{partial}^2 = 0$.

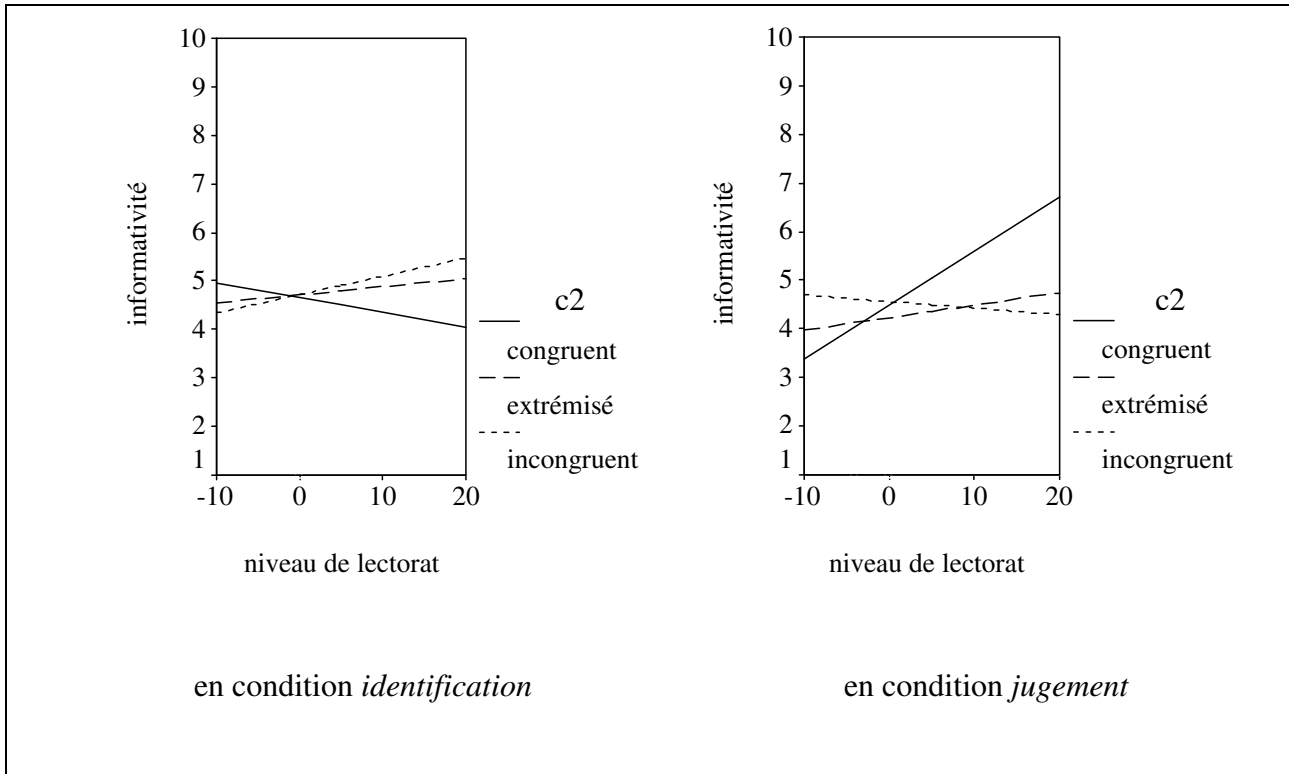


Figure 13 : Etude 6 - L'évaluation d'informativité en fonction du contraste c2, du niveau de lectorat et du type de consigne ($p < .04$)

La décomposition de l'interaction (figure 13 met en évidence qu'en condition *identification*, il n'y a pas d'interaction significative $c2*lectorat$, $F(5, 166) = 1.05, ns, r_{partial}^2 = 0$. En condition *jugement*, l'interaction $c2*lectorat$ est très marginalement significative, $F(5, 168) = 2.60, p < .11, r_{partial}^2 = 0,015$ et le contraste c4 non-significatif, $F(5, 168) < 1, ns, r_{partial}^2 = 0$. En consigne *jugement*, plus les participants sont lecteurs et plus l'article congruent est évalué informatif, l'article incongruent le moins informatif et l'article extrémisé a un statut intermédiaire. Considérant son caractère vraiment marginal, nous mentionnons ce résultat mais ne l'approfondirons pas.

4. 3. 2. Résultats sur les mesures de jugements

- *Statistiques descriptives*

Une description des moyennes des variables continues de jugement, selon le type d'article, est présenté dans le tableau 42.

Tableau 42 : *Etude 6 : Récapitulatif des moyennes et (écart-types) des mesures de jugements en fonction de l'article*

	Article congruent n = 113		Article extrémisé n = 115		Article incongruent n = 120	
Culpabilité (1-10)	5.79	(1.96)	5.81	(1.75)	5.79	(1.83)
Certitude (1-10)	4.80	(2.36)	4.20	(2.13)	4.52	(2.23)
Indice c*c (-10 à10)	0.75	(5.32)	0.94	(4.63)	0.07	(5.06)

Note. Indice c*c : indice de confiance dans le jugement

- *Statistiques inférentielles*

- *Sur le jugement de culpabilité (mesure continue)⁹⁵*

Le type de consigne explique une part marginalement significative des données, $F(11, 334) = 3.08$, $p < .08$, $r_{\text{partial}}^2 = .01$. Les participants ont tendance à juger l'accusé davantage coupable en condition *identification* ($M = 5.97$) qu'en condition *jugement* ($M = 5.63$).

Aucun autre résultat n'est significatif. Les contrastes c1, $F(11, 334) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$ et c2, $F(11, 334) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, n'expliquent pas de part significative de la variance. Il n'y a pas de modulation par la variable consigne puisque les interactions c1*type de consigne, $F(11, 334) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, et c2*type de consigne, $F(11, 334) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, sont non-significatives. Enfin, le niveau de lectorat, $F(11, 334) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, et les interactions de premier ordre c1*lectorat, $F(11, 334) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, et c2*lectorat, $F(11, 334) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, n'expliquent pas de part significative des données observées. Les interactions de second ordre c1*lectorat*consigne, $F(11, 334) = 1.04$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, et c2*lectorat*consigne, $F(11, 334) = 2.09$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, sont également non significatives.

La décomposition des interactions de premier ordre et de second ordre ne met aucun résultat significatif en évidence.

⁹⁵ L'introduction de la variable *ordre général du questionnaire* ne met pas en évidence d'effets significatifs.

- Sur la mesure de culpabilité dichotomique

Pour conduire les analyses sur la mesure dichotomique de culpabilité, la variable niveau de lectorat a été dichotomisée. Les participants placés en condition *identification* sont divisés en deux groupes : les peu-lecteurs (de 0 à 5 sur la variable niveau de lectorat ; n = 84 ; 48,8 % des participants) et les lecteurs (de 6 à 25 sur la variable niveau de lectorat ; n = 88 ; 51,2 % des participants). Les participants placés en condition *jugement* sont également divisés en peu-lecteurs (de 0 à 4 sur la variable niveau de lectorat ; n = 80 ; 46 % des participants) et lecteurs (de 6 à 25 sur la variable niveau de lectorat ; n = 94 ; 54 % des participants)

La partie gauche du tableau 43 reproduit la distribution des verdicts selon la variable *type d'article (congruent versus extrêmisé versus incongruent)* et la variable *niveau de lectorat (peu-lecteurs versus lecteurs)*. La partie droite du tableau 43 présente le modèle parmi ceux correspondant aux hypothèses H1 et H2 qui expliquent le mieux les données (Mh) et le modèle le plus représentatif des modèles parmi tous les modèles disponibles, indépendamment des hypothèses (Mr).

Tableau 43 : *Etude 6 - Fréquence des réponses à l'item de culpabilité dichotomique (non coupable / coupable) en fonction du type d'article, du type de consigne et du niveau de lectorat des participants ; Sélection du modèle; Indice BIC correspondant*

Articles	Lectorat	Verdict		Mh	Mr
		Coupable	Innocent	BIC = 65.62 ; t* = 2	BIC = 59.77 ; t = 1
Consigne ressemblance					
Congruent	Peu lect	16	12	1	1
	Lecteurs	16	13	1	1
Extrêmisé	Peu lect	15	13	2	1
	Lecteurs	16	12	2	1
Incongruent	Peu lect	16	12	2	1
	Lecteurs	14	17	2	1
Consigne jugement					
Congruent	Peu lect	11	13	1	1
	Lecteurs	17	14	1	1
Extrêmisé	Peu lect	12	14	2	1
	Lecteurs	21	11	2	1
Incongruent	Peu lect	16	14	2	1
	Lecteurs	11	20	2	1

Note. *t = nombre de paramètres du modèle

La comparaison hiérarchique des modèles montre que la probabilité de juger l'accusé coupable est équivalente dans toutes les conditions expérimentales ($BIC_{Mr} = 59.77$; $t = 1$). Nous présentons quand même le modèle relatif à nos hypothèses expliquant le mieux les données parmi les modèles théoriques mais nous ne nous y attarderons pas, le modèle le plus explicatif étant un modèle d'égalité.

Les analyses 2 et 3 (*chi2*) confirment l'analyse 1 de comparaison de modèles. En effet, que ce soit en condition *identification* ($n = 174$), en condition *jugement* ($n = 174$), ou sans distinguer le type de consignes lu par les participants ($n = 348$), les analyses ne mettent en évidence aucun résultat significatif. La probabilité de juger l'accusé coupable est la même quelque soit l'article lu et quelque soit le niveau de lectorat des participants.

- Sur la certitude dans le jugement⁹⁶

Les analyses effectuées mettent en évidence que le contraste c1 est marginalement significatif, $F(11, 334) = 2.77$, $p < .10$, $r_{partial}^2 = .01$, le contraste c3 n'expliquant pas de part significative de la variance résiduelle, $F(11, 334) < 1$, *ns*, $r_{partial}^2 = 0$. Conformément à l'hypothèse h1, l'article *congruent* ($M = 4.80$) conduit à plus de certitude dans le jugement que les deux articles non-conformes ($M = 4.37$). Par contre, le contraste c2 est non-significatif, $F(11, 334) < 1$, *ns*, $r_{partial}^2 = 0$, l'hypothèse 2 n'est pas validée.

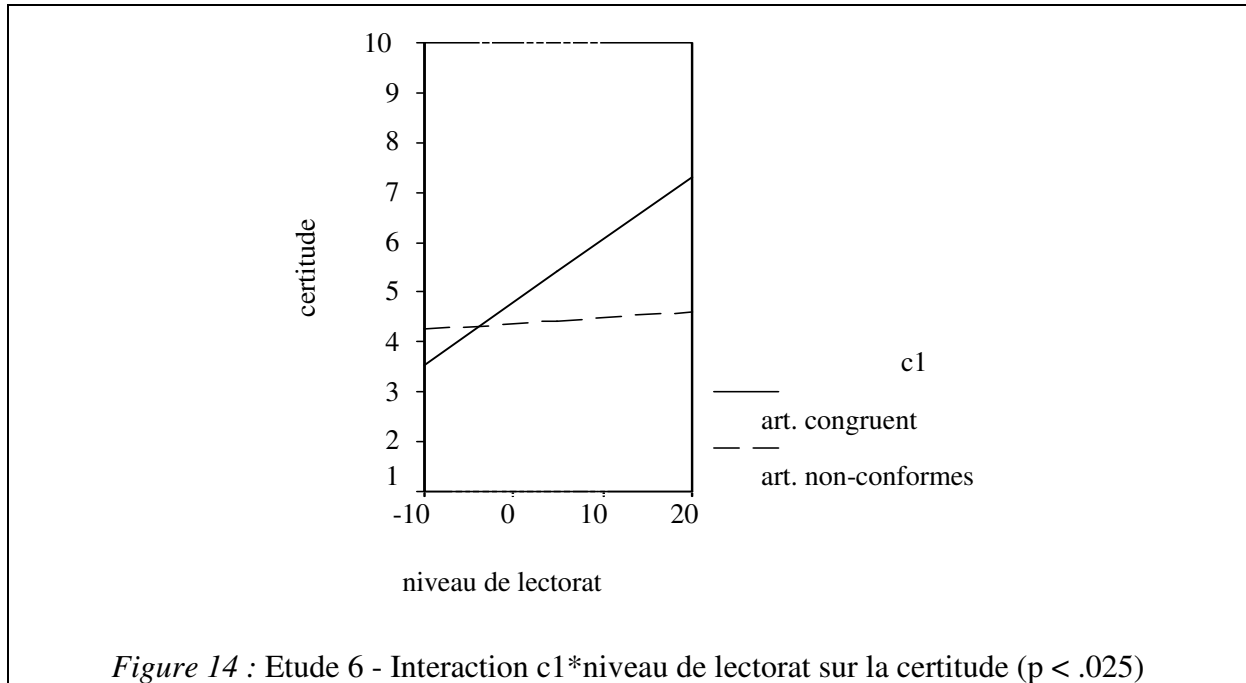
Les analyses montrent que le *type de consigne*, $F(11, 334) < 1$, *ns*, $r_{partial}^2 = 0$, l'interaction c1*consigne, $F(11, 334) < 1$, *ns*, $r_{partial}^2 = 0$, et l'interaction c2*consigne sont non-significatives, $F(11, 334) < 1$, *ns*, $r_{partial}^2 = .004$. Ceci étant, une décomposition de chaque interaction, effectuée à titre exploratoire, montre que le contraste c1 a un effet marginalement significatif en condition *identification*, $F(5, 166) = 3.46$, $p < .06$, $r_{partial}^2 = .02$: l'article *congruent* entraîne davantage de certitude ($M = 5.02$) que les articles non-conformes ($M = 4.39$). Le contraste c1 n'a pas d'effet en condition *jugement*. Et le contraste c2 n'a d'effet dans aucune des deux conditions consignes.

Le niveau de lectorat explique une part tendancielle des données, $F(11, 334) = 2.88$, $p < .09$, $r_{partial}^2 = 0.01$. Les lecteurs sont un peu plus sûrs de leur jugement ($M = 4.84$) que les non-lecteurs ($M = 4.14$).

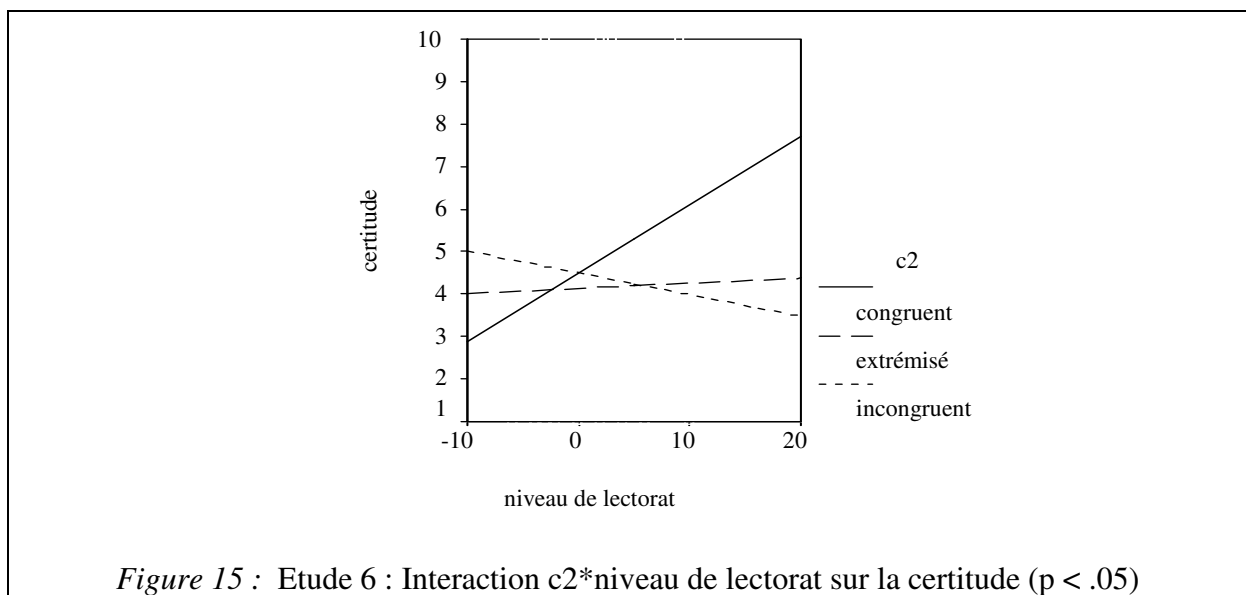
Les analyses mettent également en évidence des interactions type d'article*niveau de lectorat (cf. figures 14 et 15). L'interaction c1*lectorat (figure 14) est significative, $F(11, 334) = 5.10$, $p < .025$, $r_{partial}^2 = 0.015$, et l'interaction c3*lectorat n'explique pas de variance

⁹⁶ L'introduction de la variable *ordre* dans le plan ne modifie pas les résultats.

résiduelle, $F(11, 334) < 1$, ns , $r_{partial}^2 = 0$. L'hypothèse d'interaction est vérifiée, plus les participants sont lecteurs, plus ils sont certains de leur jugement après la lecture de l'article congruent ($M = 5.40$) et moins après la lecture des deux articles non-conformes ($M = 4.57$).



L'interaction c2*lectorat (figure 15) est également significative, $F(11, 334) = 3.98$, $p < .05$, $r_{partial}^2 = 0.01$, et l'interaction c4*lectorat n'explique pas de part significative de variance résiduelle, $F(11, 334) < 1$, ns , $r_{partial}^2 = 0$. Les deux conditions sont remplies pour dire que l'interaction c2*lectorat explique une partie des données sur la certitude.



Ceci étant, une analyse exploratoire met en évidence que les interactions articles*lectorat sont en fait uniquement significatives en condition *jugement*, respectivement c1*lectorat, $F(5, 168) = 4.93, p < .03, r_{\text{partial}}^2 = 0.03$, et c2*lectorat, $F(5, 168) = 3.77, p < .05, r_{\text{partial}}^2 = 0.02$. Elles n'apparaissent pas en condition *identification*.

- Sur l'indice de certitude dans la culpabilité / innocence⁹⁷

Aucun résultat significatif n'apparaît sur cette mesure. Le contraste c1, $F(11, 334) = 2.77, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0.01$ et le contraste c2, $F(11, 334) = 1.18, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$, sont tous deux non-significatifs. Le type de consigne ne module pas l'effet des contrastes c1 et c2 : les interactions c1*type de consigne, $F(11, 334) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$, et c3*type de consigne, $F(11, 334) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$, sont toutes deux non-significatives. Le type de consigne, $F(11, 334) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$, et le niveau de lectorat des participants, $F(11, 334) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$ n'expliquent pas non plus de part significative des données. Enfin, les interactions de premier ordre c1*lectorat, $F(11, 334) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$ et c3*lectorat, $F(11, 334) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$ ainsi que l'interaction de second ordre c3*lectorat*consigne, $F(11, 334) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$ sont non significatives. Par contre, l'interaction c1*lectorat*consigne est marginalement significative, $F(11, 334) = 2.82, p < .094, r_{\text{partial}}^2 = 0.01$, et l'interaction c2*lectorat*consigne n'explique pas de part significative de la variance résiduelle, $F(11, 334) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$. Ceci étant, la décomposition de cette interaction ne met en évidence aucun effet significatif, nous ne la détaillerons donc pas.

4. 3. 3. Corrélations entre les variables dépendantes

L'examen des corrélations (coefficient de Bravais-Pearson) permettent de mieux appréhender les liens entre les variables dépendantes, indépendamment du type de consigne (tableau 44), en consigne *identification* (tableau 45) et en consigne *jugement* (tableau 46).

- *Corrélations indépendamment de la consigne (tableau 44)*

Concernant le lien entre les évaluations du message : indépendamment du type de consigne, la mesure de typicalité est significativement corrélée avec la mesure d'objectivité ($r = .25$), de lisibilité ($r = .28$) et d'informativité ($r = .27$). Les mesures de crédibilité sont également significativement corrélées. La lisibilité est significativement corrélée à

⁹⁷ Introduire la variable *ordre* dans le plan ne met en évidence aucun effet de cette variable.

l'objectivité ($r = .33$) et à l'informativité ($r = .18$). La corrélation entre l'objectivité et l'informativité est moins significative ($r = .13$).

Les liens entre les évaluations du message et les mesures de jugement : la mesure de typicalité est significativement corrélée avec les mesures de culpabilité ($r = .13$), de certitude ($r = .11$) et l'indice de confiance dans le jugement ($r = .12$), mais ces corrélations sont relativement faibles. La mesure d'informativité est significativement corrélée à celles de culpabilité ($r = .22$), de certitude ($r = .23$) et de confiance dans le jugement ($r = .13$). La mesure de lisibilité est significativement corrélée à la mesure de culpabilité ($r = .14$) et à l'indice de confiance dans le jugement ($r = .15$) mais n'est pas en lien avec la mesure de certitude. Enfin, la mesure d'objectivité n'est corrélée avec aucune des trois mesures de jugement. Comme dans l'étude 4, il semble que, contrairement à ce que l'on aurait pu pensé, l'objectivité perçue de l'article ne soit pas le facteur le plus déterminant des jugements.

Tableau 44 : *Etude 6 - Corrélations entre les variables dépendantes d'évaluation du message et celles de jugement indépendamment de la condition consigne*

	typicalité	objectivité	lisibilité	informativité	culpabilité	certitude	indice c/c
Typicalité	1						
Objectivité	.25***	1					
Lisibilité	.28***	.33***	1				
Informativité	.27***	.13*	.18***	1			
Culpabilité	.13**	.06	.14**	.22***	1		
Certitude	.11*	.07	.06	.23***	.20***	1	
Indice c/c	.12*	.08	.15**	.13**	.77***	.16***	1

Note. *** $p < .001$; ** $p < .01$; * $p < .05$; indice c/c : indice de confiance dans le jugement

▪ *Corrélations en condition identification (tableau 45)*

Dans la perspective d'identification, l'item de typicalité est significativement corrélé avec les mesures d'objectivité ($r = .30$), de lisibilité ($r = .35$), et d'informativité ($r = .24$). L'évaluation d'objectivité est significativement corrélée à celle de lisibilité ($r = .32$) ainsi qu'à l'informativité ($r = .16$) mais plus faiblement. Dans cette condition d'identification, on n'observe pas de corrélation significative entre les évaluations de lisibilité et d'informativité.

Concernant le lien entre les évaluations du message et les jugements : la mesure d'identification corrèle significativement avec l'attribution de culpabilité ($r = .16$) et de certitude ($r = .17$) mais ces corrélations sont faibles. L'attribution de typicalité ne corrèle pas significativement avec l'indice de confiance dans le jugement. Enfin, les mesures de crédibilité sont peu corrélées aux mesures de jugements. Les évaluations d'objectivité et de

lisibilité ne corrèlent significativement avec aucune des trois mesures de jugements. L'évaluation d'informativité corrèle significativement avec la certitude ($r = .16$) mais cette corrélation reste modérée. Ces corrélations semblent indiquer que, lorsque les participants lisent les articles dans la perspective d'identifier un style typique, leurs jugements sont très faiblement déterminés par la crédibilité perçue des articles, davantage par la reconnaissance perçue mais ce lien est faible.

Tableau 45 : *Etude 6 - Corrélations entre les variables dépendantes d'évaluation du message et celles de jugement en condition identification*

	typicalité	objectivité	lisibilité	informativité	culpabilité	certitude	indice c/c
Typicalité	1						
Objectivité	.30***	1					
Lisibilité	.35***	.32***	1				
Informativité	.24***	.16*	.11	1			
Culpabilité	.16*	.01	.14	.07	1		
Certitude	.17*	.13	.11	.16*	.18*	1	
Indice c/c	.10	.01	.07	-.01	.74***	.22***	1

Note. *** $p < .001$; ** $p < .01$; * $p < .05$; indice c/c : indice de confiance dans le jugement

- *Corrélations en condition jugement (tableau 46)*

Concernant le lien entre les évaluations du message : l'item d'identification est significativement corrélé avec les mesures d'objectivité ($r = .20$), de lisibilité ($r = .20$), et d'informativité ($r = .29$). La lisibilité perçue est par contre significativement corrélée à celle d'informativité ($r = .24$) et d'objectivité ($r = .33$). Par contre, cette fois, l'évaluation d'objectivité n'est pas significativement corrélée à celle d'informativité. Concernant le lien entre les évaluations du message et les jugements, la mesure d'identification ne corrèle pas significativement avec les mesures de jugement. Les mesures de qualité sont davantage corrélées aux mesures de jugements que dans la condition *identification*. Les évaluations d'objectivité et de lisibilité corrèlent avec l'indice de confiance dans le jugement (respectivement $r = .15$ et $r = .23$). L'évaluation d'informativité corrèle significativement avec les trois mesures de jugements : culpabilité ($r = .33$), certitude ($r = .28$) et l'indice de confiance dans le jugement ($r = .25$). Ces corrélations indiquent qu'en perspective de jugement, l'identification de l'article ne détermine pas les jugements, c'est l'informativité perçue de l'article qui détermine le plus significativement les jugements.

Tableau 46 : Etude 6 - Corrélations entre les variables dépendantes d'évaluation du message et celles de jugement en condition jugement

	typicalité	objectivité	lisibilité	informativité	culpabilité	certitude	indice c/c
Typicalité	1						
Objectivité	.20**	1					
Lisibilité	.20**	.33***	1				
Informativité	.29***	.08	.24***	1			
Culpabilité	.10	.10	.14	.33***	1		
Certitude	.05	.01	.02	.28***	.22***	1	
Indice c/c	.12	.15*	.23***	.25***	.80***	.10	1

Note. *** $p < .001$; ** $p < .01$; * $p < .05$; indice c/c : indice de confiance dans le jugement

4. 3. 4. Médiations des effets de la conformité des articles par la typicalité et la qualité

Au vu des résultats, des analyses de médiations ont été conduites selon la méthode exposée dans l'étude 4 (Baron & Kenny, 1986; Brauer, 2000). Les deux premières conditions sont testées par le biais des analyses de régression multiple déjà effectuées pour chaque variable dépendante. Pour mémoire, rappelons les résultats :

1) *en condition identification*, l'hypothèse h1 *d'effet non-différencié de la non-conformité* explique une part significative (ou marginalement significative) des données sur la typicalité perçue, l'objectivité perçue, la lisibilité perçue et la certitude en le jugement. Autrement dit, l'article *congruent* est évalué plus typique, plus objectif et plus lisible et il entraîne plus de certitude, que les deux articles non-conformes qui ne se différencient pas. Nous avons donc examiné si la typicalité perçue médiatise l'effet du style (non-différencié) sur l'objectivité (analyse 1a), la lisibilité (analyse 1b) et la certitude (analyse 1c). Et si l'objectivité perçue (analyse 1d) et la lisibilité perçue (analyse 1e) médiatisent l'effet du style sur la certitude.

2) *en condition identification*, l'hypothèse h2 *d'effet différencié de la non-conformité* explique une part significative des données sur la typicalité perçue et la lisibilité perçue, l'article *congruent* est évalué plus typique et plus lisible que l'article *extrémisé*, lui-même plus typique et plus lisible que l'article *incongruent*. Nous avons donc examiné si la typicalité perçue médiatise l'effet du style (différencié) sur la lisibilité (analyse 2).

3) *en condition jugement*, l'hypothèse h1 *d'effet non-différencié de la non-conformité* explique une part marginalement significative des données sur l'informativité perçue par les participants les plus-lecteurs ainsi qu'une part significative de la certitude des plus-lecteurs. Autrement dit, plus les participants sont lecteurs, plus ils évaluent l'article *congruent* informatif, et les articles *extrémisé et incongruent* moins informatif. De plus, plus les

participants sont lecteurs, plus ils sont sûrs de leur jugement après avoir lu l'article *congruent* informatif, par rapport aux articles *extrémisé* et *incongruent*. Nous avons donc examiné si l'informativité perçue par les lecteurs médiatise l'effet du style sur leur certitude (analyse 3).

Les deux dernières conditions sont testées par une analyse de régression multiple dans laquelle sont entrées le contraste d'intérêt ayant un effet (par exemple c1), son contraste résiduel (c3), la mesure dont on suppose qu'elle peut avoir un effet médiateur (par exemple, la mesure de typicalité), la variable continue de lectorat et les interactions c1*lectorat et c3*lectorat.

Les analyses de régression effectuées pour vérifier chaque médiation mettent en évidence :

1a) en condition *identification*, une diminution de l'effet de la conformité (non-différencié) des articles sur l'objectivité lorsque l'on contrôle statistiquement l'effet de la typicalité, $F(6, 165) = 1.19$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0.01$. Par contre, l'effet de la typicalité demeure lorsque l'on contrôle statistiquement l'effet du type d'articles, $F(6, 165) = 13.81$, $p < .001$, $r_{\text{partial}}^2 = 0.1$. Les conditions 3 et 4 sont 'satisfaites' et l'analyse invite à concevoir les effets de la conformité du style sur l'objectivité comme médiatisé par le fait d'identifier la typicalité des articles.

1b) en condition *identification*, une diminution de l'effet de la conformité (non-différencié) des articles sur la lisibilité lorsque l'on contrôle statistiquement l'effet de la typicalité. Mais l'effet de la conformité/non-conformité des articles sur la lisibilité reste significatif, $F(6, 165) = 7.07$, $p < .01$, $r_{\text{partial}}^2 = 0.04$. L'effet de la typicalité demeure lorsque l'on contrôle statistiquement l'effet du type d'articles, $F(6, 165) = 17.10$, $p < .001$, $r_{\text{partial}}^2 = 0.09$. Les conditions 3 et 4 ne sont pas 'satisfaites', on ne peut conclure à une médiation complète par la typicalité de l'effet de la typicalité sur la lisibilité. Pour déterminer si la médiation peut être considérée comme partielle, les auteurs proposent d'utiliser le test de Sobel (Baron & Kenny, 1986; MacKinnon, Lockwood, Hoffman, West, & Sheets, 2002; Preacher & Hayes, 2004)⁹⁸. Ce test permet de vérifier si la baisse d'un effet, qui demeure significatif, est suffisamment importante pour que l'on puisse conclure à une médiation partielle. La comparaison des statistiques t de l'effet du type d'articles sur la lisibilité sans contrôler ou en contrôlant la typicalité (respectivement dans cette étude $t_1 = 6.605$ et $t_2 =$

⁹⁸ Pour une interface permettant de calculer le test de Sobel, cf. le site internet de Preacher, C. J. et Leonardelli, G. J. : <http://www.psych.ku.edu/preacher/sobel/sobel.htm>.

3.535) fournit cette statistique. Dans notre cas, le test de Sobel effectué montre que la diminution de l'effet est significative, on peut donc parler d'une médiation partielle par la typicalité, de l'effet du type d'articles c1 sur la lisibilité (test de sobel : 3.12, $p < .002$).

1c) en condition *identification*, une diminution de l'effet de la conformité (non-différencié) des articles sur la certitude lorsque l'on contrôle statistiquement l'effet de la typicalité, $F(6, 165) = 1.59$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0.01$. L'effet de la typicalité demeure lorsque l'on contrôle statistiquement l'effet du type d'articles, $F(6, 165) = 5.08$, $p < .03$, $r_{\text{partial}}^2 = 0.03$. Les conditions 3 et 4 sont 'satisfaites', l'analyse invite à concevoir une médiation, par la typicalité perçue, des effets de style sur la certitude.

1d) en condition *identification*, une diminution de l'effet de la conformité (non-différencié) des articles sur la certitude lorsque l'on contrôle statistiquement l'effet de l'objectivité. L'effet est alors très marginalement significatif, $F(6, 165) = 2.61$, $p < .11$, $r_{\text{partial}}^2 = 0.02$. Par ailleurs, l'effet de l'objectivité devient non-significatif lorsque l'on contrôle statistiquement l'effet du type d'articles, $F(6, 165) = 2.21$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0.03$. Ce résultat ne permet pas de conclure à une médiation du type d'articles sur la certitude par l'objectivité perçue.

1e) en condition *identification*, une diminution de l'effet de la conformité (non-différencié) des articles sur la certitude lorsque l'on contrôle statistiquement l'effet de la lisibilité. L'effet est alors non-significatif, $F(6, 165) = 2.32$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0.01$. Par ailleurs, l'effet de la lisibilité devient également non-significatif lorsque l'on contrôle statistiquement l'effet du type d'articles, $F(6, 165) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$. Ce résultat ne permet pas de conclure à une médiation du type d'articles sur la certitude par la lisibilité perçue.

2) en condition *identification*, une diminution de l'effet de la conformité (différencié, h2) des articles sur la lisibilité lorsque l'on contrôle statistiquement l'effet de la typicalité. L'effet reste cependant significatif, $F(6, 165) = 8.10$, $p < .01$, $r_{\text{partial}}^2 = 0.05$. L'effet de la typicalité reste significatif lorsque l'on contrôle statistiquement l'effet du type d'articles, $F(6, 165) = 17.10$, $p < .001$, $r_{\text{partial}}^2 = 0.1$. La comparaison des statistiques t de l'effet du type d'articles sur la lisibilité sans contrôler ou en contrôlant la typicalité (respectivement dans cette étude $t = 7.18$ et $t = 4.05$) montre que la diminution de l'effet est significative, on peut donc parler d'une médiation partielle, par la typicalité, de l'effet du type d'articles (c2) sur la lisibilité. (test de sobel : 3.53, $p < .001$).

3) en condition *jugement*, une diminution de l'interaction marginalement significative articles*lectorat (hypothèse h1) sur la certitude lorsque l'on contrôle statistiquement l'effet de l'informativité perçue. Cependant, cette interaction demeure marginalement significative, $F(6,$

167) = 3.26, $p < .07$, $r_{\text{partial}}^2 = .01$. L'effet de l'informativité perçue demeure lorsque l'on contrôle statistiquement l'interaction $c1*\text{lectorat}$, $F(6, 127) = 10.53$, $p < .001$, $r_{\text{partial}}^2 = .06$. La comparaison des statistiques t de l'interaction $c1*\text{lectorat}$ sur la certitude sans contrôler ou en contrôlant l'informativité (respectivement dans cette étude $t = 1.675$ et $t = 1.63$) montre que la diminution de l'effet n'est pas significative, on ne peut donc pas parler de médiation dans ce cas (test de sobel : 1.68, *ns*).

Ces analyses de médiations indiquent qu'en condition d'*identification*, la typicalité perçue des articles de presse médiatisent les effets de la conformité stylistique des articles sur toutes les autres variables dépendantes. Pour les variables d'objectivité et de certitude, la médiation est complète. Pour la lisibilité perçue, les médiations sont partielles, que ce soit dans le cas du test de l'hypothèse 1 *d'effet non-différencié* ou du test de l'hypothèse 2 *d'effet différencié de la non-conformité*. Par contre, en condition d'*identification*, l'objectivité perçue et la lisibilité perçue ne médiatisent pas les effets de la conformité syntaxique des articles sur la certitude. De même, en condition *jugement*, l'informativité perçue par les lecteurs ne médiatise pas l'interaction $\text{articles}*\text{lectorat}$ sur la certitude. Autrement dit, dans cette étude, les analyses de médiation indiquent, que l'identification d'un genre typique médiatise les effets de la conformité stylistique sur les évaluations du message et sur la certitude des sujets. Par contre, les évaluations d'objectivité, lisibilité et informativité du message ne médiatise pas les effets de la conformité syntaxiques des articles sur le jugement de certitude.

4. 4. Synthèse des résultats et discussion de l'étude 6

Le tableau 47 récapitule les résultats. Les variables indépendantes manipulées (types d'articles représentés par le contraste $c1$ ou $c2$, type de consigne) et invoquée (niveau de lectorat) sont présentés en colonne, ainsi que les interactions des variables ($c1*\text{lectorat}$; $c2*\text{lectorat}$; $c1*\text{consigne}$; $c2*\text{consigne}$). Les variables dépendantes sont en ligne. Les effets significatifs ou marginalement significatifs sont indiqués par des croix.

Tableau 47 : Etude 6 - Récapitulatif des résultats

	c1	c2	Lect	c1	c2	Cons	c1		c2	
	C > E = I	C > E > I		Lectorat	Lectorat		R	J	R	J
Sur les évaluations des articles										
Typicalité	X	-	-	-	-	-	X	-	X	-
Objectivité	-	-	-	-	-	-	X ^o	-	-	-
Lisibilité	-	X	-	-	-	-	X	-	X	-
Informativité	-	-	-	-	-	X'	-	*lect'	-	*lect''
						R > J				
Sur les jugements										
Culpabilité continue	-	-	-	-	-	X'	-	-	-	-
						R > J				
Culpabilité dichotomique	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Certitude	X'	-	X'	X	X	-	X' ^o	*lect ^o	-	*lect ^o
Indice c*c	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Indice c*c : indice de confiance dans le jugement ; C = congruent ; NC = articles non-conformes ; E = article extrémisé ; I = article incongruent ; Lect = niveau de lectorat ; l = lecteurs ; pl = peu-lecteurs ; Cons = consigne ; R = consigne reconnaissance ; J = consigne jugement. X' indique une significativité entre .05 et .10 ; X'' indique une significativité à .11 ; X^o indique un effet obtenu par analyse exploratoire (l'effet s'observe dans la condition consigne mais sans qu'il y ait d'interaction articles*consignes).

Cette étude permet de répondre à plusieurs questions posées à l'issue des études 4 et 5.

- Sur les évaluations du message

1) Il y a effectivement des différences dans les évaluations d'articles en fonction du type de consigne donnée aux participants (*identification versus jugement*).

Indépendamment de la consigne, on observe que le modèle correspondant à l'hypothèse 1 *d'effet non-différencié* explique les données observées sur la typicalité perçue des articles (*congruent > non-conformes*) et que le modèle correspondant à l'hypothèse 2 *d'effet différencié* explique les données observées sur la lisibilité perçue (*congruent > extrémisé > incongruent*). Ceci étant, ces deux effets sont significativement modulés par le type de consigne, et c'est uniquement dans la perspective *d'identification* qu'ils expliquent les données. Par ailleurs, la décomposition des interactions *articles*consignes* met en évidence deux autres résultats en perspective *d'identification* : le modèle correspondant à l'hypothèse 2 *d'effet différencié* explique également une part des données observées sur la typicalité des articles (*congruent > extrémisé > incongruent*) et le modèle correspondant à l'hypothèse 1 *d'effet non-différencié* explique une part des données observées sur la perception de lisibilité (*congruent > non-conformes*). Autrement dit, comme dans l'étude 4, les deux hypothèses

expliquent une part significative des données sur la typicalité perçue. Les études 4 et 6 indiquent donc toutes les deux que les modèles 1 *d'effet non-différencié* et 2 *d'effet différencié* expliquent une part des résultats observés sur la typicalité perçue. Ces résultats suggèrent qu'il faut à la fois tenir compte de l'identification du genre qui permet d'établir un contrat et de l'identification de « marques » discursives (Chabrol, 1988). La présence de certains indices dans l'article *extrémisé*, cohérents avec le style d'*enquête judiciaire*, sans permettre l'identification du genre, semblent permettre tout de même d'identifier « un peu » le contexte de communication le contexte de communication dans lequel il se trouve (Charaudeau, 2004), et de percevoir l'article *extrémisé* comme un peu plus lisible que l'article *incongruent*.

Par ailleurs, concernant l'objectivité perçue, la décomposition de l'interaction c1*consigne (certes, non-significative) montre que le modèle 1 *d'effet non-différencié* explique une part de l'objectivité perçue des articles de presse, toujours en perspective *d'identification*. Dans cette étude, comme dans l'étude 4, on retrouve donc, en condition *d'identification*, des effets de la conformité syntaxique des articles (c1 ou c2) sur la typicalité, la lisibilité et l'objectivité. Par contre, conformément à notre hypothèse d'un effet de la consigne sur les traitements des participants, la conformité syntaxique des articles n'a pas d'effets sur ces mesures en perspective de *jugement*.

2) Parmi les mesures d'évaluations des articles, la mesure d'informativité semble avoir un statut un peu différent. Rappelons tout d'abord que tous les effets sur cette mesure sont marginalement, voire très marginalement significatifs. Ils sont donc à considérer avec beaucoup de précaution. Tout d'abord, les résultats montrent que tous les articles sont jugés un peu plus informatifs en condition *identification* qu'en condition *jugement*, nous reviendrons sur cet effet. Par ailleurs, la décomposition des interactions de second ordre c1*lectorat*consigne et c2*lectorat*consigne met en évidence des interactions c1*lectorat et c2*lectorat uniquement en consigne *jugement* (et non en condition *identification*). Nous mentionnons ici l'interaction c2*lectorat pour mémoire mais la significativité de cet effet est de $p < .11$, nous n'en tiendrons pas compte dans cette discussion. Ainsi, l'interaction marginalement significative c1*lectorat indique que, plus les participants sont lecteurs, et plus ils identifient l'article *congruent* comme plus informatif que les articles non-conformes. Dans la mesure où le nombre d'informations ne varient pas entre articles, ce résultat indique que le style syntaxique des articles peut rendre compte de l'informativité perçue par les lecteurs. Ce résultat est identique à celui observé dans l'étude 4.

On peut conclure, au vu de ces résultats, que conformément à l'hypothèse formulée, la perspective de lecture module les effets de la conformité syntaxique sur les évaluations des

articles. Dans une perspective *d'identification*, les participants perçoivent, tous, l'article *congruent* plus typique et plus lisible que les articles non-conformes, l'article *extrémisé* ayant un statut intermédiaire. Les participants perçoivent également l'article *congruent* comme plus objectif que les deux articles non-conformes qui ne se différencient pas. Dans la perspective de *jugement*, les participants ne différencient les articles ni en terme de typicalité, d'objectivité ou de lisibilité. Par contre, l'article *congruent* est perçu comme plus informatif que les articles non-conformes par les participants les plus lecteurs. Dans une perspective de jugement, la conformité/non-conformité des articles aux caractéristiques syntaxiques judiciaires typiques explique donc, chez les lecteurs, une part de la perception d'informativité.

En condition *d'identification*, les résultats sont donc sensiblement cohérents avec ceux de l'étude 4 et mettent en évidence des effets de la conformité syntaxique sur la typicalité perçue et les évaluations d'objectivité et lisibilité. Comme dans l'étude 4, l'effet de la conformité syntaxique des articles sur les évaluations des messages est médiatisé par l'identification du style comme typique/non-typique.

Les résultats de cette étude 6 vont dans le sens d'un traitement de certains indices syntaxiques liés au genre *enquête judiciaire*, présents dans l'article *extrémisé* (Chabrol, 1988, Ghiglione, 1997), d'un effet du non-respect des attentes des participants sur les évaluations d'objectivité et de lisibilité (Burguet, 1999, 2000, Georget & Chabrol, 2000) mais qui ne varie pas selon le niveau d'habitation au genre. Enfin, ils confirment que l'identification du genre détermine les évaluations des messages (Meyer, 2000, Chabrol, 1988).

- Sur les jugements

Sur la mesure continue de culpabilité, on observe que les participants jugent l'accusé un peu moins coupable en condition *jugement* qu'en condition *identification*. Ce résultat, marginalement significatif, est similaire à celui observé sur l'informativité perçue. On peut expliquer ces deux résultats par le fait que la condition *jugement* est proche du paradigme expérimental de la théorie de la mise en garde, également appelé paradigme du *warning* (Papageorgis, 1967, 1968, 1970). Dans les études sur les effets de la mise en garde, le paradigme expérimental conduit le sujet à anticiper qu'il va être la cible d'une tentative persuasive. Papageorgis (1968) distingue deux sortes de mise en garde : a) le paradigme du « *warning* » proprement dit dans lequel le sujet est informé du contenu du message auquel il sera exposé. On décrit au participant le thème du message à venir et la position qu'il défend, b) le paradigme dit « *context persuasion* » met en garde contre l'intention persuasive du message. On prévient le sujet que l'étude porte sur le changement d'attitude et qu'il va

entendre un discours dont il ne connaît ni le thème ni l'objet, mais qui a pour but de le convaincre d'adopter un certain point de vue. Dans notre étude, le paradigme expérimental mis en place dans la condition *jugement* ne relève selon nous ni de la première ni de la seconde sorte de mise en garde. Cette condition semble être plutôt une situation intermédiaire : les participants sont explicitement informés du thème (une affaire judiciaire) et de l'objectif de l'expérience (étude sur les jugements) mais la position défendue dans l'article n'est pas explicitement fournie. Il n'est donc pas possible pour les sujets, comme c'est le cas dans les situations de mise en garde contre le contenu du message (McGuire & Papageorgis, 1962), de produire une contre-argumentation considérant qu'ils ne connaissent pas la position de l'article à l'avance. De nombreuses études montrent les effets de la résistance à la persuasion dans les deux paradigmes décrits plus haut. Un processus analogue à la résistance à la persuasion a été mis en évidence par Brehm, appelé « réactance » psychologique (J. W. Brehm, 1966; S. S. Brehm & Brehm, 1981). La théorie de la réactance développe l'idée selon laquelle savoir que l'on va être la cible d'une tentative de persuasion constitue une menace pour la liberté. Cette menace « conduit l'individu à restaurer sa liberté en rejetant le contenu et la recommandation de la communication » (Bromberg & Dubois, 1996, p. 84; pour une revue récente sur la résistance à la persuasion, cf. Knowles, 2004).

En conclusion, dans la condition *jugement* de l'étude 6, on peut penser que les participants, explicitement informés du thème judiciaire et de l'objectif d'étude des jugements, ont résisté à la persuasion et jugent donc les accusés moins coupables qu'en condition *identification*.

Par ailleurs, le fait que le même effet s'observe sur l'informativité perçue des articles laisse penser que, dans cette condition *jugement*, les participants établissent un lien entre le nombre d'informations dans les articles et le jugement de culpabilité qu'ils portent. Les corrélations montrent d'ailleurs qu'en condition *jugement*, l'informativité perçue est corrélée avec la culpabilité (alors qu'en condition *identification*, l'informativité perçue n'est pas corrélée avec la culpabilité). Ce résultat laisse supposer que lorsqu'ils s'attendent à formuler une opinion, les participants fondent leurs jugements sur la perception d'informativité des articles. Le modèle de la jugeabilité sociale (Leyens, Yzerbyt, & Schadrion, 1992; Schadrion & Yzerbyt, 1991) qui concerne le rapport entre le juge et son jugement, permet d'expliquer ce lien. Cette approche insiste sur la distinction qu'il convient d'opérer entre le fait de disposer d'un jugement et le fait de décider d'émettre ce jugement. Selon ce modèle, pour qu'un jugement soit exprimé, deux conditions doivent être remplies. Le juge doit disposer d'une impression, d'un contenu de jugement et il doit estimer que cette impression peut être émise

en tant que jugement valide. Autrement dit, certains critères de jugeabilité doivent être remplis. Les recherches menées dans le cadre de ce modèle ont notamment montré que lorsqu'un juge se croit informé sur la cible (Schadron, Yzerbyt, Leyens, & Rocher, 1994; Yzerbyt & Corneille, 1994) ou qu'il croit être un juge compétent (Caetano, Vala, & Leyens, 2001), son jugement est plus extrême, ainsi que sa confiance dans son jugement. Ce modèle considère également que l'observateur lui-même peut n'être pas conscient de la provenance de son opinion ou de l'origine de sa conviction, étant donné que nous ne sommes souvent pas conscients des déterminants de notre comportement (Bargh, 1999; Nisbett & Bellows, 1977; T. D. Wilson & Brekke, 1994).

Dans cette étude, de nombreux résultats sont mis en évidence sur la mesure de certitude, même si la plupart sont marginalement significatifs, donc à considérer avec prudence. Tout d'abord, on note un effet simple marginalement significatif de la conformité syntaxique des articles sur la certitude (c1), qui est en fait modulé par le niveau de lectorat des participants. Plus les participants sont lecteurs et plus ils sont plus sûrs de leur jugement après la lecture de l'article *congruent* et moins sûrs de leur jugement après la lecture des articles *extrémisé* et *incongruent* qui ne se différencient pas. Une interaction significative c2*lectorat montre que l'article *extrémisé* a un positionnement intermédiaire, les participants les plus lecteurs sont plus sûrs de leur jugement après la lecture de l'article *extrémisé* qu'après la lecture de l'article *incongruent*.

Une décomposition par type de consigne (exploratoire) précise ces interactions. En condition *identification*, l'effet des articles reste marginal et n'est pas modulé par le niveau de lectorat : tous les participants, quelque soit leur niveau de lectorat, sont plus sûrs de leur jugement après la lecture de l'article *congruent* qu'après la lecture des articles non-conformes. Cet effet est cohérent avec les résultats observés sur les évaluations de typicalité, objectivité et lisibilité. Les corrélations en condition *identification* montrent d'ailleurs que la typicalité perçue est liée à la certitude (mais pas l'objectivité ni la lisibilité). Les analyses de médiation vont dans ce sens en montrant que, en consigne d'*identification*, la typicalité médiatise l'effet de la conformité syntaxique (c1) sur la certitude. Par contre, ni l'objectivité perçue, ni la lisibilité perçue ne médiatisent l'effet de la conformité syntaxique sur la certitude. En perspective de *judgement*, l'effet des articles est modulé par le niveau de lectorat et l'article *extrémisé* entraîne un niveau intermédiaire de certitude. Plus les participants sont lecteurs et plus ils sont sûrs de leur jugement après l'article *congruent*, peu sûrs après avoir lu l'article *incongruent*, l'article *extrémisé* se positionnant entre les deux. Ces effets sont cohérents avec ceux observés sur la perception d'informativité et la corrélation entre informativité et

certitude montre que les deux sont liées. Ceci étant, l'analyse de médiation nuance ce lien puisqu'elle montre que l'informativité perçue ne médiatise pas l'effet du type d'articles sur l'informativité.

Enfin, les résultats de l'étude 6 ne mettent en évidence aucun effet du style des articles sur la mesure de culpabilité continue, de culpabilité dichotomique ou sur l'indice de confiance dans le jugement, que les participants soient en perspective *d'identification* ou de *jugement*. Cette absence de résultats est cohérente avec l'étude 5 et conduit à interroger l'hypothèse d'un effet de la conformité/non-conformité du style syntaxique de l'*enquête judiciaire* sur les jugements. Pourtant, Lepastourel & Testé (2004) avait mis en évidence un effet de la conformité/non-conformité du genre syntaxique *judiciaire général* sur les jugements de culpabilité. Les études 5 et 6 présentées ici, ne mettent pas en évidence d'effet de la conformité syntaxique du genre *enquête judiciaire* sur les jugements. Autrement dit, l'hypothèse selon laquelle la conformité stylistique d'un article au genre *enquête judiciaire* leur permet d'identifier le genre journalistique *d'enquête judiciaire* et d'évaluer les articles, semble plutôt vérifiée. Par contre, l'hypothèse selon laquelle la conformité syntaxique fournirait un cadre de jugement, permettant de formuler un jugement sur l'accusé, ne semble pas validée. La conformité des indices au contrat *d'enquête judiciaire* pourrait ne pas suffire pour emmener les lecteurs vers un jugement de culpabilité (i.e. dans le sens des informations préjudiciables fournies). Avec prudence, on pourrait faire l'hypothèse, puisque la conformité d'un article au genre *judiciaire* général encourage l'attribution de culpabilité (Lepastourel et Testé, 2004) que, peut-être, le genre typique *d'enquête judiciaire* contient des indices de stylistique qui, en soi, manifestent une certaine prudence, ce qui inhiberait les attributions de culpabilité. Avant de réfléchir plus précisément à la question des effets du style syntaxique sur les jugements, une synthèse de la première série d'étude (études 3, 4, 5, 6) a été faite.

5. Discussion des études 3, 4, 5, 6

Cette discussion vise à appréhender les études 3, 4, 5 et 6 les unes en rapport avec les autres et à mieux comprendre les effets de la conformité/non-conformité syntaxique journalistique de l'*enquête judiciaire*.

L'hypothèse générale de la thèse, mise à l'épreuve dans cette première série d'études, supposait un effet de la conformité des indices syntaxiques de l'*enquête judiciaire* sur l'identification de sa typicalité, les évaluations de crédibilité générale (mesurée par l'informativité, l'objectivité et la lisibilité de l'article) et les jugements de culpabilité.

Nous supposons que le respect du genre *enquête judiciaire* d'un article de presse (correspondant au contrat d'écriture *enquête judiciaire*), faciliterait l'identification du caractère typique de l'article, le contrat étant un système de reconnaissance permettant au lecteur de relier le texte lu et le contexte de situation (Charaudeau, 2004). Conformément aux effets observés par Georget et Chabrol (2000) sur les évaluations de messages publicitaires congruents, et à l'enjeu que constitue, pour les médias d'information, la crédibilité (Charaudeau, 2005), nous supposons également que la conformité syntaxique au genre typique de l'*enquête judiciaire* entraînerait des évaluations d'objectivité, lisibilité et informativité supérieures. Une autre hypothèse avait été formulée, concernant le respect du genre discursif typique de l'*enquête judiciaire* qui constituerait un cadre de jugement permettant d'attribuer une culpabilité plus sévère à l'accusé. Pour toutes les mesures, nous supposons que le non-respect du style typique de l'*enquête judiciaire*, apparaissant non-conformes aux attentes des participants (Burguet, 1999, 2000) entraînerait une perception de typicalité moindre, une évaluation de crédibilité moindre des articles et une attribution de culpabilité plus faible. Concernant l'effet de la non-conformité, deux hypothèses étaient testées, d'effet non-différencié (h1) ou d'effet différencié (h2) de la non-conformité. Enfin, conformément aux observations des journalistes sur la familiarité à la presse (Ferenczi, 2005) et aux propositions de la théorie du contrat de lectorat (Burguet, 1999, 2000), il était prévu que les effets de l'hypothèse générale soient modulés par le niveau de lectorat des participants, en étant plus forts chez les sujets les plus lecteurs d'articles judiciaires, comparativement aux sujets moins lecteurs.

Le tableau 48 présente une synthèse des résultats observés dans les études 4, 5 et 6.

Tableau 48 : Synthèse des études 4, 5 et 6

	c1	c2	Lectorat	c1	c2	Consigne	c1		c2	
	C > E = I	C > E > I		Lectorat	Lectorat		ident	Jugt	ident	Jugt
ETUDE 4										
Typicalité	X	X	-	X'	X'					
Objectivité	X	-	-	-	-					
Lisibilité	-	X	-	-	-					
Informativité	-	-	-	-	X'					
ETUDE 5										
Typicalité	-	-	-	X	-					
Objectivité	-	-	-	-	-					
Lisibilité	-	-	X	-	-					
Informativité	-	-	X	-	-					
Culpabilité	-	-	-	-	-					
Culp dichotomiq				X						
Certitude			X							
Indice c*c	-	-	-	-	-					
ETUDE 6										
Typicalité	X	-	-	-	-		X	-	X	-
Objectivité	-	-	-	-	-		X ^o	-	-	-
Lisibilité	-	X	-	-	-		X	-	X	-
Informativité	-	-	-	-	-	X'	-	*lect'	-	*lect''
						R > J				
Culpabilité	-	-	-	-	-					
Culp dichotomique										
Certitude	X'	-	X'	X	X	X'	X' ^o	*lect ^o	-	*lect ^o
			l > pl			R > J				
Indice c*c	-	-	-	-	-					

Indice c*c : indice de confiance dans le jugement ; C = congruent ; E = article extrémisé ; I = article incongruent ; Lect = niveau de lectorat ; l = lecteurs ; pl = peu-lecteurs ; Cons = consigne ; ident = consigne *identification* ; Jugt = consigne *jugement*. le signe ' indique un effet marginalement significatif : .05 < p < .10. ; le signe '' indique une significativité à p < .11 ; le signe ^o indique un effet obtenu par analyse exploratoire (i.e. un effet observé dans un type de consigne mais sans qu'il y ait d'interaction articles*consignes).

5. 1. Effet de la conformité du style sur l'identification de typicalité des articles

5. 1. 1. L'article *congruent* est identifié comme plus typique

Plusieurs résultats dans les études 3, 4, 5, 6 montre des effets de la conformité syntaxique des articles judiciaires sur leur identification, que ce soit lorsque les participants comparent l'article *congruent* à un article non-conforme *extrémisé* ou *incongruent* (étude 3) ou lorsqu'ils lisent un seul article (études 4, 5 et 6). Ces résultats indiquent que les participants ont bien une connaissance, au moins implicite, du style d'écriture typique de l'*enquête judiciaire* puisque le respect du genre *enquête judiciaire* (i.e. lecture d'un article conforme au style typique, *congruent*) favorise l'identification de l'article *congruent* comme plus *ressemblant à un véritable article* que les articles non-conformes. L'identification apparaît parfois modulée par le niveau de lectorat des participants. Dans les études 4 et 5, plus les participants sont lecteurs, plus ils identifient l'article *congruent* comme typique et les articles non-conformes comme moins typiques. L'habitué au style d'écriture d'*enquête judiciaire* semble augmenter les capacités d'identification, ce qui va dans le sens de la théorie du contrat.

Ces résultats suggèrent l'existence d'un schéma journalistique disponible en mémoire pour tous les participants, et particulièrement pour les plus-lecteurs. Les théories ayant initialement développées la notion de schéma ou de script (Bartlett, 1932; Rumelhart, 1980, Schank & Abelson, 1977) postulent effectivement que la structure canonique type (dans ces études, des récits) est fondée sur la notion de régularité. Dans les études de cette thèse, les résultats indiquent donc une sorte de schème langagier de l'*enquête judiciaire*, en partie acquis par l'intériorisation des régularités textuelles des discours connus (Georget & Chabrol, 2000). Ce schéma est, selon nous, à positionner dans la théorie du contrat de lectorat car elle revêt une dimension situationnelle et normative intéressante.

Enfin, le fait que les participants peu-lecteurs identifient, dans deux des études, les modifications de style, conduit à s'interroger d'une part sur le niveau d'exposition nécessaire pour intérioriser les régularités stylistiques d'un genre discursif, et d'autre part sur la généralité du genre *enquête judiciaire* entre les différents médias (radio, presse, tv). Cette question sera détaillée plus loin.

5. 1. 2. La non-conformité syntaxique ne suffit pas à expliquer l'identification

Si l'article *congruent* est toujours évalué comme le plus typique, des différences apparaissent quant à l'identification des deux articles non-conformes. En effet, l'étude 3 montrait déjà une évaluation différente des articles *extrémisé* et *incongruent*, le premier étant évalué plus

proche d'un véritable article que le second. Dans les études 4 et 6, on observe également que l'article *extrémisé* se situe dans une position intermédiaire (en terme de typicalité) aux articles *congruent* et *incongruent*. Dans l'étude 4, cet effet est modulé par le niveau de lectorat, seuls les plus-lecteurs le positionnent comme intermédiaire. Dans l'étude 6, en condition *identification*, ce sont tous les participants qui évaluent l'article *extrémisé* comme intermédiaire. Manifestement, l'article *extrémisé* est donc identifié comme plus typique que l'article *incongruent*, par les plus-lecteurs uniquement (étude 4) ou par tous les participants (étude 6). Rappelons que le nombre de caractéristiques stylistiques modifiés entre l'article *extrémisé* et l'article *congruent*, et le nombre de caractéristiques stylistiques modifiés entre l'article *congruent* et l'article *incongruent* sont les mêmes, la non-conformité syntaxique ne semble donc pas suffire à expliquer la perception de typicalité de ces deux articles non-conformes. Une explication serait que les participants identifient la non-conformité de l'article *extrémisé* mais que la présence d'indices stylistiques cohérents avec ceux du genre d'*enquête judiciaire* les conduit à identifier l'article *extrémisé* comme plus typique que l'article *incongruent* qui ne contient pas ces marques stylistiques. Certains indices de style de l'article *extrémisé* leur permettrait donc d'identifier (*a minima*) le contrat journalistique de l'*enquête judiciaire* (Ghiglione, 1984).

Selon nous, le fait que l'article *congruent* soit systématiquement évalué plus typique que les articles non-conformes et que l'article *extrémisé* ait parfois une position intermédiaire va dans le sens des propos tenus par Chabrol (1988) selon lesquels l'identification d'un contrat de communication est fondamentale pour la réception, ainsi que l'identification de « marques » permettant de repérer une stratégie discursive. Or, ces « marques », dans l'article *extrémisé*, sont, certes, en nombre non-respectueux du genre typique (i.e du contrat) mais sont cohérentes avec le genre typique de l'*enquête judiciaire*, ce qui pourrait expliquer les effets obtenus. Par ailleurs, cette différenciation des articles non-conformes suggère l'existence d'opérations de traitements parallèles (Frederiksen & Donin, 1991), c'est à dire à la fois basées sur les inférences à partir de schémas, et sur la structure textuelle. Selon Fayol (1985a), si un schéma sous-jacent dirige en partie le traitement (schéma d'*enquête judiciaire*), il apparaît également indispensable de rechercher les marques dans la surface textuelle (indices syntaxiques cohérents avec le genre *enquête judiciaire*). Des aller-retours pourraient donc opérer entre les schémas conditionnant les attentes (*concept-driven*) et les caractéristiques de textes guidant la lecture (*data-driven*).

5. 1. 3. L'identification de la conformité syntaxique varie en fonction des processus automatiques ou contrôlés de traitement

Les résultats des recherches 4, 5 et 6 semblent mettre en évidence des différences de traitement des articles en fonction du niveau de lectorat, dues aux consignes. Dans l'étude 4, quand la consigne orale explicite oriente les participants vers une identification, on observe un effet significatif sur tous les participants mais également une interaction marginalement significative avec le niveau de lectorat. Ces deux effets indiquent que tous les sujets identifient la conformité/non-conformité de style et que les plus-lecteurs y parviennent encore mieux. Dans l'étude 5, qui ne comporte pas de consigne incitant les participants à identifier le style, seuls les plus-lecteurs identifient la manipulation syntaxique. Enfin, dans l'étude 6, en condition d'*identification*, dans laquelle la consigne est très explicite, tous les participants identifient la conformité/non-conformité des articles et il n'y a pas de modulation par le lectorat. Les résultats vont donc dans le sens d'un effet de l'insistance sur l'identification stylistique sur la facilitation des traitements. Dans le même ordre d'idée, Gombert (1990) a passé en revue des travaux qui soulignent le rôle de la mémoire dans la possibilité de détecter des éléments "non-conformes" dans un texte. Dans ce cadre, certains chercheurs émettent par exemple l'hypothèse que les informations incongruentes peuvent ne pas être restituées en rappel, alors qu'elles sont présentes en mémoire et seraient activables dans une tâche de reconnaissance, c'est à dire si les participants sont guidés dans leur traitement (Vosniadou, Pearson, & Rogers, 1988).

Les plus-lecteurs semblent donc faire un traitement automatique de la conformité syntaxique tandis que les peu-lecteurs feraient un traitement contrôlé quand on leur indique de le faire. Les peu-lecteurs ont manifestement une connaissance du style d'écriture de l'*enquête judiciaire* qui, si on leur indique explicitement par consigne écrite ce qu'il faut chercher (étude 6), leur permet d'identifier un article conforme/non-conforme. Placés en consigne orale d'identification, moins explicite (étude 4), les peu-lecteurs parviennent à identifier la conformité syntaxique mais les plus-lecteurs y parviennent mieux. Enfin, sans aucune consigne (étude 5), les plus-lecteurs identifient le style typique de l'*enquête judiciaire*, apparemment automatiquement. Autrement dit, ces résultats indiquent que l'exposition au journalisme judiciaire, l'habitude au genre, facilite l'identification du style d'écriture de l'enquête judiciaire. Les plus-lecteurs identifient le style de manière automatique tandis que les peu-lecteurs ne traitent les indices liés au genre que de manière contrôlée, traitement plus coûteux.

Selon nous, ces résultats peuvent être rapprochés de ceux observés par Burguet (1999) sur les effets d'une charge cognitive sur le traitement d'articles de presse typiques *versus* non-typiques. Burguet suppose que la confirmation d'un schéma journalistique peut permettre « d'optimiser les

traitements langagiers par la mise en place de routines » (Burguet, 1999, p. 68). Dans une de ses études (1999), elle montre que l'introduction d'une variable distractive fait apparaître une différence de rappel des éléments de l'article de presse lu. En condition non-distractive, les participants ne font pas de rappels différents de l'article typique ou de l'article non-typique⁹⁹. Par contre, placés en condition distractive, les participants qui ont lu le texte non-typique fournissent une restitution moindre des éléments de l'article. L'auteur conclut que le fait d'avoir en mémoire une représentation du discours journalistique permet une certaine économie cognitive. Dans les études 4, 5 et 6, on peut penser que les plus-lecteurs, ayant une meilleure représentation du discours journalistique en mémoire, automatisent leurs traitements des articles de presse, quand les peu-lecteurs doivent contrôler ce type de traitement.

Enfin, ces effets nous semblent aller dans le sens d'un traitement automatique du genre typique (Meyer, 2000). Les plus-lecteurs traiteraient l'article de presse en prenant en compte les indices syntaxiques relatifs au genre. Un traitement heuristique, peu coûteux en ressources cognitives, leur permettrait donc de traiter les propriétés non-sémantiques ou dites de surface du message, i.e. moins dépendantes du contenu.

5. 2. Effet de la conformité du style sur les évaluations des articles

Au vu des résultats, il nous a semblé pertinent de différencier l'objectivité et la lisibilité perçue de l'informativité perçue.

5. 2. 1. Les évaluations d'objectivité et de lisibilité

L'étude 4 met en évidence des effets de la conformité/non-conformité du style des articles sur l'objectivité et la lisibilité perçue. L'article *congruent* est évalué plus objectif que les articles non-conformes par tous les participants, et l'article *congruent* est évalué plus lisible que l'article *extrémisé*, lui-même plus lisible que l'article *incongruent*, également par tous les participants. Dans la recherche 6, en consigne d'*identification*, ces effets de la conformité du style sur l'objectivité et la lisibilité observées dans l'étude 4, sont répliqués. Dans l'étude 5, aucun effet de la manipulation syntaxique n'est observé sur les deux mesures.

Selon nous, ces résultats peuvent, comme les résultats sur l'identification du caractère typique, s'expliquer par le fait d'avoir plus ou moins aiguillé le traitement des participants. D'une part, une consigne explicite d'identification (études 4 et 6, condition *identification*) met en évidence

⁹⁹ Dans son étude, cet article est nommé « canonique », elle en a retiré les expansions de crédibilité et de dramatisation typiques du style journalistique.

des effets de la conformité syntaxique sur les évaluations d'objectivité et de lisibilité. Par contre, la conformité du style n'a pas d'effets sur ces deux mesures dans la recherche 5 ou dans 6, en condition *jugement*.

Ces résultats valident l'hypothèse d'un effet de la congruence stylistique, puisque l'article *congruent* est perçu plus objectif et plus lisible que les articles non-conformes. Ils appuient ceux de Georget et Chabrol (2000) qui montraient que le caractère congruent des messages publicitaires, autrement dit la satisfaction des attentes des récepteurs, avaient des effets sur les évaluations de qualité. Dans leur étude, eu égard au genre étudié (la communication publicitaire), les auteurs évaluaient l'attractivité de la publicité, sa pertinence informative et sa capacité à valoriser le produit, autrement dit, selon nous, son niveau d'efficacité persuasive. Dans notre cas, le projet de la thèse d'élargissement de la théorie du contrat de lectorat au genre *enquête judiciaire* nous a conduit à évaluer la crédibilité des articles de presse judiciaire, *via* les dimensions d'objectivité de l'information, de lisibilité et d'informativité. Selon Charaudeau (2005), l'enjeu de crédibilité est en effet d'importance pour les médias d'information, l'efficacité persuasive pouvant dépendre de la crédibilité. Les études montrent ici que la congruence avec le genre *enquête judiciaire* a des effets sur la perception d'objectivité et de lisibilité (sous-dimensions de la crédibilité). En outre, dans les recherches 4 et 6, les analyses de médiation montrent que c'est la typicalité perçue qui médiatise les effets sur les évaluations d'objectivité et de lisibilité du message (même si, dans l'étude 6, pour la lisibilité, les médiations, correspondants à h1 et h2, par la typicalité, ne sont que partielles). Il semble donc que la conformité au genre typique et aux attentes des récepteurs (i.e. l'adéquation des caractéristiques syntaxiques de l'article *congruent* au contrat *enquête judiciaire* activé) permet d'évaluer l'objectivité et la lisibilité des articles de presse. Les médiations confirment donc la proposition de Meyer (2000) selon laquelle l'identification d'un genre détermine l'évaluation d'un message, ici l'objectivité et la lisibilité.

Cependant, dans les deux études, l'objectivité perçue et la lisibilité perçue ne sont pas modulées par le niveau de lectorat, ce qui ne va pas dans le sens de l'hypothèse de contrat de lectorat selon laquelle le niveau d'habitation au genre faciliterait les traitements. Concernant ces effets de la conformité syntaxique chez tous les participants, on pourrait faire l'hypothèse (déjà évoquée pour l'identification de typicalité) qu'une forme d'apprentissage implicite existerait, même chez les peu-lecteurs. Selon Georget (2004b), l'apprentissage implicite se ferait dans les situations quotidiennes durant lesquelles très peu de ressources sont allouées au traitement des messages. Dans ce cas, on pourrait parler d'une simple exposition perceptive. Les travaux de Zajonc (1980) ont montré que les stimuli perçus de façon répétée ont des effets sur les jugements de préférence, même en l'absence de reconnaissance des sujets. Cette explication doit être considérée avec

prudence puisque ces travaux ont été développés dans le champ de l'influence publicitaire, pour montrer que l'intensité du traitement cognitif dépend des effets de la familiarité avec la marque ou la catégorie de produit publicitaire. On peut aussi faire une hypothèse fondée sur ce que certains professionnels des médias nomment la « porosité d'un type de support à l'autre » (Mouriquand, 1997). Ainsi, le genre *enquête judiciaire* est peut être communs à différents médias, dont certains auxquels les sujets s'exposent plus (télévision, radio...). Cela compenserait la faible habitude de lecture de certains sujets. Il faudrait parler de style *enquête judiciaire médiatique* et non seulement de style *enquête judiciaire journalistique*. Vérifier une telle hypothèse supposerait de procéder à des analyses stylistiques comparatives entre médias.

Enfin, on remarque que, dans les études 4 et 6, l'article *extrémisé* suscite des évaluations intermédiaires aux articles *congruent* et *incongruent* en terme de lisibilité. Il est envisageable que l'objectivité perçue se fonde uniquement sur la perception de non-conformité, tandis que l'évaluation de la lisibilité serait fondée sur l'identification de certains indices, des « marques de surface » d'*enquête judiciaire*, identifiées par les participants en condition de lecture de l'article *extrémisé*. Comme précédemment, ce résultat indique que la non-conformité quantitative au contrat ne suffit pas à rendre compte de la lisibilité perçue des articles. Par ailleurs, indépendamment de la théorie du contrat, le fait que l'article *extrémisé* soit perçu aussi peu objectif que l'article *incongruent*, mais plus lisible que l'article *incongruent*, confirment qu'un style syntaxique peut avoir des effets différenciés sur des évaluations différentes des messages (e.g. Smith & Shaffer, 1995). Cela incite, dans les recherches sur les évaluations de messages médiatiques, à prendre en compte différents aspects de la qualité des messages.

5. 2. 2. L'évaluation d'informativité

Rappelons tout d'abord que les effets sur les évaluations de l'informativité sont tous marginalement significatifs. Dans l'étude 4, on observe un effet marginal de la conformité stylistique sur l'informativité perçue des articles, modulé par le niveau de lectorat. Plus les participants sont lecteurs, et plus ils évaluent l'article *congruent* comme informatif, l'article *extrémisé intermédiaire*, et l'article *incongruent* moins informatif. Cet effet n'est pas répliqué dans la recherche 5, ni dans la 6 en condition *identification*. Dans cette dernière, le fait de focaliser la lecture sur l'identification du style a peut-être détourné les participants de l'appréciation d'informativité. En effet, on peut supposer que le fait d'identifier un style ne relève pas de l'évaluation d'informativité. Les articles de presse contenant tous le même nombre d'informations, l'informativité perçue ne varie pas. Par contre, un effet marginalement significatif de la conformité, modulé par le niveau de lectorat, est observé en condition *jugement* de l'étude 6. On peut faire

l'hypothèse que les lecteurs, orientés vers une perspective de jugement, ont été sensibles à la manipulation stylistique. Ces deux résultats (à considérer avec précaution) indiquent donc que la conformité syntaxique peut, dans certaines circonstances, déterminer la perception d'information, apparemment uniquement chez les plus-lecteurs. Dans une certaine mesure, ces résultats sur l'informativité valident donc l'hypothèse du contrat de lectorat puisque les effets de la conformité syntaxique sont modulés par le niveau d'habitation au genre *enquête judiciaire* des participants.

En conclusion, les résultats suggèrent que le non-respect du genre discursif de l'*enquête judiciaire*, i.e. la perturbation des attentes des récepteurs, a bien certains effets sur les évaluations des articles. Ils sont cependant assez complexes dans la mesure où les résultats sur les perceptions d'objectivité et de lisibilité diffèrent de ceux sur l'informativité. Sur l'objectivité et la lisibilité, le non-respect du schéma relatif au contrat de genre altère l'évaluation d'objectivité et la lisibilité des articles. Cependant, il n'y a pas d'interaction avec le niveau de lectorat, ce qui pourrait s'expliquer par un apprentissage implicite des normes de discours et/ou par une certaine porosité médiatique. Sur l'informativité, on note une modulation par le niveau de lectorat : le non-respect du schéma relatif au contrat de genre altère l'informativité perçue par les lecteurs. Les résultats sur ces mesures posent en outre la question d'un effet différencié de la non-conformité des articles, l'article *extrémisé* étant plus lisible pour tous les participants, et un peu plus informatif pour les lecteurs. Sur ce point, précisons que l'extrémisation des caractéristiques ne conduit jamais à l'évaluation de l'article *extrémisé* comme plus objectif, plus lisible ou plus informatif que l'article *congruent*. Une évaluation plus positive de l'article *extrémisé*, aurait pu indiquer une transgression positive des normes d'écriture de l'*enquête judiciaire* conduisant à une « très bonne » évaluation (d'objectivité, de lisibilité, d'informativité) de l'article *extrémisé* (cf. la théorie de la violation des attentes, Burgoon & Burgoon, 2001). Ce n'est pas le cas dans ces études.

5. 3. Effet de la conformité du style sur les jugements

Les résultats des recherches 5 et 6 qui visaient à examiner les effets de la conformité de genre discursif typique sur les jugements, sont peu « probants ». Au vu des résultats, il nous a semblé pertinent de différencier les effets sur la mesure de certitude et les mesures de culpabilité.

5. 3. 1. Sur la certitude

Dans l'étude 5, aucun effet n'est observé. Par contre, l'étude 6 met en évidence plusieurs effets marginalement significatifs de la conformité stylistique sur la certitude. Ces effets sont à considérer avec précaution mais montrent que la conformité syntaxique au genre typique de

L'*enquête judiciaire* rend les sujets plus sûrs de leur jugement. En condition *identification*, pour tous les participants, l'article *congruent* conduit à une certitude plus forte que les deux articles non-conformes qui ne se différencient pas. En condition *jugement*, pour les participants les plus-lecteurs, l'article *congruent* entraîne une certitude plus forte que les deux articles non-conformes, l'article *extrémisé* ayant un effet intermédiaire. Les médiations indiquent, qu'en condition *identification*, l'identification de typicalité médiatise l'effet du style sur la certitude, et non l'objectivité ou la lisibilité perçue. En condition *jugement*, l'informativité perçue par les lecteurs ne détermine pas non plus l'effet du style des articles sur leur certitude. Autrement dit, les évaluations des messages ne semblent pas médiatiser les effets de la conformité syntaxique des articles sur la certitude tandis que l'identification d'un style typique médiatise les effets sur la certitude.

Ces résultats suggèrent que les attentes des récepteurs, à l'œuvre « lorsque l'enjeu est stabilisé, connu, partagé de même que les paramètres contractuels de la situation de communication » (Ghiglione & Chabrol, 2000, p. 9), pourraient être perturbé par un article non-conforme au genre discursif typique, ils sont alors moins un peu moins sûrs de leurs jugements. A l'inverse, le fait d'identifier un article écrit dans un style syntaxiquement conforme à un genre typique semble permettre aux sujets d'être un peu plus sûrs de leurs jugements. Cependant, les effets de la conformité syntaxique sur la certitude n'apparaissent que dans l'étude 6. Ils sont moins nombreux que les effets sur la typicalité et les évaluations d'objectivité et de lisibilité. Cela suggère que la non-conformité stylistique aurait davantage d'effet sur les traitements des messages. On pourrait faire l'hypothèse que l'adéquation d'un article au genre typique (i.e. la satisfaction d'un contrat) fournit un cadre de reconnaissance aux sujets, leur permettant d'identifier et d'évaluer la qualité d'un article, mais que l'adéquation d'un article au genre typique ne fournit pas un cadre de jugement suffisant pour être « vraiment » plus certains de leurs jugements. En outre, on constate dans ces études que la conformité syntaxique n'a pas d'effets sur l'orientation des jugements (culpabilité/innocence).

5. 3. 2. Sur l'attribution de culpabilité

L'étude 6 conduit à constater que la conformité syntaxique au genre *enquête judiciaire* ne déterminerait pas les jugements. La manipulation du style n'a aucun effet sur l'attribution de culpabilité (mesure continue et mesure dichotomique) ou sur l'indice de confiance dans la culpabilité/innocence. Les études 5 et 6 sont donc peu convaincantes quant à un effet de la seule conformité au genre *enquête judiciaire* sur la culpabilité. Il semble que l'adéquation de l'article au style typique de l'*enquête judiciaire* (article *congruent*) n'oriente pas les jugements dans le sens des

informations préjudiciables présentes dans l'article de presse, autrement dit, vers une attribution de culpabilité plus forte à l'accusé.

Cette absence de résultat est, à première vue, contradictoire avec Lepastourel et Testé (2004), ces auteurs ayant montré que la manipulation quantitative de la conformité d'article au contrat *judiciaire* a des effets sur l'attribution de culpabilité. Cependant, cette contradiction n'est en fait qu'apparente et peut s'expliquer dans la mesure où les manipulations du contrat *judiciaire* et du contrat de l'*enquête judiciaire* ont été faites selon des logiques différentes. Lepastourel et Testé (2004) manipulaient le contrat thématique *judiciaire* par rapport à d'autres thèmes journalistiques, particulièrement le thème *économique*. En outre, l'article utilisé dans leur étude relatait une affaire judiciaire dont le procès venait de s'achever. Dans les études 5 et 6 de cette thèse, l'objectif était de vérifier les effets de la conformité au contrat de l'*enquête judiciaire* (par rapport aux autres thèmes journalistique et aux autres phases judiciaires) sur les jugements et l'article utilisé relatait une enquête en cours.

Les études portaient donc sur des contrats différents, l'un *judiciaire* (vs thème économique), l'autre d'*enquête judiciaire*, donc une forme de sous-contrat judiciaire (vs autres thèmes et autres phases). La nature des manipulations était différente dans ces recherches. Tout d'abord, les articles expérimentaux relataient une enquête ou un procès. De plus, en terme de manipulations syntaxiques, l'article *congruent* était soit un article au style d'écriture *judiciaire*, soit d'*enquête judiciaire* et l'article *extrémisé* était soit un article accentuant le style *judiciaire*, soit un article accentuant le style de l'*enquête judiciaire*. Enfin, l'article *incongruent* était soit un article conforme au style *économique*, soit un article diminuant les caractéristiques spécifiques de l'*enquête judiciaire*.

Si la non-conformité quantitative affectait seule les jugements de culpabilité, une culpabilité moindre devrait être observée à la suite de la lecture des articles non-conformes, quelque soient ces articles, et quelque soit le contrat manipulé, *judiciaire* ou d'*enquête judiciaire*. Or, seul l'article *incongruent*, correspondant au genre *économique*, entraîne une diminution de la culpabilité perçue de l'accusé (Lepastourel & Testé, 2004). Le fait que cette diminution de la culpabilité n'apparaisse que chez les plus-lecteurs va néanmoins dans le sens d'un effet du style médiatisé par les attentes. On peut donc se demander si c'est la non-conformité au genre *judiciaire* qui a eu un effet, la conformité au genre *économique*, ou une combinaison des deux. Plus généralement, l'absence d'effet de la manipulation des caractéristiques stylistiques de l'*enquête judiciaire* sur les jugements pose la question des effets des indices syntaxiques sur les jugements judiciaires. Le point suivant envisage différemment les effets de style sur les jugements.

6. Vers une nouvelle manipulation du style

Dans les recherches 5 et 6, nous faisons l'hypothèse d'un effet indirect du style syntaxique sur les jugements, *via* l'identification du style des articles comme conformes/non-conformes. Cet effet n'apparaît pas du tout sur les jugements de culpabilité, un peu sur la certitude mais toujours de manière marginalement significative.

Cette absence de résultat peut suggérer deux choses : 1) soit le style n'a pas ou peu d'effets sur les jugements de culpabilité dans le cadre de la *publicité pré-procès*. Pourtant, des études montrent des effets du style sur, par exemple, les attributions de culpabilité à un accusé (Henley et al., 1995) ou sur la somme de dommages et intérêts versés à la victime (Erickson et al., 1978) 2) soit les effets observés par Lepastourel et Testé (2004), qui étaient interprétés en terme de conformité du style, dépendaient davantage de la nature des caractéristiques manipulées que de leur conformité contractuelle en soi. Autrement dit, ce serait plus la nature des caractéristiques syntaxiques manipulées qui jouerait un rôle que leur conformité à une norme d'écriture (même si les deux effets pourraient éventuellement se combiner).

Ces deux possibilités nous ont conduits à envisager les manipulations de la conformité stylistique de manière plus globale et à considérer d'éventuels effets « directs » des caractéristiques stylistiques. Deux types de caractéristiques stylistiques de la presse judiciaire ont particulièrement retenu notre attention : d'une part, ses caractéristiques *narratives*, d'autre part, ses caractéristiques argumentatives (*réalité possible/réalité affirmée*, Ghiglione, 1989).

Le prochain chapitre détaille plus précisément ces caractéristiques narratives et argumentatives, permettant ainsi de formuler de nouvelles hypothèses sur les effets du style d'écriture sur les jugements de culpabilité. Ces hypothèses seront mises à l'épreuve dans le cadre d'une deuxième série d'études (études 7, 8 et 9).

CHAPITRE VIII – LES EFFETS DU STYLE NARRATIF ET ARGUMENTATIF DE L'ENQUETE JUDICIAIRE

1. Introduction

La première série d'études (3, 4, 5 et 6) a examiné les effets d'articles de presse conformes et non-conformes au style syntaxique typique de l'*enquête judiciaire*, sur la typicalité perçue, l'évaluation des articles, et les jugements. Les résultats montrent que les sujets identifient les manipulations du style typique de l'*enquête judiciaire*, et ce d'autant mieux qu'ils sont plus lecteurs de presse judiciaire. Les effets de la conformité syntaxique sur les évaluations d'objectivité et de lisibilité sont médiatisés par l'identification des articles, ainsi que les effets (marginale­ment significatifs) sur l'informativité perçue et la certitude des sujets. Ces résultats vont plutôt dans le sens d'une identification des modifications stylistiques et suggèrent que les sujets ont bien certaines attentes stylistiques pré-programmées (Burguet, 1999) qui, non-satisfaites, entraînent une diminution de l'objectivité et de la lisibilité perçue, également une diminution (moindre) de l'informativité perçue. Par contre, les effets sur la certitude n'apparaissent que dans l'étude 6 et ils sont marginalement significatifs. En outre, la conformité/non-conformité syntaxique a un effet sur la certitude qui n'est pas médiatisé par la typicalité perçue ou par l'informativité perçue. Enfin, dans les études 5 et 6, on n'observe aucun effet sur les jugements de culpabilité.

Ces deux études suggèrent donc que la conformité syntaxique ne fournirait pas un cadre de jugement aux sujets favorisant la formation de jugements de culpabilité (i.e. dans le sens des informations préjudiciables présentes dans l'article). L'hypothèse selon laquelle la non-satisfaction des attentes en terme de style discursif (i.e. le non-respect du contrat manipulé par le biais d'une non-conformité quantitative) aurait des effets sur les jugements de culpabilité, semble remise en cause.

Ce constat nous a conduit à envisager la manipulation du contrat de manière plus globale. En effet, il est possible qu'une manipulation quantitative des indices stylistiques n'ait pas d'effets sur les jugements. Nous avons donc envisagé la manipulation stylistique de manière plus globale en nous intéressant à deux types de caractéristiques stylistiques : d'une part, les caractéristiques

narratives, d'autre part, les caractéristiques argumentatives (*réalité possible/réalité affirmée*, Ghiglione, 1989).

Pour ces deux types de caractéristiques, deux éléments ont retenu notre attention : 1/ les caractéristiques de style *narratives* et de type *réalité possible* sont plutôt caractéristiques des articles *judiciaires* et particulièrement de l'*enquête judiciaire* (cf. Lepastourel & Testé, 2004 et l'étude 1 de cette thèse), 2/ sur la base de plusieurs recherches, on peut supposer des effets « directs » des caractéristiques de style *narratives versus non-narratives* et des caractéristiques du style argumentatif *réalité possible versus réalité affirmée*.

1. 1. Le style d'écriture narratif versus non-narratif

1. 1. 2. Le style d'écriture narratif est caractéristique de l'enquête judiciaire

L'analyse d'articles *judiciaires* menés par Lepastourel et Testé (2004) et l'analyse 1 du style d'écriture d'articles de presse selon les sources et les phases (étude 1 de cette thèse) mettent en évidence que les caractéristiques typiques des articles *judiciaires* et des articles d'*enquête judiciaire* sont plutôt *narratives*.

Le style *narratif* est d'ailleurs cohérent avec les prescriptions professionnelles des journalistes qui recommandent d'écrire des récits. Les journalistes mettent en scène en racontant des histoires. Par exemple, De la Haye (2005) classe *la narration* parmi les formes dominantes du discours journalistique. Elle traverse, selon lui, « tout le champ de l'information parce qu'elle n'est pas seulement un ensemble de procédés stylistiques, [mais] un *cadre de compréhension* » (p. 136). Charaudeau (1992) estime, lui, que les faits-divers sont particulièrement écrits dans un style *narratif*.

Plus généralement, selon Chabrol (1988), tout événement induit une structure du « récit réaliste » car il appelle, pour être intelligible, à répondre aux questions : « Que s'est-il passé avant ? Que va-t-il se passer maintenant ? » (p. 151). Selon cet auteur, le média de presse, qui vise à informer, doit raconter pour rendre les événements significatifs et intelligibles. En effet, le lecteur ne veut pas seulement l'événement brut mais c'est plutôt l'introduction de l'événement dans une structure de récit qui lui fournit une pertinence dans le cadre du contrat informatif. De ce point de vue, un article accentuant les caractéristiques *judiciaires* et d'*enquête judiciaire*, pourrait être considéré comme plutôt cohérent avec l'enjeu narratif de l'information journalistique.

Sur cette base, on peut faire l'hypothèse que les sujets, lorsqu'ils lisent un article de presse relatant une *enquête judiciaire*, s'attendent à une narration journalistique. Conformément à

l'hypothèse d'effets d'attentes fondées sur la théorie du contrat de lectorat, on peut faire l'hypothèse qu'un article *narratif* sera évalué plus typique, plus crédible et devrait entraîner des jugements plus sévères qu'un article *non-narratif* (i.e. écrit dans un style général moins conforme au style de l'*enquête judiciaire*).

1. 1. 2. Les effets « directs » du style d'écriture narratif *versus* non-narratif

Indépendamment du fait que les articles d'*enquête judiciaire* soient plutôt des articles écrits dans un style narratif, plusieurs recherches permettent de supposer que des caractéristiques syntaxiques narratives peuvent avoir des effets « directs » sur la lisibilité perçue et les jugements.

Plusieurs recherches montrent notamment que les récits seraient plus faciles à traiter et à lire (De Villiers, 1974; Fayol, 1985a; Kintsch & Van Dijk, 1975; Murray, 1997; Van den Broek, 1994). Les effets de la narration peuvent, selon nous, être envisagés de deux façons : soit des indices linguistiques de la narration peuvent faciliter le traitement cognitif des phrases, donc l'activité de lecture et de compréhension (traitement bottom-up), soit les indices linguistiques de la narration font que l'article constitue pour les sujets une « bonne forme », la présence de ces indices conduisant à juger l'article plus lisible (traitement top-down, les sujets jugent la lisibilité du texte sur la base de leur théorie implicite sur ce que doit être un texte lisible). Sans préjuger du type de traitement à l'œuvre, on peut faire l'hypothèse qu'un article de presse *narratif* sera perçu par les lecteurs comme plus facile, plus agréable à lire.

D'autres recherches montrent que l'organisation d'informations sous forme de récit favorise les jugements de culpabilité portés à l'accusé, dans la mesure où les informations sont à charge. Les études sur le *story model* ont montré les effets de la construction narrative des événements sur les jugements de culpabilité dans le sens des informations fournies (Hastie & Pennington, 1995; Pennington & Hastie, 1988, 1992). Des recherches de Voss et collègues (Voss & Van Dyke, 2001; Voss, Wiley, & Sandak, 1999) précisent que la construction narrative ne compense pas l'absence de preuves. Leurs résultats montrent qu'une plaidoirie narrative totalement dépourvue de preuves, n'a pas d'effet sur les jugements. Par contre, si la plaidoirie contient un nombre suffisant de preuves et qu'elles sont organisées sous une forme bien construite de récit, les participants évaluent la plaidoirie de meilleure qualité et jugent l'accusé plus coupable. Une étude de Testé, Dumas, Lepastourel et Fernagut-Samson (2007) montre, en outre, que dans des articles de presse, le caractère détaillé du récit des faits affecte les jugements et les émotions ressenties à la lecture. A la suite d'articles écrits dans des formes narratives, les accusés sont jugés plus coupables et les émotions ressenties sont plus négatives. Enfin, une recherche de Knobloch, Patzig, Mende et Hastall (2004), dans laquelle les auteurs différencient narrations de fictions et narrations factuelles

(les deuxièmes incluant les articles de presse), montre notamment que les textes de fiction et les articles de presse, *via* leur structure de discours, ont des effets sur les émotions ressenties par les lecteurs.

Ces recherches suggèrent donc qu'un article narratif pourrait être perçu plus lisible et entraîner davantage de culpabilité, s'il contient des informations à charge (i.e. préjudiciables pour l'accusé). Dans le cas d'articles de presse d'*enquête judiciaire*, on peut donc faire l'hypothèse que les caractéristiques syntaxiques narratives, dans la mesure où les informations fournies sont préjudiciables à l'accusé, favoriseront les jugements de culpabilité.

1. 2. Le style d'écriture argumentatif (réalité possible *versus* réalité affirmée)

1. 2. 1. Le style d'écriture de l'*enquête judiciaire* est plutôt *réalité possible*

L'analyse 1 de description du style d'*enquête judiciaire* (cf. chapitre V) suggère que les articles d'*enquête judiciaire* sont davantage écrits dans un style type *réalité possible* que les articles *procès* ou *verdict*.

Quelques études ont montré qu'un discours (publicitaire), censé traduire un enjeu relevant du programme de *réalité affirmée*, et dont les traces langagières sont non-conformes à l'enjeu annoncé, est modifié par les sujets (en ôtant ou en remplaçant des mots du texte, Ghiglione, 1988 ; Ghiglione & Trognon, 1993). La non-conformité des traces langagières avec le programme cognitivo-discursif annoncé, les amène à modifier le texte afin de rétablir la cohérence traces-programmes. A l'inverse, en cas de cohérence entre les indices discursifs du texte et le programme annoncé, les textes ne sont pas modifiés¹⁰⁰. Sur cette base, on peut donc faire l'hypothèse suivante : un article d'*enquête judiciaire* écrit dans un style *réalité affirmée*, peu caractéristique de l'*enquête judiciaire*, devrait être évalué, conformément à l'hypothèse d'attentes de la théorie du contrat de lectorat, moins typique, moins crédible, et conduire à des jugements moins sévères.

Cette hypothèse peut également s'appuyer la notion d'attentes prédictives détaillées dans la théorie de la violation des attentes (Burgoon & Burgoon, 2001). Ces attentes prédictives découlent, selon ces auteurs, du caractère typique d'un comportement (verbal ou non-verbal) et de la régularité avec laquelle il apparaît. Les attentes prédictives peuvent être assimilées à des normes descriptives (basé sur la fréquence des comportements, i.e. ce que la plupart des autres font, Cialdini et al.,

¹⁰⁰ Précisons que, selon les auteurs (Ghiglione, 1988 ; Ghiglione & Trognon, 1993), ce résultat est à considérer avec précaution dans la mesure où l'identification de l'enjeu *via* les traces linguistiques n'a lieu que si le programme cognitivo-discursif est clairement identifiable. Dans les cas ambigus, l'identification est difficile pour les récepteurs, voire ne se fait pas.

1990; Reno et al., 1993). Ainsi, à la lecture d'un article relatant une *enquête judiciaire*, les lecteurs s'attendraient davantage à lire un article argumentant plutôt une *réalité possible*, caractéristique de l'*enquête judiciaire*. Un article ne violant pas ces attentes prédictives, serait donc évalué plus typique, plus crédible, et orientera les jugements des lecteurs dans le sens des informations fournies par le journaliste (ici, préjudiciables).

Dans le cadre de leur théorie, Burgoon et Burgoon (2001) distinguent les attentes prédictives des attentes prescriptives. Ces dernières tiennent compte d'aspects évaluatifs comportementaux comme le caractère approprié et la désirabilité du comportement. Elles peuvent être assimilées à des normes injonctives (basé sur la valeur des comportements, i.e. ce que la plupart des autres approuvent ou désapprouvent, Cialdini et al., 1990; Reno et al., 1993). Or, selon ces auteurs, certaines attentes peuvent être à la fois prédictives et prescriptives. Dans le cas de la presse d'information, on pourrait faire l'hypothèse que les attentes prédictives et prescriptives sont effectivement identiques. En effet, il est probable que les lecteurs valorisent plutôt un positionnement prudent du journaliste. Autrement dit, les sujets auraient tendance à apprécier qu'un journaliste respecte une certaine neutralité stylistique, qu'il soit prudent lorsqu'il énonce des informations. Dans ce cas, un article présentant la culpabilité d'un accusé comme une *réalité possible* (i.e. un positionnement prudent du journaliste) satisferait les attentes prescriptives des lecteurs. La prudence du journaliste inspirerait alors suffisamment confiance au lecteur pour qu'il oriente son jugement dans le sens des informations de culpabilité fournies dans l'article. À l'inverse, un style discursif *affirmé* n'inspirerait pas confiance au lecteur. Ce dernier tiendrait alors moins compte, dans son jugement, des informations à charge fournies dans l'article.

Charaudeau (1992) développe également l'idée que les récepteurs d'informations médiatiques peuvent avoir des attentes générales sur la manière appropriée de relater les informations médiatiques. Il souligne un paradoxe : « si l'informateur explicite son engagement [...] sur le mode de la *conviction*, affirmant la confiance qu'il a en sa source, l'information peut produire un effet paradoxal. Car, d'une part, l'informateur, en s'engageant sur la valeur de vérité de son information (je suis sûr que, je suis persuadé que...) insiste sur son adhésion à ce qu'il dit, mais d'autre part, cet engagement ne témoigne que de sa propre conviction et non de la valeur d'évidence de son propos. Si l'informateur explicite son engagement, mais cette fois sur le mode de la distance, en exprimant de la réserve, du doute, de l'hypothèse, voire de la suspicion, il peut se produire un effet paradoxal. D'une part, évidemment, la valeur de vérité de l'information se trouve atténuée mais d'autre part, l'explicitation du positionnement prudent de l'informateur lui donne du crédit, le rend digne de foi et permet de considérer l'information comme provisoirement vraie, jusqu'à preuve du contraire, les deux interlocuteurs se trouvant dans une position de pondération,

d'examen de la vérité » (Charaudeau, 1997, p. 53)¹⁰¹. Ces propos suggèrent que la prudence du journaliste, si elle atténue la vérité des informations, lui donne cependant du crédit, et permet au lecteur de considérer l'information comme vraie. Dans le cas d'un article fournissant des informations à charge (préjudiciables pour l'accusé), un article type *réalité possible*, en respectant un certain « contrat » de prudence, orienterait donc les jugements dans le sens de la culpabilité.

1. 2. 2. Les effets « directs » du style argumentatif *réalité possible* ou *réalité affirmée*

Indépendamment des effets d'attentes prédictives ou prescriptives du style argumentatif de l'*enquête judiciaire*, certaines études permettent d'envisager des effets « directs » du style argumentatif.

Selon Ghiglione (1989), les stratégies argumentatives sont structurées par trois modèles primaires (trois programmes cognitivo-discursifs) : *réalité à affirmer*, *réalité à construire* ou *réalité possible*, chaque modèle étant porteur de traces spécifiques. Selon cet auteur, ce sont les buts généraux que le sujet se construit au regard de la situation de communication (enjeux de la situation et attitudes vis-à-vis des objets en jeu), qui se traduisent par l'utilisation de certaines marques discursives précises. Les locuteurs mettent donc en scène des « mondes » spécifiques dont les traces langagières se distribuent comme présenté dans le tableau présenté dans le chapitre III.

Quelques recherches de Ghiglione et collègues ont montré que les caractéristiques argumentatives de type *réalité affirmée* (vs *réalité possible*) étaient plutôt utilisées par des personnes ayant une opinion extrême sur un sujet, et/ou impliqués par le thème (Ghiglione & Bromberg, 1990 ; Fourquet-Courbet & Courbet, 2004). Sur cette base, on peut faire l'hypothèse, inverse à la précédente, qu'un journaliste qui expose, de manière *affirmée*, des informations à charge pour l'accusé, conduira les lecteurs à juger l'accusé plus coupable. A l'inverse, un journaliste présentant la culpabilité de l'accusé davantage comme une « possibilité » parmi d'autres, encouragera les lecteurs à juger l'accusé plutôt innocent.

Une nouvelle série d'études a été conduite afin de prendre en compte ces deux types de caractéristiques stylistiques : *narratives* et *argumentatives*.

Concernant l'effet du type des caractéristiques syntaxiques narratives (présence *versus* absence des indices *narratifs*), on peut supposer deux types d'effets : 1/ soit les sujets sont influencés par la conformité stylistique (le style *narratif* étant plus proche du style judiciaire par

¹⁰¹ Selon Charaudeau (1992), les médias sont méfiants par rapport à ce dernier positionnement. Ils jouent volontiers de la suspicion par le jeu du questionnement et du doute, mais ils n'aiment guère dire qu'ils ne savent pas ou ne peuvent pas dire. Pourtant, selon Charaudeau, cela ne leur ôterait pas de crédit.

rapport à d'autres thèmes, et de *l'enquête* par rapport aux autres phases). Dans ce cas, un article écrit dans un style *narratif*, plus conforme, sera identifié comme plus typique, évalué plus crédible et entraînera des jugements de culpabilité plus sévères qu'un article écrit dans un style *non-narratif*, 2/ soit les sujets sont influencés par des effets plus « directs » des caractéristiques narratives. Dans ce cas, les articles narratifs devraient être évalués plus lisibles et les récepteurs devraient porter des jugements de culpabilité plus sévères.

On constate que concernant les effets des caractéristiques narratives, les deux types de considérations théoriques développés, premièrement, un effet de la conformité du style *narratif*, et deuxièmement, un effet plus « direct » des caractéristiques syntaxiques narratives, amènent à formuler des hypothèses allant dans le même « sens » sur la mesure de lisibilité perçue et les mesures de jugements : l'article *narratif* devrait être évalué plus lisible et entraîner des jugements de culpabilité plus sévères.

Concernant l'effet du type de programme cognitivo-discursif (réalité possible *versus* réalité affirmée), on peut supposer deux types d'effets : 1/ soit les sujets sont influencés par la conformité stylistique (*l'enquête judiciaire* étant plutôt écrit dans un style *réalité possible*), dans ce cas, un article écrit dans un style *réalité possible*, plus conforme, sera identifié comme plus typique, évalué plus crédible et entraînera des jugements plus sévères qu'un article écrit dans un style *réalité affirmée*, 2/ soit les sujets sont influencés par la « signification implicite » des caractéristiques et ils infèrent la culpabilité à partir de la confiance exprimée de manière implicite par le journaliste concernant la culpabilité du suspect. Un article écrit dans un style *réalité affirmée* serait donc plus persuasif et entraînerait des jugements plus sévères (dans la mesure où il contient des informations préjudiciables) qu'un article écrit dans un style *réalité possible*.

On constate que, concernant les effets des caractéristiques argumentatives, les deux types de considérations théoriques, premièrement un effet de la conformité du style *réalité possible*, deuxièmement un effet de la « signification implicite » des caractéristiques *affirmées* ou *possibles* conduisent, cette fois, à formuler deux hypothèses qui prédisent des effets différents sur la typicalité perçue, la crédibilité perçue et les jugements.

Les prochaines études visent à tester ces hypothèses. Tout d'abord, quatre articles expérimentaux ont été construits. Ils croisent les deux facteurs *narration* (narratif/non-narratif) et *argumentation* (affirmé/possible). Ensuite, les études 7 et 8 ont été menées pour répondre aux questions sur les effets du style *argumentatif* et *narratif* (« directs » et/ou dépendants d'attentes prédictives et prescriptives). Dans l'étude 7, deux articles seulement sont utilisés. Elle a pour but de

vérifier les effets du *style argumentatif* (*possible versus affirmé*) d'articles de presse d'enquête judiciaires narratifs. Dans l'étude 8, les quatre articles expérimentaux sont utilisés. Elle a pour objectif de vérifier les effets du *style narratif* (*narratif/non-narratif*) et du *style argumentatif* (*possible versus affirmé*). Enfin, sur la base des résultats observés dans ces deux études, une neuvième et dernière étude a été conduite. Le point suivant présente la construction des articles expérimentaux utilisés dans les études 7 et 8.

2. Construction de nouveaux articles expérimentaux¹⁰²

2. 1. L'enquête judiciaire relatée dans les articles

Les quatre articles utilisés dans les expériences 7 et 8 relatent la même enquête judiciaire que précédemment. Ils sont écrits selon le même canevas. Les articles présentent tous les mêmes informations factuelles préjudiciables pour un accusé : il a été formellement identifié par un témoin dont le témoignage a permis d'établir un portrait-robot et des traces d'ADN le mettent en cause. Les informations sont exactement les mêmes. L'article est présenté comme dans la première série d'expérience. Un titre annonce l'article (cette fois, le titre est manipulé) mais il n'est fait mention d'aucune source journalistique. L'article est signé par un journaliste qui n'existe pas.

2. 2. Critères de la manipulation des caractéristiques stylistiques

Les caractéristiques stylistiques manipulées dans les articles de presse relèvent du *type de réalité argumentée* (*possible versus affirmée*) et de la *narration* (*non-narratif versus narratif*).

Les caractéristiques du *type de réalité* sont les traces langagières correspondant aux programmes cognitivo-discursifs mis en évidence par les études du GRP (cf. tableau 49). Les déterminants définis ou indéfinis, le type de verbes et les modes, le type de connecteurs et de modalisations seront manipulés conformément aux programme 1 de *réalité affirmée* et au programme 3 *réalité possible*. Concernant les modalisations, les auteurs, quand ils évoquent les modalisations d'intensité, distinguent les modalisations d'intensité forte (par exemple, « énormément ») ou faible c'est à dire d'atténuation (par exemple, « un peu »). Considérant le projet de la thèse qui est d'étudier les effets de caractéristiques de discours non-sémantiques, c'est le nombre de modalisation d'intensité qui a été manipulé dans les articles expérimentaux. Les modalisations sont donc indifféremment intensives ou « atténuatives » mais leur nombre varie.

¹⁰² Les articles expérimentaux sont en annexe.

Les caractéristiques *narratives* sont le nombre d'opérateurs de temps (i.e. connecteurs et modalisations) car ils permettent de situer l'histoire d'un point de vue temporel, des verbes écrits au passé et des verbes déclaratifs, les joncteurs de cause et les pronoms relatifs qui témoignent d'un agencement de l'histoire en cause-conséquence.

Deux caractéristiques syntaxiques ont un statut particulier dans les manipulations puisqu'elles relèvent à la fois du *type de réalité* et du style *narratif*, les connecteurs de cause et les connecteurs d'addition. Concernant les connecteurs de cause, les récits se caractérisent par un nombre important de liens causaux (Fayol, 1985 ; Voss & Van Dyke 1999), ils sont donc plus nombreux dans les articles narratifs (*vs* non-narratifs). Les connecteurs de cause sont également caractéristiques de la *réalité à construire*, intermédiaire à la *réalité affirmée* et la *réalité possible*. Dans ce cas, ils ont été manipulés à la fois comme caractéristique *narrative* (plus de connecteurs de cause dans les articles narratifs, moins dans les articles non-narratifs) et comme caractéristique *argumentative* en considérant qu'un nombre important de connecteurs de cause témoignait plutôt d'une *réalité possible*, et qu'un nombre faible de connecteurs causaux correspondait plutôt à une *réalité affirmée*. Concernant les connecteurs d'addition : ils sont caractéristiques du style *narratif* car, dans les récits, des faits et événements sont énumérés. Ils sont également caractéristiques de la *réalité affirmée*, correspondant à une énumération de plusieurs arguments allant dans le même sens. Comme les connecteurs de cause, ils ont donc été considérés comme des caractéristiques des styles narratifs et argumentatifs, i.e. les manipulations ont été faites de manière additive en fonction des modalités des deux variables stylistiques.

Enfin, parmi les caractéristiques argumentatives, les modalités ne sont pas manipulées, les mêmes modalités déontiques pouvant revêtir un sens très différent selon le contexte discursif (Charaudeau, 1992). Nous précisons également que le fait de manipuler des caractéristiques *narratives* ou *argumentatives* conduit à ne plus manipuler les pronoms personnels (je, vous, nous, il...) et, donc, les citations.

Tableau 49 : *Détails des manipulations stylistiques argumentatives (réalité possible/affirmée) et narratives (narratif/non-narratif)*¹⁰³

	Style général plutôt narratif	Style général plutôt non-narratif
Réalité possible	<ul style="list-style-type: none"> - verbes écrits au passé - des opérateurs de temps - des pronoms relatifs - connecteurs de cause - connecteurs addition 	<ul style="list-style-type: none"> - verbes écrits au présent - peu d'opérateurs de temps - pas de pronoms relatifs - pas de connecteurs de cause - pas de connecteurs addition
Réalité affirmée	<ul style="list-style-type: none"> - déterminants indéfinis - verbes déclaratifs et statifs - modes indicatif et conditionnel - modalisations de doute et intensives médianes - joncteurs comparaison et opposition (blocs) - connecteurs addition 	<ul style="list-style-type: none"> - déterminants indéfinis - verbes déclaratifs et statifs - modes indicatif et conditionnel - modalisations de doute et intensives médianes - joncteurs comparaison et opposition (blocs) - pas de connecteurs addition
	<ul style="list-style-type: none"> - verbes écrits au passé - des opérateurs de temps - des pronoms relatifs - connecteurs de cause - connecteurs addition 	<ul style="list-style-type: none"> - verbes écrits au présent - peu d'opérateurs de temps - pas de pronoms relatifs - pas de connecteurs de cause - pas de connecteurs addition
	<ul style="list-style-type: none"> - déterminants définis - verbes factifs et statifs - mode indicatif - modalisations d'affirmation et d'intensité fortes - connecteurs de cause - connecteurs addition 	<ul style="list-style-type: none"> - déterminants définis - verbes factifs et statifs - mode indicatif - modalisations d'affirmation et d'intensité fortes - connecteurs de cause - connecteurs addition

¹⁰³ Nous rappelons que des exemples des catégories stylistiques manipulées sont fournis dans la partie résultat de l'étude 1.

2. 3. Vérification du style des articles expérimentaux

Le style des articles expérimentaux a été vérifié au moyen du logiciel Tropes. Le tableau 50 présente les indices manipulés. Le tableau présentant toutes les caractéristiques des articles est en annexe.

Tableau 50 : *Etudes 7 et 8 - Caractéristiques syntaxiques des articles expérimentaux constituant la variable indépendante « type d'article » et qui opérationnalisent le caractère « narratif/non narratif » et « réalité possible versus affirmée » des articles de presse d'enquête judiciaire*

	Narratif Possible	Non-Narratif Possible	Narratif Affirmé	Non-Narratif Affirmé
Nombre de Mots	477	481	490	503
Connecteurs de cause	1	0	2	1
Connecteurs d'addition	8	3	14	8
Connecteurs de temps	2	0	2	0
Connecteurs d'opposition	5	5	1	1
Connecteurs de comparaison	2	0	2	0
Modalisations de temps	11	11	2	2
Modalisations d'affirmation	0	0	6	6
Modalisations de doute	3	3	0	0
Modalisations d'intensité	8	8	18	18
Verbes factifs	32	32	40	38
Verbes statifs	13	13	13	14
Verbes déclaratifs	20	18	11	10
Mode indicatif	46	46	47	43
Mode conditionnel	3	3	1	1
Temps présent	19	40	18	37
Temps passé	47	25	46	25
Pronoms relatifs	9	6	9	6
Déterminants définis	3	3	9	9
Déterminants indéfinis	6	6	0	0

L'écriture d'un article d'environ 500 mots revêt certaines contraintes en terme d'écologie du matériel. Nous avons donc construit les articles « narratif/non narratif » et « réalité possible/affirmée » de sorte à ce que le matériel soit écologique, ce qui peut parfois expliquer certains écarts entre les critères théoriques de manipulation et les manipulations expérimentales (par exemple, dans cette études pour la manipulation des verbes statifs ou le mode indicatif).

3. Etude 7 : Les effets du style d'écriture argumentatif

L'objectif général de cette étude est de vérifier les effets du *style argumentatif* (*possible versus affirmé*) d'articles de presse d'enquête judiciaires narratifs sur l'évaluation des messages de presse et les jugements de culpabilité.

3. 1. Méthode

3. 1. 1. Population

125 personnes ont participé à cette étude (âgées de 16 à 71 ans ; $M = 29$ ans ; $E-T = 12.85$). 71 participants étaient de sexe féminin, 54 de sexe masculin. Cette population est composée d'étudiants en histoire-géographie et en sciences humaines et sociales de l'université Rennes 2 ($n = 30$) ainsi que de tout-venants ($n = 95$). Leur participation était volontaire et non-rémunérée.

3. 1. 2. Matériel

- *Variable indépendante* « type d'articles »

Les articles expérimentaux utilisés étaient des articles variant sur la dimension argumentative du style : soit *réalité affirmée*, soit *réalité possible*. Les participants étaient répartis aléatoirement dans l'une des deux conditions expérimentales : 63 personnes lisaient l'article *affirmé*, et 62 l'article *possible* (les deux sont des articles *narratifs*). Un numéro était attribué aux articles expérimentaux (1, 2 ou 3). Cette numérotation était contrebalancée et distribuée de manière équivalente dans les conditions expérimentales.

- *Variables dépendantes*

- *Le questionnaire de crédibilité*

Il est composé des 12 échelles d'évaluation de la crédibilité. Comme dans les précédentes études, deux versions du questionnaire étaient distribuées : 61 personnes ont été placées en condition « ordre » du questionnaire, 64 autres en condition « inverse ».

Une vérification de la structure du questionnaire (méthode d'extraction en axes principaux ; méthode de rotation promax avec normalisation de Kaiser, 3 facteurs demandés) a été effectuée. Elle met en évidence 3 facteurs aux valeurs propres supérieures à 1¹⁰⁴ qui rendent compte de 58.54

¹⁰⁴ Une analyse factorielle avec tous les facteurs aux valeurs propres supérieures à 1 fait apparaître un quatrième facteur saturé (valeur propre = 1.26) par les items de *dramatisation* et *profits* (qui saturent tout de même le troisième facteur) et l'item *citations*.

% de la variance. Les items supposés évaluer l'objectivité et la lisibilité contribuent significativement à deux facteurs d'objectivité et de lisibilité et on retrouve le même résultat sur le facteur d'informativité : l'item *nombre de citations* ne contribue pas au facteur informatif.

Tableau 51 : *Etude 7 - Contributions des items aux facteurs d'objectivité, lisibilité, informativité, valeurs propres et pourcentages de variance expliquée*

	Facteurs		
	1	2	3
Facile à lire	.77	-	-
Agréable à lire	.73	-	-
Phrases bien construites	.70	-	-
Présentation organisée	.62	-	-
L'affaire est détaillée	-	.82	-
Informations sur les victimes	-	.76	-
Informations sur l'accusé	-	.63	-
Article objectif	-	-	.76
But est de faire des profits	-	-	-.71
Confiance en l'article	-	.34	.50
Dramatise l'information	-	.35	-.40
<i>Nombre de citations</i>			
Valeurs propres	3.88	1.72	1.43
% de variance expliquée	32.30	14.33	11.91

Note. La rotation a convergé en 4 itérations. Seuls les contributions supérieures à .30 sont indiquées.

Tableau 52 : *Etude 7 - Corrélations entre les trois facteurs d'objectivité, lisibilité, informativité*

Facteur	Lisibilité 1	Informativité 2	Objectivité 3
Lisibilité	1		
Informativité	.48	1	
Objectivité	.51	.44	1

Le facteur 1 est le facteur de lisibilité et le facteur 2 celui d'informativité. Le facteur 3 est donc le facteur d'objectivité. Ces trois facteurs sont modérément corrélés entre eux. Sur la base de ces résultats, un score d'objectivité a été calculé avec les 4 items du facteur de d'objectivité (α de Cronbach = .61)¹⁰⁵ et un score de lisibilité a été calculé avec les 4 items du facteur 1 de lisibilité (α de Cronbach = .78). Le score d'informativité a été calculé sur les 3 items restants (α de Cronbach = .74), la mesure *citations* ne contribuant plus à ce facteur¹⁰⁶.

- *La mesure d'identification de l'article*

¹⁰⁵ Après inversion des items « dramatisation de l'information » et « cet article a été écrit dans le but de faire des profits ... ».

¹⁰⁶ Pour cette raison, les résultats obtenus sur la mesure de citations ne seront pas abordés.

Cet item était identique à celui utilisé dans la première série d'études.

- *Les mesures de jugement*

Les mêmes mesures de jugements ont été utilisés. Le même contre-balancement d'ordre du questionnaire a été fait : 64 participants devaient évaluer le message juste après la lecture de l'article puis devaient formuler des jugements. 61 personnes devaient formuler des jugements immédiatement après la lecture de l'article puis évaluer le message. Comme dans les précédentes études et pour les mêmes raisons, les effets du contre-balancement seront fournis en note de bas de page.

- *Variables contrôles et questions d'informations générales*

Toutes les mesures sont identiques à celles utilisées dans l'étude 6.

- *Mesure du « niveau de lectorat » (variable indépendante invoquée)*

L'indice d'exposition aux articles judiciaires a été calculé comme précédemment. Le produit de la fréquence d'exposition journalistique générale (recodée de 1 à 5) et de l'exposition spécifique au judiciaire (de 0 à 5) a été calculé. L'indice judiciaire s'échelonne de 0 à 25.

3. 1. 3. Procédure

Les passations se sont déroulées d'une part dans les bibliothèques de sections histoire - géographie et sciences sociales, au « rayon presse », d'autre part en centre-ville de Rennes à l'hôtel Anne de Bretagne. Dans la première situation, l'expérimentatrice abordait les personnes qui lisaient le journal et leur demandait de participer à une expérience. S'ils acceptaient, ils étaient conduits dans une salle et le fascicule leur était distribué. Considérant les résultats des études 5 et 6, une consigne donnant peu d'informations sur le déroulement de l'expérience a été utilisée pour cette étude, afin, notamment d'éviter les effets de réactance observés avec la consigne *jugement*. Les participants devaient ensuite lire un des 2 articles expérimentaux puis répondre aux variables dépendantes et contrôles. Les passations étaient individuelles et les fascicules « article de presse / questionnaire » étaient distribués de manière totalement aléatoire. Les sujets n'avaient aucune contrainte de temps, ni pour la lecture de l'article, ni pour répondre au questionnaire. Une fois l'expérience terminée, les sujets étaient débriefés sur les hypothèses expérimentales. Dans la seconde situation, les participants étaient interpellés par un expérimentateur de Rennes 2 qui leur demandait s'il souhaitait participer à une recherche. La passation était ensuite la même que celle détaillée pour les étudiants.

3. 2. Hypothèses et mode de traitement des résultats

Considérant, d'une part, le fait que les discours de type *réalité affirmée* soient davantage tenus par des personnes ayant des opinions extrêmes, d'autre part, le fait que les articles d'*enquête judiciaire* respecte plutôt un style d'écriture type *réalité possible* (d'où certaines attentes prédictives) et que les lecteurs valorisent vraisemblablement un positionnement prudent du journaliste (Charaudeau, 1992, d'où certaines attentes prescriptives générales), nous formulerons, dans cette étude, une hypothèse alternative des effets du style *argumentatif*.

α h1 : Cette hypothèse prévoit que les caractéristiques stylistiques de *réalité affirmée* devraient orienter les jugements des participants dans le sens des informations préjudiciables présentes dans l'article, donc à juger l'accusé plus coupable et à être plus sûrs de leur jugement.

Dans ce cas, nous ne formulons pas d'hypothèse précise sur la typicalité perçue, sur les évaluations de crédibilité des articles ou sur la modulation des effets par le lectorat.

α h2 : Considérant le contexte de communication journalistique dans laquelle ils sont placés, cette hypothèse alternative prévoit que les participants s'attendent à des articles *réalité possible* (i.e. pas trop affirmatifs et développant plutôt une possibilité d'ouverture à d'autres mondes). Un article *réalité possible* sera dans ce cas identifié comme plus typique à un article *judiciaire*, sera évalué plus crédible (plus informatif, plus lisible et plus objectif) et devrait encourager les sujets à juger l'accusé plus coupable et à être plus sûrs de leur jugement. Si les participants se fondent sur des attentes, les effets prévus par cette hypothèse générale devraient être modulés par le niveau de lectorat.

Le traitement des variables dépendantes continues se fera de nouveau par régression linéaire, ce qui permet de conserver la variable *niveau de lectorat* en forme continue (Brauer, 2002). Dans cette étude, la variable indépendante *type d'articles* est catégorielle : deux articles seulement sont utilisés. Dans chaque analyse de régression, la variable catégorielle *type d'articles* (*affirmé* codé -1 et *possible* codé + 1), la variable continue de lectorat et la variable d'interaction *articles*lectorat* sont entrées simultanément. Comme dans les études précédentes, les résultats sont présentés par variable dépendante. La variable dépendante dichotomique de verdict sera traitée par méthode de comparaison de modèles.

3. 3. Résultats

3. 3. 1. Résultats sur les évaluations du message

Le tableau 53 récapitule les statistiques descriptives du type d'article sur les évaluations des articles de presse.

Tableau 53 : *Etude 7 - Récapitulatif des moyennes et (écart-types) de la mesure de typicalité et des mesures de crédibilité en fonction de l'article*

	Article <i>affirmé</i> n = 63		Article <i>possible</i> n = 62	
Typicalité (1-10)	4.10	(2.60)	4.10	(2.59)
Objectivité perçue (1-10)	5.80	(1.94)	5.78	(1.63)
Lisibilité perçue (1-10)	6.16	(1.99)	6.24	(1.93)
Informativité perçue (1-10)	4.97	(1.90)	4.75	(1.71)

- Sur la *typicalité*¹⁰⁷

Aucun résultat n'apparaît : l'effet du type d'articles est non-significatif, $F(3, 118) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$) ainsi que le niveau de lectorat des sujets, $F(3, 118) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$ et l'interaction entre le type d'article et le niveau de lectorat, $F(3, 118) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$.

- Sur le *facteur d'objectivité*¹⁰⁸

Aucun résultat n'apparaît : l'effet du type d'articles est non significatif, $F(3, 117) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, ainsi que le niveau de lectorat des sujets, $F(3, 117) = 1.61$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0.013$, et l'interaction entre le type d'article et le niveau de lectorat, $F(3, 117) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$.

- Sur le *facteur de lisibilité*¹⁰⁹

Aucun résultat n'apparaît : l'effet du type d'articles est non significatif, $F(3, 118) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, ainsi que le niveau de lectorat des sujets, $F(3, 118) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0.013$, et l'interaction entre le type d'article et le niveau de lectorat, $F(3, 118) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$.

¹⁰⁷ Mettre l'ordre ne fait apparaître aucun effet.

¹⁰⁸ L'introduction de la variable ordre dans le plan met en évidence une interaction entre le type d'articles et l'ordre du questionnaire ($F(5, 115) = 4.24$, $p < .04$, $r_{\text{partial}}^2 = 0.04$). En condition *évaluations/jugements*, l'article *affirmé* est évalué plus objectif ($M = 6.32$) que l'article *possible* ($M = 5.64$). En condition *jugements/évaluations*, l'article *affirmé* est évalué moins objectif ($M = 5.34$) que l'article *possible* ($M = 5.92$).

¹⁰⁹ Mettre « l'ordre du questionnaire » dans le plan ne fait apparaître aucun effet.

- Sur le facteur d'informativité¹¹⁰

Aucun résultat n'apparaît : l'effet du type d'articles est non significatif, $F(3, 119) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, ainsi que le niveau de lectorat, $F(3, 119) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0.013$, et l'interaction entre le type d'article et le niveau de lectorat, $F(3, 119) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$.

3. 3. 2. Résultats sur les mesures de jugement

Le tableau 54 récapitule les statistiques descriptives du type d'article sur les jugements à l'issue de la lecture des articles.

Tableau 54 : *Etude 7 - Récapitulatif des moyennes et (écart-types) des jugements en fonction de l'article*

	Article affirmé n = 63	Article possible n = 62
Culpabilité (1-10)	5.98 (2.22)	5.55 (2.30)
Certitude (1-10)	5.13 (2.52)	4.69 (2.49)
Indice c*c (-10 à10)	2.27 (5.29)	-0.83 (5.28)

Note. indice c*c = indice de confiance dans le jugement

- Sur l'échelle de culpabilité¹¹¹

L'effet du type d'articles est non-significatif, $F(3, 119) = 1.07$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, ainsi que le niveau de lectorat des sujets, $F(3, 119) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, et l'interaction entre le type d'article et le niveau de lectorat, $F(3, 119) = 1.35$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0.01$.

Cependant, un examen des moyennes montre que les sujets jugent l'accusé un peu plus coupable après la lecture de l'article *affirmé* qu'après la lecture de l'article *possible* ($M_{\text{Affirmé}} = 5.98$ versus $M_{\text{Possible}} = 5.55$).

- Sur la mesure dichotomique de culpabilité

Comme dans les études 5 et 6, pour toutes les analyses, la variable *niveau de lectorat* continue de 0 à 25 a été dichotomisée par la médiane. Les participants sont donc répartis en deux groupes : les peu-lecteurs (de 0 à 5 sur l'indice de lectorat ; n = 63) et les lecteurs (de 6 à 25 sur l'indice de lectorat ; n = 60).

¹¹⁰ L'introduction de la variable « ordre » dans le plan met en évidence un effet significatif de l'ordre du questionnaire ($F(5, 117) = 4.96$, $p < .03$, $r_{\text{partial}}^2 = 0.04$). Les articles sont évalués plus informatifs en *évaluations/jugements* ($M = 5.15$) qu'en *jugements/évaluations* ($M = 5.54$).

¹¹¹ Mettre « l'ordre du questionnaire » dans le plan ne fait apparaître aucun effet.

Analyse 1

Tableau 55 : Etude 7 - Distribution des jugements selon le type d'article lu et le niveau de lectorat

Article	Niveau de lectorat	Verdicts		Modèle sélectionné
		Coupable	Innocent	BIC = 27.37 ($t^* = 2$)
Possible	Peu lecteurs	7	19	1
	Lecteurs	15	17	1
Affirmé	Peu lecteurs	23	9	3
	Lecteurs	17	10	3

* Les deux paramètres du modèle sont représentés par les chiffres 1 et 3 dans la colonne. Un même chiffre représente une même probabilité d'apparition de l'événement.

Dans cette étude, le modèle le plus explicatif des données observées est le modèle théorique prédit par l'hypothèse 1. Il indique que la probabilité d'obtenir un verdict de culpabilité est moins importante après avoir lu l'article *possible* qu'après avoir lu l'article *affirmé*. Le niveau de lectorat des participants ne module pas cet effet.

Analyses 2 et 3

Un *chi2* effectué par condition expérimentale confirme que dans la condition *possible*, les participants sont plus nombreux à porter un jugement d'innocence ($n = 36$) que de culpabilité ($n = 22$), $chi2(1) = 3.38$, $p < .06$. Le niveau de lectorat ne module pas cet effet ($chi2(1) = 2.42$, *ns*). Dans la condition *affirmée*, les participants sont plus nombreux à attribuer un jugement de culpabilité ($n = 41$) que d'innocence ($n = 19$), $chi2(1) = 8.07$, $p < .005$. Le niveau de lectorat ne module pas cet effet ($chi2(1) = 0.53$, *ns*).

- Sur la certitude dans le jugement ¹¹²

L'effet du type d'articles est non-significatif, $F(3, 114) < 1$, *ns*, $r_{partial}^2 = 0$, ainsi que le niveau de lectorat, $F(3, 114) < 1$, *ns*, $r_{partial}^2 = 0$. L'interaction entre le type d'article et le niveau de lectorat est également non-significative, $F(3, 114) = 2.48$, *ns*, $r_{partial}^2 = 0.02$.

Cependant, sur cette variable, l'introduction de la variable *ordre du questionnaire* dans le plan fait apparaître un effet lié aux hypothèses : l'effet d'interaction *articles*lectorat* devient

¹¹² Il n'apparaît pas d'effets de la variable *ordre du questionnaire* hormis l'effet d'interaction *articles*lectorat* qui devient marginalement significatif ($F(5, 112) = 2.83$, $p < .10$, $r_{partial}^2 = 0.025$), cf. dans le texte.

marginalement significatif ($F(5, 112) = 2.83, p < .10, r_{\text{partial}}^2 = 0.03$). Après avoir lu l'article *affirmé* ou *possible* ($M = 5.03$ vs $M = 5.08$), les peu-lecteurs ont la même certitude. Par contre, les lecteurs sont plus sûrs de leur jugement après la lecture de l'article *affirmé* ($M = 5.28$) qu'après la lecture de l'article *possible* ($M = 4.38$). Nous précisons cette interaction mais nous ne la détaillerons pas davantage considérant qu'elle est très marginalement significative et qu'elle n'apparaît que si l'ordre du questionnaire est dans le plan.

- Sur l'indice de certitude dans la culpabilité/innocence ¹¹³

Le type d'articles explique significativement les données observées, $F(3, 114) = 9.97, p < .002, r_{\text{partial}}^2 = 0.08$: les participants sont plus sûrs de la culpabilité de l'accusé après avoir lu l'article *affirmé* ($M_{\text{Affirmé}} = 2.27$) qu'après avoir lu l'article *possible* ($M_{\text{Possible}} = -0.83$). Le niveau de lectorat des sujets n'est pas explicatif des données ($F(3, 114) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$), ni l'interaction entre le type d'article et le niveau de lectorat ($F(3, 114) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$).

3. 3. 3. Corrélations entre les variables dépendantes

L'examen des corrélations (coefficient de Bravais-Pearson) permet de détailler les liens entre les variables dépendantes, cf. tableau 56.

Tableau 56 : Etude 7 - Corrélations entre les variables dépendantes d'évaluation du message et les variables de jugement

	typicalité	objectivité	lisibilité	informativité	culpabilité	certitude	Indice c*c
Typicalité	1						
Objectivité	.19*	1					
Lisibilité	.43***	.40***	1				
Informativité	.37***	.27***	.34***	1			
Culpabilité	.04	.06	.23**	.14	1		
Certitude	.25**	.14	.06	.27***	.16	1	
Indice c*c	.14	.20*	.19*	.22*	.63***	.18*	1

Note. *** $p < .001$; ** $p < .01$; * $p < .05$; indice c*c : indice de confiance dans le jugement

Les corrélations montrent que la mesure de typicalité perçue et les mesures de crédibilité du message sont significativement corrélées. La corrélation entre la mesure de typicalité perçue et l'objectivité perçue est la plus modérée. Dans cette étude, seule la lisibilité est significativement corrélée avec la culpabilité ($r = .23$). La typicalité de l'article et l'informativité perçue sont significativement corrélées avec la certitude (respectivement $r = .25$ et $r = .27$), mais ni l'objectivité,

¹¹³ Mettre l'ordre dans le plan ne modifie pas les effets décrits et il n'apparaît pas non plus d'effets de la variable ordre elle-même.

ni la lisibilité. Enfin, les mesures d'objectivité, lisibilité et informativité perçues sont toutes significativement corrélées avec l'indice de confiance dans le jugement mais relativement faiblement (objectivité : $r = .20$; lisibilité : $r = .19$ et informativité $r = .22$).

Dans cette étude, les médiations n'ont pas été examinées puisque la manipulation du style *argumentatif* n'a d'effet ni sur la typicalité perçue, ni sur les évaluations des articles.

3. 4. Synthèse des résultats et discussion de l'étude 7

Le tableau 57 présente une synthèse des résultats de l'étude 7. Les effets significatifs ou marginalement significatifs sont indiqués par des croix.

Tableau 57 : Etude 7 - Synthèse des résultats

	Facteur réalité (A vs P)	Facteur lectorat	Facteur réalité Lectorat
Typicalité	-	-	-
Objectivité	-	-	-
Lisibilité	-	-	-
Informativité	-	-	-
Culpabilité	-	-	-
Culpabilité dichotomique	X	-	-
Certitude	-	-	X'
Indice c*c	X	-	-

Note. A = affirmé ; P = possible

Tout d'abord, dans cette étude, il n'apparaît pas d'effet de la manipulation syntaxique sur la typicalité perçue ou sur les mesures d'évaluations des articles, ce qui suggère que, si la conformité/non-conformité syntaxique au style typique de l'*enquête judiciaire* détermine ce type de variables (cf. première série d'études), ce ne semble pas être le cas d'une proximité stylistique plus générale.

Par contre, conformément à l'hypothèse 1, on note un effet significatif du programme cognitivo-discursif (*affirmé/possible*) sur la culpabilité dichotomique et sur l'indice de certitude dans la culpabilité/innocence : l'article *affirmé* conduit les participants à juger l'accusé plus coupable, et à se sentir plus certains de la culpabilité qu'ils attribuent.

Puisque l'article *possible*, plus conforme au style de l'*enquête judiciaire*, entraîne une culpabilité moindre que l'article *affirmé* (moins conforme), ce ne serait donc pas la proximité syntaxique qui détermine les attributions de culpabilité. Les sujets semblent influencés par la

« signification implicite » des caractéristiques *affirmées* et *possibles*. Ils infèrent la culpabilité ou l'innocence de l'accusé à partir de la confiance exprimée, de manière implicite, par le journaliste. Autrement dit, si le journaliste expose des informations préjudiciables à l'accusé de manière *affirmée*, les jugements vont dans le sens de la culpabilité. A l'inverse, si le journaliste expose des informations préjudiciables à l'accusé de manière plus prudente, les récepteurs semblent tenir moins compte des informations à charge présentes dans l'article et l'accusé est davantage jugé innocent.

Dans cette étude, il apparaît donc que la non-satisfaction des attentes descriptives et/ou prescriptives n'a pas l'effet supposé par l'hypothèse 2. Autrement dit, contrairement à ce qui était supposé au regard du style typique des articles d'*enquête judiciaire* (attentes descriptives) et au regard d'une valorisation possible du positionnement prudent du journaliste (attentes prescriptives) comme pouvant donner confiance dans les propos tenus par le journaliste (ici les informations à charge), l'article *narratif possible* n'oriente pas le jugement des sujets dans le sens des informations culpabilisantes fournies dans l'article. On constate donc que, si un positionnement prudent du journaliste est davantage valorisé socialement, dans les faits, au moment de la lecture, une présentation affirmée du journaliste oriente les jugements dans le sens des informations fournies, ici préjudiciables. L'exposition *affirmée* de certaines informations semble donc plutôt indiquer « l'adhésion du journaliste quant à la valeur de vérité de l'information » et offrir aux sujets un « cadre de jugement » suffisant pour orienter leurs jugements dans le sens des informations de l'article. A l'inverse, une présentation *possible* semble atténuer la « valeur de vérité des informations ». Nous reviendrons ultérieurement sur le paradoxe souligné par Charaudeau (1997).

Pour conclure, rappelons que les articles utilisés dans l'étude 7 varient uniquement sur le type de style *argumentatif*, puisque ce sont tous deux des articles *narratifs*. L'étude 8 va permettre de répondre à la question de l'effet des caractéristiques syntaxiques *narratives versus non-narratives* sur les jugements. Elle a pour objectif d'appréhender les effets du style d'écriture argumentatif (*affirmé vs possible*) et du style d'écriture narratif (caractéristiques *narratives* présentes *vs* absentes) des articles de presse d'*enquête judiciaire* sur la typicalité perçue, l'évaluation des articles de presse et les jugements de culpabilité. Considérant les résultats de l'étude 7 qui suggèrent que la satisfaction d'attentes prédictives ou prescriptives ne rend pas compte des jugements judiciaires, seule l'hypothèse h1, relative à des effets du style (non-médiatisés par la conformité), sera testée.

4. Etude 8 : Les effets du style d'écriture argumentatif et du style d'écriture narratif

L'étude 8 a pour objectif d'appréhender les effets du style d'écriture argumentatif (*affirmé vs possible*) et du style d'écriture narratif (caractéristiques *narratives* présentes vs absentes) des articles de presse d'*enquête judiciaire* sur la typicalité perçue, l'évaluation des articles de presse et les jugements de culpabilité. Considérant les résultats de l'étude 7 qui suggèrent que la satisfaction d'attentes prédictives ou prescriptives n'explique pas les effets sur les jugements judiciaires, seule l'hypothèse h1, relative à des effets des indices stylistiques, sera testée.

4. 1. Méthode

4. 1. 1. Population

248 personnes ont participé à cette étude (âgées de 17 à 85 ans, 1 participant n'a pas indiqué son âge ; $M = 30.8$ ans ; $E-T = 13.78$). 127 participants étaient de sexe féminin, 121 de sexe masculin. Cette population était composée d'étudiants en sciences humaines et sociales de l'université Rennes 2 ($n = 52$) ainsi que de tout-venants ($n = 196$). Leur participation était volontaire et non-rémunérée.

4. 1. 2. Matériel

- *Variable indépendante « type d'article »*

Les articles expérimentaux utilisés étaient les articles variant sur la dimension argumentative du style (*réalité affirmée vs réalité possible*) et sur sa dimension narrative (*narrative vs non-narrative*). Les participants étaient répartis aléatoirement dans une condition expérimentale : 61 personnes devaient lire l'article *narratif affirmé*, 63 participants devaient lire l'article *narratif possible*, 64 participants devaient lire l'article *non-narratif affirmé*, 60 participants devaient lire l'article *non-narratif possible*. Un numéro était attribué aux articles expérimentaux (1, 2, 3 ou 4) afin d'induire chez le sujet l'idée que plusieurs articles étaient utilisés dans la recherche. Cette numérotation était contrebalancée et distribuée de manière équivalente dans les conditions expérimentales.

- *Variables dépendantes*

- *Le questionnaire de crédibilité*

Il est composé des 12 items d'évaluation de la crédibilité générale : 125 personnes ont été placées en condition « ordre » du questionnaire, 123 autres en condition « inverse ».

Une vérification de la structure du questionnaire (méthode d'extraction en axes principaux ; méthode de rotation non-orthogonale promax avec normalisation de Kaiser, 3 facteurs demandés) a été effectuée sur les items. Elle met en évidence 3 facteurs aux valeurs propres supérieures à 1¹¹⁴ qui rendent compte de 54.68 % de la variance. Conformément aux attentes, les items supposés évaluer l'objectivité et la lisibilité contribuent significativement à deux facteurs d'objectivité et de lisibilité. On retrouve le même résultat sur le facteur d'informativité : l'item *nombre de citations* ne contribue pas au facteur informatif ni à aucun autre facteur.

Tableau 58 : *Etude 8 - Contributions des items aux facteurs d'objectivité, lisibilité, informativité, valeur propre et variance expliquée par chaque facteur*

	Facteurs		
	1	2	3
Dramatise l'information	-.77	-	-
But est de faire des profits	-.76	-	-
Article objectif	.60	-	-
Confiance en l'article	.52	-	-
Informations sur les victimes	-	.82	-
L'affaire est détaillée	-	.70	-
Informations sur l'accusé	-	.65	-
Facile à lire	-	-	.79
Phrases bien construites	-	-	.69
Agréable à lire	-	-	.67
Présentation organisée	-	-	.44
<i>Nombre de citations</i>	-.10	.26	-.01
Valeurs propres	3.80	1.77	1.54
% de variance expliquée	29.22	13.63	11.84

Note. Seules les contributions supérieures à .30 sont indiquées.

¹¹⁴ Il apparaît un quatrième facteur saturé par l'item *citations* (valeur propre = 1.02).

Tableau 59 : *Etude 8 - Corrélations entre les trois facteurs*

Facteur	1 lisibilité	2 informativité	3 objectivité
Lisibilité	1		
Informativité	.49	1	
Objectivité	.49	.50	1

Le facteur 1 est le facteur d'objectivité et le facteur 2 celui d'informativité. Le facteur 3 est donc le facteur de lisibilité. Ces trois facteurs sont modérément corrélés entre eux. Sur la base de ces résultats, un score d'objectivité a été calculé avec les 4 items du facteur de crédibilité (α de Cronbach = .72)¹¹⁵ et un score de lisibilité a été calculé avec les 4 items du facteur 1 de lisibilité (α de Cronbach = .72). Le score d'informativité a été calculé sur les 3 items restants (α de Cronbach = .70), la mesure *citations* ne contribuant pas à ce facteur¹¹⁶.

- *La mesure d'identification de l'article*

Cet item est identique à celui utilisé dans les études précédentes.

- *Les mesures de jugement*

Les mesures de jugements sont identiques à celles utilisées dans les études précédentes. De nouveau, l'ordre des items de jugement et des items d'évaluations de la typicalité et de la crédibilité a été contre-balancé. 125 participants devaient évaluer l'article juste après la lecture de l'article puis devaient formuler des jugements. 123 personnes devaient formuler des jugements immédiatement après la lecture de l'article puis devaient évaluer l'article. Les effets du contre-balancement seront fournis en note de bas de page.

- *Variables contrôles et questions d'informations générales*

Toutes les mesures sont identiques à celles utilisées dans les études précédentes.

- *Mesure du « niveau de lectorat » (Variable indépendante invoquée)*

L'indice de lectorat a été calculé comme dans les études précédentes. Le produit de la fréquence d'exposition journalistique générale (recodée de 1 à 5) et de l'exposition spécifique au judiciaire (de 0 à 5) a été calculé. L'indice d'exposition aux articles judiciaires s'échelonne de 0 à

¹¹⁵ Après inversion des deux items « dramatisation » et « profits ».

¹¹⁶ Pour cette raison, les résultats obtenus sur la mesure de citations ne seront pas abordés.

25. Il sera traité en variable continue dans les analyses de régression et dichotomisé dans l'analyse de comparaisons de modèles.

4. 1. 3. Procédure

Les passations se sont déroulées en partie dans les bibliothèques de sections sciences humaines et sciences sociales, au « rayon presse », ainsi qu'en centre-ville de Rennes à l'hôtel Anne de Bretagne. Dans les deux cas, les personnes étaient interpellées par un expérimentateur de Rennes 2 qui leur demandait s'il souhaitait participer à une recherche. S'ils acceptaient, ils étaient conduits dans une salle et le fascicule leur était distribué. La consigne était identique à celle utilisée dans l'étude précédente. Les participants devaient ensuite lire un des 4 articles expérimentaux puis répondre aux variables dépendantes et contrôles. Les passations étaient individuelles et les fascicules « article de presse/ questionnaire » étaient distribués de manière totalement aléatoire. Les sujets n'avaient aucune contrainte de temps, ni pour la lecture de l'article, ni pour répondre au questionnaire. Une fois l'expérience terminée, les sujets étaient débriefés sur les hypothèses expérimentales.

4. 2. Hypothèses et traitement des résultats

α h1 : L'hypothèse 1 prévoit qu'un article au style *narratif* sera perçu plus lisible qu'un article au style *non-narratif*. Les trois facteurs d'évaluations des messages étant corrélés, nous faisons l'hypothèse que le style narratif, pourra, par extension, être évalué plus objectif et plus informatif. Enfin, conformément aux hypothèses formulées notamment dans le cadre du story model (e.g. Pennington & Hastie, 1992), nous supposons que les caractéristiques syntaxiques *narratives* entraîneront davantage de culpabilité que les articles aux caractéristiques syntaxiques *non-narratives*.

α h2 : Conformément aux propositions faites par le GRP sur les effets du style argumentatif, nous supposons que le style *affirmé* entraînera des jugements plus sévères que le style *possible*, et une certitude plus grande dans le jugement. Nous ne formulons pas d'hypothèses précises quant aux effets du style argumentatif sur la typicalité perçue ou les évaluations des articles.

α h3 : La combinaison des caractéristiques *narratives* et *affirmées* devrait entraîner des jugements plus sévères. L'hypothèse 3 prévoit que l'article *narratif affirmé* entraînera les jugements les plus sévères, tandis que l'article *non-narratif possible* entraînera les jugements les moins sévères. Les articles *narratif possible* et *non-narratif affirmé* devraient être intermédiaires (et équivalents) en terme de qualité et en terme d'effets sur les jugements.

Pour tester les hypothèses h1 et h2, une analyse de régression multiple a été conduite incluant comme variables indépendantes le facteur « *narratif/non-narratif* », le facteur « *affirmé/possible* », le niveau de lectorat, et les interactions *narratif*lectorat* et *réalité*lectorat*.

L'hypothèse h3 d'un effet « additif » des caractéristiques de style est testée par une méthode des contrastes. Rappelons que cette méthode est particulièrement adaptée lorsque l'on prévoit des effets précis par rapport à l'ordre de plus de deux moyennes. Elle a l'avantage de tester chaque écart entre moyennes, et évite un *F* omnibus indiquant des différences globales entre moyennes¹¹⁷. Un contraste d'intérêt (c4) a été créé ainsi que 2 contrastes (c5 et c6) pour tester la variance résiduelle¹¹⁸. Les données observées sont considérées comme correspondant au modèle théorique lorsque deux conditions sont remplies : a) le contraste d'intérêt doit être significatif, b) la somme des *F* associés aux 2 contrastes résiduels doit être non-significative (Brauer, 2005 ; Abelson & Prentice, 1997).

Tableau 60 : *Etude 8 - Contraste d'intérêt c4 et vérification du caractère orthogonal et centré des contrastes c5 et c6*

	c4	c5	c6	Somme c4+5+6	c4*c5	c4*c6	c5*c6
Narratif possible	0	-2	+1	-1	0	0	-2
Narratif affirmé	+1	+1	+1	3	1	1	1
Non narratif possible	-1	+1	+1	1	-1	-1	1
Non narratif affirmé	0	0	-3	-3	0	0	0
Sommes	0	0	0	0	0	0	0

Les trois contrastes ont été rentrés simultanément comme variable indépendante dans une analyse de régression multiple pour chaque variable dépendante. L'hypothèse h3 est validée si : a) le contraste c4 est significatif, b) la somme des *F* associés aux contrastes c5 et c6 est non-significative. Dans la même analyse de régression multiple, la variable de lectorat continue (centrée) teste la part d'explication du niveau de lectorat sur les données observées. Sont également mises dans la régression les variables d'interaction *c4*lectorat*, *c5*lectorat* et *c6*lectorat*. L'hypothèse d'interaction est validée si : a) l'interaction *c4*lectorat* est significative, b) la somme des *F* associés aux interactions *c5*lectorat* et *c6*lectorat* est non-significative. Dans cette étude,

¹¹⁷ Pour un détail des fondements et des raisons de l'utilisation de cette méthode, cf. l'encadré méthodologique qui présente la méthode pour l'étude 4.

¹¹⁸ Rappelons que pour tester la variance résiduelle, il faut créer *m-1* contrastes orthogonaux centrés, ceux-ci n'ayant pas forcément de sens théorique mais permettent d'utiliser tous les degrés de libertés.

nous ne formulons pas d'hypothèses précises sur la modulation des effets par le niveau de lectorat. Nous préciserons tout de même les effets liés à cette variable.

Les médiations éventuelles du style des articles sur les jugements par la typicalité perçue et les évaluations du message seront également examinées.

4. 3. Résultats

4. 3. 1. Résultats sur la perception du caractère typique et les évaluations du message

Le tableau 61 présente les statistiques descriptives sur les mesures d'évaluation des articles.

Tableau 61 : *Etude 8 - Récapitulatif des moyennes et (écart-types) de la typicalité et des mesures de crédibilité en fonction de l'article*

		Non-narratif	Narratif	Total
Typicalité (1-10)	R possible	4.37 (2.58)	4.25 (2.48)	4.31 (2.52)
	R affirmée	4.11 (2.70)	4.48 (2.66)	4.29 (2.68)
	Total	4.24 (2.63)	4.36 (2.56)	
Objectivité (1-10)	R possible	5.46 (1.68)	5.82 (1.85)	5.65 (1.77)
	R affirmée	5.56 (1.83)	5.88 (2)	5.72 (1.92)
	Total	5.51 (1.75)	5.85 (1.92)	
Lisibilité (1-10)	R possible	5.93 (1.69)	6.26 (1.75)	6.10 (1.72)
	R affirmée	5.56 (1.69)	6.49 (1.67)	6.02 (1.74)
	Total	5.74 (1.69)	6.37 (1.71)	
Informativité (1-10)	R possible	5.17 (1.78)	5.04 (1.77)	5.11 (1.77)
	R affirmée	4.80 (2.04)	5.18 (1.79)	4.98 (1.92)
	Total	4.98 (1.92)	5.11 (1.78)	

Note. R possible = réalité possible ; R affirmée = réalité affirmée

- Sur la typicalité¹¹⁹

L'analyse 1 relative aux effets par facteur ne met aucun résultat en évidence. Les effets des caractéristiques *narratives*, $F(5, 240) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, des caractéristiques *argumentatives* $F(5, 240) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, du niveau de lectorat $F(5, 240) = 1.02$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, et des interactions *narratif*lectorat*, $F(5, 240) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, et *argumentatif*lectorat*, $F(5, 240) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, sont tous non significatifs.

L'analyse 2 relative à l'effet *additif* des caractéristiques de style ne met aucun résultat en évidence : le contraste c4 $F(7, 238) = 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$ et l'interaction c4*niveau de lectorat sont non-significatifs, $F(7, 238) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$.

¹¹⁹ Mettre l'ordre dans le plan ne fait apparaître aucun effet de la variable.

- Sur le facteur d'objectivité ¹²⁰

L'analyse 1 relative aux effets par facteurs ne met aucun résultat en évidence. Les effets des caractéristiques *narratives*, $F(5, 239) = 2$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0.1$, des caractéristiques *argumentatives*, $F(5, 239) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, du niveau de lectorat $F(5, 239) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, et des interactions *narratif*lectorat*, $F(5, 239) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, et *argumentatif*lectorat*, $F(5, 239) = 1.96$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0.1$, sont tous non-significatifs.

L'analyse 2 relative à l'effet *additif* des caractéristiques de style ne met aucun résultat en évidence : le contraste c4, $F(7, 237) = 1.72$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, et l'interaction c4*niveau de lectorat sont non-significatifs, $F(7, 237) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$.

- Sur le facteur de lisibilité ¹²¹

L'analyse 1 relative aux effets par facteurs met en évidence un effet des caractéristiques *narratives* sur la lisibilité des articles $F(5, 240) = 8.25$, $p < .001$, $r_{\text{partial}}^2 = 0.3$: les articles *narratifs* ($M = 6.37$) sont évalués plus lisibles que les articles *non-narratifs* ($M = 5.74$). Aucun autre résultat n'apparaît. Les effets du style *argumentatif*, $F(5, 240) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, du niveau de lectorat $F(5, 240) = 1.43$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, et des interactions *narratif*lectorat*, $F(5, 240) = 1.08$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, et *argumentatif*lectorat*, $F(5, 240) = 1.96$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0.1$, sont tous non-significatifs.

L'analyse 2 relative à l'effet *additif* des caractéristiques de style met en évidence que le contraste c4 explique les données de façon marginalement significative, $F(7, 238) = 2.71$, $p < .10$, $r_{\text{partial}}^2 = 0.01$ mais que le test de la variance résiduelle est également significatif, $F(7, 238) = 7.68$, $p < .01$, $r_{\text{partial}}^2 = 0.03$. L'hypothèse h3 d'effet *additif* sur l'attribution de lisibilité n'est donc pas validée. L'interaction c4*niveau de lectorat est non-significative, $F(1, 238) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$.

- Sur le facteur d'informativité ¹²²

L'analyse 1 relative aux effets par facteur ne met pas en évidence d'effet des caractéristiques *narratives*, $F(5, 240) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, ou *argumentatives*, $F(5, 240) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$. Par contre, on observe un effet simple du niveau de lectorat des participants $F(5, 240) =$

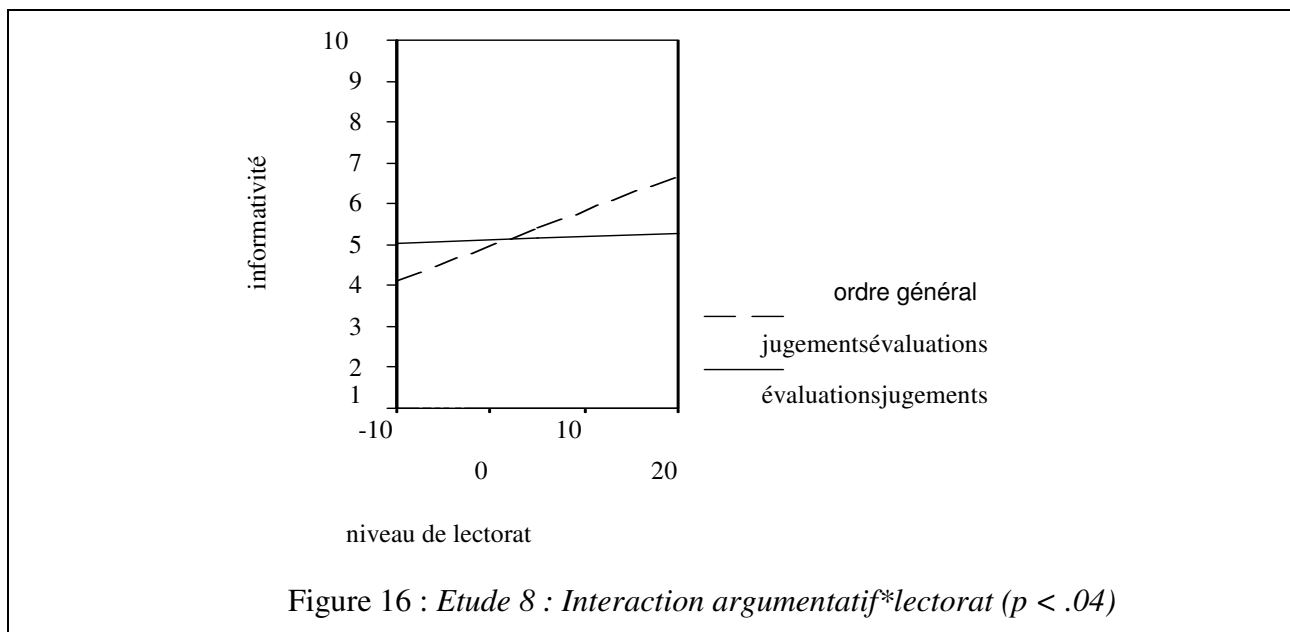
¹²⁰ Mettre l'ordre dans le plan fait apparaître un effet simple de l'ordre du questionnaire ($F(9, 235) = 3.67$, $p < .05$, $r_{\text{partial}}^2 = 0.01$). Les participants évaluent les articles plus objectifs en condition *qualité/jugement* ($M = 5.91$) qu'en condition *jugement/qualité* ($M = 5.46$).

¹²¹ Mettre l'ordre dans le plan ne fait apparaître aucun effet de la variable.

¹²² Mettre l'ordre dans le plan met en évidence une interaction niveau de lectorat*ordre $F(9, 236) = 4.52$, $p < .04$, $r_{\text{partial}}^2 = 0.02$: en condition *jugements/évaluations*, plus les participants sont lecteurs et plus ils évaluent les articles informatifs. En condition *évaluations/jugements*, il n'y a pas d'effet du niveau de lectorat.

5.01, $p < .03$, $r_{\text{partial}}^2 = 0.02$. Plus les participants sont lecteurs, plus ils trouvent les articles informatifs.

Cette analyse met, par contre, en évidence une interaction du facteur *argumentatif* avec le niveau de lectorat $F(5, 240) = 4.30$, $p < .04$, $r_{\text{partial}}^2 = 0.02$. Plus les participants sont lecteurs, plus ils évaluent les articles *affirmés* plus informatifs que les articles *possibles*.



L'analyse relative à l'effet additif des caractéristiques ne met en évidence aucun résultat : le contraste c4, $F(7, 238) < 1$, ns , $r_{\text{partial}}^2 = 0$, et l'interaction c4*niveau de lectorat sont non-significatifs, $F(7, 238) = 2.28$, ns , $r_{\text{partial}}^2 = 0$.

4. 3. 2. Résultats sur les mesures de jugement

Le tableau 62 présente les statistiques descriptives sur les jugements.

Tableau 62 : Etude 8 - Récapitulatif des moyennes et (écart-types) des mesures continues de jugement en fonction de l'article

		Non-narratif	Narratif	Total
Culpabilité (1-10)	R possible	5.07 (1.86)	5.85 (2.25)	5.47 (2.10)
	R affirmée	5.64 (1.87)	6.25 (2.13)	5.94 (2.05)
	Total	5.36 (1.88)	6.05 (2.19)	
Certitude (1-10)	R possible	5.08 (2.20)	5.02 (2.36)	5.05 (2.28)
	R affirmée	4.90 (2.70)	4.25 (2.56)	4.58 (2.54)
	Total	4.99 (2.46)	4.64 (2.48)	
Certitude dans le jugement	R possible	-0.82 (5.56)	-0.63 (5.49)	-0.72 (5.50)
	R affirmée	-0.52 (5.51)	1.12 (4.91)	0.28 (5.27)
	Total	-0.66 (5.51)	0.22 (5.26)	

Note. R possible = réalité possible ; R affirmée = réalité affirmée

- Sur l'attribution de culpabilité¹²³

L'analyse relative aux effets par facteur met en évidence un effet simple du style *narratif*, $F(5, 240) = 7.24, p < .01, r_{\text{partial}}^2 = 0.03$: les participants jugent l'accusé davantage coupable après la lecture des articles *narratifs* ($M = 6.05$) qu'après la lecture des articles *non-narratifs* ($M = 5.36$).

Cette analyse met également en évidence un effet marginalement significatif du style *argumentatif*, $F(5, 240) = 3.54, p < .06, r_{\text{partial}}^2 = 0.02$: les participants jugent l'accusé davantage coupable après la lecture des articles *réalité affirmée* ($M = 5.94$) que *réalité possible* ($M = 5.47$). Il n'y a pas d'autres résultats significatifs : le niveau de lectorat, $F(5, 240) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$, les interactions *narratif*lectorat*, $F(5, 240) = 1.88, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0.01$, et *argumentatif*lectorat*, $F(5, 240) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$, n'expliquent pas le jugement de culpabilité.

L'analyse relative à l'effet additif des caractéristiques de style met en évidence que le contraste c4 est significatif, $F(7, 238) = 9.33, p < .003, r_{\text{partial}}^2 = 0.04$, le test de la variance résiduelle étant non-significatif, $F(7, 238) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$. Un examen des moyennes montre que c'est bien l'article *narratif affirmé* ($M = 6.25$) qui entraîne davantage de culpabilité perçue que l'article *non-narratif possible* ($M = 5.07$), les deux autres articles étant intermédiaires. Les effets des deux caractéristiques de style sur le jugement de culpabilité s'ajoutent. Enfin, l'interaction entre le contraste c4 et le niveau de lectorat est non-significative, $F(1, 238) = 1.56, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$. L'interaction avec le niveau de lectorat n'est pas significative.

- Sur la culpabilité dichotomique

Le traitement est le même que dans les études précédentes : une première analyse par méthode de comparaison de modèles, sélection du modèle le plus explicatif des données observées et du modèle théorique postulé parmi les modèles théoriques dont nous faisons l'hypothèse (cf. tableau 63). Les analyses 2 et 3 sont des *chi2* effectués en tenant compte des variables indépendantes *narratives* et *argumentatives*, en prenant en compte, ou pas, le niveau de lectorat. Pour conduire ces analyses, la variable continue *indice de lectorat* a été dichotomisée par un median-split. Les participants sont répartis en deux groupes : les non-lecteurs (de 0 à 5 sur l'indice ; $n = 131$; 52.8 % des participants) et les lecteurs (de 6 à 25 sur l'indice ; $n = 117$; 47.2 % des participants).

¹²³ Mettre l'ordre dans le plan ne fait apparaître aucun effet de la variable.

Analyse 1

Tableau 63 : Etude 8 : Distribution des jugements selon le type d'article lu et le niveau de lectorat

Article	Niveau de	Verdicts		Modèle le plus explicatif (Mp)	Modèle théorique le plus explicatif (Mh)
		Coupable	Innocent	BIC _{Mp} = 45.60 ; t = 2	BIC _{Mh} = 52.56 ; t = 3
Narratif	Peu lecteurs	15	16	2	2
Possible	Lecteurs	9	20	2	2
Narratif	Peu lecteurs	18	12	4	1
Affirmé	Lecteurs	14	13	4	1
Non-Narratif	Peu lecteurs	10	23	2	3
Possible	Lecteurs	11	12	2	3
Non-Narratif	Peu lecteurs	10	19	2	2
affirmé	Lecteurs	16	15	4	2

* Les deux paramètres du modèle p sont représentés par les chiffres 2 et 4 dans la colonne. Les trois paramètres du modèle h sont représentés par les chiffres 1, 2 et 3 dans la colonne. Un même chiffre représente une même probabilité d'apparition de l'événement.

La méthode par comparaison hiérarchique de modèles montre que le modèle Mp explique le mieux les données observées. Il semble donc plus probable que l'accusé soit jugé coupable après la lecture d'un article *narratif affirmé*, indépendamment du niveau de lectorat. De plus, l'accusé est également jugé plus souvent coupable après la lecture de l'article *non-narratif affirmé* par les lecteurs. (BIC Mp(3)= 45.60). Une seconde analyse de comparaison des modèles théoriques supposés montre que le modèle le plus explicatif, parmi les modèles théoriques correspondant aux hypothèses h1, h2 et h3, est le modèle qui suppose un effet culpabilisant du style *réalité affirmé*. Les sujets jugent l'accusé plus probablement coupable après la lecture de l'article *narratif affirmé* et plus probablement innocent après la lecture de l'article *non-narratif possible* (BIC Mh(2)= 52.56).

Analyse 2 et 3

Des *chi2* effectués par condition expérimentale confirment que c'est en condition *non-narratif possible*, *chi2*(1) = 3.50, *p* < .06, que les participants sont les plus nombreux à juger l'accusé innocent (n = 35) plutôt que coupable (n = 21). Cet effet ne dépend pas du niveau de lectorat des participants, *chi2*(1) = 1.77, *ns*. Aucune autre répartition significative différente des jugements n'est observé en condition *narratif possible*, *narratif affirmé* ou *non-narratif affirmé*, en prenant ou non en compte le niveau de lectorat.

- Sur la certitude¹²⁴

L'analyse relative aux effets par facteur ne met aucun résultat significatif en évidence. Le facteur *narratif*, $F(5, 237) = 1.38$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, le facteur *argumentatif* $F(5, 237) = 2.46$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0.01$, le niveau de lectorat, $F(5, 237) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, et les interactions *narratif*lectorat*, $F(5, 237) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, et *argumentatif*lectorat*, $F(5, 237) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, sont tous non-significatifs.

L'analyse relative à l'effet *additif* des caractéristiques de style met en évidence un effet marginalement significatif du contraste c4, $F(7, 235) = 3.20$, $p < .08$, $r_{\text{partial}}^2 = 0.013$, tandis que le test de la variance résiduelle est, lui, non-significatif, $F(7, 235) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$. Les deux conditions sont donc partiellement satisfaites mais l'effet est inverse à celui attendu. Les sujets sont moins sûrs de leurs jugements après avoir lu l'article *narratif affirmé* ($M = 4.25$) qu'après avoir lu l'article *non-narratif possible* ($M = 5.08$), les deux autres articles étant intermédiaires ($M_{\text{non-narratif/affirmé}} = 4.90$; $M_{\text{narratif/possible}} = 5.02$). Enfin, l'interaction c4*niveau de lectorat est non-significative, $F(7, 235) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$.

- Sur l'indice de certitude dans le jugement¹²⁵

L'analyse relative aux effets par facteur ne met en évidence aucun résultat significatif : le facteur *narratif*, $F(5, 227) = 1.64$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0.01$, le facteur *argumentatif*, $F(5, 227) = 2.08$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0.01$, le niveau de lectorat, $F(5, 227) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, et les interactions *narratif*lectorat*, $F(5, 227) = 1.63$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0.01$, et *argumentatif*lectorat*, $F(5, 227) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, sont tous non-significatifs.

Par contre, l'analyse relative à l'effet *additif* des caractéristiques de style montre un effet marginalement significatif du contraste c4, $F(7, 225) = 2.81$, $p < .10$, $r_{\text{partial}}^2 = 0.01$, tandis que le test de la variance résiduelle n'est pas significatif, $F(7, 225) = 1.64$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$: l'article *narratif affirmé* ($M = 1.12$) entraîne plus de certitude dans la culpabilité que l'article *non-narratif possible* ($M = -0.82$) qui entraîne une certitude dans l'innocence. Les effets des articles *narratif possible* ($M = -0.63$) et *non-narratif affirmé* sont intermédiaires ($M = -0.52$), mais leurs moyennes sont plus proches de celle de l'article *non-narratif possible* que de celle de l'article *narratif affirmé*. Enfin, l'interaction entre c4*lectorat est marginalement significative, $F(7, 225) = 2.84$, $p < .09$, $r_{\text{partial}}^2 = 0.012$ mais le test de l'interaction entre le niveau de lectorat et les autres contrastes explique une

¹²⁴ Mettre l'ordre dans le plan ne fait apparaître aucun effet de la variable.

¹²⁵ Mettre l'ordre dans le plan ne fait apparaître aucun effet de la variable.

part significative de la variance résiduelle, $F(7, 225) = 3.9, p < .05, r_{\text{partial}}^2 = 0.02$. L'effet additif du type d'article n'est donc pas modulé par le niveau de lectorat.

4. 3. 3. Corrélations entre les variables dépendantes

Les corrélations (coefficient de Bravais-Pearson) présentées dans le tableau 64 permettent de déterminer les liens entre variables dépendantes.

Tableau 64 : *Etude 8 - Corrélations entre les variables dépendantes de typicalité, crédibilité et jugements*

	typicalité	objectivité	lisibilité	informativité	culpabilité	certitude	c*c
Typicalité	1						
Objectivité	.29***	1					
Lisibilité	.36***	.36***	1				
Informativité	.38***	.21***	.27***	1			
Culpabilité	.22***	.17**	.13*	.22***	1		
Certitude	-.05	-.06	.02	.06	.10	1	
c*c	.22***	.22***	.11	.18**	.69***	.06	1

Note. *** $p < .001$; ** $p < .01$; * $p < .05$; indice c*c : indice de confiance dans le jugement

Les corrélations mettent en évidence que l'évaluation de la typicalité est significativement corrélée avec les mesures d'objectivité ($r = .29$), de lisibilité ($r = .36$) et d'informativité ($r = .38$). Les mesures d'évaluations de l'article sont toutes significativement corrélées, la mesure d'objectivité et celle d'informativité étant significativement corrélées mais toujours les plus modérément ($r = .21$). Dans cette étude, la mesure de typicalité ($r = .22$) et les mesures d'objectivité ($r = .17$), lisibilité ($r = .13$) et informativité ($r = .22$) sont significativement corrélées avec l'attribution de culpabilité, mais aucune significativement à la mesure de certitude. On note également que l'attribution de culpabilité ne corrèle pas avec la mesure de certitude. Enfin, seule la lisibilité n'est pas significativement corrélée à l'indice de confiance dans le jugement.

4. 3. 4. Analyse de médiation

Pour mémoire, rappelons que la présence *versus* absence de caractéristiques narratives dans les articles d'enquête judiciaire rend compte des données sur la lisibilité perçue et la culpabilité perçue. Une analyse de médiation montre que les effets des articles sur ces deux variables peuvent être considérés comme indépendants. L'effet du type d'article sur la culpabilité n'est pas médiatisé par la lisibilité perçue.

4. 4. Synthèse des résultats et discussion de l'étude 8

Le tableau 65 récapitule les résultats observés dans l'étude 8.

Tableau 65 : *Etude 8 - Récapitulatif des résultats*

	Facteur narratif	Facteur réalité	Facteur lectorat	Facteur narratif	Facteur réalité	Effet additif	Effet combiné
	N > NN	A > P		Lectorat	Lectorat	NA > NP = NNA > NNP	Lectorat
Typicalité	-	-	-	-	-	-	-
Objectivité	-	-	-	-	-	-	-
Lisibilité	X	-	-	-	-	-	-
Informativité	-	-	-	-	X	-	-
Culpabilité	X	X	-	-	-	X	-
Culpabilité dichotomique	-	X	-	-	-	-	-
Certitude	-	-	-	-	-	X inverse	-
Indice c*c	-	-	-	-	-	X	-

Note. Indice c*c : indice de confiance dans le jugement ; N = narratif ; NN = non-narratif ; A = réalité affirmée ; P = réalité possible ; NA = narratif affirmé ; NNP = non-narratif possible.

Dans l'ensemble, les résultats de cette recherche vont dans le sens des résultats déjà observés dans l'étude 7, tout en les précisant. De nouveau, dans cette étude, l'identification de la typicalité et l'objectivité perçue par les participants ne varient pas selon le style des articles de presse, *argumentatif* ou *narratif*.

Les résultats montrent, de nouveau, que les sujets jugent l'accusé plus coupable après la lecture d'articles écrits dans un style argumentatif *affirmé* (effets sur la mesure continue et dichotomique). Ces résultats confirment que le style argumentatif *affirmé*, malgré le fait qu'il ne soit pas « cohérent » avec un style d'*enquête judiciaire*, encourage les participants à juger l'accusé dans le sens des informations (à charge) fournies par l'article, tandis que le style argumentatif *possible* encourage les sujets à juger l'accusé plus innocent. Ils semblent donc moins tenir compte des informations à charge fournies par le journaliste. La confiance implicite du journaliste sur les informations qu'ils donnent, semble donc déterminer le fait que les participants tiennent compte ou non de ces informations lorsqu'ils sont amenés à juger l'accusé. Ces résultats apparaissent, selon nous, cohérents avec ceux observés par Ghiglione (1988), ou Ghiglione et Bromberg (1990), qui montraient que des locuteurs aux opinions plus extrêmes ont tendance à argumenter davantage dans un programme cognitivo-discursif de type *réalité affirmée*.

Les résultats de l'étude vont, par ailleurs, dans le sens de l'hypothèse formulée sur les effets du style *narratif* : les articles *narratifs* sont perçus plus lisibles que les articles *non-narratifs* et les sujets jugent l'accusé plus coupable après la lecture d'un article *narratif* que *non-narratif*. Le fait que les articles *narratifs* ne soient pas perçus plus typiques, plus objectifs ou plus informatifs et le

fait que les effets du style *narratif* sur la lisibilité et la culpabilité soient indépendants, suggèrent un effet « direct » des indices narratifs, non-médiatisé par des attentes des sujets. Ces effets sur la culpabilité élargissent également les études sur les effets des mises en formes narratives sur les jugements (e.g. Dumas et al, 2004) puisqu'ici, ce sont des *indices syntaxiques* du récit qui ont un effet sur la culpabilité.

Deux résultats confirment que les effets des caractéristiques *argumentatives* et *narratives* peuvent s'additionner. Dans cette étude, l'article *narratif affirmé* est l'article qui conduit à la culpabilité perçue la plus importante et à une certitude dans la culpabilité plus importante, l'article *non-narratif possible* conduit les sujets à juger l'accusé davantage innocent, et à une certitude dans l'innocence moindre. Sur ces mesures, les deux autres articles (*non-narratif affirmé* et *narratif possible*) sont, conformément à l'hypothèse h3, intermédiaires.

Enfin, deux résultats inattendus suscitent certaines questions :

1) dans cette étude, il apparaît que les lecteurs, après la lecture de l'article *non-narratif affirmé* jugent l'accusé plus coupable. On peut faire l'hypothèse certaines caractéristiques de la réalité *affirmée*, également caractéristiques du style *narratif*, (présence importante de connecteurs causaux et de pronoms relatifs) aient encouragé les lecteurs à attribuer une culpabilité importante, malgré le fait que l'article soit plutôt *non-narratif*.

2) l'effet sur la certitude est, par contre, non-conforme à l'hypothèse h3 d'effet additif des caractéristiques *narratives* et *argumentatives* : l'article *narratif affirmé* conduit à la certitude la plus basse pour tous les participants. Par ailleurs, la mesure de certitude n'est corrélée à aucune autre mesure dans cette étude. Cet effet surprenant devra être reproduit afin d'être mieux compris. On peut éventuellement faire l'hypothèse que les sujets nuancent leur jugement de culpabilité en diminuant leur certitude, étant conscients que leur jugement s'appuie sur peu d'information (i.e un seul article de presse).

5. Discussion des études 7 et 8

Le tableau 66 récapitule les résultats des études 7 et 8. Les effets significatifs ou marginalement significatifs sont indiqués par des croix.

Tableau 66 : *Etude 7 et 8 - Récapitulatif des résultats*

	Facteur narratif N > NN	Facteur réalité A > P	lectorat	Facteur narratif Lectorat	Facteur réalité Lectorat	Effet combiné NA > NNP	Effet combiné Lectorat
Etude 7							
Typicalité		-	-		-		
Objectivité		-	-		-		
Lisibilité		-	-		-		
Informativité		-	-		-		
Culpabilité		-	-		-		
Culpabilité dichotomique		X	-		-		
Certitude		-	-		X'		
Indice c*c		X	-		-		
Etude 8							
Typicalité	-	-	-	-	-	-	-
Objectivité	-	-	-	-	-	-	-
Lisibilité	X	-	-	-	-	-	-
Informativité	-	-	-	-	X	-	-
Culpabilité	X	X	-	-	-	X	-
Culpabilité dichotomique	-	X	-	-	-	-	-
Certitude	-	-	-	-	-	X inverse	-
Indice c*c	-	-	-	-	-	X	-

Note. N = narratif ; NN = non-narratif ; A = réalité affirmée ; P = réalité possible ; NA = article *narratif affirmé* ; NNP = article *non-narratif possible*

De manière générale, les résultats des études 7 et 8 vont dans le sens d'effets des caractéristiques *narratives* (*narratif vs non-narratif*) et des caractéristiques *argumentatives* (*possible vs affirmée*) sur les jugements judiciaires. Comparés avec ceux de la première série d'études, ils confirment que les effets syntaxiques sur les jugements peuvent être envisagés indépendamment de la conformité/non-conformité des articles de presse à un style typique.

Premièrement, un article de presse d'*enquête judiciaire*, écrit dans un style *narratif*, est perçu comme plus lisible et entraîne davantage de culpabilité. Deuxièmement, un article de presse d'*enquête judiciaire*, écrit dans un style *affirmé*, conduit les participants à percevoir l'accusé plus coupable, tandis qu'un style *possible* conduit davantage à formuler un jugement d'innocence.

Troisièmement, les indices des styles *narratif* et *affirmé* peuvent s'additionner et entraîner d'autant plus de culpabilité et de confiance dans la culpabilité. A l'inverse, un article *non-narratif possible* conduit à juger l'accusé plus innocent, et à avoir une confiance dans l'innocence attribuée plus importante.

Ces quelques résultats suggèrent fortement que la présence de caractéristiques syntaxiques *narratives* et de *réalité affirmée* influence les jugements des lecteurs dans le sens des informations contenues dans l'article de presse, ici à charge. A l'inverse, des informations à charge, « insérées » dans un article au style *non-narratif* ou *réalité possible*, ont des effets préjudiciables moindres.

Concernant les caractéristiques argumentatives, on peut faire l'hypothèse qu'un discours journalistique *affirmé* engage le locuteur sur la « valeur de vérité de son information ». Le fait que le journaliste affirme (d'un point de vue stylistique) des informations à charge pour l'accusé semble permettre au récepteur d'inférer une certaine adhésion du journaliste aux informations qu'il transmet. Cela semble favoriser une certaine adhésion aux informations et orienter le jugement dans le sens des informations fournies dans l'article. A l'inverse, un discours plus « nuancé » (*réalité possible*) semble atténuer la valeur de vérité des informations. Le récepteur semble tenir moins compte du contenu de l'article et il envisage alors davantage l'innocence de l'accusé. Selon nous, ce constat peut être mis en lien avec les attentes prescriptives en terme de presse écrite (Burgoon & Burgoon, 2001). Comme suggéré dans l'étude 7, on peut envisager l'idée que, s'il est normatif pour un article de presse à visée informative d'avoir un positionnement prudent (Charaudeau, 1997), il est peut-être également valorisé que le journaliste se positionne de manière suffisamment *affirmée* sur les informations qu'il transmet au lecteur. Autrement dit, des informations transmises de manière *affirmée* pourraient être appréciées par le lecteur, le style lui indiquant qu'il peut avoir confiance en les informations fournies.

Dans ce cas, on peut se demander jusqu'à quel point les journalistes peuvent affirmer leur contenu journalistique, tout en demeurant persuasifs ? Cette question renvoie selon nous à un contrat de communication général : une affirmation trop importante du discours journalistique ne sera-t-elle pas perçue par les récepteurs comme brisant le contrat de communication entre les deux parties ? La dernière étude de cette thèse tentera de répondre à ces questions.

Enfin, précisons que, dans l'étude 8, l'informativité perçue du style *argumentatif* est modulée par le niveau de lectorat. Plus les participants sont lecteurs, plus ils perçoivent les articles *affirmés* comme informatifs. Cette interaction avec le lectorat indique que les effets du style *argumentatif* peuvent varier selon les récepteurs. D'ailleurs, dans l'étude 7, un effet d'interaction du style *argumentatif* par le lectorat avait déjà été observé sur la certitude. Du fait de son caractère marginalement significatif, nous ne nous y étions pas attardés. Ces interactions *style*

*argumentatif**niveau de lectorat semblent suggérer que les plus-lecteurs valoriseraient davantage le style *affirmé*. Ils le perçoivent un peu plus informatif et sont alors plus sûrs de leurs jugements. Ces interactions suggèrent que, s'il existe des attentes prescriptives relatives à l'affirmation du journaliste, elles peuvent varier selon le niveau d'habitude des lecteurs. Ces interactions, à considérer avec prudence, suggèrent l'existence d'attentes générales des plus-lecteurs, qui ne seraient pas fondées sur la conformité stylistique.

A l'issue de ces deux études, on peut se demander, comme il vient d'être dit, jusqu'à quel point les journalistes peuvent présenter des informations préjudiciables dans un style *affirmé* ? Est-il possible que l'affirmation stylistique, si elle est extrémisée, oriente toujours plus les lecteurs vers un jugement de culpabilité ? A l'inverse, est-il possible qu'un positionnement prudent du journaliste, s'il est extrémisé, oriente les lecteurs vers un jugement d'innocence toujours plus important ? L'étude 9 a pour objectif de vérifier l'effet d'une extrémisation des caractéristiques argumentatives *affirmées et possibles* d'articles *narratifs*. Nous avons fait le choix de ne pas extrémiser de nouveau les caractéristiques *narratives* afin d'être au plus proche de la réalité journalistique, le fait d'écrire des articles lisibles et/ou agréables à lire, étant une exigence professionnelle (Agnès, 2002).

6. Etude 9 : L'extrémisation du style argumentatif

Les deux recherches précédentes montrent que les sujets tiennent davantage compte des informations préjudiciables contenues dans des articles *affirmés* que contenues dans des articles *possibles*. Ces résultats suggèrent l'existence donc l'existence d'effets du style argumentatif *affirmé* (non-cohérent avec le style typique de l'*enquête judiciaire*) sur les attributions de culpabilité à l'accusé.

En reprenant Charaudeau (1997), on peut souligner le paradoxe, déjà évoqué, des discours journalistiques : « si l'informateur explicite son engagement à l'aide de marques élocutives sur le mode de la *conviction*, affirmant la confiance qu'il a en sa source », il insiste sur son adhésion à ce qu'il dit en « s'engageant sur la valeur de vérité de son information ». Dans les études 7 et 8, les récepteurs semblent effectivement adhérer au discours affirmé du journaliste et jugent l'accusé plus coupable. On peut donc supposer qu'un style toujours plus *affirmé* entraînera toujours plus d'adhésion donc toujours plus de culpabilité. Toutefois, on peut aussi envisager que l'extrémisation d'un style *affirmé* puisse rompre le contrat de confiance général qui lie le lecteur au journaliste. Autrement dit, si des caractéristiques *affirmées* fournissent au lecteur un « cadre de jugement » lui permettant de porter un jugement de culpabilité, il est possible que, dans le cas où le journaliste tiendrait un discours trop *affirmé*, le contrat de confiance entre les deux parties se rompe, « [un tel] engagement ne témoignant que de sa propre conviction et non de la valeur d'évidence de son propos » (1997, p. 53).

S'agissant du positionnement prudent de l'article (i.e. le style *réalité possible*), le même paradoxe peut être repris : « si l'informateur explicite son engagement [...] sur le mode de la distance, en exprimant de la réserve, du doute, de l'hypothèse, voire de la suspicion, la valeur de vérité de l'information se trouve atténuée ». Dans les études 7 et 8, les sujets semblent effectivement suivre le discours prudent du journaliste. La valeur de vérité des informations préjudiciables apparaît atténuée et les sujets jugent l'accusé plus probablement innocent. On peut donc supposer qu'un style toujours plus *possible* entraînera une adhésion moindre aux informations fournies par le journaliste, et dans le cas d'informations à charge pour l'accusé, toujours plus d'innocence. Les caractéristiques *possibles* mettraient en doute la valeur de vérité des informations préjudiciables. Toutefois, on peut également faire l'hypothèse qu'un nombre important de caractéristiques *possibles* donnera plus de crédit au journaliste. Autrement dit, « l'explicitation du positionnement prudent de l'informateur lui donn[ant] du crédit, le rend[ant] digne de foi et permet[ant] de considérer l'information comme provisoirement vraie, jusqu'à preuve du contraire,

les deux interlocuteurs se trouv[ent] dans une position de pondération d'examen de la vérité » (Charaudeau, 1997, p. 53). Les lecteurs tiendront alors davantage compte des informations (ici préjudiciables) fournies dans l'article.

L'étude 9, présentée dans le point suivant, a pour objectif d'appréhender les effets de l'extrémisation des styles argumentatifs *affirmé* et *possible* des articles de presse d'*enquête judiciaire* sur la typicalité perçue des articles, leur évaluation et les jugements de culpabilité. Elle vise à vérifier si l'utilisation d'un nombre important de marques stylistiques *affirmées* aura un effet croissant sur les jugements de culpabilité et si, à l'inverse, l'utilisation d'un nombre important de marques stylistiques *possible* entraînera des jugements de culpabilité toujours plus faibles.

6. 1. Méthode

6. 1. 1. Population

236 personnes ont participé à cette étude (âgées de 14 à 82 ans ; $M = 32.54$ ans ; $E-T = 15.03$). 118 participants étaient de sexe masculin, 117 de sexe féminin. Cette population était composée d'étudiants en histoire-géographie et en sciences humaines et sociales de l'université Rennes 2 ($n = 49$) ainsi que de tout-venants ($n = 187$). Leur participation était volontaire et non-rémunérée.

6. 1. 2. Matériel

- *Variable indépendante* « types d'articles »

Les articles expérimentaux utilisés étaient tous des articles narratifs variant sur la dimension argumentative du style : *réalité affirmée*, *réalité affirmée extrémisé*, *réalité possible* et *réalité possible extrémisé*.

Les articles *narratif possible* et *narratif affirmé* sont les mêmes que ceux utilisés dans les études 7 et 8. Deux nouveaux articles ont été construits, l'article *narratif possible extrémisé* et l'article *narratif affirmé extrémisé*. La manipulation stylistique ne porte pas sur les caractéristiques narratives mais sur les caractéristiques *argumentatives* (cf. tableau 67). Tous les articles contiennent donc le même nombre d'opérateurs de temps, de verbes déclaratifs au passé et de pronoms relatifs. Comme précédemment, les articles relatent tous la même enquête judiciaire (la même enquête que dans les études 7 et 8).

Tableau 67 : *Etude 9 - Récapitulatif des manipulations stylistiques réalité possible / réalité affirmée*

	Réalité possible	Réalité affirmée
	- connecteurs de cause - déterminants indéfinis - verbes déclaratifs et statifs - modes indicatif et conditionnel - modalisations de doute et intensives médianes - joncteurs comparaison et opposition - joncteurs addition	- connecteurs de cause - déterminants définis - verbes factifs et statifs - mode indicatif - modalisations d'affirmation et d'intensité fortes - joncteurs addition

Le style discursif des articles été vérifié au moyen de Tropes (cf. tableau 68).

Tableau 68 : *Etude 9 - Caractéristiques syntaxiques des articles expérimentaux constituant la variable indépendante « type d'article » et qui opérationnalisent le caractère « réalité possible vs réalité possible extrêmisée » et « réalité affirmée vs réalité affirmée extrêmisée » des articles de presse d'enquête judiciaire*

	Narratif R Possible	Narratif R Possible ++	Narratif R Affirmée	Narratif R Affirmée ++
Nombre de Mots	477	481	490	503
Connecteurs de cause	1	1	2	4
Connecteurs d'addition	8	6	14	17
Connecteurs d'opposition	5	10	1	0
Connecteurs de comparaison	2	4	2	2
Modalisations d'affirmation	0	0	6	11
Modalisations de doute	3	7	0	0
Modalisations d'intensité	8	7	18	24
Verbes factifs	32	31	40	41
Verbes statifs	20	23	11	10
Mode indicatif	46	41	47	47
Mode conditionnel	3	9	1	1
Déterminants définis	3	3	9	10
Déterminants indéfinis	6	7	0	0

Note. Le signe ++ indique l'extrémisation du style

Les participants étaient répartis aléatoirement dans l'une des quatre conditions expérimentales : 59 participants lisaient l'article *narratif affirmé*, 60 lisaient l'article *narratif affirmé extrêmisé*, 58 lisaient l'article *narratif possible* et 59 lisaient l'article *narratif possible extrêmisé*. Un numéro était attribué aux articles expérimentaux (1, 2, 3 ou 4) afin d'induire chez le sujet l'idée que plusieurs articles étaient utilisés dans la recherche. Cette numérotation était contrebalancée et distribuée de manière équivalente dans les conditions expérimentales.

- *Variables dépendantes*

- *Le questionnaire de crédibilité*

Il est composé des 12 items d'évaluation. Comme dans les précédentes études, deux versions du questionnaire ont été distribuées dans chaque condition expérimentale : 116 personnes ont été placées en condition « ordre » du questionnaire, 120 autres en condition « inverse ».

Une vérification de la structure du questionnaire (méthode d'extraction en axes principaux ; méthode de rotation non-orthogonale promax avec normalisation de Kaiser, 3 facteurs demandés) a été effectuée. Elle met en évidence 3 facteurs aux valeurs propres supérieures à 1¹²⁶ qui rendent compte de 56.66 % de la variance. Conformément à nos attentes, les items supposés évaluer l'objectivité et la lisibilité contribuent significativement à deux facteurs d'objectivité et de lisibilité. Par contre, on observe un résultat maintenant inattendu sur le facteur d'informativité puisque l'item *nombre de citations* y contribue.

Tableau 69 : *Etude 9 - Contributions des items aux dimensions d'objectivité, lisibilité, informativité, valeurs propres et variance expliquée des facteurs*

	Facteurs		
	1	2	3
Facile à lire	.84	-	-.31
Agréable à lire	.74	-	-
Phrases bien construites	.69	-	-
Présentation organisée	.55	-	-
But est de faire des profits	-	-.76	-
Dramatise l'information	-	-.67	-
Article objectif	-	.61	-
Confiance en l'article	-	.59	-
L'affaire est détaillée	-	-	.76
Informations sur l'accusé	-	-	.67
Informations sur les victimes	-	-	.55
Nombre de citations	-.10	-.20	.41
Valeurs propres	4.08	1.83	1.46
% de variance expliquée	31.35	14.10	11.22

Note. Seules les contributions supérieures à .30 sont indiquées dans le tableau.

¹²⁶ Aucun autre facteur n'a de valeur propre supérieure à 1.

Tableau 70 : *Etude 9 - Corrélations entre les trois facteurs d'objectivité, lisibilité, informativité*

Facteur	Lisibilité 1	Objectivité 2	Informativité 3
Lisibilité	1		
Objectivité	.53	1	
Informativité	.52	.44	1

Le facteur 1 est le facteur de lisibilité et le facteur 2 celui d'objectivité. Le facteur 3 est donc le facteur d'informativité. Ces trois facteurs sont modérément corrélés entre eux.

Sur la base de ces résultats, un score d'objectivité a été calculé avec les 4 items du facteur d'objectivité¹²⁷ (α de Cronbach = .73) et un score de lisibilité a été calculé avec les 4 items du facteur 1 de lisibilité (α de Cronbach = .78). Le score d'informativité a d'abord été calculé sur les 4 items qui contribuaient à ce facteur (α de Cronbach = .63) mais un examen de l'alpha de Cronbach a montré que la suppression de l'item *citations* rendait l'alpha meilleur (α = .66) (alors que la suppression d'un autre item de la mesure d'informativité faisait diminuer l'alpha). Par ailleurs, l'item *citations* corrèle faiblement (r = .24) avec l'échelle d'informativité (tous les autres items sont corrélés à au moins r = .43). Pour ces raisons statistiques et parce qu'elle n'a jamais contribué au facteur informativité, la mesure *citations* a, de nouveau, été supprimé des analyses.

- *La mesure d'identification de l'article*

Cet item est identique à celui utilisé dans les études précédentes.

- *Les mesures de jugement*

Les mêmes mesures de jugements ont été utilisés que dans les précédentes études. De nouveau, l'ordre des variables de jugement et d'évaluations du message a été contre-balancé. 118 participants devaient évaluer l'article juste après sa lecture puis devaient formuler des jugements. 118 personnes devaient formuler des jugements immédiatement après la lecture de l'article puis l'évaluer. Les effets du contre-balancement sont fournis en note de bas de page.

- *Variables contrôles et questions d'informations générales*

Toutes les mesures sont identiques à celles utilisées dans les études précédentes.

¹²⁷ Après inversion des scores « dramatisation de l'information » et « cet article a été écrit dans le but de faire des profits ».

- *Mesure du « niveau de lectorat » (variable indépendante invoquée)*

L'indice de lectorat a été calculé comme dans les précédentes études. Le produit de la fréquence d'exposition journalistique générale (recodée de 1 à 5) et de l'exposition spécifique au judiciaire (de 0 à 5) a été calculé. L'indice judiciaire s'échelonne donc de 0 à 25. Dans cette étude, l'indice d'exposition à la presse judiciaire sera de nouveau traité en variable continue dans les régressions et sera dichotomisée pour l'analyse de comparaisons de modèles.

6. 1. 3. Procédure

Les passations se sont déroulées d'une part dans les bibliothèques de sections histoire - géographie et sciences sociales, au « rayon presse », d'autre part en centre-ville de Rennes à l'hôtel Anne de Bretagne. Les participants étaient interpellés par un(e) expérimentateur(-trice) de Rennes 2 qui leur demandait s'il souhaitait participer à une recherche. S'ils acceptaient, le fascicule leur était distribué. La même consigne que dans les études 7 et 8 étaient utilisée. Les participants devaient ensuite lire un des 4 articles expérimentaux puis répondre aux variables dépendantes et contrôles. Les passations étaient individuelles et les fascicules « article de presse/questionnaire » étaient distribués de manière totalement aléatoire. Les sujets n'avaient aucune contrainte de temps, ni pour la lecture de l'article, ni pour répondre au questionnaire. Une fois l'expérience terminée, les sujets étaient débriefés sur les hypothèses expérimentales.

6. 2. Hypothèses et mode de traitement des résultats

α h1 : Elle prévoit que les articles écrits dans un style *réalité affirmée* (*affirmé* et *affirmé extrêmisé*) entraîneront davantage de culpabilité que les articles écrits dans un style *réalité possible* (*possible* et *possible extrêmisé*).

α h2 : Cette hypothèse prévoit un effet de l'extrémisation stylistique : l'article *affirmé extrêmisé* devrait conduire à plus de culpabilité que l'article *affirmé* et l'article *possible extrêmisé* devrait entraîner un jugement d'innocence plus important que l'article *possible*.

Une première analyse de régression teste l'effet principal du *style argumentatif* correspondant à l'hypothèse 1 : *réalité possible* (codée -1) *versus* *réalité affirmée* (codée 1). Dans cette analyse de régression sont également entré la variable de lectorat et la variable d'interaction article*lectorat.

La seconde analyse teste l'hypothèse h2 d'un effet d'extrémisation stylistique. Pour tester la part de variance expliquée par l'hypothèse h2, un contraste d'intérêt c1 centré est créé (cf. tableau 71) et deux contrastes orthogonaux centrés c2 et c3 ont été créés (Brauer, 2005; Wendorf, 2004).

Tableau 71 : Etude 9 - Contraste d'intérêt c1 et vérification du caractère orthogonal des contrastes c2 et c3

	c1	c2	c3	Somme c1+2+3	c1*c2	c1*c3	c2*c3
Narratif affirmé ++	+3	+1	+1	5	3	3	1
Narratif affirmé	+1	-1	-3	-3	-1	-3	3
Narratif possible	-1	-1	+3	+1	1	3	-3
Narratif possible ++	-3	+1	-1	-3	-3	-3	-1
Sommes	0	0	0	0	0	0	0

Les trois contrastes sont rentrés simultanément comme variables indépendantes dans les analyses de régression multiple pour chaque variable dépendante. Les données observées sont considérées comme correspondant au modèle théorique lorsque deux conditions sont remplies : a) le contraste c1 doit être significatif, b) la somme des F associés aux contrastes c2 et c3 doit être non-significative. Dans la même analyse de régression multiple, la variable de lectorat est rentrée afin de tester la part d'explication du niveau de lectorat sur les données observées. Sont également mises dans la régression les variables d'interaction articles c1* lectorat, c2* lectorat et c3 * lectorat. Les données observées sont considérées comme correspondant à l'interaction : a) si l'interaction c1* lectorat est significative, b) si la somme des F associés aux interactions c2* lectorat et c3 * lectorat est non significative.

Comme dans les études précédentes, la mesure dichotomique de la culpabilité sera traité par comparaisons de modèles et chi^2 .

6. 3. Résultats

6. 3. 1. Résultats sur la perception du caractère typique et les évaluations de l'article

Tableau 72 : *Etude 9 - Récapitulatif des moyennes et (écart-types) du caractère typique et des évaluations de l'article en fonction de l'article*

	affirmé ++	affirmé	possible	possible ++
Typicalité	4.27 (2.58)	4 (2.27)	3.67 (2.42)	4.26 (2.56)
Total	4.14 (2.42)		3.97 (2.50)	
Objectivité	5.75 (1.80)	5.95 (1.78)	5.69 (1.89)	5.04 (1.88)
Total	5.85 (1.78)		5.35 (1.91)	
Lisibilité	6.58 (2.05)	6.06 (1.70)	6.04 (1.94)	5.85 (1.90)
Total	6.32 (1.90)		5.94 (1.92)	
Informativité	5.18 (1.73)	5.06 (1.81)	4.94 (1.62)	5.06 (1.76)
Total	5.12 (1.76)		5 (1.69)	

- Sur la typicalité perçue¹²⁸

L'analyse 1 relative au facteur *type de réalité* ne met pas en évidence d'effet du style $F(3, 224) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$ ou d'interaction entre le facteur *réalité* et le *niveau de lectorat* $F(3, 224) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$. Par contre, on observe un effet marginal du niveau de lectorat $F(3, 224) = 3.42$, $p < .07$, $r_{\text{partial}}^2 = 0.015$: les lecteurs évaluent les articles plus typiques ($M = 4.22$) que les peu-lecteurs ($M = 3.85$).

L'analyse relative à l'effet spécifique du type de réalité ne pas en évidence de résultat significatif du contraste c1 correspondant au modèle d'effet d'extrémisation, $F(7, 220) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, ou de l'interaction c1*lectorat $F(7, 220) < 1$, *ns*, $r_{\text{partial}}^2 = 0$, sont non-significatifs.

¹²⁸ Introduire la variable « ordre du questionnaire » dans le plan ne fait apparaître aucun effet significatif.

- Sur le facteur d'objectivité¹²⁹

L'analyse relative au facteur *type de réalité* met en évidence un effet du style sur l'attribution d'objectivité, $F(3, 222) = 4.09, p < .05, r_{\text{partial}}^2 = 0.02$: les participants évaluent les articles *affirmés* ($M = 5.85$) plus objectifs que les articles *possibles* ($M = 5.35$). Il n'y a pas d'interaction réalité*lectorat, $F(7, 218) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$.

L'analyse relative à l'hypothèse d'un effet d'extrémisation, montre que c1 est significatif $F(7, 218) = 5.64, p < .02, r_{\text{partial}}^2 = 0.02$, mais le test de la variance résiduelle est marginalement significatif, $F(7, 218) = 3.12, p < .07, r_{\text{partial}}^2 = 0.02$. Le modèle théorique d'un effet d'extrémisation des caractéristiques n'est donc pas le plus explicatif des données. Un examen des moyennes montre que l'article *possible extrémisé* est effectivement évalué moins objectif que l'article *possible* ($M_{\text{Possible}+} = 5.03$ vs $M_{\text{Possible}} = 5.69$). Par contre, l'article *affirmé extrémisé* ne semble pas être évalué plus objectif que l'article *affirmé* ($M_{\text{Affirmé}+} = 5.75$ vs $M_{\text{Affirmé}} = 5.95$). Au vu des moyennes, l'article *possible extrémisé* pourrait donc être moins objectif que les trois autres articles. Il n'y a pas d'effet du niveau de lectorat, $F(7, 218) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$, ou de l'interaction c1*lectorat ($F(7, 218) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$).

- Sur le facteur de lisibilité¹³⁰

L'analyse relative au facteur *type de réalité* ne met pas en évidence d'effet sur la lisibilité perçue, $F(3, 226) = 2.27, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0.01$, ou d'effet du niveau de lectorat ($F(3, 226) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$). Par contre, cette analyse met en évidence un effet d'interaction marginalement significatif entre le type de réalité et le niveau de lectorat $F(3, 226) = 2.94, p < .09, r_{\text{partial}}^2 = 0.01$. Plus les participants sont lecteurs, plus ils ont tendance à évaluer les articles *possibles* comme plus lisibles et les articles *affirmés* comme moins lisibles.

¹²⁹ Introduire la variable « ordre du questionnaire » dans le plan ne fait apparaître aucun effet significatif.

¹³⁰ Introduire la variable « ordre du questionnaire » dans le plan ne fait apparaître aucun effet significatif.

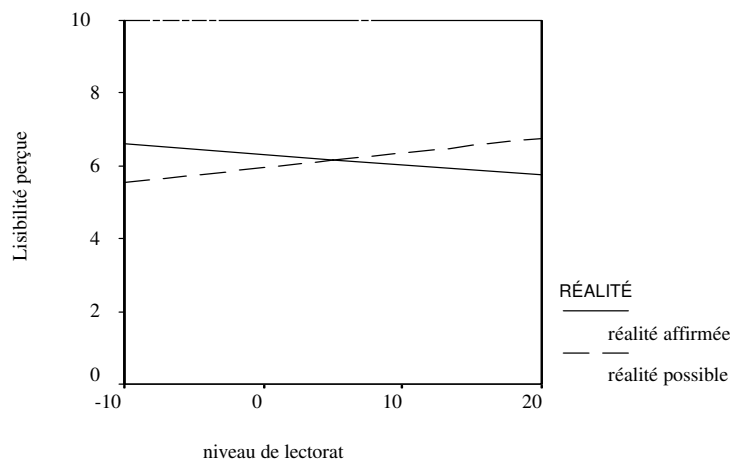


Figure 17 : Etude 9 : Interaction type de réalité*lectorat sur la lisibilité ($p < .09$)

L'analyse 2 effectuée sur les 4 articles montre un contraste d'intérêt significatif $F(7, 218) = 4.12, p < .04, r_{\text{partial}}^2 = 0.02$, et un test de la variance résiduelle non-significatif, $F(7, 218) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$. L'article *possible extrémisé* est évalué le moins lisible des 4 articles ($M_{\text{Possible}+} = 5.85$) et l'article *affirmé extrémisé* le plus lisible ($M_{\text{Affirmé}+} = 6.58$). Les articles *possible* et *affirmé* (respectivement $M_{\text{Possible}} = 6.04$ et $M_{\text{Affirmé}} = 6.06$) sont intermédiaires entre ces deux extrêmes. Cette analyse ne met pas en évidence d'interaction avec le niveau de lectorat.

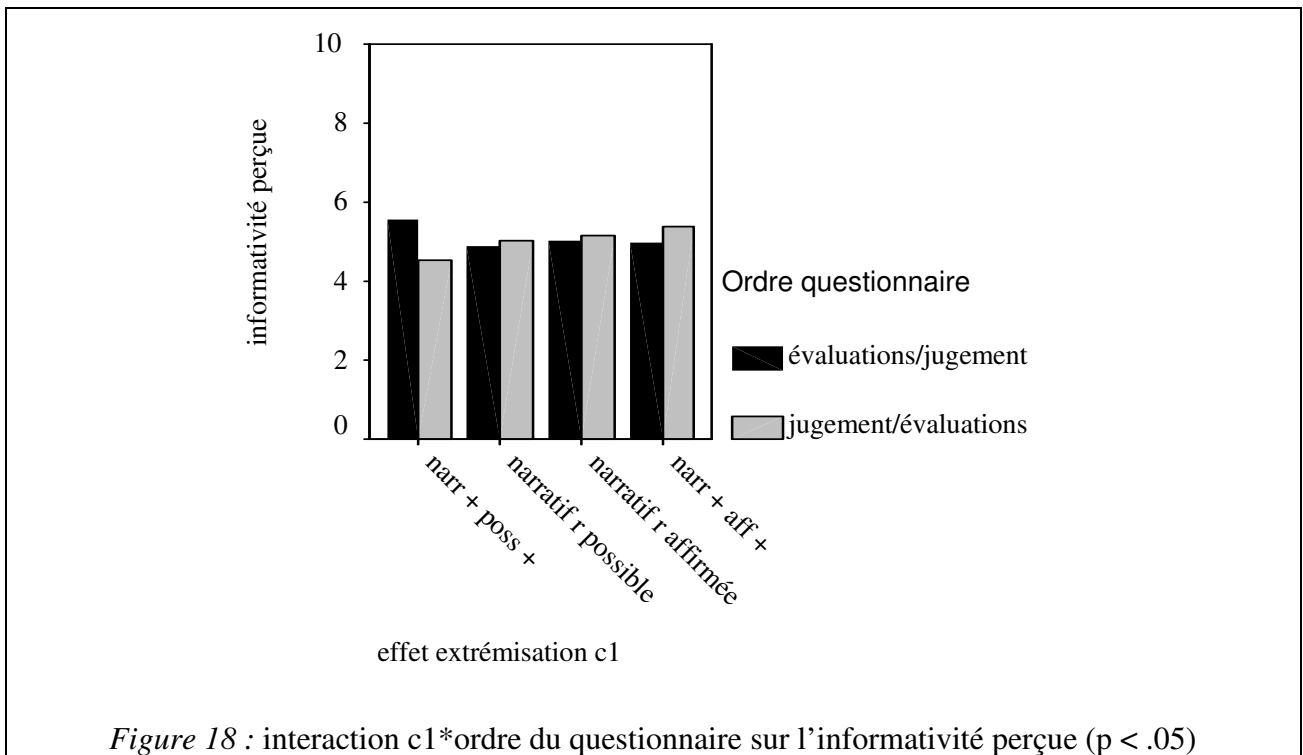
- Sur le facteur informatif

L'analyse 1 ne met pas en évidence d'effet du *type de réalité*, $F(3, 227) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$, ni d'effet du niveau de lectorat, $F(3, 227) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$, ou d'interaction entre le facteur réalité et le niveau de lectorat, $F(3, 227) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$.

L'analyse spécifique sur les 4 articles ne met pas non plus d'effets en évidence : le contraste $c1, F(1, 223) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$, et l'interaction $c1*\text{lectorat} F(1, 223) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$ sont non-significatifs.

L'introduction de la variable *ordre du questionnaire* met en évidence une interaction significative $c1*\text{ordre}, F(11, 213) = 3.87, p < .05, r_{\text{partial}}^2 = 0.02$. En condition *jugements/évaluations*, quand les participants ont jugé avant d'évaluer l'informativité de l'article, l'article *possible extrémisé* est perçu comme le moins informatif des 4 articles et l'article *affirmé extrémisé* comme le plus informatif, les deux autres articles, *affirmé* et *possible*, étant intermédiaires, $F(7,$

107) = 3.38, $p < .07$, $r_{\text{partial}}^2 = 0.03$, comme prévu par l'hypothèse h2. En condition *évaluations/jugements*, le modèle c1 n'explique pas significativement les données observées.



6. 3. 2. Résultats sur les mesures de jugement

Le tableau 73 présente les statistiques descriptives relatives aux mesures de jugements.

Tableau 73 : *Etude 9 - Récapitulatif des moyennes et (écart-types) des mesures de jugements en fonction de l'article lu*

	affirmé ++	affirmé	possible	possible ++
Culpabilité	6.41 (1.87)	6.35 (2.10)	5.79 (1.79)	4.92 (1.95)
Total	6.38 (1.98)			5.34 (1.91)
Certitude	5.07 (2.02)	4.56 (2.37)	4.25 (2.50)	4.76 (2.07)
Total	4.82 (2.20)			4.51 (2.97)
Indice c*c	1.88 (5.16)	1.89 (4.87)	0.19 (4.98)	-1.95 (4.86)
Total	1.88 (5)			-0.92 (5.01)

- Sur la mesure de culpabilité (échelle)¹³¹

L'analyse 1 met en évidence un effet du *type de réalité* sur les jugements $F(3, 228) = 16.25$, $p < .0001$, $r_{\text{partial}}^2 = 0.07$. Les articles *affirmés* entraînent davantage de culpabilité ($M = 6.38$) que les articles *possibles* ($M = 5.34$). Le niveau de lectorat, $F(3, 228) < 1$, ns , $r_{\text{partial}}^2 = 0$, et l'interaction *réalité*lectorat*, $F(3, 228) < 1$, ns , $r_{\text{partial}}^2 = 0$, n'expliquent pas les données observées.

Le modèle d'effet d'extrémisation explique significativement les données observées, $F(7, 224) = 19.17$, $p < .0001$, $r_{\text{partial}}^2 = 0.08$, et le test de la variance résiduelle est non-significatif $F(7, 224) = 1.28$, ns , $r_{\text{partial}}^2 = 0$. Plus un article contient des caractéristiques *possibles*, et plus les participants jugent le suspect innocent ($M_{\text{possible}} = 5.79$ et $M_{\text{possible+}} = 4.92$). Plus un article contient des caractéristiques *affirmées* et plus les participants jugent le suspect coupable ($M_{\text{affirmé}} = 6.35$ et $M_{\text{affirmé+}} = 6.41$). Si le modèle explique une part des données observées, la différence entre les deux articles *affirmés* est toutefois à considérer avec précaution car l'écart entre les deux articles reste faible. On peut peut-être davantage parler d'une augmentation de l'innocence due aux caractéristiques *possibles*. L'interaction *c1*lectorat* $F(7, 224) < 1$, ns , $r_{\text{partial}}^2 = 0$ n'explique pas les données.

- Sur la culpabilité (dichotomique)

Tableau 74 : Etude 9 - Distribution des jugements selon le type d'article lu et le niveau de lectorat

Article	Niveau de	Verdicts		Modèle le plus explicatif (Mp)
		Coupab	Innocent	BIC _{Mp} = 44.71 ; t = 2
Possible	Peu lecteurs	11	10	1
	Lecteurs	15	17	1
Possible +++	Peu lecteurs	7	19	1
	Lecteurs	9	22	1
Affirmé	Peu lecteurs	18	10	2
	Lecteurs	18	8	2
Affirmé +++	Peu lecteurs	16	9	2
	Lecteurs	22	12	2

* Les paramètres du modèle sont représentés par les chiffres dans la colonne. Un même chiffre représente une même probabilité d'apparition de l'événement.

¹³¹ Introduire la variable « ordre général du questionnaire » dans le plan ne fait apparaître aucun effet.

Analyse 1

Le modèle le plus explicatif des données correspond à l'hypothèse 1: l'accusé est plus perçu comme coupable après la lecture des articles *affirmés*. A l'inverse, il est plus perçu comme innocent après la lecture des articles *possibles*. L'extrémisation stylistique n'a pas d'effets. Le niveau de lectorat ne module pas les données.

Analyse 2 et 3

Des *chi2* effectués par condition expérimentale confirment que les participants perçoivent l'accusé plus innocent après avoir lu un article *possible* qu'un article *affirmé* ($chi2(1) = 17.55, p < .001$). En condition *possible*, ($chi2(1) < 1, ns$), ou en condition *affirmée*, ($chi2(1) < 1, ns$), il n'y a pas de modulation par le niveau de lectorat.

Une analyse par le *chi2*, effectuée en dissociant les 4 articles, est également significative, ($chi2(3) = 22.46, p < .001$). Les sujets jugent l'accusé plus souvent innocent en condition *possible extrémisé* (non-coupable = 41 vs coupable = 16, $chi2(1) = 10.96, p < .001$). Les sujets ne jugent pas l'accusé plus souvent innocent ou plus souvent coupable en condition *possible* (non-coupable = 27 vs coupable = 26, $chi2(1) < 1, ns$). Les sujets jugent l'accusé plus souvent coupable en condition *affirmé* (non-coupable = 18 vs coupable = 37, $chi2(1) = 6.56, p < .001$). Les sujets jugent également l'accusé plus souvent coupable en condition *affirmé extrémisé* (non-coupable = 21 vs coupable = 39, $chi2(1) = 5.40, p < .02$). Ces effets ne sont pas modulés par le niveau de lectorat.

- Sur la certitude associée au jugement¹³²

L'analyse relative au facteur *type de réalité* ne met en évidence aucun effet du type de réalité sur la certitude $F(3, 225) < 1, ns, r_{partial}^2 = 0$, ni d'effet du niveau de lectorat, $F(3, 225) < 1, ns, r_{partial}^2 = 0$, ou d'interaction réalité*lectorat, $F(3, 225) < 1, ns, r_{partial}^2 = 0$.

Le modèle d'effet d'extrémisation stylistique n'est pas non plus explicatif des données sur la certitude, $F(7, 221) < 1, ns, r_{partial}^2 = 0$, ou de l'interaction c1*lectorat $F(7, 221) = 1.47, ns, r_{partial}^2 = 0$.

¹³² Introduire la variable « ordre du questionnaire » dans le plan fait apparaître un effet simple de l'ordre, $F(11, 217) = 6.45, p < .012, r_{partial}^2 = 0.03$. Les participants sont moins sûrs de leur jugement en condition évaluations/jugements ($M = 4.31$) qu'en condition jugements/évaluations ($M = 5.04$).

- Sur l'indice de confiance dans la culpabilité / innocence¹³³

L'analyse relative au facteur *type de réalité* met en évidence un effet simple du type de réalité sur la confiance dans le jugement $F(3, 219) = 17.32, p .001, r_{\text{partial}}^2 = 0.07$. Les articles *possibles* conduisent à davantage de confiance dans le jugement de culpabilité que les articles *affirmés* (respectivement $M_{\text{affirmés}} = 1.88$ et $M_{\text{possibles}} = -.92$). Le niveau de lectorat, $F(3, 219) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$, et l'interaction *réalité*lectorat*, $F(3, 219) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$, sont non-significatifs.

Le modèle d'extrémisation stylistique explique significativement les données, $F(7, 215) = 20.51, p < .001, r_{\text{partial}}^2 = 0.08$, le test de la variance résiduelle étant non-significatif, $F(7, 215) = 1.40, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$. Une analyse des moyennes montre que l'article *possible extrémisé* entraîne effectivement plus de confiance dans le jugement d'innocence que l'article *possible* (respectivement $M_{\text{possible-extrémisé}} = -1.95$ et $M_{\text{possible}} = 0.19$). Les articles *affirmé* et *affirmé extrémisé* conduisent à plus de confiance dans la culpabilité perçue, mais leurs moyennes sont quasi-identiques (respectivement 1.88 et 1.89). L'interaction *c1*lectorat* est non-significative, $F(7, 215) < 1, ns, r_{\text{partial}}^2 = 0$.

6. 3. 3. Corrélations entre les variables dépendantes

Les corrélations (coefficient de Bravais-Pearson) présentées dans le tableau 75 permettent de décrire les liens entre les mesures utilisées dans l'étude 9.

Tableau 75 : Etude 9 - Corrélations entre les variables dépendantes de qualité et de jugement

	typicalité	objectivité	lisibilité	informativité	culpabilité	certitude	Indice c*c
Typicalité	1						
Objectivité	.30***	1					
Lisibilité	.36***	.40***	1				
Informativité	.39***	.20***	.32***	1			
Culpabilité	.12	.11	.29***	.18**	1		
Certitude	.17**	.10	.14*	.25***	.21***	1	
Indice c*c	.19**	.12	.24***	.15*	.70***	.24***	1

Note. *** $p < .001$; ** $p < .01$; * $p < .05$; indice c*c : indice de confiance dans le jugement

Dans cette étude, la mesure de typicalité perçue et les mesures d'évaluation des articles sont toutes significativement corrélées. De nouveau, objectivité et informativité sont significativement corrélées mais plus modérément ($r = .20$). Dans cette étude, les mesures d'évaluation de la lisibilité

¹³³ Introduire la variable « ordre général du questionnaire » dans le plan fait apparaître un effet simple de l'ordre $F(11, 211) = 3.49, p < .06, r_{\text{partial}}^2 = 0.02$. Les participants ont moins confiance dans leur jugement en condition évaluations/jugements ($M = -.14$) qu'en condition jugements/évaluations ($M = 1.25$).

et de l'informativité sont corrélées avec la culpabilité, la certitude et la confiance dans le jugement. Par contre, l'objectivité n'est corrélée significativement avec aucune des mesures de jugements. Enfin, l'évaluation de typicalité est corrélée à la certitude ($r = .17$) et à la confiance dans le jugement ($r = .19$) mais pas à la mesure de culpabilité.

6. 3. 4. Médiations des effets de la conformité des articles par la typicalité et la qualité

Au vu des résultats, des analyses de médiations ont été conduites selon la méthode exposée dans l'étude 4 (Brauer, 2000; Kenny, 1998). Les deux premières conditions sont testées par le biais des analyses de régression multiple déjà effectuées pour chaque variable dépendante.

Pour mémoire, rappelons que le *type de réalité*, relatif à l'effet des caractéristiques *affirmées vs possibles*, explique les données sur l'objectivité perçue, la culpabilité perçue et la confiance dans le jugement. Le modèle *d'extrémisation stylistique*, relatif à l'hypothèse h2 de modulation des effets par l'extrémisation stylistique explique également les données sur l'objectivité, la lisibilité, la culpabilité et la confiance dans le jugement. Toutes les analyses de régression effectuées pour vérifier les médiations suggèrent que les effets sont indépendants. Les effets du style des articles (*facteur type de réalité* ou *modèle d'extrémisation*) sur les jugements ne sont pas médiatisés par l'objectivité ou la lisibilité perçue (cf. les tableaux en annexe).

6. 4. Synthèse des résultats et discussion de l'étude 9

Le tableau 76 présente une synthèse des résultats de l'étude 9. Les effets significatifs ou marginalement significatifs sont indiqués par des croix.

Tableau 76 : Etude 9 - Récapitulatif des résultats

	Facteur réalité A > P	lectorat	Facteur réalité Lectorat	Effet extrémisation NA+ > NP+	Effet combiné Lectorat
Typicalité	-	X	-	-	-
Objectivité	-	-	-	X	-
Lisibilité	-	-	X	X	-
Informativité	-	-	-	X (en J/E)	-
Culpabilité	X	-	-	X	-
Culpabilité dichotomique	X	-	-	-	-
Certitude	-	-	-	-	-
Indice c*c	X	-	-	X	-

Note. A = réalité affirmée ; P = réalité possible ; NA+ = article narratif affirmé extrémisé ; NP+ = article narratif possible extrémisé ; (en J/E) = en ordre jugements/évaluations

Dans cette étude, l'extrémisation des caractéristiques explique une part des données de l'évaluation des articles de presse : la lisibilité, l'informativité (en condition jugements/évaluations) et l'objectivité. Mais les résultats sont complexes.

Tout d'abord, les sujets les plus-lecteurs perçoivent les articles *narratifs possibles* un peu plus lisibles que les articles *narratifs affirmés*. Cette interaction du style des articles avec le niveau de lectorat indique, de nouveau, que le style *argumentatif* serait perçu différemment par les plus-lecteurs et les peu-lecteurs. Ceci étant, cet effet d'interaction, marginalement significatif, est à considérer avec précaution dans la mesure où tous les sujets perçoivent significativement l'article *narratif affirmé extrémisé* comme le plus lisible et l'article *narratif possible extrémisé* le moins lisible, les deux autres étant intermédiaires.

Par ailleurs, mais seulement en condition *jugements/évaluations*, l'article *narratif affirmé extrémisé* est perçu comme le plus informatif des 4 articles, et l'article *narratif possible extrémisé* comme le moins informatif, les deux autres étant intermédiaires. Cet effet de l'extrémisation stylistique sur l'informativité suggère que l'extrémisation des caractéristiques *affirmées* ne rompt pas le contrat entre le journaliste et le lecteur. Plus les informations sont exposées de manière affirmée, plus l'article est perçu comme informatif. A l'inverse, plus l'article adopte un positionnement prudent, moins les sujets le jugent informatif.

Enfin, sur la mesure d'objectivité, l'examen des moyennes met en évidence une tendance intéressante. D'une part, il apparaît que l'article *possible extrémisé* est effectivement jugé moins objectif que l'article *possible*, ce qui semble indiquer que plus l'article adopte un positionnement prudent, moins les sujets le perçoivent objectif. D'autre part, au vu des moyennes, l'article *narratif affirmé extrémisé* semble perçu comme un peu moins objectif que l'article *narratif affirmé* (respectivement $M = 5.75$ et $M = 5.95$). Ce résultat est à considérer avec prudence mais il pourrait suggérer, selon nous, une rupture de contrat due à l'extrémisation des caractéristiques *affirmées*. Autrement dit, un article de presse relatant une *enquête judiciaire* de façon trop affirmative apparaîtrait un peu moins objectif. Selon certains auteurs (Simon-Vandenberg, 1986; R. N. Smith & Frawley, 1983), un nombre trop important de conjonctions causales et de coordinations exprimant des relations causales peuvent effectivement mettre l'accent sur l'interprétation des événements par le journaliste et mettre en cause le sentiment d'objectivité. On pourrait également envisager cet effet comme résultant d'une transgression négative des attentes (i.e. le langage d'une source n'est pas objectif comme attendu, Burgoon & Burgoon, 2001).

Concernant les jugements, les résultats de cette étude confirment, de nouveau, que les sujets jugent les accusés plus coupables à la suite de la lecture d'articles *affirmés* qu'après avoir lu des articles *possibles*. Ils ont également plus confiance dans leur jugement de culpabilité après avoir lu des articles *affirmés*. Il semble donc qu'un style *affirmé* appuie les informations de l'article et entraîne les lecteurs à juger l'accusé dans le sens des informations préjudiciables fournies par l'article. A l'inverse, un style *possible* donnerait aux informations un statut de probabilité, entraînant, dans le doute, les lecteurs à moins tenir compte des informations préjudiciables.

Le modèle d'effet d'extrémisation explique significativement les données sur la culpabilité perçue et sur la confiance dans l'innocence/culpabilité. Dans les deux cas, les sujets jugent effectivement l'accusé encore plus innocent après avoir lu l'article *narratif possible extrémisé* qu'après avoir lu l'article *narratif possible* et sont également plus sûrs de leur jugement d'innocence. Dans ce cas, on peut faire l'hypothèse que plus les caractéristiques argumentatives *possibles* sont extrémisées, et moins le lecteur tient compte de « la valeur de vérité » des informations fournies par le journaliste. Par contre, l'examen des moyennes des deux articles *affirmé* et *affirmé extrémisé* indique, malgré la part significative expliquée par le modèle théorique, que les deux articles *affirmés* entraînent « autant » de culpabilité. Cette équivalence pourrait être due à une forme d'effet *boomerang*. Observé dans les études sur l'engagement, un effet *boomerang* apparaît lorsque, confronté à un argumentateur illégitime, le récepteur s'éloigne de sa position (Kiesler, 1971). Certaines études ont d'ailleurs montré que des effets médiatiques préjudiciables peuvent disparaître si les sujets ont un doute (une suspicion) quant à l'honnêteté des motivations du journaliste à

fournir les informations (Fein, et al., 1997), ou si une déclaration sur le caractère de l'accusé leur apparaît trop extrême (Otto et al., 1994). Un témoignage d'un voisin tel que « je ne vivrais pas avec cet homme si ma vie en dépendait^{kk} » (Otto et al., 1994, p. 464) a par exemple, une influence inverse sur les jugements de culpabilité. Les sujets sont alors moins sévères avec l'accusé. Ici, l'article *affirmé extrémisé* n'a pas une influence inverse sur les jugements de culpabilité, mais la culpabilité attribuée n'est, du moins, pas supérieure. S'interrogeant sur une relation curvi-linéaire entre style discursif et effets persuasifs, Sandell (1977) a montré que c'est le caractère intermédiaire d'un style qui est le plus persuasif (i.e. un texte contenant un nombre « moyen » de caractéristiques stylistiques persuasives, *vs* « beaucoup » ou « peu »). Les résultats de cette étude suggèrent qu'un effet « boomerang » du style *affirmé*, est envisageable et qu'un engagement trop extrême du journaliste témoigne davantage, pour les récepteurs, « de sa propre conviction et non de la valeur d'évidence du propos » (Charaudeau, 1997, p. 53). Le contrat étant rompu, les informations fournies par le journaliste seraient alors moins convaincantes (Higgins, 1978).

7. Discussion des études 7, 8 et 9

Les études 7, 8 et 9 avaient pour objectif de préciser les effets des caractéristiques syntaxiques *narratives* et *argumentatives* des articles de presse.

Tout d'abord, on constate que le style syntaxique *narratif* est effectivement perçu plus lisible par les récepteurs (étude 8), ce qui est cohérent avec les recherches en psycholinguistique sur le traitement des récits (e.g. Fayol, 1985a). Ce résultat complète ceux des études sur les récits puisque, dans cette recherche, ce sont les caractéristiques syntaxiques, qui a un effet positif sur la lisibilité perçue, et non la structure narrative des articles. La mesure de lisibilité étant déclarative, ce résultat suggère que des articles narratifs peuvent être effectivement plus faciles à traiter cognitivement et seraient également perçus par les lecteurs comme plus faciles à lire.

Ce résultat sur la lisibilité perçue des articles *narratifs*, est également intéressant dans la mesure où les articles de presse d'*enquête judiciaire* sont effectivement, en moyenne, des articles plutôt *narratifs*. Il semble donc que, les journalistes, s'ils veulent que leurs articles soient perçus comme lisibles et agréables à lire, aient intérêt à écrire des récits, i.e. à narrer les événements judiciaires.

Le style syntaxique *narratif* (étude 8) conduit apparemment les sujets à orienter leurs jugements dans le sens des informations préjudiciables fournies par l'article. Selon nous, ce résultat complète les études qui portent sur les mécanismes sous-jacents aux effets de la publicité préprocès (Stebly et al., 1999 ; Hope et al., 2004). Dans ce cadre de recherche, les chercheurs

supposent que la publicité pré-procès contribue à créer une image cohérente négative de l'accusé, favorisant une perception biaisée des preuves légales fournies lors du procès (e.g. Lichtenstein & Shrull, 1987). Leur hypothèse s'appuie sur le « story model », selon lequel les jurés reconstruisent les informations sous forme de récit de manière à rendre les informations cohérentes (Pennington & Hastie, 1988). Les études sur le « story model » montrent qu'une construction narrative oriente les jugements dans le sens des informations fournies. Ainsi, la publicité pré-procès fournirait, non pas des éléments d'informations isolées, mais un « cadre de croyance » sur la culpabilité de l'accusé (Stebly et al., 1999, p. 231). Ici, les résultats montrent que des caractéristiques syntaxiques narratives orientent, comme l'organisation narrative, les jugements. Cela suggère que les indices syntaxiques pourrait également fournir une forme de « cadre de croyance », parallèle au cadre de croyance des informations, qui donnerait aux lecteurs le sentiment de pouvoir croire les informations fournies par le journaliste. Ces résultats complètent également ceux de Testé et al. (2007), qui montraient que la narration des faits dans des articles de presse affecte les jugements et les émotions ressenties à la lecture. Pour étoffer ces résultats sur les effets des indices syntaxiques *narratifs*, il conviendrait de vérifier les effets d'articles *narratifs* qui ne fournissent pas de preuves, certaines études ayant montré que la construction narrative ne compense pas l'absence de preuves (Voss et al., 1999 ; Voss & Van Dyke, 2001).

Par ailleurs, le fait que les caractéristiques syntaxiques narratives soient davantage utilisées dans les articles relatant des *enquêtes judiciaires* est intéressant dans la mesure où cela va dans le sens des études montrant que les médias présentent les informations sous la forme de récits (Dumas et al., 2004 ; Knobloch et al., 2004). De « vrais » articles de presse relatant une *enquête judiciaire*, comportant de nombreuses caractéristiques syntaxiques *narratives*, pourraient avoir encore davantage d'effets préjudiciables à l'accusé, pour peu qu'ils présentent des informations à charge pour l'accusé. Il serait intéressant d'utiliser dans des recherches expérimentales de « vrais » articles *narratifs* plutôt que des articles expérimentaux. La méta-analyse de Stebly et al (1999) a d'ailleurs montré que l'influence de la publicité pré-procès est plus importante lorsque le matériel est composé de vrais articles ($r = .28$) plutôt que de faux ($r = .12$). Les articles de presse les plus *narratifs*, fournissant des informations à charge pour l'accusé, auront donc des effets plus préjudiciables pour l'accusé que s'ils sont *non-narratifs*.

La seconde série d'études montre également que le style syntaxique *argumentatif* d'un article de presse a des effets sur les jugements judiciaires. Les sujets semblent identifier le positionnement plutôt *affirmé* ou *prudent* du journaliste *via* les marques discursives relevant des programmes cognitivo-discursifs de *réalité affirmée* et *réalité possible*. Les études 7 et 8 suggèrent que cette identification permet aux sujets d'inférer « la valeur de vérité » (Charaudeau, 1997, p. 53)

des informations. Cela semble leur indiquer s'ils doivent ou non tenir compte des informations contenues dans l'article. Dans ces études, le fait de tenir compte d'informations préjudiciables les conduit donc à juger l'accusé plus sévèrement.

Ce résultat est intéressant dans la mesure où l'on aurait pu supposer que les attentes des sujets, prédictives ou prescriptives (Burgoon & Burgoon, 2001), entraînerait l'effet inverse. En effet, des articles *possibles*, plutôt syntaxiquement proches des articles *enquête judiciaire* (attentes prédictives), et témoignant d'un positionnement prudent du journaliste (attentes prescriptives), auraient pu satisfaire les attentes des lecteurs et conduire à un jugement dans le sens des informations fournies par l'article, donc un jugement de culpabilité plus important. Les résultats des études 7 et 8 suggèrent plutôt des effets « directs » des marques syntaxiques *affirmées*, non-médiatisés par les attentes des lecteurs. L'article *affirmé* oriente les jugements des sujets dans le sens des informations fournies dans l'article. Une présentation *affirmée* semble donc offrir aux sujets un « cadre de croyance » suffisant pour orienter leurs jugements dans le sens des informations de l'article alors qu'une présentation *possible* plutôt atténuer la valeur de vérité des informations.

Autrement dit, dans ces études, les effets sur les jugements ne semblent pas dépendre pas de la conformité au genre typique, autrement dit du respect d'attentes prédictives (i.e. fondées sur ce qui est le plus observé le plus fréquemment). Certaines caractéristiques syntaxiques des styles d'écriture *narratif* et *argumentatif* semblent avoir un « sens implicite » pour les lecteurs, complémentaires au sens explicite des informations.

Le fait qu'une présentation *affirmée* semble orienter davantage les jugements dans le sens des informations fournies a été mis en lien avec les attentes prescriptives en terme de presse écrite. Il est en effet possible que les sujets « apprécient » un positionnement *affirmé* du journaliste, celui-ci indiquant qu'ils peuvent avoir confiance dans les informations fournies, donc formuler un jugement dans le sens de ces informations. D'ailleurs quelques résultats sur la perception des articles suggèrent que le style *affirmé* est un peu mieux évalué que le style *possible*, notamment par les plus-lecteurs.

Ce constat renvoie, selon nous, à la question d'un contrat de communication général entre journalistes et récepteurs. L'étude 9 a permis de vérifier les effets de l'extrémisation syntaxique. Cette dernière étude suggère que l'extrémisation d'un style *affirmé* ne conduit pas à des jugements de culpabilité plus sévères qu'un style *affirmé modéré*. Dans cette étude, l'article « trop » *affirmé*, n'entraîne donc pas davantage de culpabilité. Cela pourrait indiquer, selon nous, une rupture du contrat de confiance entre l'émetteur et les récepteurs. Mais cette interprétation est à considérer avec prudence car il pourrait également s'agir d'un effet plafond. Le jugement de culpabilité serait

maximum dans la condition de lecture d'un article *affirmé*, compte tenu de la base d'informations faible dont disposent les sujets (un seul article) et n'augmenterait plus dans la condition d'extrémisation de l'affirmation du style. Enfin, l'extrémisation d'un style *possible* conduit les lecteurs à tenir d'autant moins compte des informations fournies par l'article et à juger l'accusé toujours plus innocent.

Selon nous, ces résultats suggèrent que l'on ne peut pas raisonner uniquement en terme d'effets « directs » des indices syntaxiques sur les jugements. Cette idée sera plus largement discutée dans la discussion générale.

CONCLUSION GENERALE

L'objectif général de cette thèse était d'appréhender le rôle du style d'écriture d'articles de presse dans les effets de la publicité pré-procès. En effet, comme il avait été souligné dans le chapitre II, les études sur la *publicité pré-procès* présentent comme première limite de ne pas fournir de cadre général d'interprétation des résultats fondé sur les apports des théories de la psychologie de la communication. Deuxièmement, elles s'intéressent uniquement aux effets des contenus informatifs des articles de presse, en délaissant les effets de leur style d'écriture.

Dans cette thèse, notre intérêt s'est plus particulièrement porté sur les caractéristiques syntaxiques du style d'écriture des articles de presse. La première étude de cette thèse, conformément à la suggestion de Charaudeau (1993), a permis de mettre en évidence les caractéristiques syntaxiques des articles de presse écrite relatant des *enquêtes judiciaires*. L'étude 2 a consisté en l'élaboration d'un questionnaire d'évaluation de la crédibilité générale des articles de presse d'*enquête judiciaire*, qui a permis de mesurer tout au long de la thèse la perception de l'objectivité, la lisibilité et l'informativité des articles de presse par les récepteurs.

Un programme de recherches expérimentales a ensuite consisté en deux séries d'études, fondées sur deux approches différentes du style, soit en se focalisant sur les spécificités syntaxiques en référence à la notion de genre (i.e. ce qui fait la particularité stylistique d'un type de production par rapport à un autre), soit en s'appuyant sur des typologies plus générales des différents types de style discursif. Dans la première série d'études (études 3, 4, 5 et 6), l'approche du style était donc plutôt de type *bottom-up*. Les caractéristiques syntaxiques typiques du genre stylistique de l'*enquête judiciaire* ont été manipulées. Pour la seconde série d'études (études 7, 8 et 9), l'approche du style était plutôt de type *top-down*. Partant d'une analyse du style de l'*enquête judiciaire*, mais en prenant en compte des dimensions plus théoriques, des caractéristiques syntaxiques plus générales ont été déterminées, en l'occurrence les caractéristiques relevant du style *narratif* et *argumentatif* des articles de presse.

Ces séries de recherches, même si elles relèvent d'approches différentes, ont toutes deux permis de mettre en évidence les effets des caractéristiques stylistiques de l'écriture journalistique

sur la réception des articles de presse relatant une *enquête judiciaire* et sur les jugements et de clarifier l'impact du style sur la formation des jugements pré-procès. Dans cette discussion générale, nous reviendrons sur les principaux résultats de cette thèse.

1. Les conséquences de la non-conformité syntaxique des articles au genre discursif typique de l'*enquête judiciaire*

La première série d'études (études 3, 4, 5 et 6) a permis d'appréhender les effets de la conformité syntaxique d'articles de presse relatant une *enquête judiciaire*, sur l'identification des articles, les évaluations d'objectivité, lisibilité et informativité et les jugements judiciaires. Plusieurs résultats, qui méritent, selon nous, une attention particulière, vont être détaillés.

1. 1. Mise en évidence d'un schème langagier des récepteurs de presse écrite et d'attentes relatives au style syntaxique typique des articles de presse d'*enquête judiciaire*

Les résultats de la première série d'études montrent, tout d'abord, que les sujets semblent avoir une connaissance du style typique d'écriture de l'*enquête judiciaire*, puisqu'ils identifient l'article *congruent* comme plus typique (études 3, 4, 5 et 6 en condition *identification*). Ce résultat va dans le sens de l'existence d'un schème langagier acquis par intériorisation des régularités textuelles (Georget & Chabrol, 2000). En outre, cette intériorisation semble dépendre de la familiarité du lecteur avec le genre *enquête judiciaire*, via son niveau d'exposition (Esquenazi, 2002) puisque les plus-lecteurs apparaissent plus à même d'identifier correctement le style conforme/non-conforme de l'article (études 4 et 5). Il semble d'ailleurs que le traitement du style d'écriture par les plus-lecteurs soit plus automatique que le traitement des peu-lecteurs qui apparaît davantage contrôlé.

De plus, la conformité/non-conformité syntaxique détermine la valeur attribuée aux articles de presse. L'article syntaxiquement conforme est évalué plus objectif et plus lisible, par tous les participants (études 4 et 6 en condition *identification*). Cette conformité est également perçue marginalement plus informative, uniquement par les lecteurs (études 4 et 6 condition *jugement*). Les analyses de médiations effectuées (études 4 et 6) montrent, en outre, que c'est la perception de typicalité qui détermine les évaluations de crédibilité des articles. Ces résultats vont dans le sens de l'hypothèse d'attentes pré-programmées de la part des récepteurs (Burguet, 1999). Si les attentes des récepteurs en terme de style sont non-satisfaites, ils évaluent les articles (*extrémisé* et *incongruent*) moins crédibles. Ces résultats valident également l'hypothèse de Meyer (2000) selon laquelle le fait d'identifier un genre détermine les évaluations des messages.

Les résultats de la première série d'études confortent donc l'idée que les sujets auraient un schéma journalistique en mémoire, au moins en partie du à leur exposition médiatique, leur permettant d'identifier un style typique *versus* non-typique. Ils confortent également l'idée que le respect du style d'écriture d'un article de presse au genre spécifique dont il « relève » (i.e. la satisfaction du contrat de lectorat de l'*enquête judiciaire*) semble satisfaire les attentes des sujets, ce qui entraîne une meilleure évaluation des articles. Plus largement, ces résultats vont donc dans le sens de la théorie du contrat de communication et du contrat de lectorat. Ils montrent l'importance de tenir compte, dans les études sur la réception médiatique, d'une part, des caractéristiques des récepteurs, plus particulièrement de l'habitué des récepteurs à un certain style discursif typique, d'autre part, du caractère circulaire de la communication médiatique puisque la satisfaction des attentes des récepteurs favorise l'identification mais également la valeur attribuée aux articles.

Sur ce point, le chapitre I a montré que les professionnels savent que le fait de « décevoir » les attentes des récepteurs en terme de contenu informatif peut être sanctionné par les-dits lecteurs et être préjudiciable pour les ventes d'un journal (Agnès, 2002). Cette étude laisse supposer que la non-satisfaction des attentes des récepteurs en terme de style discursif pourrait également porter préjudice aux organes de presse.

1. 2. Les effets de la non-conformité syntaxique sur les peu-lecteurs

Les études 3, 4 et 6 mettent en évidence le fait que les participants les peu-lecteurs de presse judiciaire sont également sensibles aux manipulations syntaxiques. Ce résultat suscite plusieurs remarques.

D'une part, on peut envisager que les caractéristiques syntaxiques de l'enquête judiciaire se recoupent entre les différents médias (télévisuel, radiophonique, écrit). Le style de l'enquête judiciaire serait semblable dans les différents médias. Certains professionnels suggèrent d'ailleurs une certaine « porosité d'un type de support à l'autre » (Mouriquand, 1997). Les caractéristiques stylistiques seraient donc communes à d'autres médias, auxquels les sujets s'exposent davantage, ce qui compenserait leur faible habitude de lecture de presse. Vérifier une telle hypothèse supposerait de procéder à des analyses syntaxiques comparatives entre médias et devrait encourager l'étude des caractéristiques de style de messages médiatiques télévisuels ou radiophoniques.

D'autre part, ce résultat questionne la mesure d'exposition aux médias utilisée dans cette thèse. En effet, l'une des deux questions servant à construire l'indice d'exposition aux articles judiciaires portait sur l'exposition aux médias *judiciaires*, et non sur l'exposition aux articles d'*enquête judiciaire*. Cette question pouvait sembler relativement pertinente puisqu'il est peu probable que les participants se seraient souvenus précisément du nombre d'articles *enquêtes*

judiciaires lus. Considérant que le nombre d'articles relatant des *enquêtes* dans les médias est supérieur au nombre d'articles relatant des *verdicts* et des *procès*, on pouvait supposer qu'ils étaient, de fait, davantage exposés à des articles *enquêtes*. Malgré nos efforts, la mesure du niveau de lectorat judiciaire reste toutefois approximative et fondée uniquement sur les déclarations des participants. De plus, la fréquentation des sites Internet de journaux étant en hausse, mesurer l'exposition à la presse ne doit pas se faire uniquement par une mesure du niveau de lecture des versions journalistiques papiers. Ces limites montrent, s'il le fallait, qu'il est difficile, lorsque l'on choisit d'étudier le niveau de lectorat comme variable invoquée, d'être sûr de la fiabilité de la mesure. Cela devrait encourager la manipulation du niveau de lectorat des participants, par exemple en donnant à lire plusieurs articles de presse typiques d'un genre médiatique et déterminer à partir de quel niveau d'exposition (nombre d'articles typiques lus) les participants identifient un article non-conforme.

1. 3. Le traitement de la nature des indices syntaxiques

Dans les études 3, 4, 5 et 6, l'article *extrémisé* semble avoir un statut différent de l'article *incongruent*. Il est en effet globalement mieux reconnu et mieux évalué. Selon nous, cela suggère que les participants traitent le genre journalistique de façon globale (l'article *congruent* est toujours identifié comme le plus typique et évalué le plus crédible) mais traitent également la nature des indices syntaxiques présents dans l'article (l'article *extrémisé* est évalué un peu plus typique et un peu plus crédible que l'article *incongruent*). Ce traitement des indices leur permet d'identifier une cohérence de l'article *extrémisé* avec un style d'*enquête judiciaire*. Cet effet précise l'hypothèse relative aux effets de la non-conformité syntaxique : l'article *extrémisé*, quantitativement non-conforme au style d'*enquête judiciaire*, peut être identifié comme plus typique et être mieux évalué que l'article *incongruent*. Les participants traiteraient la nature des caractéristiques syntaxiques, au-delà de leur quantité. On pourrait également faire l'hypothèse que les caractéristiques de l'article *extrémisé* seraient plus cohérentes avec un « enjeu » caractéristique de l'*enquête judiciaire* que l'article *incongruent*. Selon Ghiglione et Trognon, un « partenaire » n'identifie une énonciation correctement que s'il en a identifié l'enjeu (ou les enjeux) qui le « lie » à un potentiel interlocuteur (1993, p. 32). Plus largement, cette différence entre les deux articles non-conformes devrait encourager à préciser les attentes syntaxiques des lecteurs et la notion de non-conformité. Il semble, en tout cas, que la non-conformité quantitative n'explique pas seule les données. Ce résultat encourage à tenir compte davantage du sens de la transgression des normes stylistiques, comme suggéré par Burgoon & Burgoon (2001).

2. Les conséquences de la modification du style général d'articles de presse relatant des *enquêtes judiciaires*

Dans le chapitre IV, nous avons insisté sur deux manières différentes de concevoir les effets du style, soit des effets « directs », soit des effets « indirects », médiatisés par les attentes des récepteurs. L'objectif de la seconde série d'études (études 7, 8, et 9) était de vérifier les effets du style d'écriture général des articles de presse en prenant en compte, de nouveau, les attentes des récepteurs. Ces études permettent de préciser les effets de caractéristiques stylistiques générales d'écriture (*narratives* et *argumentatives*) sur l'identification des articles, les évaluations d'objectivité, lisibilité et informativité et les jugements judiciaires.

2. 1. Des modifications générales du style n'ont pas les effets supposés par le contrat de lectorat

Dans l'étude 7, deux hypothèses alternatives avaient été formulées concernant, d'une part les effets du style journalistique *narratif* et, d'autre part, les effets du style journalistique *argumentatif*. Plusieurs résultats montrent que les effets du style *narratif* ou *argumentatif* ne semblent pas être médiatisés par des attentes prédictives (Burgoon & Burgoon, 2001).

Premièrement, on constate que la proximité stylistique des articles au style d'écriture de l'*enquête judiciaire* (dans l'étude 7, le style argumentatif *réalité possible*), ne semble pas expliquer la perception des articles par les récepteurs. Ce résultat suggère que si la conformité syntaxique au style typique de l'enquête judiciaire détermine la réception des articles par les lecteurs (études 3 à 6), une proximité plus générale n'a pas d'effet sur la perception de typicalité et sur les évaluations des articles de presse. Ce résultat semble donc indiquer que le schème des récepteurs serait perturbé dans le cas de modifications des caractéristiques syntaxiques spécifiques du genre attendu et non dans le cas de modifications des caractéristiques plus globales. Un autre résultat semble aller en ce sens, puisque, dans l'étude 8, le style narratif a uniquement des effets sur la lisibilité et les jugements. Il n'y a pas d'effets des caractéristiques *narratives* sur la typicalité perçue ou sur la perception d'objectivité et d'informativité. Ce résultat semble aller davantage dans le sens d'une validation d'un effet « direct » du style *narratif*, et non médiatisé par les attentes des lecteurs.

Par ailleurs, on constate que la proximité stylistique n'a pas, sur les jugements, l'effet que l'on pouvait supposer sur la base de la théorie du contrat. En effet, alors que l'on pouvait faire l'hypothèse qu'un article de presse écrit dans un style *réalité possible*, par le biais de son identification par les lecteurs, entraînerait des jugements de culpabilité plus sévères, on constate

que c'est l'article qui expose des informations préjudiciables dans un style *réalité affirmée* qui conduit les récepteurs à juger l'accusé plus coupable.

Les premiers résultats semblent donc remettre en cause l'hypothèse d'un effet de la perturbation du contrat de lectorat de l'*enquête judiciaire* dans le cas de manipulations plus générales des caractéristiques de style (caractéristiques argumentatives *possibles vs affirmées*) sur la typicalité perçue et la crédibilité perçue (objectivité, informativité, lisibilité). De plus, ils suggèrent que les effets du style d'écriture journalistique sur les jugements ne dépendent pas de la satisfaction des attentes du lecteur en terme de style d'écriture. Du moins, si attentes il y a, elles ne semblent pas uniquement fondées sur les normes habituelles d'écriture (i.e. les attentes prédictives évoquées par Burgoon & Burgoon, 2001).

2. 2. Les effets des caractéristiques journalistiques, *narratives* et *argumentatives*, sur les jugements

La deuxième série d'études suggère donc l'existence d'effets « directs » des caractéristiques stylistiques *narratives* et *argumentatives* sur la formation de jugements. Deux principaux résultats méritent d'être détaillés.

Premièrement, le style d'écriture *narratif* conduit les lecteurs à juger l'accusé plus coupable. Ce résultat suggère que les caractéristiques syntaxiques narratives auraient un sens implicite pour les lecteurs. Il semble qu'elles contribuent à donner une cohérence aux informations. Fournir une histoire pourrait donc donner du sens aux informations fournies. Ces effets rejoignent ceux observés par Pennington et Hastie (1992) sur le fait qu'une construction narrative des plaidoiries oriente les jugements dans le sens des preuves fournies.

Deuxièmement, le fait d'exposer des informations préjudiciables dans un style *argumentatif*, plutôt *réalité possible* ou plutôt *réalité affirmée*, a également un effet sur les jugements. Globalement, les études montrent qu'à la lecture d'un article *réalité affirmée*, les participants jugent l'accusé plus coupable qu'après avoir lu un article *réalité possible*. L'affirmation des informations par le locuteur (ici, le journaliste) semble donc conduire le récepteur à tenir davantage compte des informations fournies dans l'article et à s'en servir davantage pour fonder ses jugements.

On peut se demander si le style *narratif* et le style *argumentatif* relèvent du même niveau ? Selon nous, le style *narratif* agit comme une forme de cadre au contenu de l'article. L'insertion des informations dans un style syntaxique plutôt *narratif* donne une impression de cohérence à l'ensemble. Dans un débat diffusé sur France 2 le 3 octobre 2007, portant sur les faits divers, plusieurs journalistes (des médias radio, presse et TV) argumentaient l'idée que l'histoire

journalistique pouvait contribuer à donner une certaine cohérence aux informations fournies, même si celles-ci sont fausses. La construction *narrative* pourrait donner du sens à des informations à charge ou à décharge, vraies ou fausses. Cette idée permet également d'expliquer que le style *narratif* soit perçu comme plus lisible par les récepteurs, ceux-ci étant peut-être sensibles à cette cohérence stylistique donnée aux informations. Par contre, selon nous, le style *argumentatif* refléterait plutôt le positionnement du journaliste et aurait un sens implicite pour les récepteurs. L'argumentation stylistique déterminerait donc le fait qu'ils tiennent compte des informations transmises lorsque les informations sont plutôt affirmées ou en tiennent moins compte lorsque les informations sont exposées plus prudemment. Dans le cas d'une réalité *affirmée*, les lecteurs seraient davantage enclins à croire les informations transmises par le journaliste que dans le cas d'une réalité *possible*.

Autrement dit, le fonctionnement ne semble pas être le même. De ce point de vue, il est probable que le style *argumentatif*, qui reflète le positionnement du journaliste, soit plus soumis à l'existence d'attentes prescriptives que le style *narratif* qui détermine la cohérence des informations. Ceci reste une spéculation mais le fait que les effets du style *argumentatif* soient, un peu, modulés par le lectorat, alors que l'effet du style *narratif* n'est pas modulé par le lectorat, nous semble aller plutôt dans ce sens. Il est en effet possible que le positionnement du journaliste soit plus sujet à des attentes prescriptives et que les plus-lecteurs et peu-lecteurs ne valorisent pas le même type de positionnement journalistique.

2. 3. L'existence d'attentes liées à des enjeux médiatiques contractualisés

Si les effets du style *argumentatif* apparaissent directs, certains résultats des études 8 et 9 suggèrent qu'ils ne dépendent pas uniquement de l'augmentation du nombre de caractéristiques argumentatives dans un article.

Tout d'abord, dans l'étude 8, on constate que les plus-lecteurs évaluent les articles *affirmés* plus informatifs que les articles *possibles*, ce qui suggère que les plus-lecteurs valoriseraient davantage cette affirmation stylistique des informations. De plus, le fait que l'article *affirmé extrémisé* n'entraîne pas une culpabilité plus accentuée (étude 9), permet d'envisager le fait que les récepteurs aient certaines attentes en terme de normes discursives, celles-ci ne devant pas être transgressées. Il s'agirait donc d'une sorte de contrat de communication très général, sorte de contrat de « confiance » relevant du positionnement journalistique implicite dans l'article. Dès lors, si la proximité stylistique des articles (i.e. la satisfaction des attentes prédictives des récepteurs) ne semble pas déterminer la réception des articles et les jugements judiciaires, on peut envisager le fait

que des attentes prescriptives (i.e. relative à une forme de contrat de confiance) déterminent les effets du style sur les jugements judiciaires.

Plus largement, les hypothèses de schème langagier, de contrat de lectorat et/ou la notion d'attentes prédictives semblent rendre compte davantage des effets sur l'identification et l'évaluation des articles (études 3, 4, 5 et 6), tandis que l'hypothèse d'effets « directs » des indices de style et la notion d'attentes plus prescriptives semblent rendre compte des effets sur les jugements judiciaires (études 7, 8 et 9). Ce constat conduit, selon nous, à distinguer, d'une part, des explications plutôt cognitives de la réception des messages médiatiques. Celles-ci, fondées sur l'habitation des récepteurs, rendent compte des mesures d'identification et d'évaluation. Les lecteurs s'attendant à certaines caractéristiques syntaxiques sur la base de leurs observations, la non-conformité syntaxique perturbe leurs attentes et leur traitement des articles. D'autre part, il semble que les effets « directs » des intentions du journaliste et la perturbation des normes prescriptives expliquent davantage la formation des jugements (études 7, 8 et 9).

Ces observations donnent de l'importance à la distinction entre les attentes prédictives et les attentes prescriptives des lecteurs. En effet, la satisfaction d'attentes prédictives, c'est-à-dire le fait que le récepteur soit confronté à un discours typique, semble affecter l'identification et les évaluations des articles de presse. Tandis que la satisfaction d'attentes prescriptives, c'est-à-dire le fait que le récepteur soit confronté à un discours qu'il peut valoriser, n'affectent pas la réception des articles de presse mais semblent affecter, à un niveau supérieur, la formation de jugements.

Ce constat invite, dans les recherches futures sur les effets du style d'écriture, à prendre en compte plusieurs champs théoriques complémentaires. En effet, au vu de toutes les études de la thèse, on constate que certains résultats n'auraient pu être compris sans considérer la possibilité que le style revêt un sens implicite et la possibilité d'effets directs d'un sens lié au style. Par ailleurs, certains résultats n'auraient pu être compris sans la prise en compte de la notion d'attentes pré-programmées, soit plutôt fondées sur l'habitation et la récurrence stylistique (attentes prédictives), soit plutôt fondées sur ce qui est peut être valorisé, dans un certain contexte (attentes prescriptives).

3. A propos de la distinction fond/forme

Les deux séries d'études menées dans cette thèse suscitent plusieurs remarques à propos de la distinction fond/forme (i.e. contenu/style), souvent évoquée dans la littérature (e.g. Van Dijk, 2000 ; Rigalleau et al. 1997).

Selon les hypothèses développées initialement par les modèles duaux, un traitement systématique porte sur les arguments d'un message tandis qu'un traitement heuristique porte, par

exemple, sur les caractéristiques de la source ou les propriétés non-sémantiques, dites de surface du message, i.e. moins dépendantes du contenu (Meyer, 2000). Dans toutes les études de cette thèse, les articles ne varient pas sur le type d'arguments développés. Autrement dit, les contenus informatifs des articles sont identiques, ce sont des indices non-sémantiques qui varient. Dans ce cas, si l'on suit l'hypothèse des modèles duaux, le traitement effectué par les participants serait un traitement heuristique. Il est intéressant d'observer que le traitement d'indices qualifiés d'heuristiques a des effets sur les jugements judiciaires. On constate (études 7, 8, 9) que les sujets qui ont traité les indices stylistiques indiquant un positionnement plutôt affirmé ou plutôt prudent du journaliste, ont appréhendé différemment les informations préjudiciables. Autrement dit, des indices syntaxiques heuristiques biaisent le traitement des arguments du message. Ce résultat va dans le sens d'une combinaison des voies de traitement et confirme que des indices heuristiques peuvent déterminer l'appréhension des arguments d'un message.

Globalement, les études menées dans le cadre de cette thèse indiquent que le sens d'un message, pour le lecteur, se construit sur la base de ses référents mais également sur la base du style d'écriture (ici, la syntaxe). En effet, on constate que la manipulation des caractéristiques syntaxiques détermine la valeur attribuée aux articles (études 4 et 6) et les jugements de culpabilité (études 7, 8, 9). Manifestement, on constate que le style syntaxique a des effets sur la réception de messages, et ce même quand les référents sont équivalents d'un article à l'autre. L'accès au sens du-dit message semble donc bien se construire sur la base de ses composantes sémantiques et syntaxiques. Cela semble confirmer que l'opposition entre les référents sémantiques qui donneraient le sens d'un discours et les caractéristiques de style comme simple agencement, simple structure, paraît éventuellement pertinente du point de vue d'une analyse descriptive des discours mais apparaît moins pertinente en terme d'effets.

Enfin, ces considérations sur l'intérêt des effets des caractéristiques stylistiques suscitent une dernière remarque sur la difficulté à construire le matériel expérimental. Dans toutes les études de cette thèse, la variable indépendante consistait en une manipulation d'indices syntaxiques (plus ou moins relatifs à un genre typique). Or, ce type de manipulation constitue une difficulté méthodologique relativement importante. A l'issue de ses travaux, Sandell (1977) faisait déjà remarquer à quel point il est difficile de faire ce type de manipulations stylistiques (dans notre cas écrire des articles conformes à un genre typique pour les études 3 à 6, ou des articles cohérents avec un style journalistique plus général pour les études 7 à 9). Même si les manipulations s'appuient sur une analyse quantitative automatique du style (Marchand, 1998), elles restent donc complexes et peuvent toujours donner lieu à discussion. En effet, les indices sont liés les uns aux autres et, par exemple, faire varier une caractéristique en fait inmanquablement varier une autre. Dans la thèse,

nous avons, plusieurs fois, évoqué certaines limites fixées dans la construction des articles expérimentaux, afin de respecter un certain caractère écologique des articles. On pourrait se demander ce que cela implique et si ce choix était réellement pertinent. Cette limite en terme de construction stylistique devrait selon nous, encourager à choisir de vrais articles de presse écrite (i.e. plus généralement de vrais messages médiatiques, peu importe le média-source) plus ou moins typiques du genre *enquête judiciaire*, ou plus ou moins *narratifs* ou *argumentatifs* stylistiquement parlant et à en vérifier les effets sur la réception de messages et les jugements. Il serait également intéressant d'utiliser de vrais articles et de les modifier stylistiquement, ce qui permettrait de contrôler le contenu informationnel.

4. Quels apports pour l'étude de la *publicité pré-procès* ?

Les premières recherches menées dans le cadre de cette thèse (études 5 et 6) ne montrent pas d'effets des caractéristiques syntaxiques sur les jugements judiciaires. Par contre, les trois dernières études (7, 8 et 9) fournissent des éléments qui permettent, selon nous, d'enrichir les études sur les effets de la *publicité pré-procès*. Rappelons que les recherches sur la *publicité pré-procès* s'intéressent principalement aux informations contenues dans les messages médiatiques. Ces études portent, par exemple, sur le nombre d'informations préjudiciables présentes dans un article de presse. Les résultats de cette thèse indiquent, qu'au-delà du contenu informatif, le style d'écriture d'articles de presse semble également pouvoir déterminer les jugements pré-procès. Comme dit précédemment, le style d'écriture *narratif* pourrait fournir une certaine cohérence aux informations journalistiques et le style d'écriture *argumentatif affirmé* conduirait les lecteurs à davantage prendre en compte les informations exposées par le journaliste et, dans le cas d'informations à charge, à formuler des jugements de culpabilité plus sévères.

Selon les mécanismes d'explication de la *publicité pré-procès*, détaillés par les auteurs, le contenu informatif des médias créerait une impression négative envers l'accusé qui augmenterait la saillance des informations à charge (Otto et al., 1994 ; Steblay et al., 1999). Ce mécanisme explicatif est notamment fondé sur le *story model* (Pennington & Hastie, 1988), selon lequel la représentation des faits sous forme de récit permet de leur donner une certaine cohérence. Nos dernières recherches semblent, elles, montrer que les caractéristiques syntaxiques *narratives* orientent également les jugements dans le sens des preuves. Ici, ce n'est pas l'organisation narrative des faits mais les indices correspondant à un style *narratif* qui rendraient les informations plus cohérentes, entraînant des jugements de culpabilité plus accentués.

Les résultats indiquent également que les caractéristiques syntaxiques *affirmées* orientent les jugements dans le sens des informations de l'article. Cela suggère qu'un article contenant des informations préjudiciables écrit dans un style réalité *affirmé* sera plus préjudiciable à un accusé. A l'inverse, des informations préjudiciables à un accusé insérées dans un style *possible*, entraînent davantage de jugements d'innocence. Autrement dit, pour évaluer les « risques » de la *publicité pré-procès*, il conviendrait de tenir compte du nombre d'informations préjudiciables contenues dans les messages médiatiques mais également des intentions journalistiques *via* les marques syntaxiques correspondantes. Les marques stylistiques de l'opinion du journaliste (*affirmée vs possible*) déterminent en effet la valeur de vérité des informations.

Pour les mêmes informations (i.e pour un même contenu), les jugements varient donc nettement en fonction du style de l'article. Ce résultat remet en cause la pertinence d'une analyse uniquement informationnelle du caractère préjudiciable de la *publicité pré-procès*. Il suggère la nécessité de l'intervention de spécialistes de l'analyse de discours pour déterminer le caractère plus ou moins préjudiciable de la couverture d'une affaire particulière. Les conclusions que l'on peut faire sur la base d'une analyse de contenu classique, uniquement informationnelle, peuvent s'avérer fausses. Des nouvelles études, faisant varier informations préjudiciables et style d'écriture, permettraient d'étoffer nos résultats. Considérant que les articles de presse utilisés dans les recherches contenaient des informations plutôt préjudiciables pour l'accusé il conviendrait de vérifier les effets du style *argumentatif* et du style *narratif* dans le cas de contenu informatif à décharge pour l'accusé. Dans le cas du style *narratif* notamment, rappelons que certaines études ont montré que la construction *narrative* ne compense pas l'absence de preuves (Voss et al., 1999 ;Voss & Van Dyke, 2001).

Selon nous, d'autres recherches, à l'avenir, devraient également utiliser plusieurs messages médiatiques. En effet, une limite méthodologique de nos études est de demander aux participants de formuler une opinion sur la base d'un seul article, ce qui ne reflète pas la réalité. Garapon, (2001) argumente, et nous le suivons dans cette idée, que les journaux présentent les enquêtes ou les procès comme des séries et ne redonnent pas toutes les informations dans chaque article. Tuchman (1972, p. 666) remarque la même chose, « le consommateur d'informations médiatiques ne dispos[ant] pas de toutes les facettes d'une histoire sur un seul jour, mais reç[evant] une diversité de point de vues sur une période de temps plus vaste »¹¹. Autrement dit, la formation d'opinion des lecteurs, les jugements, ne se fondent pas sur un seul article. Il est d'ailleurs possible, comme nous l'avons souligné, que dans l'étude 9, le fait que l'article *affirmé* extrémisé n'entraîne pas plus de culpabilité que l'article *affirmé* soit dû à une forme d'effet plafond, les lecteurs ne pouvant juger un accusé plus coupable, considérant le faible nombre d'informations qu'ils possèdent.

Par ailleurs, les résultats ont été validés avec une *enquête judiciaire* uniquement. Le fait de n'avoir utilisé qu'une seule affaire judiciaire limite quelque peu la transférabilité de nos observations et d'autres études devront être menées afin de vérifier si nos conclusions s'appliquent à d'autres types d'*enquêtes* (agression, viols, mais aussi des crimes « à cols blancs » comme des détournements de fonds, le risque étant dans ce cas de basculer vers un journalisme trop politique).

Enfin, et cela a été fait dans le cadre des études américaines sur la publicité pré-procès, il serait intéressant de vérifier si les effets des caractéristiques syntaxiques sur les jugements pré-procès subsistent à l'issue du procès et/ou des délibérations des jurés. Pour cela, il faudrait mettre en œuvre des expériences plus « importantes » dans lesquelles, après l'élaboration d'un jugement pré-procès, des discussions de groupe (Drozda-Senkowska & Oberlé, 2000), type jury d'assises, seraient mises en œuvre afin de vérifier la persistance des effets.

5. Quels apports concernant les normes déontologiques des professionnels ?

Indépendamment des considérations sur la publicité pré-procès, l'analyse de discours (étude 1) menée dans cette thèse a mis en évidence que les articles relatant des *enquêtes judiciaires* étaient plutôt *narratifs* et argumentaient les informations de manière plutôt prudente.

Indépendamment du fait qu'un style *narratif* oriente les jugements, l'étude 1 de cette thèse a également montré que les caractéristiques syntaxiques narratives sont davantage présentes dans les articles *judiciaires*, particulièrement dans des articles relatant des *enquêtes judiciaires*. Autrement dit, la presse française généraliste utiliserait un style d'écriture qui rend le contenu informatif judiciaire cohérent. Dans ce cas, si les informations contenues dans les articles sont plutôt préjudiciables pour un accusé, on peut supposer que la couverture médiatique d'enquêtes a effectivement des effets sur les jugements pré-procès. Sur ce point, aux Etats-Unis, les informations dans les médias peuvent être préjudiciables à un accusé (*via* les informations transmises par les avocats de l'accusation) mais les médias peuvent également fournir des informations à décharge (*via* les informations transmises par les avocats de la défense). Dans un système accusatoire, qui fournit également des informations à décharge pour l'accusé, une construction stylistique narrative ou argumentative *affirmée* des articles de presse pourrait entraîner des effets moins préjudiciables pour l'accusé. Par contre, la procédure inquisitoire (entre autre française) est différente de la procédure accusatoire américaine (Garapon & Papadopoulos, 2003), notamment dans la mesure où c'est le juge d'instruction (et non les avocats de chaque partie) qui rassemble les pièces du dossier pour décider de la suite à donner à la poursuite. Or, selon certains juristes, si le juge estime que le dossier constitué ne contient aucun élément, il ne dépensera pas le temps et l'argent de son

institution pour poursuivre l'enquête (Danet, 2004). En conséquence, le système inquisitoire, en soi, dirigerait l'analyse du juge d'instruction vers l'établissement de la culpabilité (Bendel, 2006). On peut faire l'hypothèse que les informations fournies dans les médias pourraient refléter ce « biais » de l'institution judiciaire vers l'établissement de la culpabilité, et fournir davantage d'informations à charge. Dans ce cas, le fait que les articles de presse soient plutôt *narratifs* plaide en faveur d'un effet préjudiciable de la presse française sur les jugements pré-procès.

La question du positionnement journalistique (*affirmé vs possible*) peut être mise en lien avec un phénomène qui, ces dernières années, a largement modifié la situation de la presse quotidienne française : l'installation des gratuits (Charon, 2005). Les partisans des gratuits argumentent généralement (parmi eux, Pierre-Jean Bozo, président-directeur de la publication du gratuit *20 minutes*, l'a encore argumenté le 19 septembre 2007 dans une émission radiophonique sur les médias, diffusée sur France Inter) que les journalistes des gratuits sont des journalistes d'information et non d'opinion. Selon Bozo (et d'autres), le fait de donner des informations brutes permettrait donc au lecteur de se forger lui-même son opinion. Or, les résultats de cette thèse montrent, effectivement, qu'à informations équivalentes, le positionnement, *affirmé* ou *prudent*, du journaliste fournit au lecteur le moyen de se forger une opinion différente (ici, sur la culpabilité d'un accusé) quand les informations sont équivalentes.

Par ailleurs, on constate que les journalistes écrivent plutôt dans un style *réalité possible* (étude 1) ce qui semble témoigner d'un positionnement prudent. Les journalistes utiliseraient donc plutôt un style qui encourage les lecteurs à ne pas trop s'engager dans un jugement prématuré. Autrement dit, contrairement à un autre argument souvent développé par les partisans des journaux d'informations brutes « gratuits », consistant à dire que l'opinion journalistique serait forcément un problème, l'analyse discursive semble plutôt montrer que les journalistes prennent des précautions et les recherches expérimentales montrent que ce style *possible* conduit les lecteurs à être plus prudents dans leurs jugements. Ce qui peut finalement sembler pertinent dans la mesure où, nous l'avons vu, les journalistes peuvent faire une sélection largement biaisée des informations.

Cette « opposition » entre journaux d' « information stricte » et journaux d' « opinion » nous semble particulièrement intéressante et devrait, selon nous, encourager à travailler plus précisément sur la présentation des informations dans les « gratuits ». On peut se demander notamment si ce type de présentation est complètement dépourvu d'implicite quant à l'opinion du locuteur.

La question du sens implicite du style pose selon nous la question des normes déontologiques de l'écriture journalistique. Ces résultats devraient conduire les journalistes à considérer davantage les effets potentiels de leurs opinions *via* le style. Les professionnels de la

construction médiatique (la presse écrite emploie encore 70% des journalistes, Chapuis et al., 2006) devrait notamment considérer avec précaution les éléments stylistiques qui déterminent une part des effets du contenu informatif de leurs messages. Ceci étant, selon plusieurs auteurs, les contenus de discours relèvent des choix des locuteurs, alors que les structures de surface (e.g. intonation, phonétique et syntaxe) n'en relèvent pas { Van Dijk, 2000 ; Castel et al., 1995). Egalement, selon Bromberg et Trognon (2005), le style d'écriture serait une composante communicationnelle moins contrôlée que les aspects de contenu informationnel. Selon Laver et Trudgill (1979), les termes de vocabulaires peuvent être consciemment supprimés par le locuteur alors que les marques de discours stylistiques, plus « subtiles », seraient non contrôlables. Prendre en compte le style d'écriture ne serait donc pas chose aisée.

Enfin, à ce stade, soulignons que ces deux dernières réflexions sur les effets du style sur les jugements pré-procès et sur l'écriture journalistique sont possibles grâce aux études expérimentales menées dans cette thèse (études 3 à 9) et grâce à l'analyse discursive du style journalistique de l'enquête judiciaire pratiquée en amont (étude 1). Malgré la difficulté, il paraît intéressant d'utiliser ces méthodes descriptives et plus expérimentales, autrement dit d'élaborer des programmes de recherches utilisant des techniques variées et complémentaires.

Plus largement, les résultats de cette thèse invitent à prolonger les travaux sur la description du style des messages médiatiques et à conduire de nouvelles recherches expérimentales sur les impacts du style, afin de mieux comprendre ces effets différenciés. Les apports et les limites de ce travail, nous l'espérons, en appellent d'autres.

BIBLIOGRAPHIE

A

- ABA. (2007). *Criminal Justice Section Standards, 2007*, from www.abanet.org/crimjust/standards/fairtrial_blk.html
- Abelson, R. P. (1981). Psychological status of the script concept. *American Psychologist, 36*(7), 715-729.
- Abelson, R. P., & Prentice, D. A. (1997). Contrast test of interaction hypotheses. *Psychological Methods, 2*(4), 315-328.
- Agnès, Y. (2002). *Manuel de journalisme, écrire pour le journalisme*. Paris: La découverte, Repères.
- Albert, P. (2002). *La presse*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Allen, D. G., Van Scotter, J. R., & Otondo, R. F. (2004). Recruitment Communication Media: Impact on Prehire Outcomes. *Personnel Psychology, 57*(1), 143-171.
- Appelbaum, R. L., & Anatol, K. W. (1972). The factor structure of credibility as a function of the speaking situation. *Speech Monographs, 39*, 216-222.
- Arbutnot, J., Myers, B., & Leach, J. (2002). Linking juror prejudgment and pretrial publicity knowledge: some methodological considerations. *American Journal of Forensic Psychology, 20*(3), 53-71.
- Argentin, G. (1983). Le système gestuel. *Bulletin de Psychologie, 37*(11-14), 575-583.
- Argentin, G., & Ghiglione, R. (1986). Le système de communication. In R. Ghiglione (Ed.), *L'homme communiquant* (pp. 171-194). Paris: Armand Colin.
- Aronsson, K., Jönsson, L., & Linell, P. (1987). The courtroom hearing as a middle ground: Speech accomodation by lawyers and defendants. *Journal of Language and Social Psychology, 6*(2), 99-115.
- Austin, J. L. (1962). *How to do things with words ?* New-York: Oxford University Press.

B

- Bachmann, C. (1980). Le langage dans les communications sociales quotidiennes : quelques perspectives actuelles. *Etudes de linguistique appliquée, 37*, 22-33.
- Bailis, D. S., & MacCoun, R. J. (1996). Estimating liability risks with the media as your guide: A content analysis of media coverage of tort litigation. *Law and Human Behavior, 20*(4), 419-429.
- Baker, L. (1979). Comprehension monitoring : Identifying and coping with text confusions. *Journal of Reading Behavior, 11*(4), 365-374.
- Bakhtine, M. (1984). *Esthétique de la création verbale*. Paris: Gallimard.
- Balle, F. (2003). *Médias et sociétés*. Paris: Montchrestien.
- Bardin, L. (1993). *L'analyse de contenu*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Bargh, J. A. (1989). Conditional automaticity : varieties of automatic influence in social perception and cognition. In J. S. Uleman & J. A. Bargh (Eds.), *Unintended thoughts : limits of awareness, intention and control* (pp. 3-51). New York: Guilford.
- Bargh, J. A. (1999). The cognitive monster: The case against controllability. In S. Chaiken & Y. Trope (Eds.), *Dual process theories in social psychology* (pp. 361-382). New-York: Guilford Press.

- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Bartlett, F. C. (1932). *Remembering: A study in experimental and social psychology*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Bautier, R. (1984). Sur le journalisme : des règles d'écriture aux représentations de la communication journalistique. *Etudes de Linguistique Appliquée*, 53, 79-91.
- Beaudoin, C. E., & Thorson, E. (2005). Credibility perceptions of news coverage of ethnic groups: the predictive roles of race and news use. *The Howard Journal of Communications*, 16, 33-48.
- Bendel, C. (2006, 8 février). Un juge d'instruction pour analyser et non pour enquêter. *Le Monde*, p. 22.
- Bennett, W. L. (1978). Storytelling in criminal trials: A model of social judgement. *Quarterly Journal of Speech*, 64(1), 1-22.
- Bennett, W. L., & Feldman, M. S. (1981). *Reconstructing reality in the courtroom - Justice and judgment in the american culture*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Berger, C. R. (2001). Miscommunication and communication failure. In W. P. Robinson & H. Giles (Eds.), *The New Handbook of Language and Social Psychology* (pp. 177-192). Chichester, England: John Wiley & Sons Ltd.
- Berlo, D. K., Lemert, J. B., & Mertz, R. J. (1970). Dimensions for evaluating the acceptability of message sources. *Public Opinion Quarterly*, 33(4), 563-576.
- Besche, C., Castillo, M.-C., Laurent, J.-P., & Passerieux, C. (1997). Langage et schizophrénie. In A. Blanchet (Ed.), *Recherches sur le langage en psychologie clinique* (pp. 41-65). Paris: Dunod.
- Bittle, S. (2001). *Le traitement médiatique, dans la presse écrite, de la haine en tant que circonstance aggravante en matière de détermination de la peine : Une étude de cas*
- Blakar, R. M. (1979). Language as a means of social power. In R. Rommetveit & R. M. Blakar (Eds.), *Studies of language, thought and communication* (pp. 109-146). Londres: Academic Press.
- Blanchet, A. (1988a). Complémentations et interprétations d'un interviewer dans l'entretien de recherche : leurs effets sur le discours de l'interviewé. *Psychologie Française*, 33, 280-288.
- Blanchet, A. (1988b). Les interrogations propositionnelles de l'interviewer dans l'entretien de recherche. *Connexions*, 52, 41-57.
- Blanchet, A., & Mirabel-Sarron, C. (1997). Négation et psychopathologie. In A. Blanchet (Ed.), *Recherches sur le langage en psychologie clinique* (pp. 11-37). Paris: Dunod.
- Bornstein, B. H., Whisehunt, B., L., Nemeth, R., J., & Dunaway, D., L. (2002). Pretrial publicity and civil cases: A two way street ? *Law and Human Behavior*, 26(1), 3-18.
- Bougnoux, D. (2003). Les médias et le lien social. In P. Albert, U. E. Koch, R. Rieffel, D. Schröter & P. Viallon (Eds.), *Les médias et leur public en France et en Allemagne* (pp. 75-92). Paris: Editions Panthéon Assas.
- Bourdieu, P. (1982). *Ce que parler veut dire*. Poitiers: Fayard.
- Bourdieu, P. (1996). *Sur la télévision*. Paris: Raisons d'agir Editions.
- Bourque, G. (1989). *Des mesures de lisibilité*, Communication présentée au 57e Congrès de l'ACFAS, Montréal.
- Bradac, J. J., Courtright, J. A., Schmidt, G., & Davies, R. A. (1976). The effects of perceived status and linguistic diversity upon judgments of speaker attributes and message effectiveness. *Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 93(2), 213-220.
- Bradac, J. J., Davies, R. A., Courtright, J. A., Desmond, R. J., & Murdock, J. I. (1977). Richness of vocabulary: An attributional analysis. *Psychological Reports*, 41(3), 1131-1134.

- Brandwood, J. A. (2000). You say "fair trial" and I say "free press": British and American approaches to protecting defendant's rights in high profile trials. *New York University Law Review*, 75, 1412-1451.
- Brauer, M. (2000). L'identification des processus médiateurs dans la recherche en psychologie. *L'Année Psychologique*, 100, 661-681.
- Brauer, M. (2002). L'analyse des variables indépendantes continues et catégorielles : Alternatives à la dichotomisation. *L'Année Psychologique*, 102, 449-484.
- Brauer, M., & McClelland, G. H. (2005). L'utilisation des contrastes dans l'analyse des données : comment tester des hypothèses spécifiques dans la recherche en psychologie ? *L'Année Psychologique*, 105(2), 273-305.
- Brehm, J. W. (1966). *A theory of psychological reactance*. San Diego: Academic Press.
- Brehm, S. S., & Brehm, J. W. (1981). *Psychological reactance: A theory of freedom and control*. New York: Academic Press.
- Brewer, W. F. (1980). Literary theory, rhetoric, and stylistics: Implications for psychology. In R. J. Spiro, B. C. Bruce & W. F. Brewer (Eds.), *Theoretical issues in reading comprehension. Perspectives from cognitive psychology, linguistics, artificial intelligence and education* (pp. 221-239). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Bromberg, M. (1980). L'enjeu. *Champs Éducatifs*, 2, 29-46.
- Bromberg, M. (1990). Advance planning of discourse in potential exchange situations. *European Journal of Social Psychology*, 20(1), 77-84.
- Bromberg, M. (1999). *Contrat de communication : persuasion et langage*. Thèse pour le doctorat d'état, Université Paris VIII.
- Bromberg, M. (2001). Contrat de communication et construction du sens. In J.-L. Beauvois (Ed.), *Rodolphe Ghiglione. Un parcours théorique et son impact* (pp. 33-37). Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Bromberg, M., & Dorna, A. (1985). Modèles argumentatifs et classes de prédicat : une expérience en situation de laboratoire. *Psychologie Française*, 30(1), 51-57.
- Bromberg, M., & Dubois, M. (1996). L'étude de la persuasion. In J.-C. Deschamps & J.-L. Beauvois (Eds.), *Des attitudes aux attributions. Sur la construction de la réalité sociale* (pp. 67-90). Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Bromberg, M., & Ghiglione, R. (1988). Contraintes de situation, stratégies discursives. *Verbum*, 11, 85-102.
- Bromberg, M., & Trognon, A. (2005). Communication et contrat de communication. In N. Dubois (Ed.), *Psychologie sociale de la cognition* (pp. 209-252). Paris: Dunod.
- Brooks, B. S., Kennedy, G., Moen, D. R., & Ranly, D. (2001). *Telling the story: Writing for print, broadcast and online media*. New York: St. Martins.
- Brosius, H.-B., & Bathelt, A. (1994). The utility of exemplars in persuasive communications. *Communication Research*, 21(1), 48-78.
- Brown, P., & Fraser, C. (1979). Speech as a marker of situation. In K. R. Scherer & H. Giles (Eds.), *Social markers in speech* (pp. 33-62). Cambridge: Cambridge University Press / Editions de la Maison des Sciences de l'Homme.
- Brown, R., & Fish, D. (1983). The psychological causality implicit in language. *Cognition*, 14(3), 237-273.
- Brugidou, M. (1995). *L'élection présidentielle. Discours en enjeux politiques*. Paris: L'Harmattan.
- Brugidou, M., & Le Queau, P. (1999). Les " rafales ", une méthode pour identifier les différents épisodes d'un récit : contribution au traitement et à l'interprétation des entretiens non directifs de recherche. *Bulletin de Méthodologie Sociologique*, 64, 49-81.
- Bruner, J. S., & Tagiuri, R. (1954). The perception of people. In G. Lindzey (Ed.), *Handbook of social psychology* (Vol. 2, pp. 634-654). Cambridge: Addison-Wesley.

- Bucy, E. P. (2003). Media credibility reconsidered: Synergy effects between on-air and online news. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 80(2), 247-264.
- Buffard-Moret, B. (2005). *Introduction à la stylistique*. Paris: Armand Colin.
- Burgoon, J. K., & Burgoon, M. (2001). Expectancy theories. In W. P. Robinson & H. Giles (Eds.), *The New handbook of Language and Social Psychology* (pp. 79-103). New-York: John Wiley & Sons.
- Burgoon, J. K., Le Poire, B. A., & Rosenthal, R. (1995). Effects of preinteraction expectancies and target communication on perceiver reciprocity and compensation in dyadic interaction. *Journal of Experimental Social Psychology*, 31(4), 287-321.
- Burgoon, M., Burgoon, J. K., & Wilkinson, M. (1981). Newspaper image and evaluation. *Journalism Quarterly*, 58, 411-419.
- Burgoon, M., Jones, S. B., & Stewart, D. (1975). Toward a message-centered theory of persuasion: Three empirical investigations of language intensity. *Human Communication Research*, 1, 240-256.
- Burgoon, M., & Miller, G. H. (1985). An expectancy interpretation of language and persuasion. In H. Giles & R. N. St-Clair (Eds.), *Recent advances in language, communication, and social psychology* (pp. 199-229). London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Burguet, A. (1997). *Contrat de communication et analyse de la restitution du discours de la presse*. Thèse de doctorat, Université Paris VIII.
- Burguet, A. (1999). Le lecteur, le texte et le contexte. *Psychologie Française*, 44(1), 65-73.
- Burguet, A. (2000). Le contrat de communication dans le discours de la presse. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 13(4), 151-180.
- Burguet, A. (2003). Rappel immédiat d'un article de presse: effets du contrat de lectorat et de l'accord avec le texte. *Nouvelle Revue de Psychologie Sociale*, 2(2), 228-236.
- Burguet, A., & Girard, F. (2004). Comment traitons-nous l'information médiatique ? In P. Marchand (Ed.), *Psychologie Sociale des Médias* (pp. 233-256). Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- Burguet, A., & Girard, F. (2007, 22-23 juin). "Zidane génial, Ronaldinho impuissant." *Analyse des biais linguistiques intergroupes dans la presse pendant la coupe du monde de football*, Communication présentée au 2ème Colloque International de Psychologie sociale et communication, Dijon.

C

- Caetano, A., Vala, J., & Leyens, J.-P. (2001). Judgeability in person perception: The confidence of leaders. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 5(2), 102-110.
- Caramazza, A., Grober, E., Garvey, C., & Yates, J. (1977). Comprehension of anaphoric pronouns. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 16(5), 601-609.
- Carlson, K. A., & Russo, J. E. (2001). Biased interpretation of evidence by mock jurors. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 7(2), 91-103.
- Carr, E. H. (1988). *Qu'est-ce que l'histoire ?* Paris: La découverte.
- Carroll, J. S. (1960). Vectors in prose style. In T. Sebeock (Ed.), *Style in language* (pp. 283-292). Cambridge, Massachusetts: The M.I.T Press.
- Castel, P., & Lacassagne, M.-F. (1995). Un indicateur psychosocial : la position syntaxique. *Canadian Journal of Experimental Psychology*, 49(1), 121-129.
- Castel, P., Lacassagne, M.-F., & Ndobu, A. (1999). Discours raciste et modalisation propositionnelle. *Psychologie Française*, 44(2), 163-170.
- Chabrol, C. (1983). Réflexions à propos de l'interaction et de l'interlocution dans les médias. *Sociologie du Sud-Est*, 37-38, 139-164.

- Chabrol, C. (1988). Le lecteur : fantôme ou réalité ? Etude des processus de réception. In P. Charaudeau (Ed.), *La presse : produit, production, réception* (pp. 161-184). Paris: Didier érudition.
- Chabrol, C., & Girard, F. (2001). Souvenirs de Yougoslavie, effets du contrat de lectorat et de l'activation des connaissances. *Bulletin de Psychologie*, 54(6), 711-719.
- Chaiken, S. (1980). Heuristic vs systematic information processing and the use of source vs messages cues in persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(5), 752-766.
- Chaiken, S., & Eagly, A. H. (1983). Communication modality as a determinant of persuasion: The role of communicator salience. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(2), 241-256.
- Chaiken, S., & Maheswaran, D. (1994). Heuristic processing can bias systematic processing: Effects of source credibility, argument ambiguity, and task importance on attitude judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66(3), 460-473.
- Chapuis, J., Portier, T., & Tessier, P. (2006). *Guide à l'intention des futurs journalistes*. Paris: Sedes.
- Charaudeau, P. (1983). *Langage et discours: Eléments de sémiolinguistique (Théorie et pratique)*. Paris: Hachette.
- Charaudeau, P. (1984). Problèmes de langage et problèmes d'analyse des médias. *Bulletin de l'Unité de Recherche Linguistique*, 4, 2-7.
- Charaudeau, P. (1992). *Grammaire du Sens et de l'Expression*. Paris: Hachette.
- Charaudeau, P. (1993). A propos des débats médiatiques : l'analyse de discours des situations d'interlocution. *Psychologie Française*, 38(2), 111-123.
- Charaudeau, P. (1997). *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*. Paris: Nathan.
- Charaudeau, P. (2004). Le contrat de communication dans une perspective langagière : contraintes psychosociales et contraintes discursives. In M. Bromberg & A. Trognon (Eds.), *Psychologie sociale et communication* (pp. 109-120). Paris: Dunod.
- Charaudeau, P. (2005). *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*. Paris: De Boeck.
- Charaudeau, P., & Ghiglione, R. (1997). *La parole confisquée. Un genre télévisuel : le talk show*. Paris: Dunod.
- Charaudeau, P., & Maingueneau, D. (2002). *Dictionnaire d'Analyse du Discours*. Paris: Seuil.
- Charon, J.-M. (2005). *La presse quotidienne*. Paris: La découverte, Repères.
- Charon, J.-M. (2007). *Le journalisme*. Paris: Editions Milan.
- Charron, J. (2002). Parler de soi en faisant parler les autres. Identité journalistique et discours rapporté. In R. Rieffel & T. Watine (Eds.), *Les mutations du journalisme en France et au Québec* (pp. 83-99). Paris: Editions Panthéon Assas.
- Charron, J., & De Bonville, J. (2002). Le journalisme dans le "système" médiatique. *Etudes de Communication Publique*, 16, 1-57.
- Chesler, M. A., Sanders, J., & Kalmuss, D. S. (1988). *Social science in court: Mobilizing experts in the school desegregation cases*. Madison: University of Wisconsin Press.
- Chomsky, N. (1969). *Structures syntaxiques*. Paris: Editions du Seuil.
- Chomsky, N. (1971). *Aspects de la théorie syntaxique*. Paris: Editions du Seuil.
- Cialdini, R. B., Reno, R. R., & Kallgren, C. A. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(6), 1015-1026.
- Clark, H. H. (1985). Language use and language users. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology* (pp. 179-231). New York: Random House.
- Clark, H. H. (1996). *Using language*. Cambridge, GB: Cambridge University Press.

- Clark, H. H., & Begun, J. S. (1968). The use of syntax in understanding sentences. *British Journal of Psychology*, 59(3), 219-229.
- Clément, R., & Noels, K., A. (1999). Langage et communication intergroupe. In R. Y. Bourhis & J.-P. Leyens (Eds.), *Stéréotypes, discrimination et relations intergroupes* (pp. 233-261). Paris: Mardaga.
- Cohen, B. C. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Coirier, P., Gaonac'h, D., & Passerault, J.-M. (1996). *Psycholinguistique textuelle*. Paris: A. Colin / Masson.
- Coirier, P., & Passerault, J.-M. (1988). Interpretative aspects of text summarization : diversification as a function of task goals. *Cahiers de Psychologie Cognitive*, 8, 293-310.
- Coirier, P., & Passerault, J.-M. (1990). Expertise et stratégies dans le résumé de textes argumentatifs. *L'Année Psychologique*, 90(3), 359-380.
- Cole, P., & Morgan, J. L. (1975). *Syntax and semantics* (Vol. 3, Speech Acts). New-York: Academic Press, Inc.
- Collins-Thompson, K., & Callan, J. (2005). Predicting reading difficulty with statistical language models. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 56(13), 1448-1462.
- Colombani, J.-M. (2005, 7 novembre). Quel nouveau Monde ? *Le Monde*.
- Conseil National des Barreaux de France. (2004). Les médias face à la justice. *Avocatempo*, 7, 10-23.
- Corblin, F., Godard, D., & Marandin, J.-M. (1997). *Empirical issues in formal syntax and semantics ; Selected papers from the Colloque de syntaxe et de sémantique de Paris, 1995*. Berne: Peter Lang.
- Corneille, O. (1993). Une synthèse critique de modèle de probabilité d'élaboration. *L'Année Psychologique*, 93, 583-602.
- Costantini, E., & King, J. (1980-1981). The partial juror: Correlates and causes of prejudgment. *Law and Society Review*, 50(1), 9-39.
- Croll, A. (1993). La construction de l'information dans les conversations médiatiques. *Psychologie Française*, 38(2), 125-143.
- Cumming, D. (2006). Tom Wolfe, reporter : his relationship to old new journalism and to new new journalism. *Journal of Magazine and New Media Research*, 9(1), 1-13.

D

- Damy, J. (1988). Quelques réflexions sur les rapports de l'avocat et du journaliste. In R. Errera (Ed.), *Justice pénale, Police et Presse, Travaux de l'institut de sciences criminelles de Poitiers* (Vol. 7, pp. 103-109). Paris: Cujas.
- Danet, J. (2004). *Défendre. Pour une Défense Pénale Critique* (2ème ed.). Paris: Dalloz.
- Dauvin, P. (1990). Le bulletin municipal de Rennes, souci du lecteur ou de l'électeur ? *Mots*, 25, 65-80.
- Davis, S., & Mares, M.-L. (1998). Effects of talk show viewing on adolescents. *Journal of Communication*, 48(3), 69-86.
- De Bonville, J. (2002). Proposition d'un modèle d'explication du changement dans la pratique journalistique. In R. Rieffel & T. Watine (Eds.), *Les mutations du journalisme en France et au Québec* (pp. 161-186). Paris: Editions Panthéon Assas.
- De Bonville, J., & Moreau, L. (2004). Journalistes et magistrats : le concept d'identité discursive appliqué à la couverture de l'actualité judiciaire en 1950 et en 2000. In C. Brin, J. Charron & J. De Bonville (Eds.), *Nature et transformation du journalisme. Théories et recherches empiriques* (pp. 317-367). Québec: Les Presses de l'Université Laval.

- De la Haye, Y. (1984). *Dissonances*. Paris: La Pensée sauvage.
- De la Haye, Y. (2005). *Journalisme, mode d'emploi*. Paris: L'Harmattan.
- De Landsheere, G. (1973). *Le Test de closure : Mesure de la lisibilité et de la compréhension*. Paris: Nathan : Labor.
- De Piccoli, N., Colombo, M., Mosso, C., & Tartaglia, S. (2004). Entre faits et opinions : une analyse psychosociale de la presse quotidienne. In P. Marchand (Ed.), *Psychologie Sociale des Médias* (pp. 203-232). Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- De Poot, C. J., & Semin, G. R. (1995). Pick your verbs with care when you formulate a question ! *Journal of Language and Social Psychology*, 14(4), 351-369.
- De Villiers, P. A. (1974). Imagery and theme in recall of connected discourse. *Journal of Experimental Psychology*, 103(2), 263-268.
- Delia, J. G. (1976). A constructivist analysis of the concept of credibility. *Quarterly Journal of Speech*, 62(4), 361-375.
- Ditton, J., & Duffy, J. (1983). Bias in the newspaper reporting of crime news. *British Journal of Criminology, Delinquency and Deviant Social Behaviour*, 23(2), 159-165.
- Dixon, T. L., & Linz, D. (2000). Race and the misrepresentation of victimization on local television news. *Communication Research*, 27(5), 547-573.
- Dorna, A., & Bromberg, M. (1985). Communication persuasive et logiques persuasives : deux expériences en situation de laboratoire. *Psychologie Française*, 30(1), 41-50.
- Douël, J. (1981). *Le journal tel qu'il est lu*. Paris: Centre de formation et de perfectionnement des journalistes.
- Drozda-Senkowska, E., & Oberlé, D. (2000). Raisonner en groupe. Questions sur les effets de la discussion et du consensus. In J.-L. Beauvois, R.-V. Joule & J.-M. Monteil (Eds.), *Perspectives cognitives et conduites sociales* (Vol. VII, pp. 17-40). Rennes: Les Presses Universitaires de Rennes.
- Dubied, A., & Lits, M. (1999). *Le fait divers*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Dumas, R., Lepastourel, N., Testé, B., & Fernagut-Sanson, M. (2004, 1-4 septembre). *La couverture médiatique des événements criminels: une analyse de contenu de la presse française à propos de l'affaire du Mc Ruby*, Communication orale au 5ème Congrès International de Psychologie Sociale en langue française, Lausanne.
- Edelstein, A. S. (1993). Thinking about the criterion variable in agenda-setting research. *Journal of Communication*, 43(2), 85-99.
- Ehrlich, K. (1980). Comprehension of pronouns. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 32(2), 247-255.
- Einstein, G. O., Mac Daniel, M. A., Owen, P. D., & Cote, N. C. (1990). Encoding and recall of texts, the importance of material appropriate processing. *Journal of Memory and Language*, 29(5), 566-581.
- Ejerhed Braroe, E. (1974). *The syntax and semantics of english tense markers*. Stockholm: Institute of Linguistics - University of Stockholm.
- Erickson, B., Lind, E. A., Johnson, B. C., & O'Barr, W. M. (1978). Speech style and impression formation in a court setting: The effects of 'powerful' and 'powerless' speech. *Journal of Experimental Social Psychology*, 14(3), 266-279.
- Ericson, R. V., Baranek, P. M., & Chan, J. B. L. (1999). *Representing order: Crime, law and justice in the news media*. Toronto: University of Toronto.
- Esquenazi, J.-P. (2002). *L'écriture de l'actualité. Pour une sociologie du discours médiatique*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

F

- Fayol, M. (1985a). *Le récit et sa construction. Une approche de psychologie cognitive*. Paris: Delachaux & Niestlé.
- Fayol, M. (1985b). L'emploi des temps verbaux dans les récits écrits. Etudes chez l'enfant, l'adulte et l'adolescent. *Bulletin de Psychologie*, 38(371), 683-704.
- Fein, S., McCloskey, A. L., & Tomlinson, T. M. (1997). Can the jury disregard that information? The use of suspicion to reduce the prejudicial effects of pretrial publicity and inadmissible testimony. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23(11), 1215-1226.
- Ferenczi, T. (2005). *Le journalisme*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Fishman, M. (1978). Crimes waves as ideology. *Social Problems*, 22(5), 531-543.
- Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2003). The perceived credibility of personal Web page information as influenced by the sex of the source. *Computers in human behaviors*, 19, 683-701.
- Flesh, R. (1948). A new readability yardstick. *Journal of Applied Psychology*, 32, 221-233.
- Fodor, J. A., & Garrett, M. (1967). Some syntactic determinants of sentential complexity. *Perception and Psychophysics*, 2(7), 289-297.
- Fourquet-Courbet, M.-P., & Courbet, D. (2004). Nouvelle méthode d'Etude des Cognitions En Réception (ECER) et application expérimentale à la communication politique. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 17(3), 27-75.
- Frame, K. A. (2001). Cognitive processes underlying pretrial publicity effects. *Dissertation Abstracts International: Section B: The sciences and Engineering*, 60(7), 3871-B.
- Francke, T. (2001). Press Rights, human rights, and cryptocracy. *Human Rights*, 28(4), 11-16.
- François, J. (1994). La sémantique. In R. Ghiglione & J.-F. Richard (Eds.), *Cours de psychologie* (Vol. 4, pp. 54-106). Paris: Dunod.
- Frederiksen, C. H., & Donin, J. (1991). Constructing multiple semantic representations in comprehending and producing discourse. In G. Denhière & J. P. Rossi (Eds.), *Text and text processing* (pp. 19-44). Amsterdam: Elsevier.
- Freedman, J. L., & Burke, T. M. (1996). The effect of pretrial publicity: The Bernardo case. *Canadian Journal of Criminology*, 38(2), 253-270.
- Fulero, S. M. (2002). Afterword: The past, present, and future of applied pretrial publicity research. *Law and Human Behavior*, 26(1), 127-133.
- Furr, R. M. (2004). Interpreting effect sizes in contrast analysis. *Understanding Statistics*, 3(1), 1-25.
- Furr, R. M., & Rosenthal, R. (2003). Repeated-measures contrasts for multiple-pattern hypothesis. *Psychological Methods*, 8(3), 275-293.

G

- Galbraith, J. W., & Zinde-Walsh, V. (2004). Evaluation de critères d'information pour les modèles de séries chronologiques. *L'Actualité Economique, Revue d'analyse économique*, 80(2-3), 207-227.
- Gallup, G. (1928). *An objective method for determining the reader interest in newspapers*. University of Iowa.
- Gans, H. J. (2004). *Deciding what's news ? A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. Evanston, Ill: Northwestern University Press.
- Garapon, A. (2001). *Bien juger. Essai sur le rituel judiciaire*. Paris: Odile Jacob.
- Garapon, A., & Papadopoulos, I. (2003). *Juger en Amérique et en France*. Paris: Odile Jacob.
- Gaziano, C. (1988). How credible is the credibility crisis ? *Journalism Quarterly*, 65, 267-278+375.
- Gaziano, C., & Mc Grath, K. (1986). Measuring the concept of credibility. *Journalism Quarterly*, 63(3), 451-462.

- Gélinas-Chebat, C., Préfontaine, C., Lecavallier, J., & Chebat, J.-C. (1993). Lisibilité Intelligibilité de documents d'information. In F. Daoust, L. Laroche & L. Ouellet (Eds.), *Le projet sato-calibrage* (Vol. 3, pp. 19-35). Montréal: Centre de recherche en Cognition et Information ATO.CI.
- Genette, G., & Todorov, T. (1986). *Théorie des genres*. Paris: Seuil.
- Georget, P. (2004a). Gestualité et attribution de crédibilité. In M. Bromberg & A. Trognon (Eds.), *Psychologie Sociale et Communication* (pp. 245-254). Paris: Dunod.
- Georget, P. (2004b). Stratégie publicitaire et variable de personnalité, de contexte et de contrat. *Questions de Communication*, 82(5), 69-82.
- Georget, P., & Chabrol, C. (2000). Traitement textuel des accroches et publicités argumentées. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 13(4), 17-49.
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 172-199.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The "mainstreaming" of America: Violence Profile No.11. *Journal of Communication*, 30(3), 10-29.
- Gervey, B. M., Chiu, C.-Y., Hong, Y., & Dweck, C. S. (1999). Differential use of person information in decisions about guilt versus innocence: The role of implicit theories. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25(1), 17-27.
- Ghiglione, R. (1982). Assertion, présupposition, existence rhétorique et influence. *Recherches de psychologie sociale*, 4, 11-23.
- Ghiglione, R. (1983). Système de communication - contrats de communication. *Champs Educatifs*, 4, 11-25.
- Ghiglione, R. (1984). Situations potentiellement communicatives et contrats de communications effectifs. *Verbum*, 7(2), 185-208.
- Ghiglione, R. (1985a). Communiquer ! Vous avez dit communiquer ? *Psychologie Française*, 30(1), 3-10.
- Ghiglione, R. (1985b). L'enfant paraît, un enfant disparaît. *Psychologie Française*, 30(1), 59-68.
- Ghiglione, R. (1986). *L'homme communiquant*. Paris: Armand Colin.
- Ghiglione, R. (1988). Enjeux et discours : le paradigme de la cohérence. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 1(3-4), 367-387.
- Ghiglione, R. (1989). *Je vous ai compris ou l'analyse des discours politiques*. Paris: Armand Colin.
- Ghiglione, R. (1994a). Opérateurs de dénotation, opérateurs d'expression, opérateurs de négociation. *Verbum*, 2, 33-51.
- Ghiglione, R. (1994b). Parole de meetings. In A. Trognon & J. Larrue (Eds.), *Pragmatique du discours politique* (pp. 17-51). Paris: Armand Colin.
- Ghiglione, R. (1997). La psychologie sociale cognitive de la communication. In J.-P. Leyens & J.-L. Beauvois (Eds.), *L'ère de la cognition* (pp. 225-251). Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Ghiglione, R. (1998a). Pour une psycho-socio-pragmatique de la communication. In J.-L. Beauvois, R.-V. Joule & J.-M. Monteil (Eds.), *20 ans de Psychologie Sociale Expérimentale Francophone* (pp. 311-347). Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Ghiglione, R. (1998b). Processus de communication et traitement de l'information. *Connexions*, 72(2), 199-216.
- Ghiglione, R., & Beauvois, J.-L. (1980). Le langage est un objet. *Bulletin de Psychologie*, 33(347), 895-900.
- Ghiglione, R., & Beauvois, J.-L. (1981). Speech-markers and attitude toward language as an object. *International Journal of Psycholinguistics*, 8-1(21), 51-73.
- Ghiglione, R., & Beauvois, J.-L. (1983). Language attitudes and social influence. *The Journal of Social Psychology*, 121(1), 97-109.
- Ghiglione, R., & Blanchet, A. (1991). *Analyses de contenus et contenus d'analyse*. Paris: Dunod.

- Ghiglione, R., & Bromberg, M. (1990). L'énonciateur dans l'énoncé : trois expériences. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 3(4), 591-619.
- Ghiglione, R., & Chabrol, C. (2000). Avant-propos : Contrats de communication, stratégies et enjeux. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 13(4), 7-15.
- Ghiglione, R., & Charaudeau, P. (1999). *Paroles en images. Images de paroles*. Paris: Didier Erudition.
- Ghiglione, R., Dorna, A., & Bromberg, M. (1984). Dire pour persuader : de la rhétorique à la psychologie sociale. *Bulletin de psychologie*, 37(365), 591-601.
- Ghiglione, R., & Kekenbosch, C. (1993). La restitution des messages : le message, le récepteur et le média. *Psychologie Française*, 38(2), 177-194.
- Ghiglione, R., Kekenbosch, C., & Landré, A. (1995). *L'analyse cognitivo-discursive*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Ghiglione, R., Landré, A., Bromberg, M., & Molette, P. (1998). *L'analyse automatique des contenus*. Paris: Dunod.
- Ghiglione, R., Landré, A., & Demichel, A. (1996). La production d'un discours juridique en fonction de différents types d'auditoires. In J.-L. Beauvois, R.-V. Joule & J.-M. Monteil (Eds.), *Perspectives cognitives et conduites sociales* (Vol. 5, pp. 67-86). Paris: Delachaux et Niestlé.
- Ghiglione, R., Matalon, B., & Bacri, N. (1985). *Les Dires analysés. L'analyse propositionnelle du discours*. Paris: Presses Universitaires de Vincennes.
- Ghiglione, R., & Nooyen, E. (1981). Le psychologue a-t-il plus d'existence qu'un psychologue ? *Champs Educatifs*, 2, 73-86.
- Ghiglione, R., & Trognon, A. (1993). *Où va la pragmatique ? de la pragmatique à la psychologie sociale*. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble.
- Gibbons, P., Busch, J., & Bradac, J. J. (1991). Powerful versus powerless language: Consequences for persuasion, impression formation, and cognitive response. *Journal of Language and Social Psychology*, 10(2), 115-133.
- Gibson, R., & Zillman, D. (1994). Exaggerated versus representative exemplification in news reports. Perception of issues and personal consequences. *Communication Research*, 21(5), 603-624.
- Giles, H. (1973). Accent mobility: A model and some data. *Anthropological Linguistics*, 15, 87-109.
- Giles, H. (1979). Ethnicity markers in speech. In K. R. Scherer & H. Giles (Eds.), *Social markers in speech*. Cambridge: Cambridge University Press / Editions de la Maison des Sciences de l'Homme.
- Giles, H. (1984). The dynamics of speech accomodation. *International Journal of the Sociology of Language*, 46, 1-155.
- Giles, H., & Powesland, P. F. (1975). *Speech style and social evaluation*. New York: Academic Press.
- Giles, H., & Smith, P. M. (1979). Accomodation theory: Optimal levels of convergence. In H. Giles & R. N. St-Clair (Eds.), *Language and social psychology* (pp. 45-65). Oxford: Basil Blackwell & Baltimore.
- Girard, F. (2000). *Rôle des schémas de lecture et de récupération dans les activités de traitement et de production de textes*. Thèse de doctorat, Université Paris VIII.
- Goffman, E. (1974). *Les rites d'interaction*. Paris: Editions de Minuit.
- Gombert, J.-E. (1990). *Le développement métalinguistique*. Paris: Presses Universitaires de Rennes.
- Gombert, J.-E., Colé, P., Valdois, S., Goigoux, R., Mousty, P., & Fayol, M. (2000). *Enseigner la lecture au cycle 2*. Paris: Nathan.
- Greenberg, B. S. (1966). Media Use and believability: Some multiple correlates. *Journalism Quarterly*, 43, 665-670.

- Greene, E., & Loftus, E. F. (1984). What's new in the news ? The influence of well-publicized news events on psychological research and courtroom trials. *Basic and Applied Social Psychology*, 5(3), 211-221.
- Greene, E., & Wade, R. (1988). Of private talk and public print: General pre-trial publicity and juror decision-making. *Applied Cognitive Psychology*, 2(2), 123-135.
- Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. In P. Cole & J. L. Morgan (Eds.), *Syntax and semantics* (Vol. 3, Speech acts, pp. 41-58). London: Academic Press.
- Grice, H. P. (1979). Logique et conversation. *Communication*, 30, 57-72.
- Gunning, R. (1952). *The technique of clear writing*. New York: McGrawHill.

H

- Haas, R. G. (1981). The effects of source characteristics on cognitive responses and persuasion. In R. E. Petty, T. S. Ostrom & T. C. Brock (Eds.), *Cognitive responses in persuasion* (pp. 141-172). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Hajek, C., & Giles, H. (2005). Intergroup communication schemas: Cognitive representations of talk with gay men. *Language and Communication*, 25(2), 1161-1182.
- Hamilton, D. L., & Gifford, R. K. (1976). Illusory correlation in interpersonal perception: A cognitive basis of stereotypic judgments. *Journal of Experimental Social Psychology*, 12(4), 392-407.
- Hamilton, M. A., Hunter, J. E., & Burgoon, M. (1990). An empirical test of an axiomatic model of the relationship between language intensity and persuasion. *Journal of Language and Social Psychology*, 9(4), 235-255.
- Hans, V. P. (1990). Law and the media. An overview and introduction. *Law and Human Behavior*, 14(5), 399-407.
- Hastie, R., & Dawes, R. M. (2001). *Rational choice in an uncertain world: The psychology of judgment and decision making*. Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications, Inc.
- Hastie, R., & Kumar, P. A. (1979). Person memory: Personality traits as organizing principles in memory for behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(1), 25-38.
- Hastie, R., & Park, B. (1986). The relationship between memory and judgment depends on whether the judgment task is memory-based or on-line. *Psychological Review*, 93(3), 258-268.
- Hastie, R., & Pennington, N. (1995). The big story: Is it a story? In R. S. J. Wyer (Ed.), *Knowledge and memory: The real story*. (pp. 133-138). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Haviland, S. E., & Clark, H. H. (1974). What's new ? Acquiring new information as a process in comprehension. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 13, 512-521.
- Hazleton, V., Cupach, W. R., & Liska, J. (1986). Message style: An investigation of the perceived characteristics of persuasive messages. *Journal of Social Behavior & Personality*, 1(4), 565-574.
- Healy, A. F., & Miller, G. A. (1970). The verb as a main determinant of sentence meaning. *Psychonomic Science*, 20, 372.
- Healy, A. F., & Miller, G. A. (1971). The relative contribution of nouns and verbs to sentence acceptability and comprehensibility. *Psychonomic Science*, 24(2), 94-96.
- Heath, L. (1984). Impact of newspaper crime reports on fear of crime: Multimethodological investigation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47(2), 263-276.
- Heider, D., McCombs, M. E., & Poindexter, P. M. (2005). What the public expects of local news : views on public and traditional journalism. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 82(4), 952-967.
- Henley, N. M., Miller, M. D., & Beazley, J. A. (1995). Syntax, semantics and sexual violence : agency and the passive voice. *Journal of Language and Social Psychology*, 14(1-2), 60-84.

- Henley, N. M., Miller, M. D., Beazley, J. A., Nguyen, D. N., Kaminsky, D., & Sanders, R. (2002). Frequency and specificity of referents to violence in news reports of anti-gay attacks. *Discourse & Society, 13*(1), 75.
- Henry, G. (1975). *Comment mesurer la lisibilité*. Paris: Nathan, Labor.
- Higgins, E. T. (1978). Does persuasive style have a "boomerang" effect? *Contemporary Psychology, 23*(9), 655-657.
- Hintikka, J. (1989). *L'intentionnalité et les mondes possibles*. Lille: Presses Universitaires de Lille.
- Holland Baker, M., Nienstedt, B. C., Everett, R. S., & McCleary, R. (1983). The impact of a crime wave: Perceptions, fear and confidence in the police. *Law and Society Review, 17*(2), 319-335.
- Holtgraves, T., & Raymond, S. (1995). Implicit causality and memory: Evidence for a priming model. *Personality and Social Psychology Bulletin, 21*(1), 5-12.
- Honess, T. M., Charman, E. A., & Levi, M. (2003). Factual and affective/evaluative recall of pretrial publicity: Their relative influence on juror reasoning and verdict in a simulated fraud trial. *Journal of Applied Social Psychology, 33*(7), 1404-1416.
- Hope, L., Memon, A., & McGeorge, P. (2004). Understanding pretrial publicity: predecisional distortion of evidence by mock jurors. *Journal of Experimental Psychology: Applied, 10*(2), 111-119.
- Hosman, L. A., & Wright, J. W. (1987). The effects of hedges and hesitations on impression formation in a simulated courtroom context. *Western Journal of Speech Communication, 51*(2), 173-188.
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and persuasion*. New Haven: Yale University Press.
- Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly, 59*(15), 635-650.
- Howell, D. C. (1998). *Méthodes statistiques en sciences humaines*. Paris: De Boeck Université.
- Hulin, C., Cudeck, R., Netemeyer, R., Dillon, W. R., McDonald, R., & Bearden, W. (2001). Measurement. *Journal of Consumer Psychology, 10*(1/2), 55-69.
- Huntley, J. E., & Costanzo, M. (2003). Sexual harassment stories: Testing a story-mediated model of juror-decision making in civil litigation. *Law and Human Behavior, 27*(1), 29-51.
- Hupet, M., Seron, X., & Chantraine, Y. (1991). The effects of the codability and discriminability of the referents on the collaborative referring process. *British Journal of Psychology, 82*(4), 449-462.
- Hymes, D. (1991). *Vers la compétence de communication*. Paris: Didier.

I

- Imrich, D. J., Mullin, C., & Linz, D. (1995). Measuring the extent of prejudicial publicity in major american newspapers: A content analysis. *Journal of Communication, 45*(3), 94-117.
- Ivkovic, S. K., & Hans, V. P. (2003). Jurors' Evaluations of Expert Testimony: Judging the Messenger and the Message. *Law & Social Inquiry, 28*(2), 441.
- Izard, R. S. (1985). Public confidence in the news media. *Journalism Quarterly, 62*, 247-255.

J

- Jacobson, H. K. (1969). Mass media believability: A study of receiver judgments. *Journalism Quarterly, 46*(4), 20-28.
- Jacques, F. (1979). *Dialogiques. Recherches sur la logique du dialogue*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Jakobson, R. (1960). Closing statements: Linguistics and poetics. In T. Sebeok (Ed.), *Style in language* (pp. 350-377). Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

- Jakobson, R. (1963). *Essais de linguistique générale. Tome 1. Les fondations du langage*. Paris: Les Editions de Minuit.
- Jenny, J. (1997). Méthodes et pratiques formalisées d'analyse de contenu et de discours dans la recherche sociologique française contemporaine. Etat des lieux et essai de classification. *Bulletin de Méthodologie Sociologique*, 54, 64-112.
- Johnson, T. J., & Kaye, B. K. (1998). Cruising is believing ?: Comparing internet and traditional sources on media credibility measures. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 75(2), 325-340.
- Johnson-Laird, P. N. (1968). The choice of the passive voice in a communicative task. *British Journal of Psychology*, 59(1), 7-15.
- Judd, C. M., & McClelland, G. H. (1989). *Data-analysis: A model comparison approach*. San Diego (CA): Harcourt Brace Jovanovich.

K

- Kail, M. (1985). L'évolution de la psycholinguistique : le retour en force du thème de la communication. In G. Noizet, D. Bélanger & F. Bresson (Eds.), *La communication* (pp. 21-60). Paris: Presses Universitaires de France.
- Kanouse, D. E. (1972). Verbs as implicit quantifiers. *Journal of Verbal Learning & Verbal Behavior*, Vol. 11(2), 141-147.
- Kapferer, J.-N. (1990). *Les chemins de la persuasion*. Paris: Dunod.
- Kassin, S. M., & Wrightsman, L. S. (1980). Prior confessions and mock juror verdicts. *Journal of Applied Social Psychology*, 10(2), 133-146.
- Kaup, B. (2001). Negation and its impact on the accessibility of text information. *Memory & Cognition*, 29(7), 960-967.
- Kaup, B., & Zwaan, R. A. (2003). Effects of negation and situational presence on the accessibility of text information. *Journal of Experimental and Psychology : Learning, Memory and Cognition*, 29(3), 439-446.
- Kenny, D. A. (1998). Data analysis in social psychology. In D. Gilbert, S. T. Fiske & G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology* (4 ed.). New York: McGraw Hill.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1984). Les négociations conversationnelles. *Verbum*, 7(2-3), 223-243.
- Kiesler, C. A. (1971). *The psychology of commitment: Experiments linking behaviour to belief*. New York: Academic Press.
- Kintsch, W. (1988). The role of knowledge in discourse comprehension: a construction-integration model. *Psychological Review*, 95(2), 163-182.
- Kintsch, W., Mandel, T. S., & Kozminsky, E. (1977). Summarizing scrambled stories. *Memory and Cognition*, 5(5), 547-552.
- Kintsch, W., & Van Dijk, T. A. (1975). Comment on se rappelle et on résume des histoires. *Langages*, 40(9), 98-116.
- Kintsch, W., & Van Dijk, T. A. (1978). Toward a model of text comprehension and production. *Psychological Review*, 85(5), 363-394.
- Kiousis, S. (2001). Public trust or mistrust ? Perceptions of media credibility in the information age. *Mass Communication & Society*, 4(4), 381-403.
- Klauer, K. J. (1984). Intentional and incidental learning with instructional texts : a meta-analysis for 1970-1980. *American Educational Research Journal*, 21(2), 323-339.
- Knobloch, S., Patzig, G., Mende, A.-M., & Hastall, M. (2004). Affective News. Effects of discourse structure in narratives on suspense, curiosity, and enjoyment while reading news and novels. *Communication Research*, 31(3), 259-287.
- Knowles, E. S., & Linn, J. A. (2004). *Resistance and persuasion*. Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

- Kovera, M. B. (2002). The effects of general pretrial publicity on juror decisions: An examination of moderators and mediating mechanisms. *Law and Human Behavior*, 26(1), 43-72.
- Kramer, G. P., Kerr, N. L., & Carroll, J. S. (1990). Pretrial remedies, judicial remedies, and jury bias. *Law and Human Behavior*, 14(5), 409-438.
- Krauss, R. M., & Chiu, C.-Y. (1997). Language and social behavior. In D. Gilbert, S. Fiske & G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology* (Vol. 2, pp. 41-88). Boston: McGraw-Hill.
- Krauss, R. M., & Fussell, S. R. (1996). Social psychological models of interpersonal communication. In E. T. Higgins & A. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: A handbook of basic principles* (pp. 655-701). New York: Guilford.
- Kruglanski, A. W., & Thompson, E. P. (1999). The Illusory Second Mode or, the Cue Is the Message. *Psychological Inquiry*, 10(2), 182-193.

L

- Labasse, B. (1999). La lisibilité rédactionnelle : fondements et perspectives. *Communication et Langages*, 121, 86-103.
- Lakoff, R. (1975). *Language and woman's place*. New York: Harper & Row.
- Landré, A. (1995). Rôles interlocutoires, logiques de construction et opérateurs argumentatifs. *Psychologie Française*, 40(2), 163-172.
- Landré, A., & Friemel, E. (1998). Opérateurs et enjeux discursifs. *Langages*, 32(132), 108-122.
- Laroche-Bouvy, D. (1988). Emergence de l'interaction verbale dans la presse écrite : fonction de la citation. In P. Charaudeau (Ed.), *La presse : produit, production, réception* (pp. 113-130). Paris: Didier Eruditions.
- Laswell, H. D. (1948). *Power and personality*. Westport: Green Wood.
- Laver, J., & Trudgill, P. (1979). Phonetic and linguistic markers in speech. In K. R. Scherer & H. Giles (Eds.), *Social markers in speech* (pp. 109-146). Cambridge: Cambridge University Press / Editions de la Maison des Sciences de l'Homme.
- Lazare, F. (2005). Une presse écrite autrement. *Le Monde*.
- Le Gendre, B. (2005, 13 décembre). Des médias et de leur influence. *Le Monde*.
- Le Monde. (2005, 23-24 janvier). "Le Monde" commence à changer à partir du lundi 24 janvier. *Le Monde*, p. 24.
- Le Ny, J.-F. (1979). *La sémantique psychologique*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Lebarbier, E., & Mary-Huard, T. (2004). Le critère BIC : fondements théoriques et interprétation. *Rapport de recherche de l'Institut National de Recherche en Informatique et en Automatique (INRIA)*, 16 p.
- Leclerc, H., & Théolleyre, J.-M. (1996). *Les médias et la justice*. Paris: CFPJ éditions.
- Lepastourel, N., & Testé, B. (2004). L'influence médiatique sur les jugements judiciaires : rôle du style d'écriture dans la formation des jugements. *Psychologie Française*, 49(4), 473-488.
- Leyens, J.-P., Yzerbyt, V., & Schadron, G. (1992). Stereotypes and social judgeability. In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), *European Review of Social Psychology* (Vol. 3, pp. 91-120). Chichester: Wiley.
- Lichtenstein, M., & Shrull, T. K. (1987). Processing objectives as a determinant of the relationship between recall and judgment. *Journal of Experimental Social Psychology*, 23(2), 83-118.
- Lind, E. A., Erickson, B. E., Conley, J., & O'Barr, W. M. (1978). Social attributions and conversation style in trial testimony. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36(12), 1558-1567.
- Lind, E. A., & O'Barr, W. M. (1979). The social significance of speech in the courtroom. In H. Giles & R. N. St-Clair (Eds.), *Language and social psychology* (pp. 66-87). Oxford: Blackwell & Baltimore: University Park Press.

- Linden, E. (2005). *Rapport de la commission sur l'enregistrement et la diffusion des débats judiciaires*: Ministère de la Justice Française.
- L'intérêt des Français porté aux médias est constant. (2005, 4 février). *Le Monde*, p. 32.
- Lochard, G., & Boyer, H. (1998). *La communication médiatique*. Paris: Editions du Seuil.
- Louwerse, M. M., & Mitchell, H. H. (2003). Toward a taxonomy of a set of discourse markers in dialog: A theoretical and computational linguistic account. *Discourse Processes*, 35(3), 199-239.
- Lucas, L. (1985). Persuasion et politique. *Psychologie Française*, 30(1), 69-78.
- Luka, B. J., & Barsalou, L. W. (2005). Structural facilitation: Mere exposure effects for grammatical acceptability as evidence for syntactic priming in comprehension. *Journal of Memory and Language*, 52(3), 436-459.

M

- Maass, A., & Arcuri, L. (1992). The role of language in the persistence of stereotypes. In G. R. Semin & K. Fiedler (Eds.), *Language interaction and social cognition* (pp. 129-143). Newbury Park, CA: Sage.
- Maass, A., Ceccarelli, R., & Rudin, S. (1996). Linguistic intergroup bias: Evidence for in-group-protective motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(3), 512-526.
- Maass, A., Corvino, G., & Arcuri, L. (1994). Linguistic intergroup bias and the mass media. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 7(1), 31-43.
- Maass, A., Milesi, A., Zabbini, S., & Stahlberg, D. (1995). Linguistic intergroup bias: Differential expectancies or in-Group protection ? *Journal of Personality and Social Psychology*, 68(1), 116-126.
- Maass, A., Salvi, D., Arcuri, L., & Semin, G. R. (1989). Language use in intergroup contexts: The linguistic intergroup bias. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(6), 981-993.
- MacKinnon, D. P., Lockwood, C. M., Hoffman, J. M., West, S. G., & Sheets, V. (2002). A comparison of methods to test mediation and other intervening variable effects. *Psychological Methods*, 7(1), 83-104.
- Maheswaran, D., & Chaiken, S. (1991). Promoting systematic processing in low-motivation settings: Effect of incongruent information on processing and judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(1), 13-25.
- Maingueneau, D. (1997). *L'analyse du discours*. Paris: Hachette.
- Maingueneau, D. (2007). *Analyser les textes de communication*. Paris: Armand Colin.
- Malrieu, D., & Rastier, F. (2001). Genres et variations morphosyntaxiques. *Traitement Automatique des Langues*, 42(2), 548-577.
- Manhec, K., Somat, A., & Testé, B. (2004). Justice, équité et démocratie : le rôle de la presse dans les décisions judiciaires. Un point de vue psychosocial. In P. Marchand (Ed.), *Psychologie sociale des médias* (pp. 143-165). Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- Manhec, K., Somat, A., & Vazel, M.-A. (1998). L'affaire MC Ruby : l'influence des médias dans le déroulement d'un procès "exemplaires". *Droits et Cultures*, 36(2), 65-86.
- Mandler, J.-M., & Johnson, N. (1977). Remembrance of things parsed : story structure and recall. *Cognitive Psychology*, 9(1), 111-151.
- Mange, J. (2004). *Relations intergroupes et communication : Le rôle des marqueurs socio-langagiers dans le traitement de l'information*. Thèse de doctorat, Université Toulouse 2 - Le Mirail.
- Marchand, P. (1998). *L'analyse du discours assistée par ordinateur*. Paris: Armand Colin.
- Marchand, P. (2004). Quelques repères historiques. In P. Marchand (Ed.), *Psychologie sociale des médias* (pp. 27-112). Rennes: Presses Universitaires de Rennes.

- Marchand, P., & Laplane, C. (2006). Ségolène Royal : un produit des médias ? *Cerveau & Psycho*, 16, 30-33.
- Marquez, E. (1998). Classification des adjectifs : étude exploratoire sur l'organisation sémantique-pragmatique des adjectifs. *Langages*, 132, 87-107.
- Martin-Lagardette, J.-L. (1994). *Le guide de l'écriture journalistique. Ecrire - informer - convaincre*. Paris: Syros.
- Mathews, S. R. (1982). The impact of prior knowledge on accessibility and availability of information from prose. In A. Flammer & W. Kintsch (Eds.), *Discourse processing*. Amsterdam.
- Mathien. (1992). *Les journalistes et le système médiatique*. Paris: Hachette.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1993). The evolution of agenda-setting research: twenty-five years in the marketplace of ideas. *Journal of Communication*, 43(2), 58-67.
- McCroskey, J. C. (1966). Scales for the measurement of ethos. *Speech Monographs*, 66, 65-72.
- McGinnies, E., & Ward, C. D. (1974). Persuasibility as a function of source credibility and locus of control: Five cross cultural experiments. *Journal of Personality*, 42(3), 360-371.
- McGuire, W. J. (1969). The nature of attitude and attitude change. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *The Handbook of Social Psychology* (Vol. 3, pp. 136-314). Reading, Mass: Addison-Wesley.
- McGuire, W. J., & Papageorgis, D. (1962). Effectiveness of forewarning in developing resistance to persuasion. *Public Opinion Quarterly*, 26(1), 24-34.
- McKoon, G., & Ratcliff, R. (1980). Priming in item recognition: The organization of propositions in memory for text. *Journal of Verbal Learning & Verbal Behavior*, 19(4), 369-386.
- McKoon, G., Ratcliff, R., Ward, G., & Sproat, R. (1993). Syntactic prominence effects on discourse processes. *Journal of Memory and Language*, 32(5), 593-607.
- Mead, G. H. (2006). *L'esprit, le soi et la société*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Menon, T., Morris, M. W., Chiu, C.-Y., & Hong, Y. (1999). Culture and the construal of agency: Attribution to individual versus group dispositions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(5), 701-717.
- Metzger, M. J., Flanagin, A. J., & Zwarun, L. (2003). College student Web use, perceptions of information credibility and verification behavior. *Computers and Education*, 41, 271-290.
- Meyer, P. (1988). Defining and measuring credibility of newspapers : developing an index. *Journalism Quarterly*, 65, 567-574.
- Meyer, T. (2000). Le modèle de traitement heuristique systématique de l'information : motivations multiples et régulation du jugement en cognition sociale. *L'Année Psychologique*, 100, 527-563.
- Meyer, T., & Yonnet, E. (2004). Quand la source doute : le rôle de l'implication personnelle et du cadrage des arguments. In M. Bromberg & A. Trognon (Eds.), *Psychologie sociale et communication* (pp. 255 - 266). Paris: Dunod.
- Mininni, G. (1995). " La vita è fata di tante cose diverse ! " Une analyse diatextuelle du talk show. *Psychologie Française*, 40(2), 121-134.
- Mininni, G., Ghigliione, R., & Salès-Wuillemin, E. (1995). The intralocutor's diatextual frame. *Journal of Pragmatics*, 24(5), 471-487.
- Monière, D., & Labbé, D. (2002). *Essai de stylistique quantitative. Duplessis, Bourassa et Lévesque*. Paper presented at the 6ème Journées internationales d'Analyse statistique des Données Textuelles.
- Moran, G., & Cutler, B. L. (1991). The prejudicial impact of pretrial publicity. *Journal of Applied Social Psychology*, 21, 345-367.

- Morin, C., Sallio, P., & Kretz. (1982). Nouvelle étude de lisibilité typographique. *Communication et langages*, 54, 60-76.
- Morris, M. W., & Peng, K. (1994). Culture and cause: American and Chinese attributions for social and physical events. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67(6), 949-971.
- Moscovici, S., & Plon, M. (1966). Les situations-colloques : observations théoriques et expérimentales. *Bulletin de psychologie*, 19, 702-721.
- Mouriquand, J. (1997). *L'écriture journalistique*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Mulder, R. (1980). Media credibility: A uses-gratifications approach. *Journalism Quarterly*, 57(3), 474-477.
- Muller, C. (1979). *Langue Française et linguistique quantitative*. Genève: Slatkine.
- Mullin, C., Imrich, D. J., & Linz, D. (1996). The impact of acquaintance rape stories and case-specific pretrial publicity on juror decision making. *Communication Research*, 23(1), 100-135.
- Murray, J. D. (1997). Connectives and narrative text: The role of continuity. *Memory & Cognition*, 25(2), 227-236.
- Myung, I. J., Forster, M. R., & Browne, M. W. (2000). Special issue on model selection. *Journal of Mathematical Psychology*, 44(1-2), 1-231.

N

- Neveu, E. (2001). *Sociologie du Journalisme*. Paris: La découverte, Repères.
- Newhagen, J., & Naas, C. (1989). Differential criteria for evaluating newspaper and TV. *Journalism Quarterly*, 66(2), 277-284.
- Niedenthal, P. M., Brauer, M., Robin, L., & Innes-Ker, A. H. (2002). Adult attachment and the perception of facial expression of emotion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(3), 419-433.
- Nietzel, M. T., & Dillehay, R. C. (1983). Psychologists as consultant for changes of venue. *Law and Human Behavior*, 7(4), 309-355.
- Nisbett, R. E., & Bellows, N. (1977). Verbal reports about causal influence on social judgment : private access versus public thesis theories. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35(9), 613-624.

O

- Oberlé, D., & Gosling, P. (2003). Stéréotype, jugement de responsabilité et sanctions : Effet du groupe et d'une consigne d'exactitude. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 57, 74-82.
- Ogloff, J. R. P., & Vidmar, N. (1994). The impact of Pretrial Publicity on Jurors. A study to compare the relative effects of television and print media in a Child Sex Abuse Case. *Law and Human Behavior*, 18(5), 507-525.
- Osgood, C. E., Suci, G. J., & Tannenbaum, P. H. (1957). *The Measurement of Meaning*. Urbana: University of Illinois Press.
- Östman, J.-O. (1999). Coherence through understanding through discourse patterns : Focus on news reports. In W. Bublitz, V. Lenk & E. Ventola (Eds.), *Coherence in spoken and written discours : how to create it and how to describe it* (pp. 77-100). Amsterdam: John Benjamins.
- Otto, A. L., Penrod, S. D., & Dexter, H., R. (1994). The biasing impact of pretrial publicity on juror judgments. *Law and Human Behavior*, 18(4), 453-469.

P

- Papageorgis, D. (1967). Anticipation of exposure to persuasive messages and belief change. *Journal of Personality and Social Psychology*, 5(4), 490-496.
- Papageorgis, D. (1968). Warning and persuasion. *Psychological Bulletin*, 70(4), 271-282.
- Papageorgis, D. (1970). Effects of disguised and persuasion contexts on beliefs. *Journal of Social Psychology*, 80(1), 43-48.
- Pellissier, N., & Ruellan, D. (2002). La compétence encyclopédique. Un défi épistémologique pour les formations au journalisme. In R. Rieffel & T. Watine (Eds.), *Les mutations du journalisme en France et au Québec* (pp. 57-80). Paris: Editions Panthéon Assas.
- Pennington, N., & Hastie, R. (1986). Evidence Evaluation in Complex Decision Making. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(2), 242-258.
- Pennington, N., & Hastie, R. (1988). Explanation-based decision making: Effects of memory structure on judgment. *Journal of Experimental Psychology : Learning, Memory, & Cognition*, 14(3), 521-533.
- Pennington, N., & Hastie, R. (1992). Explaining the evidence: Tests of the Story Model for juror decision making. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62(2), 189-206.
- Pennington, N., & Hastie, R. (1993). The story model for juror decision making. In R. Hastie (Ed.), *Inside the juror: The psychology of juror decision making* (pp. 192-224). New York, US: Cambridge University Press.
- Petitjean, A. (1986). Le récit de faits divers : Etude comparée de *France Soir* et de *Libération*. *Pratiques. Les paralittératures*, 50, 46-78.
- Petty, R. E., & Cacciopo, J. T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. New York: Springer/Verlag.
- Petty, R. E., Priester, J. R., & Briñol, P. (2002). Mass media attitude change: Implications of the elaboration likelihood model of persuasion. In J. Bryant & D. Zillman (Eds.), *Media effects* (pp. 155-198). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Phillips, D. P., & Carstensen, L. L. (1986). Clustering of teenage suicides after television news stories about suicide. *New England Journal of Medicine*, 315(11), 685-689.
- Pichert, J. W., & Anderson, R. C. (1977). Taking different perspectives on a story. *Journal of Educational Psychology*, 69(4), 309-315.
- Platow, M. J., & Brodie, M. (1999). The effects of linguistic voice on evaluations and attributions of ingroup and outgroup members. *Asian Journal of Social Psychology*, 2(2), 187-200.
- Pornpitakpan, C. (2004). The Persuasiveness of Source Credibility: A Critical Review of Five Decades' Evidence. *Journal of Applied Social Psychology*, 34(2), 243-281.
- Potter, G. W., & Kappeler, V. E. (1998). *Constructing crime. Perspectives on making news and social problems*. Prospect Heights, ill: Waveland Press.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2004). SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 36(4), 717-731.
- Provost, V. (2002). *Les maux de la langue. Identités sociales, attitudes et comportements linguistiques en Belgique francophone*. Thèse de doctorat, Université Catholique de Louvain, Louvain-la-Neuve.

Q

- Quinterno, L. (2007). *Narrative journalism*. Retrieved 10 avril, 2007, from <https://www8.georgetown.edu/centers/cndls/applications/posterTool/index.cfm?fuseaction=poster.display&posterID=796>

R

- Raftery, A. E. (1995). Bayesian model selection in social research. *Sociological Methodology*, 25, 111-163.
- Rastier, F. (2001). *Arts et sciences du texte*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Reno, R. R., Cialdini, R. B., & Kallgren, C. A. (1993). The transsituational influence of social norms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(1), 104-112.
- Rey, J. (1997). Discourse markers: a challenge for natural language processing. *Communications*, 10, 177-184.
- Richaudeau, F. (1978). Le texte le plus efficace que je connaisse. *Communication et Langages*, 37, 6-26.
- Rigalleau, F., Nespoulous, J.-L., & Gaonac'h, D. (1997). La compréhension asyntaxique dans tous ses états. Des représentations linguistiques aux ressources cognitives. *L'Année Psychologique*, 97, 449-494.
- Rimé, B. (1998). Langage et communication. In S. Moscovici & J.-C. Abric (Eds.), *Psychologie Sociale* (pp. 417-448). Paris: Presses Universitaires de France.
- Rimmer, T., & Weaver, D. (1987). Different questions, different answers ? Media use and media credibility. *Journalism Quarterly*, 64, 28-36 + 44.
- Ringoot, R., & Utard, J.-M. (2005). *Le journalisme en invention*. Rennes: Res Republica.
- Roberts, J. V., & Doob, A. N. (1990). News media influences on public views of sentencing. *Law and Human Behavior*, 14(5), 451-468.
- Robinson, M. J., & Kohut, A. (1988). Believability and the press. *Public Opinion Quarterly*, 52(2), 174-189.
- Robinson, W. P. (1979). Speech markers and social class. In K. R. Scherer & H. Giles (Eds.), *Social markers in speech* (pp. 211-250). Cambridge: Cambridge University Press / Editions de la Maison des Sciences de l'Homme.
- Rommetveit, R. (1974). *On message structure*. Bristol, G.B.: John Wiley & Sons.
- Rommetveit, R. (1992). Outline of a dialogically based social-cognitive approach to human cognition and communication. In A. H. Wold (Ed.), *The dialogical alternative. Towards a theory of language and mind* (pp. 19-44). Oslo: Scandinavian University Press.
- Roper, B. W. (1985). *Public attitudes toward television and other media in a time of change*. New York: The Television Information Office.
- Rosenthal, R. (1991). *Meta-analytic procedures for social research*. Newbury Park, CA: Sage.
- Rosnow, R. L., Rosenthal, R., & Rubin, D., B. (2000). *Contrasts and Effect Sizes in Behavioral Research*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ross, L. (1977). The intuitive psychologist and his shortcoming : distortions in the attribution process. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 10, pp. 173-220). New York: Academic Press.
- Rouquette, M.-L. (1988). Les communications de masse. In S. Moscovici (Ed.), *Psychologie sociale* (pp. 495-512). Paris: Presses Universitaires de France.
- Rubini, M., & Semin, G. R. (1994). Language use in the context of congruent and incongruent in-group behaviours. *British Journal of Social Psychology*, 33(3), 355-362.
- Rudolph, U., & Forsterling, F. (1997). The psychological causality implicit in verbs: A review. *Psychological Bulletin*, 121(2), 192-218.
- Rumelhart, D. E. (1980). Schema, the building block of cognition. In R. J. Spiro, B. C. Bruce & W. F. Brewer (Eds.), *Theoretical issues in reading comprehension* (pp. 35-58). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ruva, C. L., & Bryant, J. B. (2004). The impact of age, speech style, and question form on perceptions of witness credibility and trial outcome. *Journal of Applied Social Psychology*, 34(9), 1919-1944.

S

- Salès-Wuillemin, E. (2005). *Psychologie sociale expérimentale de l'usage du langage*. Paris: L'Harmattan.
- Salmon, C. T., & Lee, J.-S. (1983). Perceptions of newspaper fairness : a structural approach. *Journalism Quarterly*, 60, 663-670.
- Sandell, R. (1977). *Linguistic style and persuasion*. London: Academic Press.
- Saporta, G. (2006). *Probabilités, analyse des données et statistiques*. Paris: Technip.
- Schadron, G., & Yzerbyt, V. (1991). Social judgeability: Another perspective in the study of social inference. *Cahiers de Psychologie Cognitive / European Bulletin of Cognitive Psychology*, 11(2), 229-258.
- Schadron, G., Yzerbyt, V., Leyens, J.-P., & Rocher, S. (1994). Jugeabilité sociale et stéréotypes: l'estimation de l'origine d'une impression comme déterminant de l'impact des stéréotypes dans le jugement social. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 7(2), 53-71.
- Schank, R. C., & Abelson, R. P. (1977). *Scripts, plans, goals and understanding*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Schank, R. C., & Abelson, R. P. (1995). Knowledge and memory: The real story. In R. S. J. Wyer (Ed.), *Knowledge and memory: The real story* (Vol. 8, pp. 1-86). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Scherer, K. R. (1979). Personality markers in speech. In K. R. Scherer & H. Giles (Eds.), *Social markers in speech* (pp. 147-210). Cambridge: Cambridge University Press / Editions de la Maison des Sciences de l'Homme.
- Scherer, K. R., & Giles, H. (1979). *Social markers in speech*. Cambridge: Cambridge University Press / Editions de la Maison des Sciences de l'Homme.
- Schmid, J., & Fiedler, K. (1998). The backbone of closing speeches: The impact of prosecution versus defense language on judicial attributions. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(13), 1140-1172.
- Schmidt, C. W., & Brigham, J. C. (1996). Juror's perceptions of child victim-witnesses in a simulated sexual abuse trial. *Law and Human Behavior*, 20(6), 581-606.
- Schwarz, G. (1978). Estimating the dimension of a model. *Annals of Statistics*, 6, 461-464.
- Schweiger, W. (2000). Media credibility - Experience or image ? A survey on the credibility of the World Wide Web in Germany in comparison to other media. *European Journal of Communication*, 15(1), 37-59.
- Searle, J. R. (1975). Indirect speech acts. In P. Cole & J. L. Morgan (Eds.), *Syntax and semantics* (Vol. 3, Speech acts, pp. 59-82). London: Academic press, inc.
- Semin, G. R. (1995). Interfacing language and social cognition. *Journal of Language and Social Psychology*, 14(1/2), 182-195.
- Semin, G. R. (1998). Cognition, language and communication. In S. R. Fussell & R. J. Kreuz (Eds.), *Social and cognitive psychological approaches to interpersonal communication* (pp. 229-259). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Semin, G. R. (2000). Language as a cognitive and behavioral structuring resource: Question-answer exchanges. In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), *European review of social psychology* (pp. 75-104). Chichester: Wiley & sons Ltd.
- Semin, G. R., & De Poot, C. J. (1997). The question-answer paradigm: You might regret not noticing how a question is worded. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(3), 472-480.
- Semin, G. R., & Fiedler, K. (1988). The cognitive functions of linguistic categories in describing persons: Social cognition and language. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(4), 558-568.

- Semin, G. R., Rubini, M., & Fiedler, K. (1995). The answer is in the question: The effect of verb causality on locus of explanation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21(8), 834-841.
- Sengupta, J., Goodstein, R. C., & Boninger, D. S. (1997). All cues are not created equal: Obtaining attitude persistence under low-involvement conditions. *Journal of Consumer Research*, 23(4), 351-361.
- Sfez, L. (2004). *La communication*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1975). *La théorie mathématique de la communication*. Paris: C.E.P.L.
- Shaw, E. F. (1973). Media credibility: Taking the measure of a measure. *Journalism Quarterly*, 50, 306-311.
- Sheley, J. F., & Ashkins, C. D. (1981). Crime, crime news, and crime views. *Public Opinion Quarterly*, 45(4), 492-506.
- Shepard, C. A., Giles, H., & Le Poire, B. A. (2001). Communication Accommodation Theory 25 years on. In W. P. Robinson & H. Giles (Eds.), *The New Handbook of Language and Social Psychology* (pp. 33-56). Chichester, England: John Wiley & Sons, Ltd.
- Shrum, L. J., & O'Guinn, T. C. (1993). Processes and effects in the construction of social reality. *Communication Research*, 20(3), 436-471.
- Simon, R. J., & Eimermann, T. (1971). The jury finds no guilty: another look at the media influence on the jury. *Journalism Quarterly*, 48, 343-344.
- Simon-Vandenberg, A.-M. (1986). Investigating readability in qualities and tabloids. In A. M. Simon-Vandenberg (Ed.), *Aspect of style in british newspapers* (pp. 10-43). Gent: Studia Germanica Gandensia.
- Singletary, M. W. (1979). Components of credibility of a favorable news source? *Journalism Quarterly*, 53, 316-319.
- Slater, M. D., & Rouner, D. (1996). How message evaluation and source attributes may influence credibility assessment and belief change. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 73(4), 974-991.
- Smith, P. M. (1979). Sex markers in speech. In K. R. Scherer & H. Giles (Eds.), *Social markers in speech* (pp. 109-146). Cambridge: Cambridge University Press / Editions de la Maison des Sciences de l'Homme.
- Smith, R. N., & Frawley, W. J. (1983). Conjunctive cohesion in four english genres. *Text*, 3-4, 347-374.
- Smith, S. J. (1984). Crime in the news. *British Journal of Criminology, Delinquency and Deviant Social Behaviour*, 24(3), 289-295.
- Smith, S. M., & Shaffer, D. R. (1995). Speed of speech and persuasion: Evidence for multiple effects. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21(10), 1051-1060.
- Sperber, D., & Wilson, D. (1989). *La pertinence. Communication et cognition*. Paris: Les Editions de Minuit.
- Stapel, D. A., & Semin, G. R. (2007). The magic spell of language: Linguistic categories and their perceptual consequences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(1), 23-33.
- Stebly, N. M., Besirevic, J., Fulero, S. M., & Jimenez-Lorente, B. (1999). The effects of pretrial publicity on juror verdicts: A meta-analytic review. *Law and Human Behavior*, 23(2), 219-236.
- Stempel, W. D. (1986). Aspects génériques de la réception. In G. Genette & T. Todorov (Eds.), *Théorie des genres* (pp. 161-178). Paris: Seuil.
- Stocking, S. H., & Gross, P. H. (1989). *How do journalists think ? : A proposal for the study of cognitive bias in newsmaking*. Bloomington, USA: Clearinghouse on Reading and Communication Skills.

- Studebaker, C. A., & Penrod, S. D. (1997). Pretrial publicity: the media, the law and common sense. *Psychology, Public Policy and Law*, 3(2/3), 428-460.
- Studebaker, C. A., & Penrod, S. D. (2005). Pretrial publicity and its influence on juror decision making. In N. Brewer & K. D. Williams (Eds.), *Psychology and law: An empirical perspective* (pp. 254-276). New-York: Guilford.
- Studebaker, C. A., Robbennolt, J. K., Pathak-Sharma, M., & Penrod, S. D. (2000). Assessing pretrial publicity effects: Integrating content analytic results. *Law and Human Behavior*, 24(3), 317-336.
- Surette, R. (1998). *Media, crime and criminal justice. Images and realities*. Belmont, Calif: Wadsworth.

T

- Tankard, J. W., Middleton, K., & Rimmer, T. (1979). Compliance with American Bar Association for fair trial-free press guidelines. *Journalism Quarterly*, 56, 464-468.
- Tans, M., & Chaffee, S. (1966). Pretrial publicity and juror prejudice. *Journalism Quarterly*, 43, 647-654.
- Tardieu, H. (1988). Effets des objectifs de lecture sur le rappel et la compréhension d'un texte. *L'Année Psychologique*, 88(4), 503-517.
- Taylor, W. L. (1953). Cloze procedure: A new tool for measuring readability. *Journalism Quarterly*, 30, 415-433.
- Testé, B., Dumas, R., Lepastourel, N., & Fernagut-Sanson, M. (2007, 29-31 août). *L'impact du mode de restitution des procès criminels dans la presse sur la formation d'une conviction de culpabilité chez les lecteurs*. Paper presented at the 8ème Congrès International de Psychologie Sociale Appliquée, Besançon.
- Thorndyke, P. W. (1977). Cognitive structures in comprehension and memory of narrative discourse. *Cognitive Psychology*, 9(1), 77-110.
- Timbal-Duclaux, L. (1985). Textes "inlisable" et lisible. *Communication et Langages*, 66, 13-31.
- Trognon, A., & Larrue, J. (1994). *Pragmatique du discours politique*. Paris: Armand Colin.
- Tuchman, G. (1972). Objectivity as strategic ritual : an examination of newsmen's notions of objectivity. *American Journal of Sociology*, 77(4), 660-679.
- Tyler, T. R., & Lomax Cook, F. (1984). The mass media and judgments of risk: Distinguishing impact on personal and societal level judgments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47(4), 693-708.
- Van den Broek, P. (1994). Comprehension and memory of narrative texts. In M. A. Gernsbacher (Ed.), *Handbook of psycholinguistics* (pp. 539-588). San Diego: Academic Press.
- Van den Broek, P., Lorch, R. F., Linderholm, T., & Gustafson, M. (2001). The effects of readers' goals on inference generation and memory for texts. *Memory & Cognition*, 29(8), 1081-1087.

V

- Van der Valk, I., & Van Dijk, T. A. (1988). Racisme et discours publics aux Pays-bas. *Quaderni*, 36, 145-163.
- Van Dijk, T. A. (1984). *Prejudice in discourse: An analysis of ethnic prejudice in cognition and conversation*. Amsterdam: Benjamins.
- Van Dijk, T. A. (1988). *News as discourse*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Van Dijk, T. A. (2000). *Ideology: a multidisciplinary approach*. London: Sage.
- Van Dijk, T. A., & Kintsch, W. (1983). *Strategies of discourse comprehension*. New York: Academic Press.

- Vandenbergen, A.-M. (1985). Conjunction and continuity in newspaper reports. In G. Debusscher & J. P. van Noppen (Eds.), *Communiquer et traduire. Hommages à Jean Dierickx* (pp. 85-94). Bruxelles: Editions de l'Université de Bruxelles.
- Vidmar, N. (2002). Case studies of pre- and midtrial in criminal and civil litigation. *Law and Human Behavior*, 26(1), 73-106.
- Voorhoof, D. (1998). *La Relation entre les Médias et la Justice: Rapport réalisé à la demande de la Fondation du Roi Beaudoin*.
- Vosniadou, S., Pearson, D., & Rogers, T. (1988). What causes children's failures to detect inconsistencies in text ? Representation versus comparison difficulties. *Journal of Educational Psychology*, 80(1), 27-39.
- Voss, J. F., & Van Dyke, J. A. (2001). Narrative structure, information certainty, emotional content, and gender as factors in a pseudo jury decision-making task. *Discourse Processes*, 32(2-3), 215-243.
- Voss, J. F., Wiley, J., & Sandak, R. (1999). On the use of narrative as argument. In S. R. Goldman, A. C. Graesser & P. van den Broek (Eds.), *Narrative comprehension, causality, and coherence - Essays in honor of Tom Trabasso* (pp. 235-252). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

W

- Wanta, W., & Hu, Y.-W. (1994). The effects of credibility, reliance, and exposure on media agenda-setting : A path analysis model. *Journalism Quarterly*, 71(1), 90-98.
- Warfel, K. A. (1984). Gender schemas and perceptions of speech style. *Communication Monographs*, 51(3), 253-267.
- Watzlawick, P., Helmick Beavin, J., & Jackson, D. D. (1972). *Une logique de la communication*. Paris: Seuil.
- Weill, H. (2005). *Journalistes, des mots et des doutes*. Toulouse: Privat.
- Wendorf, C. A. (2004). Primer on multiple regression coding : Common forms and the additional case of repeated contrasts. *Understanding Statistics*, 3(1), 47-57.
- West, M. D. (1994). Validating a scale for the measurement of credibility : a covariance structure modeling approach. *Journalism Quarterly*, 71(1), 159-168.
- Westley, B. H., & Severin, W. J. (1964). Some correlates of media credibility. *Journalism Quarterly*, 41, 325-335.
- Whitehead, J. L. (1968). Factors of source credibility. *Quarterly Journal of Speech*, 54(1), 59-63.
- Wigboldus, D. H. J., Semin, G. R., & Spears, R. (2000). How do we communicate stereotypes? Linguistic bases and inferential consequences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(1), 5-18.
- Wigboldus, D. H. J., Semin, G. R., & Spears, R. (2006). Communicating expectancies about others. *European Journal of Social Psychology*, 36(6), 815-824.
- Wilson, J. R., & Bornstein, B. H. (1998). Methodological considerations in pretrial publicity research: Is the medium the message ? *Law and Human Behavior*, 22(5), 585-597.
- Wilson, T. D., & Brekke, N. (1994). Mental contamination and mental correction: Unwanted influences on judgments and evaluations. *Psychological Bulletin*, 116(1), 117-142.
- Winkin, Y. (1981). *La nouvelle communication*. Paris: Editions du Seuil.
- Wolfe, T. (1975). *The new journalism*. London: Pan Books.
- Wolfe, T. (1979). *The right stuff*. New York: Farrar, Straus, & Giroux.
- Wolff, M., & Visser, W. (2005). Méthodes et outils pour l'analyse des verbalisations : une contribution à l'analyse du modèle de l'interlocuteur dans la description d'itinéraires. *@ctivités*, 2(1), 99-118.

Wouts, B. (1988). Le redressement et le développement du Monde. *Communication et Langages*, 75, 63-70.

Wright, J. W., & Hosman, L. A. (1983). Language style and sex bias in the courtroom: The effects of male and female use of hedges and intensifiers in impression formation. *Southern Speech Communication Journal*, 48(2), 137-152.

Y

Yzerbyt, V., & Corneille, O. (1994). *Textes de base en sciences sociales, La persuasion*. Paris: Delachaux et Niestlé.

Z

Zillman, D. (2002). Exemplification theory of media influence. In J. Bryant & D. Zillman (Eds.), *Media effects. Advances in theory and research*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Zillman, D., Perkins, J. W., & Sundar, S. S. (1992). Impression-formation effects of printed news varying in descriptive precision and exemplifications. *Medienpsychologie*, 4(3), 168-185.

Ziti, A. (1995). Effet du positionnement des connecteurs sur le traitement en temps réel de phrases. *L'Année Psychologique*, 95(2), 219-245.

Ziti, A., & Champagnol, R. (1992). Effet des connecteurs sur le traitement en temps réel de propositions exprimant des relations de cause/effet. *L'Année Psychologique*, 92(2), 187-207.

INDEX DES AUTEURS

A

ABA · 32, 33, 39, 40, 338
Abelson · 44, 80, 188, 255, 290, 338, 357, 431
Abric · 356
Agnès · 17, 18, 22, 23, 24, 25, 26, 114, 141, 148, 154, 164, 302, 326, 338
Alban · 128
Albert · 11, 21, 122, 338, 339
Allen · 164, 211, 338
Anatol · 155, 338
Anderson · 218, 355
Applbaum · 155, 338
Arbuthnot · 39, 40, 113, 338
Arcuri · 94, 114, 352
Argentin · 58, 338
Aronson · 342, 353
Aronsson · 101, 338
Ashkins · 36, 358
Austin · 52, 55
Austin · 52, 53, 55, 129, 338
Avocatempo · 343

B

Bachmann · 51, 338
Bacri · 58, 131, 347
Bailis · 30, 338
Baker · 217, 338
Bakhtine · 78, 338
Balle · 49, 50, 338
Baranek · 32, 344, 431
Bardin · 124, 338
Bargh · 220, 251, 338
Baron · 243, 244, 339
Barsalou · 88, 352
Bartlett · 80, 255, 339
Bathelt · 30, 38, 340

Bautier · 20, 166, 339
Bearden · 349
Beaudoin · 30, 339, 360
Beauvois · 61, 99, 100, 340, 344, 346, 347
Beazley · 96, 114, 348, 349
Begun · 86, 343
Bellows · 251, 354
Bendel · 336, 339
Bennett · 44, 339
Berger · 102, 339, 431
Berkowitz · 356
Berlo · 155, 161, 339
Besche · 63, 131, 339
Besirevic · 42, 358
Bittle · 32, 339
Blakar · 97, 339
Blanchet · 58, 59, 124, 339, 346
Blanck · 61
Boninger · 91, 358
Bornstein · 41, 42, 339, 360
Bougnoux · 49, 50, 339
Bourdieu · 16, 53, 339
Bourhis · 343
Bourque · 164, 339
Boyer · 71, 72, 75, 352
Bradac · 89, 96, 105, 339, 347
Brandwood · 33, 340
Brauer · 187, 188, 195, 227, 243, 279, 290, 308, 317, 340, 354
Brehm, J W · 250, 340
Brehm, S S · 250, 340
Brekke · 251, 360
Brewer, N · 359
Brewer, W F · 60, 340, 356
Brin · 343
Briñol · 91, 355
Brock · 348
Brodie · 92, 355
Broek · 218, 360
Bromberg · 62, 63

Bromberg · 58, 62, 63, 66, 68, 74, 98, 115,
116, 201, 222, 250, 270, 298, 337, 340,
342, 344, 346, 347, 353
Brooks · 19, 340
Brosius · 30, 38, 340
Brown, P · 61, 340
Brown, R · 92, 340
Browne · 207, 354
Bruce · 340, 356
Brugidou · 127, 340
Bruner · 32, 340
Bryant · 105, 355, 356, 361
Bublitz · 354
Bucy · 161, 341
Buffard-Moret · 59, 341
Burgoon, J K · 104, 105, 106, 110, 117, 166,
183, 198, 261, 268, 269, 301, 319, 322,
327, 328, 341
Burgoon, M · 92, 104n 105, 106, 110, 117,
166, 183, 198, 261, 268, 269, 301, 319,
322, 327, 329, 341, 348
Burguet · 14, 48, 77, 78, 79, 80, 81, 95, 106,
107, 108, 109, 111, 115, 117, 121, 147,
149, 175, 180, 216, 249, 253, 257, 265,
325, 341
Burke · 40, 46, 345
Busch · 96, 347

C

Cacciopo · 89, 355
Caetano · 251, 341
Callan · 165, 343
Caramazza · 92, 341
Carlson · 45, 201, 222, 341
Carr · 19, 341
Carroll · 41, 163, 341, 351
Carstensen · 36, 355
Castel · 62
Castel · 62, 115, 337, 341
Castillo · 63, 339
Ceccarelli · 95, 352
Chabrol · 22, 72, 75, 77, 79, 81, 107, 108,
109, 111, 115, 116, 117, 121, 147, 175,
183, 198, 199, 201, 216, 248, 249, 253,
255, 256, 259, 262, 266, 325, 341, 342,
346, 347
Chaffee · 41, 359
Chaiken · 89, 90, 220, 338, 342, 352
Champagnol · 87, 361

Chan · 32, 344, 431
Chantraine · 55, 349
Chapuis · 20, 27, 337, 342
Charaudeau · 55
Charaudeau · 18, 48, 55, 56, 69, 70, 71, 72,
73, 75, 76, 77, 78, 82, 98, 115, 117, 119,
128, 129, 130, 133, 135, 147, 174, 180,
183, 200, 216, 248, 253, 259, 266, 269,
270, 273, 279, 285, 301, 303, 304, 320,
321, 324, 342, 347, 351
Charaudeau, P · 69
Charman · 45, 349
Charon · 19, 21, 122, 226, 336, 342
Charron · 17, 22, 25, 117, 154, 166, 342, 343
Chebat · 165, 346
Chesler · 163, 342
Chiu · 54, 59
Chiu · 31, 32, 53, 54, 59, 88, 114, 154, 346,
351, 353, 431
Chomsky · 86, 342
Cialdini · 106, 268, 269, 342, 356
Clark · 56
Clark · 53, 54, 56, 59, 86, 342, 343, 348
Clément · 53, 343
Cohen · 37, 343
Coirier · 80, 217, 218, 343
Cole · 60, 343, 348, 357
Colé · 347
Collins-Thompson · 165, 343
Colombani · 17, 25, 154, 343
Colombo · 74, 344
Conley · 204, 351
Corblin · 59, 343
Corneille · 91, 251, 343, 361
Corvino · 94, 114, 352
Costantini · 39, 113, 343
Costanzo · 204, 349
Cote · 218, 344
Courbet · 68, 270, 345
Courtright · 89, 105, 339
Croll · 71, 72, 77, 116, 343
Cudeck · 349
Cumming · 21, 343
Cupach · 163, 348
Cutler · 39, 113, 353

D

Damy · 46, 343
Danet · 336, 343

Daoust · 346
Dauvin · 226, 343
Davis · 36, 343
Dawes · 44, 348
De Bonville · 17, 25, 59, 69, 154, 166, 342, 343
De la Haye · 18, 20, 23, 114, 226, 266, 344
De Landsheere · 165, 344
De Piccoli · 74, 75, 115, 116, 344
De Poot · 93, 344, 357
De Villiers · 267, 344
Debusscher · 360
Delia · 155, 157, 344
Demichel · 65, 347
Denhière · 345
Deschamps · 340
Desmond · 89, 339
Dexter · 41, 354
Dillehay · 40, 354
Ditton · 30, 344
Dixon · 30, 344
Donin · 80, 256, 345
Doob · 11, 356
Dorna · 62, 63
Dorna · 57, 62, 63, 66, 340, 344, 347
Douël · 17, 165, 344
Drozda-Zenkowska · 335, 344
Dubied · 27, 344
Dubois, M · 340
Dubois, N · 340
Duck · 61
Duffy · 30, 344
Dumas · 34, 44, 45, 267, 299, 321, 344, 359
Dunaway · 42, 339
Dweck · 32, 346

E

Eagly · 89, 220, 342
Edelstein · 37, 344
Eimermann · 39, 358
Einstein · 218, 344
Ejerhed Braroe · 59, 344
Erickson · 60
Erickson · 60, 85, 89, 96, 98, 114, 204, 264, 344, 351
Ericson · 32, 344, 431
Errera · 343
Esquenazi · 25, 115, 325, 344
Everett · 36, 349

F

Fayol · 80, 86, 256, 267, 273, 320, 345, 347
Fein · 42, 320, 345
Feldman, 44, 339
Ferenczi · 11, 19, 25, 27, 114, 253, 345
Fernagut-Samson · 45, 267
Fiedler · 92, 93, 94, 98, 114, 352, 357, 358
Fish · 92, 340
Fishman · 31, 345
Fiske · 350, 351
Flammer · 353
Flanagin · 157, 161, 345, 353
Flesh · 17, 165, 345
Fodor · 86, 345
Forster · 207, 354
Forsterling · 94, 114, 356
Fourquet-Courbet · 68, 270, 345
Frame · 44, 345
Francke · 32, 345
François · 128, 345
Fraser · 61, 340
Frawley · 319, 358
Frederiksen · 80, 256, 345
Freedman · 40, 46, 345
Friemel · 131, 351
Fulero · 40, 42, 345, 358
Furr · 190, 345
Fussell · 48, 53, 351, 357

G

Galbraith · 207, 345
Gallup · 156, 157, 345
Gans · 18, 19, 114, 345
Garapon · 46, 334, 335, 345
Garrett · 86, 345
Garvey · 92, 341
Gaziano · 157, 158, 159, 160, 161, 345
Gélinas-Chebat · 165, 346
Genette · 78, 346, 358
Georget · 79, 81, 90, 107, 108, 111, 115, 117, 175, 183, 199, 249, 253, 255, 259, 325, 346
Gerbner · 29, 36, 346
Gernsbacher · 359
Gervey · 32, 346
Ghiglione · 51, 55, 57, 58, 61
Ghiglione · 14, 48, 50, 51, 53, 55, 56, 57, 58, 61, 64, 65, 67, 68, 69, 71, 72, 73, 74, 75, 77, 78, 91, 99, 100, 106, 115, 117, 124,

125, 127, 130, 131, 132, 134, 174, 181,
198, 201, 216, 249, 256, 262, 264, 266,
268, 270, 298, 327, 338, 340, 342, 345,
346, 347, 353
Gibbons · 96, 347
Gibson · 30, 38, 347, 431
Gifford · 30, 348
Gilbert · 350, 351
Giles · 60, 91, 96, 100, 101, 339, 340, 341,
347, 348, 351, 356, 357, 358
Girard · 79, 80, 81, 95, 107, 108, 117, 121,
341, 342, 347
Godard · 59, 343
Gombert · 60, 86, 217, 222, 257, 347
Goodstein · 91, 358
Gosling · 220, 354
Graesser · 360
Greenberg · 157, 158, 347
Greene · 42, 348
Grice · 52, 54, 55, 57
Grice · 52, 53, 54, 55, 57, 348
Grober · 92, 341
Groman · 128
Gross, L · 29, 36
Gross, P H · 30, 113, 346, 358
Gunning · 17, 165, 348
Gustafson · 218, 359

H

Haas · 101, 348
Hajek · 101, 348
Hamilton, D L · 30, 348
Hamilton, M A · 91, 348
Hans · 11, 29, 163, 348, 349
Hastall · 267, 350
Hastie · 43, 44, 45, 114, 267, 289, 321, 329,
333, 348, 355
Haviland · 56
Haviland · 56, 348
Hayes · 244, 355
Hazleton · 163, 348
Healy · 86, 114, 348
Heath · 36, 348
Heider · 157, 348
Helmick Beavin · 50, 360
Henley · 96, 98, 114, 264, 348, 349
Henry · 165, 349
Hewstone · 351, 357
Higgins · 103, 320, 349, 351

Hintikka · 66, 349
Hoffman · 244, 352
Holland Baker · 36, 349
Holtgraves · 93, 349
Honest · 45, 46, 201, 222, 349
Hong · 31, 32, 346, 353
Hope · 43, 44, 320, 349
Hosman · 89, 349, 361
Hovland · 49, 88, 154, 155, 349
Howell · 190, 349
Hu · 37, 200, 360
Hulin · 159, 349
Hunter · 91, 348
Huntley · 204, 349
Hupet · 55, 349
Hymes · 51, 349

I

Imrich · 34, 42, 113, 349, 354
Innes-Ker · 188, 354
Ivkovic · 163, 349
Izard · 157, 349

J

Jackson · 50, 360
Jacobson · 158, 349
Jakobson · 50, 51, 349, 350
Janis · 49, 349
Jenny · 125, 350
Jimenez-Lorente · 42, 358
Johnson, B C · 60, 344
Johnson, T J · 157, 161, 350
Johnson, N · 80, 352
Johnson-Laird · 88, 350
Jones · 104, 341
Jönsson · 101, 338
Joule · 344, 346, 347
Judd · 188, 350

K

Kail · 53, 350
Kallgren · 106, 342, 356
Kalmuss · 163, 342
Kaminsky · 349
Kanouse · 92, 350
Kapferer · 72, 350

Kappeler · 11, 30, 355
Kassin · 204, 350
Kaup · 88, 350
Kaye · 157, 161, 350
Kekenbosch · 58, 127, 347
Kelley · 49, 349
Kenny · 195, 243, 244, 317, 339, 350
Kerbrat-Orecchioni · 55
Kerbrat-Orecchioni · 55, 350
Kerr · 41, 351
Kiesler · 103, 105, 319, 350
King · 39, 113, 343
Kintsch · 79, 80, 125, 217, 267, 350, 353, 359
Kioussis · 162, 350
Klauer · 217, 350
Knobloch · 267, 321, 350
Knowles · 250, 350
Kohut · 157, 158, 356
Kovera · 43, 351
Kozminsky · 79, 350
Kramer · 41, 45, 113, 351
Krauss · 51, 54, 59
Krauss · 48, 51, 53, 54, 59, 88, 114, 154, 351, 431
Kretz · 165, 354
Kreuz · 357
Kruglanski · 90, 351
Kumar · 44, 348

L

Labasse · 165, 351
Labbé · 60, 353
Lacassagne · 62, 341
Lakoff · 89, 351
Landré · 59, 65, 74, 131, 347, 351
Laplane · 59, 353
Laroche · 22, 346, 351
Laroche-Bouvy · 22, 351
Larrue · 73, 346, 359
Laswell · 49, 351
Laurent · 63, 73, 339
Laver · 98, 337, 351
Lazare · 21, 351
Le Gendre · 25, 351
Le Nouveau Petit Robert · 59
Le Nouveau Petit Robert · 48, 59, 61
Le Ny · 125, 351
Le Poire · 101, 105, 341, 358
Le Queau · 127, 340

Leach · 39, 338
Lebarbier · 207, 351
Lecavallier · 165, 346
Leclerc · 11, 351
Lee · 157, 357
Lemert · 155, 339
Lepastourel · 34, 45, 107, 109, 111, 116, 117, 118, 121, 147, 148, 149, 150, 151, 181, 182, 187, 252, 263, 264, 266, 267, 344, 351, 359, 380
Levi · 45, 349
Leyens · 250, 341, 343, 346, 351, 357
Lichtenstein · 44, 321, 351
Lind · 60
Lind · 60, 89, 204, 344, 351
Linden · 46, 352
Linderholm · 218, 359
Lindsey · 351
Linell · 101, 338
Linn · 350
Linz · 30, 34, 42, 344, 349, 354
Liska · 163, 348
Lits · 27, 344
Lochard · 71, 72, 75, 352
Lockwood · 244, 352
Loftus · 42, 348
Lomax Cook · 36, 359
Lorch · 218, 359
Louwerse · 87, 352
Lucas · 66
Lucas · 66, 352
Luka · 88, 352

M

Maass · 94, 95, 114, 352
Mac Daniel · 218, 344
MacKinnon · 244, 352
Maheswaran · 90, 342, 352
Maingueneau · 76, 78, 107, 117, 131, 342, 352
Malrieu · 78, 352
Manchec · 12, 32, 113, 352
Mandel · 79, 350
Mandler · 80, 352
Mange · 89, 91, 352
Marandin · 59, 343
Marchand · 37, 59, 116, 125, 128, 129, 130, 131, 132, 140, 141, 332, 341, 344, 352, 353
Mares · 36, 343

Marquez · 130, 353
Martin-Lagardette · 17, 18, 23, 26, 154, 353
Mary-Huard · 207, 351
Matalon · 58, 347
Mathews · 218, 353
Mathien · 18, 19, 353
Mc Grath · 157, 158, 160, 345
McCleary · 36, 349
McClelland · 188, 340, 350
McCloskey · 42, 345
McCombs · 37, 157, 348, 353
McCroskey · 155, 353
McDonald · 349
McGinnies · 155, 353
McGuire · 103, 250, 353
McKoon · 88, 114, 353
Mead · 54, 353
Memon · 43, 349
Mende · 267, 350
Menon · 31, 353
Mertz · 155, 339
Metzger · 157, 161, 345, 353
Meyer, P · 157, 158, 161, 353
Meyer, T · 90, 91, 117, 183, 200, 216, 249,
258, 259, 325, 332, 353
Middleton · 33, 359
Milesi · 95, 352
Miller, G A · 86, 341
Miller, G H · 104, 114, 348
Miller, M D · 96, 348, 349
Mininni · 58, 72, 353
Mirabel-Sarron · 59, 339
Mitchell · 87, 352
Moen · 19, 340
Molette · 74, 347
Monière · 60, 353
Monteil · 344, 346, 347
Moran · 39, 113, 353
Moreau · 59, 343
Morgan · 29, 60, 343, 346, 348, 357
Morin · 165, 354
Morris · 31, 113, 353, 354
Moscovici · 61, 354, 356
Mosso · 74, 344
Mouriquand · 18, 20, 22, 23, 24, 26, 28, 148,
166, 260, 326, 354
Mousty · 347
Mulder · 156, 158, 164, 354
Muller · 59, 128, 354
Mullin · 34, 42, 349, 354

Murdock · 89, 339
Murray · 267, 354
Myers · 39, 338
Myung · 207, 354

N

Naas · 158, 354
Ndobo · 63, 341
Nemeth · 42, 339
Nespoulous · 60, 356
Netemeyer · 349
Neveu · 21, 22, 25, 37, 114, 354
Newhagen · 158, 354
Nguyen · 349
Niedenthal · 188, 354
Nienstedt · 36, 349
Nietzel · 40, 354
Nisbett · 251, 354
Noels · 53, 343
Noizet · 350
Nooyen · 61
Nooyen · 61, 115, 347

O

Oberlé · 220, 335, 344, 354
Ogloff · 41, 354
Osgood · 161, 354
Ostrom · 348
Otto · 12, 41, 42, 43, 44, 113, 320, 333, 354
Ouellet · 346
Owen · 218, 344

Ö

Östman · 118, 165, 201, 222, 354

P

Papadopoulos · 335, 345
Papageorgis · 249, 353, 355
Park · 43, 348, 351, 352, 356
Passerault · 80, 217, 218, 343
Passerieux · 63, 339
Pathak-Sharma · 32, 359
Patzig · 267, 350
Pellissier · 50
Pellissier · 50, 355

Peng · 31, 113, 354
Pennington · 44, 45, 114, 267, 289, 321, 329,
333, 348, 355
Penrod · 32, 40, 41, 43, 46, 354, 359, 431
Perkins · 38, 361
Petitjean · 27, 355
Petty · 89, 91, 348, 355
Phillips · 36, 355
Pichert · 218, 355
Pinchon · 133
Platow · 92, 355
Plon · 61, 354
Poindexter · 157, 348
Pornpitakpan · 155, 355
Portier · 20, 342
Potter · 11, 30, 355
Powersland · 347
Preacher · 244, 355
Préfontaine · 165, 346
Prentice · 188, 290, 338
Priester · 91, 355
Provost · 101, 355

Q

Quinterno · 21, 355, 431

R

Raftery · 207, 212, 356
Ranly, D · 340
Rastier · 78, 352, 356
Ratcliff · 88, 353
Raymond · 93, 349
Reno · 106, 269, 342, 356
Rey · 87, 356
Richard · 345
Richaudeau · 164, 165, 356
Rieffel · 339, 342, 343, 355
Rigalleau · 60, 331, 356
Rimé · 88, 356
Rimmer · 33, 157, 356, 359
Ringoot · 23, 356
Robinson, M J · 157, 158, 356
Robinson, W P · 60, 339, 341, 356, 358
Robbennolt · 32, 359
Roberts · 11, 356
Rocher · 251, 357
Rogers · 257, 360
Rommetveit · 54, 55, 339, 356, 431

Roper · 156, 158, 161, 356
Rosenthal · 42, 105, 188, 190, 341, 345, 356
Rosnow · 188, 356
Ross · 31, 356
Rossi · 345
Rouner · 91, 163, 358
Rouquette · 24, 102, 114, 356
Rubin · 188, 356
Rubini · 93, 95, 356, 358
Rudin · 95, 352
Rudolph · 94, 114, 356
Ruellan · 50
Ruellan · 50, 355
Rumelhart · 80, 255, 356
Russo · 45, 201, 222, 341
Ruva · 105, 356

S

Salès-Wuillemin · 58, 73, 124, 353, 357
Sallio · 165, 354
Salmon · 157, 357
Salvi · 94, 352
Sandak · 267, 360
Sandell · 102, 103, 163, 320, 332, 357, 431
Sanders, J · 163, 342
Sanders, R · 349
Saporta · 207, 357
Schadron · 250, 351, 357
Schank · 44, 80, 255, 357
Scherer · 85, 91, 340, 347, 351, 356, 357,
358, 431
Schmid · 93, 98, 357
Schmidt, G · 339
Schröter · 339
Schwarz · 206, 207, 357
Schweiger · 159, 162, 357
Searcy · 61
Searle · 52
Searle · 52, 53, 357
Sebeock · 341
Semin · 92, 93, 94, 95, 114, 344, 352, 356,
357, 358, 360
Sengupta · 91, 358
Seron · 55, 349
Severin · 157, 360
Sfez · 49, 50, 51, 358
Shaffer · 89, 91, 260, 358
Shannon · 49, 358
Shaw, D L · 37, 353

Shaw, E F · 161, 358
Sheets · 244, 352
Sheley · 36, 358
Shepard · 101, 358
Shrull · 44, 321, 351
Shrum · 44, 358
Simon · 39, 75, 319, 358
Simon-Vandenberg · 75, 319, 358
Singletary · 156, 358
Slater · 91, 163, 358
Smith, P M · 60, 101, 347, 358
Smith, R N · 319, 358
Smith, S M · 89, 91, 260, 385
Smith, S J · 30, 358
Somat · 3, 12, 32, 352
Spears · 95, 360
Sperber · 53, 55, 57
Sperber · 53, 55, 57, 358
Spiro · 340, 356
Sproat · 88, 353
Stahlberg · 95, 352
Stapel · 94, 358
St-Clair · 341, 347, 351
Stebly · 42, 44, 45, 201, 222, 320, 321, 333, 358
Stempel · 81, 358
Stewart · 104, 341
Stocking · 30, 113, 358
Stroebe · 351, 357
Studebaker · 32, 34, 40, 43, 44, 46, 359, 431
Suci · 161, 354
Sue · 21
Sundar · 38, 361
Surette · 30, 148, 359

T

Tagiuri · 32, 340
Tankard · 33, 113, 359
Tannenbaum · 161, 354
Tans · 41, 359
Tardieu · 218, 359
Tartaglia · 74, 344
Taylor · 165, 359
Tessier · 20, 342
Testé · 3, 12, 34, 45, 107, 109, 111, 116, 117, 118, 121, 147, 148, 149, 150, 151, 181, 182, 187, 252, 263, 264, 266, 267, 321, 344, 351, 352, 359, 380
Théolleyre · 11, 351

Thompson · 90, 351
Thorndyke · 80, 359
Thorson · 30, 339
TimbalDuclaux · 165
Todorov · 78, 346, 358
Tomlinson · 42, 345
Trognon · 57, 58
Trognon · 53, 57, 58, 66, 67, 73, 98, 268, 327, 337, 340, 342, 346, 347, 353, 359
Trudgill · 98, 337, 351
Tuchman · 22, 24, 26, 334, 359
Tyler · 36, 359

U

Uleman · 338
Utard · 23, 356

V

Vala · 251, 341
Valdois · 347
Van den Broek · 218, 267, 359
Van der Valk · 11, 40, 359
Van Dijk · 11, 40, 59, 60, 62, 74, 80, 85, 125, 217, 267, 331, 337, 350, 359
Van Dyke · 41, 128, 148, 267, 273, 321, 334, 360
Van Scotter · 164, 338
Vandenberg · 75, 358, 360
Vazel · 32, 352
Viallon · 339
Vidmar · 41, 46, 354, 360
Visser · 126, 360
Voorhoof · 122, 360
Voss · 41, 128, 148, 267, 273, 321, 334, 360

W

Wade · 42, 348
Wagner · 133
Wanta · 37, 200, 360
Ward, G · 353
Warfel · 89, 360
Watine · 342, 343, 355
Watzlawick · 50, 360
Weaver, D · 157, 356
Weaver, W · 49, 358
Weill · 20, 360

Weiss · 155, 349
Wendorf · 188, 308, 360
West, M D · 157, 158, 360
West, S G · 244, 352
Westley · 157, 360
Whisehunt · 42, 339
Whitehead · 156, 360
Wiemann · 61
Wigboldus · 95, 360
Wilkinson · 166, 341
Williams · 359
Wilson, D · 358
Winkin · 49, 50, 360
Wolfe · 21, 343, 360
Wolff · 126, 360
Wouts · 18, 361
Wright · 89, 349, 361
Wrightsman · 204, 350

Wyer · 348, 357

Y

Yates · 92, 341
Yonnet · 91, 353
Yzerbyt · 250, 351, 357, 361

Z

Zabbini · 95, 352
Zillman, D · 347, 361
Zinde-Walsh · 207, 345
Ziti · 87, 114, 361
Zwaan · 88, 350
Zwarun · 157, 353

INDEX DES TABLEAUX

<i>Tableau 1 : Type de programmes cognitifs et traces langagières correspondantes</i>	67
<i>Tableau 2 : Etude 1 - Répartition des articles de presse judiciaire selon les sources journalistiques et les phases judiciaires</i>	122
<i>Tableau 3 : Etude 1 - Description des caractéristiques des articles judiciaire selon les phases</i>	123
<i>Tableau 4 : Etude 1 - Description des caractéristiques des articles judiciaire selon les sources</i>	123
<i>Tableau 5 : Etude 1 - Exemples de classements de classes sémantiques effectués par Tropes (extrait de la notice de Tropes)</i>	126
<i>Tableau 6 : Etude 1 - Principaux indicateurs langagiers grammaticaux utilisés par Tropes</i>	132
<i>Tableau 7 : Etude 1 - Styles de discours distingués par Tropes, principaux indicateurs langagiers correspondants et explication</i>	134
<i>Tableau 8 : Etude 1 - Analyse 1 - Les connecteurs en fonction des phases judiciaires</i>	136
<i>Tableau 9 : Etude 1 - Analyse 1 - Les modalisations en fonction des phases judiciaires</i>	137
<i>Tableau 10 : Etude 1 - Analyse 1 - Les verbes en fonction des phases judiciaires</i>	139
<i>Tableau 11 : Etude 1 - Analyse 1 - Les modes des verbes en fonction des phases judiciaires</i>	140
<i>Tableau 12 : Etude 1 : Analyse 1 - Les temps des verbes en fonction des phases judiciaires</i>	140
<i>Tableau 13 : Etude 1 - Analyse 1 - Les pronoms en fonction des phases judiciaires</i>	141
<i>Tableau 14 : Etude 1 - Analyse 1 - Les pronoms personnels en fonction des phases judiciaires</i>	142
<i>Tableau 15 : Etudes 3-4-5 : Caractéristiques syntaxiques des articles expérimentaux constituant la variable indépendante « type d'article » et qui opérationnalisent la conformité/non conformité du contrat de lectorat 'enquête judiciaire'</i>	152
<i>Tableau 16 : Etude 2 - Etat des lieux des dimensions de la crédibilité médiatique étudiées en 1985 (Gaziano, 1988)</i>	160
<i>Tableau 17 : Etude 2 - Items d'évaluation de la qualité des articles de presse judiciaire</i>	168
<i>Tableau 18 : Etude 2 - Contributions des items aux trois facteurs demandés, valeurs propres et variances expliquées par les facteurs</i>	170
<i>Tableau 19 : Etude 6 - Corrélations entre les facteurs</i>	172
<i>Tableau 20 : Etude 2 - Items sélectionnés pour mesurer les trois facteurs de la crédibilité</i>	173
<i>Tableau 21 : Etude 3 - Choix de l'article reconnu comme véritable par tous les participants</i>	178
<i>Tableau 22 : Etude 3 - Choix de l'article reconnu comme véritable par les peu-lecteurs</i>	179
<i>Tableau 23 : Etude 4 - Contributions des items du questionnaire de crédibilité, part de variance expliquée par les facteurs et valeurs propres associées</i>	185
<i>Tableau 24 : Etude 4 - Corrélations entre les trois facteurs du questionnaire de crédibilité générale</i>	185
<i>Tableau 25 : Etude 4 - Contraste d'intérêt c1 et contraste résiduel c3</i>	189
<i>Tableau 26 : Etude 4 - Contraste d'intérêt c2 et contraste résiduel c4</i>	190
<i>Tableau 27 : Etude 4 - Moyennes et (écart-types) de la typicalité et des indicateurs d'évaluation de la crédibilité en fonction de l'article lu</i>	190
<i>Tableau 28 : Etude 4 - Corrélations entre la mesure de typicalité de l'article et les mesures de crédibilité</i>	194
<i>Tableau 29 : Etude 4 - Récapitulatif des résultats de l'étude</i>	197
<i>Tableau 30 : Etude 5 - Contributions des items de d'objectivité, lisibilité, informativité, pourcentages de variance expliquée et valeurs propres associées</i>	203
<i>Tableau 31 : Etude 5 - Corrélations entre les trois dimensions de la crédibilité</i>	203

<i>Tableau 32 : Etude 5 - Récapitulatif des moyennes et (écart-types) de la reconnaissance et des mesures de crédibilité en fonction de l'article lu</i>	208
<i>Tableau 33 : Etude 5 - Récapitulatif des moyennes et (écart-types) des mesures de jugements en fonction de l'article lu</i>	211
<i>Tableau 34 : Etude 5 - Fréquence des réponses à l'item de culpabilité dichotomique (non coupable/coupable) en fonction de l'article lu et du niveau de lectorat</i>	212
<i>Tableau 35 : Etude 5 - Corrélations entre les variables dépendantes d'évaluations du message et de jugements</i>	214
<i>Tableau 36 : Etude 5 - Récapitulatif des résultats</i>	215
<i>Tableau 37 : Etude 6 - Contributions des items du questionnaire de crédibilité, valeurs propres et pourcentage de variance expliquée correspondant à chaque facteur</i>	224
<i>Tableau 38 : Etude 6 - Corrélations entre les trois facteurs de crédibilité</i>	225
<i>Tableau 39 : Etude 6 - Récapitulatif des moyennes et (écart-types) de la typicalité et des mesures de crédibilité en fonction de l'article lu</i>	229
<i>Tableau 40 : Etude 6 - Moyenne et (écart-types) de l'item véritable en fonction du type d'article et du type de consigne</i>	229
<i>Tableau 41 : Etude 6 - Moyennes et (écarts-types) de la lisibilité perçue en fonction du type d'article et du type de consigne</i>	233
<i>Tableau 42 : Etude 6 : Récapitulatif des moyennes et (écart-types) des mesures de jugements en fonction de l'article</i>	236
<i>Tableau 43 : Etude 6 - Fréquence des réponses à l'item de culpabilité dichotomique (non coupable / coupable) en fonction du type d'article, du type de consigne et du niveau de lectorat des participants ; Sélection du modèle; Indice BIC correspondant</i>	237
<i>Tableau 44 : Etude 6 - Corrélations entre les variables dépendantes d'évaluation du message et celles de jugement indépendamment de la condition consigne</i>	241
<i>Tableau 45 : Etude 6 - Corrélations entre les variables dépendantes d'évaluation du message et celles de jugement en condition identification</i>	242
<i>Tableau 46 : Etude 6 - Corrélations entre les variables dépendantes d'évaluation du message et celles de jugement en condition jugement</i>	243
<i>Tableau 47 : Etude 6 - Récapitulatif des résultats</i>	247
<i>Tableau 48 : Synthèse des études 4, 5 et 6</i>	254
<i>Tableau 49 : Détails des manipulations stylistiques argumentatives (réalité possible/affirmée) et narratives (narratif/non-narratif)</i>	274
<i>Tableau 50 : Etudes 7 et 8 - Caractéristiques syntaxiques des articles expérimentaux constituant la variable indépendante « type d'article » et qui opérationnalisent le caractère « narratif/non narratif » et « réalité possible versus affirmée » des articles de presse d'enquête judiciaire</i>	275
<i>Tableau 51 : Etude 7 - Contributions des items aux facteurs d'objectivité, lisibilité, informativité, valeurs propres et pourcentages de variance expliquée</i>	277
<i>Tableau 52 : Etude 7 - Corrélations entre les trois facteurs d'objectivité, lisibilité, informativité</i>	277
<i>Tableau 53 : Etude 7 - Récapitulatif des moyennes et (écart-types) de la mesure de typicalité et des mesures de crédibilité en fonction de l'article</i>	280
<i>Tableau 54 : Etude 7 - Récapitulatif des moyennes et (écart-types) des jugements en fonction de l'article</i>	281
<i>Tableau 55 : Etude 7 - Distribution des jugements selon le type d'article lu et le niveau de lectorat</i>	282
<i>Tableau 56 : Etude 7 - Corrélations entre les variables dépendantes d'évaluation du message et les variables de jugement</i>	283
<i>Tableau 57 : Etude 7 - Synthèse des résultats</i>	284
<i>Tableau 58 : Etude 8 - Contributions des items aux facteurs d'objectivité, lisibilité, informativité, valeur propre et variance expliqué par chaque facteur</i>	287

<i>Tableau 59 : Etude 8 - Corrélations entre les trois facteurs</i>	288
<i>Tableau 60 : Etude 8 - Contraste d'intérêt c4 et vérification du caractère orthogonal et centré des contrastes c5 et c6</i>	290
<i>Tableau 61 : Etude 8 - Récapitulatif des moyennes et (écart-types) de la typicalité et des mesures de crédibilité en fonction de l'article</i>	291
<i>Tableau 62 : Etude 8 - Récapitulatif des moyennes et (écart-types) des mesures continues de jugement en fonction de l'article</i>	293
<i>Tableau 63 : Etude 8 : Distribution des jugements selon le type d'article lu et le niveau de lectorat</i>	295
<i>Tableau 64 : Etude 8 - Corrélations entre les variables dépendantes de typicalité, crédibilité et jugements</i>	297
<i>Tableau 65 : Etude 8 - Récapitulatif des résultats</i>	298
<i>Tableau 66 : Etude 7 et 8 - Récapitulatif des résultats</i>	300
<i>Tableau 67 : Etude 9 - Récapitulatif des manipulations stylistiques réalité possible / réalité affirmée</i>	305
<i>Tableau 68 : Etude 9 - Caractéristiques syntaxiques des articles expérimentaux constituant la variable indépendante « type d'article » et qui opérationnalisent le caractère « réalité possible vs réalité possible extrêmisée » et « réalité affirmée vs réalité affirmée extrêmisée » des articles de presse d'enquête judiciaire</i>	305
<i>Tableau 69 : Etude 9 - Contributions des items aux dimensions d'objectivité, lisibilité, informativité, valeurs propres et variance expliquée des facteurs</i>	306
<i>Tableau 70 : Etude 9 - Corrélations entre les trois facteurs d'objectivité, lisibilité, informativité</i>	307
<i>Tableau 71 : Etude 9 - Contraste d'intérêt c1 et vérification du caractère orthogonal des contrastes c2 et c3</i>	309
<i>Tableau 72 : Etude 9 - Récapitulatif des moyennes et (écart-types) du caractère typique et des évaluations de l'article en fonction de l'article</i>	310
<i>Tableau 73 : Etude 9 - Récapitulatif des moyennes et (écart-types) des mesures de jugements en fonction de l'article lu</i>	313
<i>Tableau 74 : Etude 9 - Distribution des jugements selon le type d'article lu et le niveau de lectorat</i>	314
<i>Tableau 75 : Etude 9 - Corrélations entre les variables dépendantes de qualité et de jugement</i>	316
<i>Tableau 76 : Etude 9 - Récapitulatif des résultats</i>	318

INDEX DES FIGURES

<i>Figure 1: Le journaliste en tant que récepteur de messages (Mathien, 1992, p. 204)</i>	19
<i>Figure 2: Schéma de Laswell (1948) repris par Hovland, Janis et Kelley (1953)</i>	49
<i>Figure 3 : Schéma d'un système général de communication (Shannon & Weaver, 1975, p. 69)</i>	49
<i>Figure 4 : Schéma de la communication verbale selon Jakobson (Jakobson, 1960, p. 353)</i>	50
<i>Figure 5 : Enchâssement du contrat médiatique et sous-contrats (Burguet, 1999, p. 71)</i>	78
<i>Figure 6 : Etude 4 - interaction c1*lectorat sur la typicalité perçue</i>	192
<i>Figure 7 : Etude 4 - interaction c2*lectorat sur la typicalité perçue</i>	192
<i>Figure 8: Etude 4 - interaction c1*lectorat sur l'informativité des articles</i>	194
<i>Figure 9 : Etude 5 : Interaction c1*niveau de lectorat sur la mesure de typicalité</i>	209
<i>Figure 10 : Etude 6 : Interaction c1*type de consigne sur la typicalité</i>	230
<i>Figure 11 : Etude 6 : interaction c2*type de consigne sur la typicalité</i>	231
<i>Figure 12 : Etude 6 - L'évaluation d'informativité en fonction du contraste c1, du niveau de lectorat et du type de consigne</i>	234
<i>Figure 13 : Etude 6 - L'évaluation d'informativité en fonction du contraste c2, du niveau de lectorat et du type de consigne</i>	235
<i>Figure 14 : Etude 6 - Interaction c1*niveau de lectorat sur la certitude</i>	239
<i>Figure 15 : Etude 6 : Interaction c2*niveau de lectorat sur la certitude</i>	239
<i>Figure 16 : Etude 8 : Interaction argumentatif*lectorat</i>	293
<i>Figure 17 : Etude 9 : Interaction type de réalité*lectorat sur la lisibilité</i>	312
<i>Figure 18 : interaction c1*ordre du questionnaire sur l'informativité perçue</i>	313

ANNEXES

Tiré à part de Lepastourel, N., & Testé, B. (2004).....	376
Annexe de l'étude 2 : Le questionnaire	393
Les articles expérimentaux des études 3, 4, 5, 6.....	400
L'article congruent.....	400
L'article extrémisé	401
L'article incongruent	402
Annexe de l'étude 3 : Le questionnaire	403
Annexe de l'étude 4 : Le questionnaire	406
Annexe de l'étude 5 : Le questionnaire	411
Annexe de l'étude 6 : Les consignes	418
Les articles expérimentaux des études 7, 8 et 9.....	421
L'article narratif possible.....	421
L'article narratif affirmé	422
L'article non-narratif possible	423
L'article non-narratif affirmé.....	424
L'article narratif affirmé extrémisé	425
L'article narratif possible extrémisé	426

TIRE A PART DE LEPASTOUREL, N., & TESTE, B. (2004).



Available online at www.sciencedirect.com

SCIENCE @ DIRECT®

Psychologie française 49 (2004) 373–388

Psychologie
française

<http://france.elsevier.com/direct/PSFR/>

Article original

L'influence médiatique sur les jugements judiciaires : rôle du style d'écriture dans la formation des jugements

Media's influence on judiciary judgments: impact of writing style on judgments elaboration

N. Lepastourel *, B. Testé

*Laboratoire de psychologie sociale, CRPCC, Université de Haute-Bretagne (Rennes-II),
place du Recteur-Henri-Le-Moal, 35043 Rennes cedex, France*

Reçu le 17 février 2004 ; accepté le 30 juillet 2004

Résumé

Cet article poursuit deux objectifs : d'une part, proposer une revue de question sur l'influence de la publicité préprocès sur les jugements judiciaires, d'autre part, présenter les résultats d'une recherche visant à appréhender le rôle du style d'écriture dans les phénomènes d'influence médiatique. Les résultats de trois études montrent 1/ que des articles de presse écrite se différencient en terme de style morphosyntaxique selon le thème dont ils traitent (judiciaire, économie, politique, sport), 2/ que des sujets reconnaissent un article conforme au style morphosyntaxique judiciaire et le distinguent d'un article non-conforme à ce style, 3/ que la conformité vs non-conformité d'un article au style judiciaire a des effets indépendants sur la mémorisation des informations et sur les jugements de culpabilité des lecteurs à l'égard de l'accusé.

© 2004 Société française de psychologie. Publié par Elsevier SAS. Tous droits réservés.

Abstract

This article has two main goals: first, to review past research concerning the influence of pretrial publicity on judiciary judgements, and second, to present new empirical data concerning the impact

* Auteur correspondant.

Adresse e-mail : nadia.lepastourel@uhb.fr (N. Lepastourel).

of writing style in the media influence phenomenon. The three studies presented in this article show: 1/ that the morphosyntactical style of press articles can be distinguished as a function of the domain to which they pertain (judiciary, economic, politics, sports), 2/ that readers can readily recognize and identify the judiciary morphosyntactical style, and 3/ that the conformity of an article vs. its non-conformity to the judiciary style has some independent effect on memory about the article's content and on the elaboration of judiciary judgements by readers.

© 2004 Société française de psychologie. Publié par Elsevier SAS. Tous droits réservés.

Mots clés : Publicité pré-procès ; Style morphosyntaxique ; Mémorisation ; Jugements judiciaires

Keywords: Pretrial publicity; Morphological and syntactical style; Memorisation; Judiciary judgments

Les médias constituent, aujourd'hui, la principale source d'information des citoyens à propos des « crimes et délits » (Danet, 2001). Ils sont, également, pour l'homme de la rue, le moyen d'accès privilégié au fonctionnement du système judiciaire (Roberts et Doob, 1990). Très relayés dans les médias, les thèmes de la justice et de la sécurité ne laissent personne indifférent. Comment alors ne pas s'interroger sur la couverture médiatique qui est faite des affaires judiciaires et sur l'influence qu'elle pourrait avoir sur le déroulement des procès ? Pour nombre d'auteurs, il existe une opposition structurelle entre le droit de toute personne à un procès équitable (reconnu par l'article 6 de la Convention européenne des droits de l'homme CDEH) et le droit à la liberté d'informer. L'article 10 de la CDEH stipule que « les médias ne doivent pas franchir les bornes aux fins d'une bonne administration de la justice ». Pourtant, ceux-ci sont régulièrement accusés de bafouer le principe de la présomption d'innocence en diffusant des informations préjudiciables aux personnes mises en cause (Leclerc et Théolleyre, 1996). Si ce débat dépasse largement le cadre de la psychologie, celle-ci peut, nous le pensons, contribuer à l'éclairer. Le présent article procède d'un double objectif : d'une part, passer en revue les travaux sur l'influence de la construction médiatique des faits judiciaires sur les jugements, d'autre part, exposer les résultats d'une recherche traitant du rôle du style d'écriture dans la mémorisation des informations et la construction des jugements des lecteurs.

1. Le contenu des articles judiciaires

Les analyses s'étant attachées à la description du contenu d'articles de presse indiquent que les journalistes succombent fréquemment à divers biais, tels l'illusion de corrélation (Stocking et Gross, 1989), la prédilection pour les explications psychologisantes, particulièrement si le criminel fait parti d'un exo-groupe (Morris et Peng, 1994), la stéréotypisation des accusés ou les Théories Implicites de la Personnalité (Manhec et al., 1998). De plus, la comparaison de statistiques officielles de la délinquance et du contenu des médias indique une déformation de la réalité : les crimes violents sont largement sur-représentés dans les médias, de même que les minorités ethniques comme auteurs de ces crimes (Dixon et Linz, 2000 ; Potter et Kappeler, 1998). Cette déformation de la réalité contribue à alimenter le sentiment d'insécurité des citoyens (Barkan, 1997). En effet, selon des données d'enquêtes, 90 % des américains n'auraient eu aucune expérience directe avec le crime, leur principal vecteur de connaissance étant les médias (Hans, 1990).

Dans les années 1960, la Cour Suprême des États-Unis a considéré, à plusieurs reprises, que la publicité avant procès¹ avait gravement compromis la possibilité d'un procès équitable (cf. [Studebaker et al., 2000](#)). L'Association du barreau américain (ABA en 1968 et 1983) a, alors, établi une liste d'informations qui devraient être proscrites des médias car pouvant porter préjudice à l'accusé :

- le casier ou les antécédents judiciaires de l'accusé ;
- le caractère ou réputation de l'accusé ;
- l'existence d'aveux ou toute déposition faite par l'accusé (ou le refus de faire une déposition) ;
- la performance à des examens ou à des tests (ou le refus de s'y soumettre) ;
- la possibilité d'une négociation avec le procureur pour réduire la gravité des charges (procédure du plaider-coupable) ;
- toute opinion concernant la culpabilité ou l'innocence de l'accusé ou concernant la recevabilité des témoignages.

Diffusées dans les médias, ces informations empêcheraient, selon l'ABA, le déroulement d'un procès équitable ce qui, dans la procédure américaine, peut être un motif de délocalisation du procès. Une étude d'[Imrich, et al. \(1995\)](#), effectuée sur 14 journaux américains, démontre que 27 % des suspects décrits dans des affaires criminelles ont été associés à au moins l'une de ces catégories. Il n'y a pas de différence entre les journaux ayant officiellement adopté les recommandations de l'ABA et ceux ne l'ayant pas fait. Parmi les facteurs favorisant la présence d'informations préjudiciables, on note la gravité du crime rapporté dans l'article (homicides, crimes sexuels, kidnapping...) et l'attention accordée aux victimes. Les transgressions les plus fréquentes sont :

- des déclarations sur le caractère de l'accusé, sa culpabilité ou son innocence (35 % des affaires) ;
- des opinions sur les preuves (25 % des affaires) ;
- des déclarations sur la crédibilité ou la déposition de témoins (24 % des affaires).

Les sources d'informations mentionnées dans les articles sont le plus souvent des représentants de la police et des voisins de l'accusé. D'autres auteurs ont souligné que les avocats utilisent souvent la presse pour défendre leurs clients ([Damy, 1988](#)).

2. L'influence des médias sur les jugements de culpabilité

La présence d'informations biaisées et/ou préjudiciables dans les médias prend d'autant plus d'importance que la publicité avant procès semble affecter les jugements des personnes qui y sont exposées. Ce résultat ressort, notamment, de diverses enquêtes de terrain. Interrogeant 130 jurés potentiels une semaine avant le début d'un procès fortement médiatisé, [Simon et Eimermann \(1971\)](#) constatent que 79 % des sondés ont entendu parler ou ont lu quelque chose concernant l'affaire. De plus, la plupart sont capables de donner des détails et inclinent à penser l'accusé coupable. Plusieurs recherches établissent un lien entre l'exposition aux médias, le degré de connaissance de l'affaire et la croyance dans la culpabilité de l'accusé ([Arbuthnot, et al., 2002](#) ; [Moran et Cutler, 1991](#)). De plus, les sujets

¹ Nous traduisons littéralement l'expression « pretrial publicity ».

ne semblent pas conscients de la partialité dont ils pourraient faire preuve au moment du procès. Ces enquêtes, qui sont effectuées sur le terrain et en temps réel, ont le mérite d'être particulièrement écologiques et d'apporter des éléments tangibles sur les liens entre publicité médiatique et pré-jugement de culpabilité (Costantini et King, 1980). Pour autant, leurs résultats restent corrélationnels et ne permettent pas de savoir précisément quelles informations sont préjudiciables à un accusé et ont un effet sur les jugements.

Les recherches expérimentales conduites pour répondre à cette question confirment le caractère préjudiciable des informations listées par l'ABA (Fulero, 2002). Si la révélation d'aveux semble l'information la plus préjudiciable à l'accusé, d'autres informations peuvent également affecter le jugement des sujets comme une information négative sur sa personnalité, un témoignage défavorable d'un voisin, la mention d'antécédents judiciaires ou des informations émotionnelles (Kramer et al. 1990 ; Otto et al. 1994 ; Tans et Chaffee, 1966). Certaines informations, comme une déclaration favorable du procureur (Tans et Chaffee, 1966), peuvent, en revanche, influencer les jugements en faveur de l'accusé.

Toutes ces analyses portent sur les jugements pré-procès. Or, il est possible que le déroulement du procès, la confrontation aux preuves et aux éléments légaux, annule cette influence. Dans une étude remarquable, Kramer et al. (1990) ont d'abord fait lire un article de presse aux sujets avant que ceux-ci ne prennent connaissance de la vidéo du procès. Ensuite, les sujets portaient un jugement individuel puis délibéraient en jury afin de s'accorder sur un verdict. Les auteurs faisaient varier d'une part, le type d'informations présents dans l'article (factuelles vs émotionnelles), d'autre part, le délai séparant la lecture de l'article de l'exposition à la vidéo du procès (immédiatement après vs au bout de 12 jours). Les résultats montrent une influence des informations factuelles et émotionnelles sur les jugements après délibération mais qui varient en fonction du délai entre l'exposition médiatique et le visionnage du procès. Les sujets exposés à de l'information émotionnelle jugent plus souvent l'accusé coupable, qu'ils aient vu le procès immédiatement après lecture de l'article ou 12 jours après. En revanche, les informations factuelles n'ont une influence sur les jugements que si le procès a été visionné immédiatement après l'exposition médiatique. On observe donc ici une influence de l'information émotionnelle plus durable. D'autres recherches ont confirmé que l'influence de la publicité pré-procès subsiste après le déroulement du procès, tout en montrant qu'elle s'estompe légèrement. Pour autant, certaines informations peuvent avoir un impact sur les jugements post-procès alors qu'elles n'en avaient pas avant (Otto et al., 1994).

Il semble, au vu de ces résultats, exister une influence de l'information médiatique sur les attributions de culpabilité avant ou même après procès. La méta-analyse de Steblay et al. (1999), qui regroupe 44 études publiées entre 1966 et 1997, confirme l'existence d'un effet significatif de l'information médiatique sur les jugements. Cet effet paraît relativement faible en moyenne ($r = 0,16$) mais une hétérogénéité significative est constatée entre les études. Celle-ci s'explique par différents modérateurs. L'influence de la publicité pré-procès est plus importante lorsque l'échantillon de sujets est représentatif et non constitué d'étudiants, lorsqu'il y a un délai entre l'exposition médiatique et le jugement porté sur l'accusé, lorsque le matériel expérimental est composé de vrais articles plutôt que de faux, quand l'affaire relatée est grave. La méta-analyse confirme, également, que l'exposition au procès réduit l'influence médiatique sans l'annuler. Elle suggère, enfin, que l'impact de la télévision n'est pas globalement supérieur à celui de la presse écrite mais que l'exposition aux deux types de médias produit un effet additif.

Les travaux sur la publicité pré-procès permettent de répondre positivement à la question de son influence sur les verdicts des jurés. Peu de travaux ont été consacrés aux mécanismes de cette influence. L'étude d'Otto et al. (1994) suggère que la publicité pré-procès influence les jugements en contribuant à créer une image négative de l'accusé et en favorisant une perception biaisée des preuves légales fournies lors du procès. Steblay et al. (1999) soulignent, quant à eux, le rôle déterminant de la mémorisation des informations préjudiciables. Certaines informations, plus marquantes que d'autres, seraient davantage mémorisées par les sujets et serviraient, ensuite, de base aux jugements de culpabilité. En s'appuyant sur le *Story model* (Pennington et Hastie, 1986), ils suggèrent, de plus, que les informations relatives à une affaire ne sont pas stockées séparément mais intégrées sous forme d'histoire. Cette construction des événements sous forme d'histoire, facilitée par les médias, déterminerait pour partie l'orientation des verdicts vers la culpabilité.

Les travaux sur l'influence de la couverture médiatique des événements judiciaires ont essentiellement, voire exclusivement, porté sur l'impact du contenu informatif du message. D'autres variables mériteraient d'être prises en considération. La mise en forme de l'information constitue, par exemple, un aspect fondamental de la construction médiatique de la réalité (Van Dijk, 1988) susceptible d'en affecter la réception. C'est ainsi que les journalistes s'accordent pour dire que « la forme et le fond font tous deux parties intégrantes du message » (Mouriquand, 1997, p. 121). Le but de notre recherche est de montrer, qu'au-delà du seul contenu, le style des articles judiciaires peut affecter la réception des messages et moduler la formation du jugement des lecteurs.

3. Comment envisager le rôle du style dans la formation des jugements de culpabilité ?

Pour Neveu (2001, p. 63), « le simple fait de la lecture de journaux ou de l'exposition à la télévision crée une forme de familiarité, un « horizon d'attentes » [...] chez les usagers des médias ». Selon l'hypothèse du « contrat de lectorat », développée par Burguet (1999) sur la base de la théorie du contrat de communication (Ghiglione, 1986), les personnes sensibles aux idées véhiculées par un journal sont également sensibles à son style d'écriture et développent des attentes à ce sujet. Les chercheurs s'accordent généralement pour considérer que le style renvoie à un ensemble d'indicateurs linguistiques non-sémantiques, c'est-à-dire *a minima* à la morphologie et à la syntaxe d'un texte (Van Dijk, 1988 ; Ghiglione et al., 1985). L'existence de régularités stylistiques dans la presse écrite a été montrée dans plusieurs recherches. De Piccoli et al. (2004) ont, par exemple, soumis un corpus d'articles du journal « *la Stampa* » à une analyse propositionnelle du discours, permettant d'en extraire les caractéristiques morphosyntaxiques (Ghiglione et al., 1985). Leurs résultats indiquent, d'une part, qu'il existe une structure discursive générale des articles de presse et, d'autre part, que les articles de « faits » (compte-rendu d'un événement ou d'une initiative) et « d'opinions » (commentaires ou analyses concernant un fait ou un événement) se différencient dans leurs aspects stylistiques. Dépassant ce niveau descriptif, Py et Ginet (2004) mettent en évidence que les journalistes et les lecteurs habituels de presse partagent une même conception de la structuration et de l'organisation générale d'un article. Avant de rédiger un article, ils utilisent plus de séquences caractéristiques du script

journalistique et construisent des scénarios plus typiques que des sujets lecteurs seulement occasionnels.

L'idée a, par ailleurs, été avancée que la mise en forme stylistique des articles de presse influence la facilité avec laquelle ils sont mémorisés. Py et Ginet (2004) observent que des sujets ayant lu un script journalistique non-typique font des restitutions comportant plus d'inférences logiques que des sujets confrontés à un script typique, qui restent plus proches du texte original. Burguet (1999) a réalisé des études impliquant la manipulation de la forme d'un article : original vs « canonique », ce dernier étant réduit à sa macrostructure textuelle délestée des « marques de dramatisation et de crédibilisation de l'information ». Ses résultats révèlent que des lecteurs habituels de journaux font une meilleure restitution de l'article original que de l'article canonique, ce qui n'est pas le cas de lecteurs occasionnels. Elle observe, dans une autre recherche (Burguet, 2000), que des lecteurs habituels d'un journal (*Libération* ou *Le Monde*) restituent mieux un article de ce journal que des lecteurs plus occasionnels, chaque journal ayant recours, selon Burguet, à une « scénographie discursive » particulière. Ces résultats invitent à penser que l'exposition aux médias crée un phénomène d'habituation qui permet le développement de certaines routines facilitant les traitements cognitifs. Ils accèdent aussi l'idée plus générale d'un phénomène d'acculturation au discours des médias (Neveu, 2001).

En allant plus loin, on peut envisager que la conformité du style d'écriture d'un article de presse aux attentes des lecteurs influence la construction de leur jugement. Un article conforme à ces attentes stylistiques pourrait, donc, entraîner des jugements de culpabilité plus accentués qu'un article non-conforme. En effet, les sujets devraient disposer de plus d'informations en mémoire à l'issue de la lecture d'un article conforme qu'à l'issue de la lecture d'un article non-conforme. Or, il a été montré une corrélation positive entre la quantité d'informations que peuvent rappeler les sujets à propos d'une affaire et leur tendance à pré-juger de la culpabilité des accusés (Arbuthnot et al., 2002 ; Moran et Cutler, 1991 ; Studebaker et al., 2002). De plus, des travaux montrent que les jugements de culpabilité s'avèrent plus extrêmes lorsque les sujets ont pu construire, en mémoire, une histoire plus complète de l'affaire incorporant des détails (Bell et Loftus, 1989 ; Pennington et Hastie, 1986 ; Voss et al., 1999). Trois études ont été menées dans l'objectif de tester notre hypothèse d'intervention du style d'écriture des articles judiciaires dans la construction des pré-jugements de culpabilité. La première étude visait à extraire un style morphosyntaxique caractéristique des articles de presse à thématique judiciaire. La deuxième étude avait pour but de vérifier la capacité de lecteurs à reconnaître un article écrit de manière conforme au style des articles judiciaires. La troisième étude visait à apprécier les effets de la manipulation des caractéristiques morphosyntaxiques d'un article judiciaire sur sa mémorisation et sur les jugements de culpabilité émis à la suite de sa lecture.

4. Étude 1 : Mise en évidence d'un style d'écriture typique des articles judiciaires

Une première étude a été conduite afin de tester l'hypothèse selon laquelle les articles judiciaires se caractérisent par un style spécifique d'écriture journalistique, différent du

style des articles politiques, économiques ou sportifs². Un corpus de 96 articles a été constitué, issus pour moitié du journal *Le Monde*, pour moitié du journal *Ouest-France* (premier quotidien régional français en nombre de tirage). Douze articles de chaque journal ont été pris en compte pour chaque catégorie thématique. L'analyse de ce corpus a été faite au moyen du logiciel d'analyse propositionnelle du discours (APD) Tropes qui a permis d'extraire les caractéristiques morphosyntaxiques des articles des quatre domaines (Ghi-
glione et al., 1985)³.

Les comparaisons statistiques, effectuées au moyen de χ^2 , indiquent que les articles des quatre domaines se différencient significativement sur tous les indices morphosyntaxiques. Les articles à thématique judiciaire se distinguent, notamment, des autres par un nombre plus important de joncteurs et de modalisations de temps ainsi que par un nombre plus important de verbes déclaratifs (Cf. Tableau 1 pour le récapitulatif des résultats de l'APD sur les articles économiques et judiciaire). Ces articles sont davantage écrits au passé et l'on y compte de nombreux pronoms personnels, particulièrement les pronoms « je » et « vous » dont la présence s'explique par le nombre important de citations. Contrastant le plus nettement avec les articles judiciaires, les articles économiques se caractérisent par des joncteurs de cause, des modalisations d'affirmation et des verbes statifs. Le temps des verbes est le présent et les pronoms utilisés sont majoritairement des pronoms relatifs de cause qui caractérisent les discours démonstratifs. Les aspects stylistiques des articles judiciaires mis en évidence par l'analyse signalent que les faits judiciaires sont généralement rapportés dans la presse sur le mode de l'histoire, les journalistes agrémentant leurs articles de nombreuses citations (Tableau 1).

Tableau 1
Caractéristiques les plus présentes dans les articles judiciaires et les articles économiques exprimées en pourcentage selon les résultats de l'APD

Caractéristiques morphosyntaxiques	Caractéristiques les plus présentes dans les articles judiciaires (vs économiques)	Caractéristiques les plus présentes dans les articles économiques (vs judiciaires)
Connecteurs	de temps : et puis, quand, lorsque... (6 vs 3 %)	de cause : donc, en effet... (11 vs 6 %)
Modalisations	de temps : récemment, depuis, après... (27 vs 18 %)	d'affirmation : vraiment, d'ailleurs... (6 vs 3 %) d'intensité : très, beaucoup... (41 vs 31 %)
Types de verbes	déclaratifs : expliquer, dire... (24 vs 20 %)	statifs : être, avoir... (26 vs 23 %)
Temps des verbes	Passé (41 vs 25 %)	présent (71 vs 55 %)
Pronoms	personnels : je, tu... (59 vs 49 %)	relatifs de cause : qui, que... (34 vs 28 %)
Pronoms personnels	je (22 vs 4 %) vous (4 vs 1 %)	–

² Nous remercions Pascal Marchand pour son aide à la réalisation de cette étude.

³ Le détail des analyses peut être obtenu auprès des auteurs.

5. Étude 2 : Identification du style d'écriture typique des articles judiciaires par des lecteurs

La deuxième étude avait pour objectif d'apprécier la capacité de lecteurs à reconnaître le caractère plus ou moins typique du style d'écriture d'articles judiciaires. Trois articles expérimentaux traitant d'une affaire de meurtre ont été construits en nous fondant sur les résultats de l'APD : un article congruent (conforme aux caractéristiques morphosyntaxiques typiques des articles judiciaires), un article extrémisé (construit de façon à exagérer les caractéristiques morphosyntaxiques des articles judiciaires) et un article incongruent (construit conformément aux caractéristiques morphosyntaxiques des articles économiques, le style de ces derniers étant le plus éloigné de celui des articles judiciaires). Les trois articles comportent le même contenu référentiel et sont de longueur égale. Les faits relatés et l'organisation de l'article sont identiques. Une APD a permis de vérifier que les articles construits correspondaient bien aux caractéristiques morphosyntaxiques souhaitées.

Cent douze étudiants de première année de différentes filières de l'université Rennes-2 ont eu, dans le cadre d'un enseignement, à lire deux des trois articles afin de choisir lequel, au regard de son style, ressemblait « le plus à un véritable article de presse ». Trois conditions de comparaison étaient constituées (condition 1 : articles congruents *vs* extrémisés, condition 2 : articles congruents *vs* incongruents, condition 3 : articles incongruents *vs* extrémisés ; l'ordre étant contrebalancé). Les sujets étaient prévenus du contenu identique des articles. Les résultats de cette étude, qui apparaissent dans le Tableau 2, indiquent que les sujets différencient nettement les articles en fonction de leur style, établissant une hiérarchie allant de l'article congruent à l'article incongruent en passant par l'article extrémisé. Ces résultats invitent à formuler l'hypothèse selon laquelle l'article congruent devrait entraîner des jugements plus sévères que l'article extrémisé qui devrait, lui, entraîner des jugements plus sévères que l'article incongruent (Tableau 2)

6. Étude 3 : Rôle du style d'écriture des articles judiciaires dans la mémorisation et la construction des jugements

L'objectif de la troisième étude était d'appréhender l'influence de la modification du style d'écriture des articles sur leur mémorisation et les jugements de lecteurs. Les articles congruent, incongruent et extrémisé étaient présentés à des sujets qui devaient, ensuite, en rappeler librement le contenu puis exprimer leur jugement sur l'affaire. Des questions, destinées à mieux cerner les conséquences de nos manipulations sur la perception de la qualité de l'article, étaient également posées.

Tableau 2
Identification de l'article comme ressemblant le plus « à un véritable article de presse »

Comparaisons	Article congruent	Article extrémisé	Article incongruent
condition 1 (<i>n</i> = 35)	27 (77 %)	8 (23 %)	–
condition 2 (<i>n</i> = 40)	36 (90 %)	–	4 (10 %)
condition 3 (<i>n</i> = 37)	–	29 (78 %)	8 (22 %)

7. Méthodologie

7.1. Population et procédure

Cent dix-sept étudiants de toutes filières (âgés de 17 à 26 ans, $M = 19,3$ ans, $e.t. = 2,66$), recrutés sur le campus de l'université Rennes-2, ont participé à cette étude. Les passations se déroulaient par groupes de deux à six personnes au laboratoire de psychologie sociale. Il était distribué aux sujets l'un des trois articles expérimentaux (congruent, extrémisé, incongruent) à lire sans contrainte de temps. Ils retournaient l'article une fois lu. Les sujets devaient, d'abord, effectuer un rappel libre des informations contenues dans l'article, sur deux feuilles A4 et sans limite de temps. Puis, un questionnaire composé de deux parties était distribué. La première partie était constituée, pour la moitié des sujets, d'une épreuve de rappel indicé, pour l'autre moitié des sujets, d'une épreuve de reconnaissance des informations⁴. Dans la seconde partie du questionnaire, les sujets devaient répondre à des questions relatives à leur perception de l'affaire et de la qualité de l'article.

7.2. Variables dépendantes

L'article a été décomposé en un total de 110 informations élémentaires. Le nombre total d'informations rapportées par les sujets (vraies + fausses informations) a d'abord été compté, afin d'apprécier la richesse du rappel. Ensuite, a été établi le nombre d'informations contenues dans l'article correctement restituées (de manière littérale) par les sujets. Un score de qualité du rappel a, aussi, été calculé en divisant le nombre de bonnes restitutions par le nombre total d'informations rappelées par chaque sujet (score variant de 0 à 1).

Les sujets exprimaient, ensuite, trois jugements judiciaires renvoyant, d'abord, à leur perception de la culpabilité de l'accusé (de 1 « très probablement innocent » à 10 « très probablement coupable »), ensuite, à leur degré de certitude (de 1 « pas du tout sûr(e) » à 10 « tout à fait sûr(e) »), enfin, à la peine qu'ils préconiseraient (sur une échelle allant de 0 à 20 ans de prison). La qualité attribuée à l'article était appréciée par le biais de six items (de 1 « pas du tout d'accord » à 10 « tout à fait d'accord ») qui étaient les suivants : *l'article vous a semblé clair, l'article vous a semblé objectif, l'article vous a semblé agréable à lire, l'article vous a semblé être un bon article, l'article vous a semblé écrit de manière plaisante, l'article vous a semblé bien exposer les faits*. Une analyse factorielle effectuée sur les réponses des sujets n'ayant révélé qu'un seul facteur (rendant compte de plus de 58 % de l'inertie totale), un indicateur global a été calculé en faisant la moyenne des six items (α de Cronbach = 0,85). Le questionnaire s'achevait par des questions relatives aux habitudes d'exposition médiatique des sujets. Ils devaient indiquer combien de fois par semaine ils lisaient le journal, écoutaient les informations radiophoniques, et regardaient les informations télévisées.

⁴ Les résultats obtenus à ces épreuves de rappel indicé et de reconnaissance ne seront pas détaillés dans la suite de l'article dans la mesure où les résultats sont identiques à ceux du rappel libre au niveau des tendances des moyennes.

7.3. Résultats

Seize sujets, ayant indiqué lire le journal « zéro fois par semaine », ont été retirés des analyses, leur maintien dans l'échantillon s'avérant peu pertinent. La majorité des sujets restants ($n = 101$) ont déclaré lire le journal « une fois » (40,6 %) ou « deux à trois fois par semaine » (45,5 %). Les données ont été analysées par le biais d'analyses de régression simple, les modalités de notre variable intersujet étant codées +1 (article congruent), 0 (article extrémisé) et -1 (article incongruent), conformément à notre hypothèse de tendance linéaire.

7.4. Rappel des informations de l'article

Il apparaît (cf. Tableau 3 pour une vue des moyennes et écart-types des indicateurs de mémorisation), tout d'abord, un effet du type d'articles sur le nombre total d'informations rapportées par les sujets ($\beta = 0,38$, $F(1,99) = 16,84$, $p < 0,001$). L'article congruent suscite des rappels plus riches que l'article incongruent ($t(67) = 3,81$, $p < 0,001$) et que l'article extrémisé ($t(63) = 2,16$, $p < 0,05$), qui se distingue lui de l'article incongruent ($t(66) = 2,03$, $p < 0,05$). Ensuite, la variable manipulée a un effet sur le nombre d'informations correctement restituées ($\beta = 0,43$, $F(1,99) = 21,87$, $p < 0,001$) : l'article congruent entraîne la restitution de davantage d'informations correctes que les articles incongruent ($t(67) = 4,44$, $p < 0,001$) et extrémisé ($t(63) = 3,22$, $p < 0,001$), ces derniers ne se différenciant pas ($t(66) = 1,56$, *ns*). Enfin, le type d'articles affecte l'exactitude globale du rappel ($\beta = 0,33$, $F(1,99) = 11,71$, $p < 0,001$), l'article congruent permettant des rappels plus exacts que les articles incongruent ($t(67) = 3,34$, $p < 0,005$) et extrémisé ($t(63) = 3,92$, $p < 0,001$), qui ne se différencient pas ($t(66) = 0,40$, *ns*) (Tableau 3).

7.5. Jugements sur l'affaire et appréciation de la qualité de l'article

Le type d'articles a un effet sur la perception de la culpabilité de l'accusé ($\beta = 0,24$, $F(1,99) = 6,05$, $p < 0,02$) (cf. Tableau 4 pour une vue des moyennes et écarts-types des indicateurs de jugement). Globalement, les sujets pensent l'accusé plus probablement coupable après avoir lu l'article congruent ou l'article extrémisé qu'après avoir lu l'article incongruent (respectivement $t(67) = 2,42$, $p < 0,02$ et $t(66) = 2,59$, $p < 0,02$), les articles congruent et extrémisé conduisant à des jugements identiques ($t(63) = 0,28$, *ns*). Aucun effet significatif n'est observé sur la certitude ($\beta = 0,06$, $F(1,99) < 1$, *ns*), la peine attribuée

Tableau 3
Moyennes et (écart-types) des indicateurs de mémorisation en fonction de l'article lu

	Article congruent <i>n</i> = 33	Article extrémisé <i>n</i> = 32	Article incongruent <i>n</i> = 36
Total des informations restituées	37,2 (8,21)	33,1 (6,89)	29,0 (9,49)
Informations correctes rappelées (max = 110)	30,5 (8,09)	24,4 (6,83)	21,5 (8,63)
Exactitude du rappel (0–1)	0,81 (0,06)	0,73 (0,11)	0,72 (0,16)

Tableau 4
Moyennes et (écart-types) des indicateurs de jugement en fonction de l'article lu

	Article congruent <i>n</i> = 33	Article extrémisé <i>n</i> = 32	Article incongruent <i>n</i> = 36
Culpabilité perçue (1–10)	7,73 (1,61)	7,84 (1,72)	6,69 (1,91)
Certitude dans le jugement (1–10)	6,12 (2,32)	6,38 (2,65)	5,76 (2,17)
Peine préconisée (0–20)	15,63 (4,37)	14,92 (4,23)	14,14 (3,80)
Qualité perçue de l'article (1–10)	6,09 (1,90)	6,65 (1,31)	6,44 (1,72)

($\beta = 0,15$, $F(1,99) = 2,24$, $p < 0,14$) ou la qualité perçue de l'article ($\beta = -0,09$, $F(1,99) < 1$, *ns*) (Tableau 4).

7.6. Médiation par la mémorisation de l'effet du type d'articles sur la culpabilité perçue

Quatre conditions (Brauer, 2000) doivent être remplies pour que l'on puisse conclure à une médiation, par la quantité d'informations disponibles en mémoire, de l'effet du type d'articles sur la culpabilité perçue :

- le type d'articles doit avoir un effet sur la culpabilité perçue, ce qui, nous l'avons vu, est le cas ;
- le type d'articles doit avoir un effet sur la richesse du rappel, ce qui est également le cas ;
- l'effet du type d'articles doit diminuer lorsqu'on contrôle statistiquement l'effet de la richesse du rappel ;
- la richesse du rappel doit avoir un effet sur la culpabilité perçue lorsqu'on contrôle statistiquement l'effet du type d'articles.

Ces deux dernières conditions ont été testées dans le cadre d'une analyse de régression multiple. Celle-ci montre bien une diminution de l'effet du type d'articles ($\beta = 0,18$, $F(1,98) = 3,03$, $p < 0,09$), mais sans que l'effet de la richesse du rappel n'atteigne le seuil de significativité ($\beta = 0,15$, $F(1,98) = 2,07$, $p < 0,16$), ce, bien que cette variable soit significativement corrélée avec la culpabilité perçue ($r = 0,22$, $p < 0,03$). Les résultats de l'analyse de médiation invitent, donc, à concevoir les effets du style sur la mémorisation et sur la culpabilité perçue comme des effets indépendants.

7.7. Modulation des effets observés par la fréquence de lecture de journaux

Des analyses de variance ont été réalisées afin d'apprécier le rôle de la fréquence de lecture de journaux dans les effets observés. Deux groupes de sujets ont été distingués. Ont été considérés comme peu lecteurs, les sujets ayant déclaré lire le journal une seule fois par semaine ($n = 41$) et comme fortement lecteurs, les sujets ayant dit le lire deux fois ou plus ($n = 60$). Le plan des analyses de variance était donc : 3 (type d'articles) \times 2 (fréquence de lecture de journaux : forte vs faible). La seule interaction significative observée concerne l'effet du type d'articles sur la culpabilité perçue de l'accusé ($F(2,95) = 3,62$, $p < 0,04$), l'effet du type d'articles étant significatif chez les sujets fortement lecteurs ($F(2,57) = 6,87$,

$p < 0,005$) mais pas chez les sujets peu lecteurs ($F(2,38) = 1,39, ns$). Les comparaisons *a posteriori* (test de Newman-Keuls) montrent que, chez les sujets fortement lecteurs, l'article incongruent ($m = 6,52, e.t. = 2,06$) suscite des jugements plus modérés que les articles congruent ($m = 7,67, e.t. = 1,75, p < 0,05$) et extrémisé ($m = 8,53, e.t. = 1,31, p < 0,001$), ces deux derniers ne se différenciant pas ($p < 0,14$). L'article extrémisé est le seul à entraîner une différence significative entre les deux groupes, les sujets peu lecteurs émettant suite à sa lecture des jugements moins accentués ($m = 6,85, e.t. = 1,82$) que les sujets fortement lecteurs ($m = 8,53, e.t. = 1,31, p < 0,05$).

On relève, par ailleurs, la présence de deux effets principaux marginalement significatifs, allant dans le sens d'une meilleure mémorisation du contenu de l'article par les sujets les plus lecteurs de journaux. Ceux-ci rappellent davantage d'informations correctes que les sujets peu lecteurs ($F(1,95) = 3,43, p < 0,07, m = 23,8$ chez les sujets peu lecteurs *vs* $m = 26,7$ chez les sujets fortement lecteurs) et effectuent des rappels globalement plus exacts ($F(1,95) = 3,63, p < 0,06, m = 0,73$ chez les sujets peu lecteurs *vs* $m = 0,77$ chez les sujets fortement lecteurs).

8. Discussion générale

L'objectif de cette recherche était de tester l'hypothèse d'une intervention du style d'écriture des articles de presse judiciaire dans la construction des jugements de culpabilité. Quatre résultats principaux ont été obtenus. La première étude met en évidence des différences de style morphosyntaxique entre les articles de presse selon le thème dont ils traitent : judiciaire, économie, sport, politique. Le thème des articles semble, donc, déterminer en partie leur style discursif. La deuxième étude montre que le style caractéristique des articles à thématique judiciaire est reconnu par des lecteurs. Ils différencient, en effet, un article conforme au style morphosyntaxique judiciaire d'un article non-conforme à ce style. Un troisième résultat concerne l'effet de la manipulation du style morphosyntaxique sur la mémorisation des informations puisque la dernière étude montre que les deux articles non-conformes au style judiciaire (articles incongruent et extrémisé) donnent lieu à des rappels moins riches et moins exacts. Enfin, le quatrième résultat concerne l'effet de la manipulation du style sur l'attribution de culpabilité, l'article incongruent entraînant des jugements moins accentués que les articles congruent et extrémisé.

Notre hypothèse impliquait l'existence d'une médiation de l'effet du style sur la construction des jugements par le nombre d'informations accessibles en mémoire. Les résultats ne confirment pas cette hypothèse puisque des effets différents sont observés sur les variables de mémorisation et d'attribution de culpabilité. Alors que les deux articles non-conformes entraînent une baisse de la mémorisation, l'article incongruent est le seul qui entraîne une attribution de culpabilité moins sévère, les articles extrémisé et congruent ne se différenciant pas. De plus, l'analyse de médiation montre que la mémorisation des informations ne médiatise pas l'effet du type d'articles sur le jugement de culpabilité. Ainsi, contrairement à notre hypothèse, l'effet produit par la manipulation du style sur la mémorisation est indépendant de celui produit sur l'attribution de culpabilité.

8.1. Effet du style sur la mémorisation

Un des postulats de notre recherche était que l'exposition des sujets aux médias entraîne le développement d'attentes stylistiques liées au thème de l'article (thèmes judiciaire,

économique...). Un premier résultat s'accorde avec cette idée et complète ceux obtenus par [Burguet \(1999, 2000\)](#) sur le contrat de lectorat. Le fait que la mémorisation des informations par les sujets soit affectée par la modification des caractéristiques de style judiciaire suggère l'existence d'un autre type de contrat, celui-ci établi entre le lecteur et la presse écrite à propos des articles à thème judiciaire, autrement dit un contrat à un niveau « thématique ». Cette idée d'un contrat fonction du thème de l'article ne contredit pas la notion de « contrat de lectorat » (entre les lecteurs et leur journal habituel) mais laisse supposer que les lecteurs développent d'autres attentes quant à la manière dont doit être écrit un article de presse d'un thème annoncé. La perturbation de ce contrat thématique entraînerait donc une diminution de la mémorisation.

Un second résultat indique que l'effet du style sur les indices de mémorisation est indépendant de la fréquence de lecture des sujets. Ce résultat permet d'envisager que les caractéristiques stylistiques propres au thème judiciaire se recoupent entre les différents médias (radiophonique, télévisuel, écrit). Les caractéristiques stylistiques mises en évidence dans notre recherche seraient alors communes à d'autres médias (i.e. l'utilisation des citations) auxquels les sujets s'exposent plus, ce qui compenserait la faible habitude de lecture de certains sujets. Certains professionnels des médias soulignent d'ailleurs une certaine « porosité d'un type de support à l'autre » ([Mouriquand, 1997](#)). Il serait donc plus juste de parler, non plus seulement d'un style judiciaire de presse écrite, mais d'un style judiciaire médiatique. Vérifier une telle hypothèse supposerait de procéder à des analyses stylistiques comparatives entre médias. De plus, on peut s'interroger sur la généralité du contrat thématique de presse écrite mis en évidence. Notre étude portant sur deux journaux (*Le Monde* et *Ouest-France*), une étude en couvrant davantage serait utile.

8.2. Effet du style sur les jugements

Puisque l'effet du style sur l'attribution de culpabilité ne peut s'expliquer par le nombre d'informations mémorisées par les sujets, comment en rendre compte ? Une première hypothèse serait celle d'un « effet direct » des composantes du style judiciaire sur les jugements de culpabilité. Dans une recherche de [Henley et al., \(1995\)](#), l'utilisation de la forme passive dans des articles de presse réduit la responsabilité attribuée par les hommes à un accusé dans des affaires de viol, le préjudice vécu par la victime étant aussi considéré comme moins important. Les sujets masculins et féminins acceptent plus facilement la violence faite aux femmes lorsqu'elle est décrite à la voie passive. Par ailleurs, une analyse de contenu d'articles de presse montre que les structures passives sont les plus utilisées lorsqu'il est question de violence contre les femmes et que les verbes les plus négatifs sémantiquement sont les plus souvent mis à la voix passive. Si certaines caractéristiques du style judiciaire peuvent encourager, de manière directe, l'attribution de culpabilité, comme le suggère l'étude de [Henley et al. \(1995\)](#), il est possible que les articles extrémisés et congruents contiennent abondamment ces caractéristiques.

Pour autant, dans cette étude, l'effet de la manipulation du style sur l'attribution de culpabilité n'apparaît que chez les sujets lecteurs réguliers de presse écrite, les sujets peu lecteurs n'étant pas sensibles à cette manipulation. Ce résultat s'accorde mal avec l'hypothèse d'un effet direct du style. Une seconde hypothèse serait, donc, que les articles congruent et extrémisés s'avèrent davantage conformes à un « contrat de jugement » liant les

lecteurs à la presse judiciaire. Les lecteurs réguliers de presse écrite attendraient du journaliste qu'il leur fournisse les moyens de se forger un jugement sur l'affaire, à travers les informations mentionnées mais aussi le style employé (citations, verbes au passé...). Les différentes composantes du style employé dans un article judiciaire, sans dire qu'elles ont une influence plus importante que le contenu, pourraient être traitées comme des indices de type heuristique, si l'on se réfère au modèle HSM (Meyer, 2000). La conformité de ces indices aux attentes des lecteurs les autoriserait à attribuer de la culpabilité à l'accusé. Une composante de ce « contrat de jugement » pourrait être la présence de citations. Selon Laroche-Bouvy (1988, p. 120), « il existe [...] une fonction de la citation dérivée de la fonction d'authenticité, qui consiste à introduire du discours direct [...] dans le but d'emporter l'adhésion du lecteur convaincu que 'ça a été dit' ». Or, le nombre de citations est plus important dans l'article extrémisé alors qu'elles ont été retirées de l'article incongruent. Ce surnombre de citations, tout en rendant peut-être l'article plus difficile à traiter cognitivement, a pu avoir pour effet de favoriser l'attribution de culpabilité en donnant le sentiment aux sujets qu'ils disposent des éléments pour juger.

8.3. *Appréciation de la qualité de l'article*

On aurait pu s'attendre, puisque les articles congruent et extrémisé sont reconnus comme plus conformes au style morphosyntaxique judiciaire et permettent de mieux mémoriser l'information et/ou d'attribuer plus de culpabilité à l'accusé que l'article incongruent, à ce que les sujets leur accordent plus de valeur. Les résultats n'allant pas en ce sens, deux explications nous semblent devoir être envisagées. Tout d'abord, il apparaît probable que le traitement des caractéristiques stylistiques reste implicite. En effet, certains auteurs (cf. Gombert, 1990), suggèrent que les marques de discours (entre autres de type morphosyntaxique) facilitent la lecture, sans que le sujet en prenne forcément conscience. Baker (1979, cité par Gombert, 1990) montre, ainsi, que des sujets confrontés à des textes expositifs, qui contiennent des anaphores ambiguës, ne semblent pas les remarquer. En revanche, prévenus de leur présence, 93 % d'entre eux les identifient correctement. Il apparaît également probable que l'influence des caractéristiques morpho-syntaxiques sur les jugements de culpabilité reste aussi implicite (Nisbett et Bellows, 1977 ; Schadron, 1997). Ainsi, même si les articles congruent et extrémisé permettent aux sujets d'attribuer plus de culpabilité à l'accusé, ils n'ont pas du rapporter leur jugement aux caractéristiques stylistiques. Ils ne considèrent pas le style de l'article comme pouvant avoir, au moins partiellement, déterminé leur attribution de culpabilité. Plus probablement attribuent-ils celle-ci au contenu de l'article.

Les effets obtenus dans cette recherche confirment que la mise en forme de l'information, envisagée à travers le style d'écriture, participe de l'influence de la publicité préprocès sur la formation des jugements judiciaires de lecteurs. Ainsi, le style mis en œuvre par les journalistes modulerait l'impact des informations exposées dans l'article. Ce résultat, qui complète ceux des travaux antérieurs focalisés sur l'influence des contenus médiatiques, incite à approfondir l'étude du style propre au thème judiciaire et à développer de nouvelles recherches portant sur son influence.

Références

- Arbuthnot, J., Myers, B., Leach, J., 2002. Linking juror prejudgment and pretrial publicity knowledge: some methodological considerations. *American Journal of Forensic Psychology* 20 (3), 53–71.
- Barkan, S.F., 1997. *Criminology: A sociological understanding*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, N.J.
- Brauer, M., 2000. L'identification des processus médiateurs dans la recherche en psychologie sociale. *Année Psychol.* 100, 661–681.
- Bell, B.E., Loftus, E.F., 1989. Trivial persuasion in courtroom: the power of (a few) minor details. *J. Pers. Soc. Psychol.* 56 (5), 669–679.
- Burguet, A., 1999. Le lecteur, le texte et le contexte. *Psychologie Française* 44, 65–73.
- Burguet, A., 2000. Le contrat de communication dans le discours de la presse. *Revue Internationale de Psychologie sociale* 13 (4), 151–180.
- Costantini, E., King, J., 1980. The partial juror: correlates and causes of prejudgment. *Law Soc. Rev.* 15, 9–40.
- Damy, J., 1988. Quelques réflexions sur les rapports de l'avocat et du journaliste. In: Errera, R. (Ed.), *Justice pénale, police et presse. Travaux de l'Institut de Sciences Criminelles de Poitiers*, 7. Cujas, Paris, pp. 103–109.
- Danet, J., 2001. *Défendre. Pour une défense pénale critique*. Dalloz, Paris.
- De Piccoli, N., Colombo, M., Mosso, C., Tartaglia, S., 2004. La presse quotidienne : une analyse psychosociale. In: Marchand, P. (Ed.), *Psychologie sociale des médias*. Presses universitaires de Rennes, Rennes.
- Dixon, T.L., Linz, D., 2000. Race and the misrepresentation of victimization on local television news. *Communic. Res.* 27 (5), 547–573.
- Fulero, S.M., 2002. Afterwords: The past, present, and future of applied pretrial publicity research. *Law and Human Behavior* 26 (1), 127–133.
- Ghiglione, R., 1986. *L'homme communicant*. Armand Colin, Paris.
- Ghiglione, R., Matalon, B., Bacri, N., 1985. Les Dires analysés. *L'analyse propositionnelle du discours*. Presses universitaires de Vincennes.
- Gombert, J.-E., 1990. *Le développement métalinguistique*. P.U.F, Paris.
- Hans, V.P., 1990. Law and the media. An overview and introduction. *Law Hum. Behav.* 14 (5), 399–407.
- Henley, N.M., Miller, M., Beazley, J., 1995. Syntax, semantics and sexual violence: Agency and the passive voice. *J. Lang. Soc. Psychol.* 14, 60–84.
- Imrich, D.J., Mullin, C., Linz, D., 1995. Measuring the extent of prejudicial pretrial publicity in major American newspapers: a content analysis. *J. Commun.* 45, 94–117.
- Kramer, G.P., Kerr, N.L., Carrol, J.S., 1990. Pretrial publicity, judicial remedies, and jury bias. *Law Hum. Behav.* 14 (5), 409–438.
- Laroche-Bouvy, D., 1988. Emergence de l'interaction verbale dans la presse écrite : fonction de la citation. In: Charaudeau, P. (Ed.), *La Presse : produit, production et réception*. Didier Érudition, Paris, pp. 113–130.
- Leclerc, H., Théolleyre, J.-M., 1996. *Les médias et la justice. Liberté de la presse et respect du droit. Médias et société*, Paris CFPJ.
- Manhec, K., Somat, A., Vazel, M.-A., 1998. L'affaire MC Ruby : l'influence des médias dans le déroulement d'un procès « exemplaire ». *Droit et Cultures* 36 (2), 65–86.
- Meyer, T., 2000. Le modèle de traitement heuristique et systématique de l'information : motivations multiples et régulation du jugement en cognition sociale. *Année Psychol.* 100, 527–563.
- Moran, G., Cutler, B.L., 1991. The prejudicial impact of pretrial publicity. *J. Appl. Soc. Psychol.* 21, 345–367.
- Morris, M.W., Peng, K., 1994. Culture and cause: American and Chinese attributions for social and physical events. *J. Pers. Soc. Psychol.* 67 (6), 949–971.
- Mouriquand, J., 1997. *L'écriture journalistique*. PUF, Paris.
- Neveu, E., 2001. *Sociologie du journalisme. La découverte*, Paris.
- Nisbett, R.E., Bellows, N., 1977. Verbal reports about causal influence on social judgement: private access versus public theories. *J. Pers. Soc. Psychol.* 35, 613–624.
- Otto, A.L., Penrod, S.D., Dexter, H.R., 1994. The biasing impact of pretrial publicity on juror judgements. *Law Hum. Behav.* 18 (4), 453–469.
- Pennington, N., Hastie, R., 1986. Evidence evaluation in complex decision making. *J. Pers. Soc. Psychol.* 51 (2), 242–258.
- Potter, G.W., Kappeler, V.E., 1998. *Constructing crime. Perspectives on making news and social problems*. Waveland Press, Prospect Heights, Ill.

- Py, J., Ginet, A., 2004. Cognition sociale et journalisme : existe-il des scripts spécifiques aux journalistes? In: Marchand, P. (Ed.), *Psychologie sociale des médias*. Presses universitaires de Rennes, Rennes.
- Roberts, J.V., Doob, A.N., 1990. News media influences on public views of sentencing. *Law Hum. Behav.* 14 (5), 451–468.
- Schadron, G., 1997. La conscience des processus cognitifs dans le jugement social. In: Leyens, J.-P., Beauvois, J.-L. (Eds.), *La Psychologie Sociale 3 : L'ère de la cognition*. PUG, Grenoble, pp. 159–172.
- Simon, R.J., Eimermann, T., 1971. The jury finds no guilty: another look at media influence on the jury. *Journalism Quarterly* 48, 343–344.
- Stebly, N.M., Besirevic, J., Fulero, F.M., Jimenez-Lorente, B., 1999. The Effects of pretrial Publicity on Juror Verdicts: A Meta-Analytic review. *Law Hum. Behav.* 23 (2), 219–234.
- Stocking, S.H., Gross, P.H., 1989. How do journalists think?: A proposal for the study of cognitive bias in newsmaking. Clearinghouse on Reading and Communication Skills, Bloomington.
- Studebaker, C.A., Robbennolt, J.K., Pathak-Sharma, M.K., Penrod, S.D., 2000. Assessing pretrial publicity effects: Integrating content analytic results. *Law Hum. Behav.* 24 (3), 317–336.
- Studebaker, C.A., Robbennolt, J.K., Penrod, S.D., Pathak-Sharma, M.K., Groscup, J.L., Devenport, J.L., 2002. Studying pretrial publicity effects: new methods for improving ecological validity and testing external validity. *Law and Human Behavior* 26 (1), 19–41.
- Tans, M., Chaffee, S., 1966. Pretrial publicity and juror prejudice. *Journalism Quarterly* 43, 647–654.
- Van Dijk, T.A., 1988. *News as Discourse*. Lawrence Erlbaum, Hillsdale.
- Voss, J.F., Wiley, J., Sandak, R., 1999. On the use of narrative as argument. In: Goldman, S.R., Graesser, A.C., Van den Broek, P. (Eds.), *Narrative, comprehension, causality, and coherence: Essays in honor of Tom Trabasso*. Lawrence Erlbaum, Mahwah, NJ, pp. 235–252.

ANNEXE DE L'ETUDE 2 : LE QUESTIONNAIRE

Note. Il y a 4 versions différentes du même questionnaire. Les 4 versions d'items sont présentés dans le CD joint au document papier. Pour chaque questionnaire, la consigne principale de l'étude et les questions permettant de « mieux » connaître la population ne varient pas, elles ne sont donc fournies qu'une seule fois, avec la version « ordre ».

Note. La condition d'ordre du questionnaire n'était pas précisée au lecteur. Celui-ci était tout de suite confronté à la lecture de la consigne. Puis il tournait la page et répondait aux questions sur l'article.

Version « ordre »

Afin de conduire une recherche sur la presse, nous avons besoin d'évaluer du matériel expérimental qui nous servira pour une expérience ultérieure.

Votre tâche consiste donc à lire très attentivement l'article de presse qui suit. Nous vous demandons ensuite de répondre au questionnaire qui porte sur différents aspects de cet article. Les réponses à ce questionnaire resteront confidentielles.

Nous vous précisons qu'il n'y a pas de réponses justes ou fausses aux questions posées et que nous cherchons seulement à connaître la manière dont vous percevez cet article, non pas seulement sur les informations de fond mais également sur la façon dont il a été écrit.

Selon vous, le journaliste expose les informations de manière neutre.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, cet article fournit peu / beaucoup d'informations sur l'accusé ou le suspect (les accusés ou les suspects).

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Peu d'informations . Beaucoup d'informations.

La présentation des faits vous a semblé bien organisée.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

L'article vous a semblé pénible à lire.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, les informations rapportées dans l'article sont orientées en faveur de l'accusé (des accusés).

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, les faits sont rapportés de manière exacte.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, l'article respecte la vie privée des personnes impliquées dans l'affaire.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, le journaliste qui a écrit cet article se sent concerné par l'intérêt des lecteurs pour ce type d'affaires.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, cet article a été écrit dans le but d'informer le public.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, cet article rapporte plus de faits concernant l'affaire ou plus d'opinions émises sur l'affaire ?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Plus de faits Plus d'opinions.

Selon vous, le journaliste qui a écrit cet article a l'habitude d'écrire des articles judiciaires.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, cet article analyse les faits en profondeur.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Cet article vous a semblé lisible.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, cet article est objectif.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, cet article fournit peu / beaucoup d'informations sur la (les) victime(s).

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Peu d'informations . Beaucoup d'informations.

Selon vous, les phrases sont trop longues.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, les mots employés dans cet article sont simples / compliqués.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Simples. Compliqués.

Selon vous, le public doit être tenu au courant de ce type d'affaires judiciaires.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, le journaliste qui a écrit cet article est objectif.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, cet article fournit pas assez / trop d'informations sur l'accusé ou le suspect (les accusés ou les suspects).

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas assez d'informations . Trop d'informations.

Selon vous, l'article est écrit de façon à capter l'attention du lecteur.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Cet article vous a plu.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, cet article a été écrit plus dans le but d'informer le public ou dans le but de faire des profits ?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Informer le public Faire des profits.

Selon vous, les informations rapportées dans l'article sont orientées en faveur de la victime (des victimes).

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

L'article vous a semblé cohérent.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, l'article dramatise l'information.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, l'affaire relatée dans l'article est intéressante.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, cet article a été écrit dans le but de faire des profits en séduisant le public.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, la présentation de l'affaire est très détaillée dans cet article.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, l'article a été écrit de façon à mettre en scène les personnes impliquées de manière théâtrale.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Cet article est un bon article de presse judiciaire.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, cet article est équitable pour les deux parties impliquées dans l'affaire.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, cet article est crédible.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Il y avait dans cet article peu / beaucoup de citations (toutes phrases mises entre guillemets).

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Peu de citations. Beaucoup de citations.

Selon vous, le journaliste décrit beaucoup les personnes impliquées dans l'affaire.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, les phrases de l'article sont bien construites.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, cet article fournit pas assez / trop d'informations sur la (les) victime(s).

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas assez d'informations. Trop d'informations.

Les paragraphes vous ont semblé bien agencés.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Cet article ressemble à ce que vous vous attendiez d'un article relatant une affaire judiciaire.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Cet article vous a semblé facile à lire.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, on peut avoir confiance en cet article.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Vous avez trouvé cet article agréable à lire.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, cette affaire judiciaire méritait d'être relatée.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Il y avait dans cet article pas assez / trop de citations (toutes phrases mises entre guillemets).

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas assez de citations. Trop de citations.

Selon vous, le journaliste qui a écrit cet article se sent concerné par le bien-être de la communauté.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Vous avez compris cet article.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, l'article sépare clairement la présentation des faits et la formulation d'opinions concernant l'affaire.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

Selon vous, l'article est extrait d'un journal sérieux.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Non, pas du tout. Oui, tout à fait.

L'article congruent

Meurtre d'un jeune couple à Villeneuve sur Lot. Le principal suspect nie les faits.

Le principal suspect dans l'affaire du jeune couple de Villeneuve sur Lot, tué en mai 2003, a été écroué, vendredi 24 novembre, à la suite de sa mise en examen pour « meurtre ».

Vers 23 h, dans la soirée du 9 mai 2003, Aline Durandière, 25 ans, et son compagnon Vincent Dupré, 26 ans, rentraient de chez des amis et regagnaient leur voiture garée à proximité. Personne ne semble les avoir vus sur le chemin. Leurs corps sont retrouvés le lendemain matin par le facteur de leur quartier. Ils ont été agressés, puis violemment poignardés, sur la route qu'ils empruntaient régulièrement, tout près du parking de leur résidence.

Au lendemain des meurtres, les gendarmes n'avaient découvert aucune trace d'effraction dans l'appartement du couple et avaient peu d'indices sur le meurtrier. L'enquête du commissariat de Villeneuve sur Lot a permis de recueillir quelques témoignages et de retrouver la trace d'un suspect. En fin de semaine dernière, Fabrice T. est arrêté à son domicile et placé en garde à vue à Draguignan (Var). Depuis, le suspect a été entendu pendant plusieurs heures par Jean Boutier, un des officiers de police judiciaire chargé de l'enquête. « Je les

ai croisés dans le village en sortant de mon travail », aurait reconnu Fabrice T., qui nie toujours les meurtres. Les enquêteurs ont indiqué que des traces d'ADN le mettaient pourtant en cause. Le suspect reste très évasif et fournit des explications jugées « peu convaincantes » de sa présence sur les lieux du crime. Au moment des faits, Fabrice T., âgé de 30 ans, travaillait comme serveur dans un nouveau restaurant du centre-ville. Il a démissionné trois semaines après les meurtres. Le suspect n'a aucun antécédent judiciaire. Il a été identifié grâce à un portrait-robot établi à partir du témoignage d'un passant qui a déclaré l'avoir vu près du lieu du crime ce soir-là.

Décrit comme un garçon « doux et aimable » par son patron, il « n'avait pas l'air dangereux ». A l'époque, ces crimes avaient traumatisé la ville et les réactions avaient été nombreuses. Une habitante de Villeneuve sur Lot s'indignait : « je me croyais dans un endroit tranquille, à l'abri de telles horreurs. Ici, les habitants sont choqués par ce qui est arrivé ». « C'était un couple qui travaillait beaucoup, ils étaient plutôt discrets et sans problème », expliquait un voisin. Les deux victimes étaient

employés dans une ville voisine, après avoir fini leurs études l'année précédente. Un membre de la famille Durandière, encore sous le choc, confie : « c'était un couple sans histoires. Nous voulons connaître les raisons de ces meurtres ». Hier, l'avocat de Fabrice T., Maître Colombier, protestait contre ce qu'il nomme une mise en examen abusive. Celle-ci ne signifie pas du tout que policiers et magistrats ont la certitude de tenir un coupable, a-t-il été précisé par une source judiciaire.

Les enquêteurs vont effectuer une perquisition au domicile de Fabrice T. Elle devrait permettre d'en apprendre davantage sur cette affaire.

Patrick Vernier

Meurtre d'un jeune couple à Villeneuve sur Lot. Le principal suspect nie les faits.

Le principal suspect dans l'affaire du jeune couple de Villeneuve sur Lot, tué en mai 2003, a été écroué hier, vendredi 24 novembre, à la suite de sa mise en examen pour « meurtre ».

Vers 23 h, dans la soirée du 9 mai 2003, Aline Durandière, 25 ans, et son compagnon Vincent Dupré, 26 ans, rentraient de chez des amis et regagnaient leur voiture garée à proximité. Personne ne semble les avoir vus sur le chemin. « J'ai retrouvé leurs corps le lendemain matin », racontait le facteur de leur quartier. Ils ont été agressés, puis ont été violemment poignardés, sur la route qu'ils empruntaient régulièrement, tout près du parking de leur résidence.

Au lendemain des meurtres, les gendarmes n'avaient découvert aucune trace d'effraction dans l'appartement du couple et avaient peu d'indices sur le meurtrier. L'enquête, confiée au commissariat de Villeneuve sur Lot pendant 6 mois, a permis de recueillir des témoignages et de retrouver la trace d'un suspect. En fin de semaine dernière, Fabrice T. était arrêté à son domicile et était placé en garde à vue à Draguignan (Var). Depuis, le suspect a été entendu pendant des heures par Jean Boutier, un des

officiers de police judiciaire chargé de l'enquête. « Je les ai croisés dans le village en sortant de mon travail », aurait reconnu Fabrice T., qui niait toujours les meurtres hier. Les enquêteurs ont indiqué que des « traces d'ADN » le mettaient pourtant en cause. Le suspect restait évasif et fournissait des explications jugées « peu convaincantes » de sa présence sur les lieux du crime. Au moment des faits, Fabrice T., qui était âgé de 30 ans, travaillait comme serveur dans un nouveau restaurant du centre-ville. Il a démissionné trois semaines après les meurtres. Le suspect n'avait aucun antécédent judiciaire. Il a été identifié grâce à un portrait-robot qui avait été établi à partir du témoignage d'un passant. Celui-ci avait déclaré : « je l'ai vu près du lieu du crime ce soir-là ».

Il était décrit comme un garçon « doux et aimable » par son patron : « il ne me semblait pas avoir l'air dangereux ». A l'époque, ces crimes avaient « traumatisé la ville » et les réactions avaient été nombreuses. Une habitante de Villeneuve sur Lot s'indignait : « je me croyais dans un endroit tranquille, à l'abri de ces horreurs. Ici, depuis les meurtres, les habitants sont choqués par ce qui est arrivé ». « C'était un couple qui travaillait beaucoup, ils étaient plutôt

discrets et sans problème », expliquait un voisin. Les deux victimes étaient employés dans une ville voisine, après avoir fini leurs études l'année précédente. Un membre de la famille Durandière, sous le choc, confiait : « c'était un couple sans histoires. Vous comprenez, nous voulons connaître les raisons de ces meurtres ». Hier, l'avocat de Fabrice T., Maître Colombier, protestait contre ce qu'il nommait une mise en examen abusive. Celle-ci « ne signifie pas du tout que policiers et magistrats ont la certitude de tenir un coupable », a-t-il été précisé par une source judiciaire tout de suite après.

Les enquêteurs vont bientôt effectuer une perquisition au domicile de Fabrice T. Elle devrait permettre d'en apprendre davantage sur cette affaire.

Patrick Vernier

L'article incongruent

Meurtre d'un jeune couple à Villeneuve sur Lot. Le principal suspect nie les faits.

Le principal suspect dans l'affaire du jeune couple de Villeneuve sur Lot, tué en mai 2003, a été écroué, vendredi 24 novembre, à la suite de sa mise en examen pour « meurtre ».

Vers 23 h, dans la soirée du 9 mai 2003, Aline Durandière, 25 ans, et son compagnon Vincent Dupré, 26 ans, rentrent de chez des amis et regagnent leur voiture garée à proximité. Personne ne semble les avoir vus sur le chemin. Leurs corps sont retrouvés le lendemain matin par le facteur de leur quartier. Ils sont agressés, puis violemment poignardés, sur la route qu'ils empruntent très régulièrement, tout près du parking de leur résidence.

Au lendemain des meurtres, les gendarmes n'avaient découvert aucune trace d'effraction dans l'appartement du couple et avaient peu d'indices sur le meurtrier. L'enquête du commissariat de Villeneuve sur Lot a permis de recueillir quelques témoignages et de retrouver la trace d'un suspect. En fin de semaine dernière, Fabrice T. est arrêté à son domicile et placé en garde à vue à Draguignan (Var). Le suspect est entendu plusieurs heures par Jean Boutier, un des officiers de police judiciaire chargé de l'enquête. Fabrice T. aurait admis les avoir

croisés dans le village en sortant de son travail. Celui-ci nie les meurtres. Les enquêteurs indiquent que des traces d'ADN le mettent pourtant en cause. Le suspect reste très évasif et fournit des explications peu convaincantes de sa présence sur les lieux du crime. Au moment des faits, Fabrice T., âgé de 30 ans, travaille comme serveur dans un nouveau restaurant du centre-ville. Il démissionne trois semaines après les meurtres. Le suspect n'a aucun antécédent judiciaire. Il est identifié grâce à un portrait-robot établi à partir du témoignage d'un passant, l'ayant vu près du lieu du crime ce soir-là.

Décrit comme un garçon doux et aimable par son patron, il n'avait pas l'air dangereux. A l'époque, ces crimes traumatisent la ville et les réactions sont nombreuses. Une habitante de Villeneuve sur Lot s'indignait, car elle se croyait dans un endroit très tranquille, à l'abri de telles horreurs. Ici, les habitants sont fortement choqués par ce qui est arrivé. C'était un couple qui travaillait beaucoup, ils étaient plutôt discrets et sans problème, selon un voisin. Les deux victimes étaient employés dans une ville voisine. Ils avaient fini leurs études l'année précédente. Pour un membre de la

famille Durandière, encore sous le choc, c'était un couple sans histoires. Les familles veulent connaître les raisons de ces meurtres. L'avocat de Fabrice T., Maître Colombier, proteste contre une mise en examen abusive. Celle-ci ne signifie pas du tout que policiers et magistrats ont la certitude de tenir un coupable, est-il précisé par une source judiciaire.

Les enquêteurs vont effectuer une perquisition au domicile de Fabrice T. Elle devrait permettre d'en apprendre davantage sur cette affaire.

Patrick Vernier

Le questionnaire de comparaison des articles

Afin de conduire une recherche sur la presse écrite, nous avons besoin d'évaluer du matériel expérimental. Ce matériel expérimental, que nous allons vous demander d'évaluer, est constitué de deux articles de journaux qui nous serviront pour une expérience ultérieure. Nous vous précisons que le contenu des articles est identique, ils traitent donc strictement de la même affaire et donnent les mêmes informations. Cependant, vous remarquerez qu'ils se différencient sur le style d'écriture.

Ce qui nous intéresse est de savoir lequel de ces deux articles ressemble le plus à un véritable article de presse judiciaire.

Nous vous remercions donc de bien vouloir **lire très attentivement** les deux articles qui suivent et de répondre à la question posée.

Quel est, parmi ces deux articles, celui qui vous semble le plus ressembler à un véritable article de presse judiciaire ?

(Entourez l'article qui vous semble le plus ressembler à un véritable article de presse judiciaire).

ARTICLE a

ARTICLE b

En complément de ce questionnaire, nous vous demandons de répondre à ces quelques questions d'informations. Nous précisons que ces informations resteront strictement confidentielles.

Sexe :

- Féminin.
- Masculin.

âge :

A quelle fréquence lisez-vous le(s) journal(ux) ?

- 0 fois par semaine.
- 1 fois par semaine.
- 2 à 3 fois par semaine.
- 4 à 5 fois par semaine.
- Tous les jours.

Estimez le temps (en minutes) que vous passez à lire la presse par semaine :

.....minutes.

Lorsque vous lisez le journal, vous lisez les articles portant sur des affaires judiciaires :

- Jamais.
- Parfois.
- Souvent.
- Systématiquement.

Si vous lisez le journal, lequel (lesquels)?

- Le Figaro.
- Libération.
- Le Monde.
- Ouest-France.
- Autre(s) _____

A quelle fréquence écoutez-vous les informations radiophoniques ?

- 0 fois par semaine.
- 1 fois par semaine.
- 2 à 3 fois par semaine.
- 4 à 5 fois par semaine.
- Tous les jours.

A quelle fréquence regardez-vous les informations télévisuelles ?

- 0 fois par semaine.
- 1 fois par semaine.
- 2 à 3 fois par semaine.
- 4 à 5 fois par semaine.
- Tous les jours.

En général, vous intéressez-vous aux affaires criminelles ou aux procès en cours relatés par les médias ?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout Beaucoup.

Vous arrive-t-il de discuter avec des ami(e)s, des parents ou des collègues d'affaires criminelles ou de procès en cours relatés par les médias ?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout Souvent.

Selon vous, par rapport à la moyenne de la population française, vous lisez le journal :

-5 -4 -3 -2 -1 **0** 1 2 3 4 5
Moins que la moyenne Moyenne Plus que la moyenne.
de la population

ANNEXE DE L'ETUDE 4 : LE QUESTIONNAIRE

Note. Dans l'étude 4, les participants devaient lire un seul article (congruent, incongruent ou extrémisé) puis répondre aux questions sur la crédibilité de l'article.

Deux versions du questionnaire étaient distribuées : une version « ordre » et une version « inverse ». La version inverse est présentée dans le CD joint au document papier de cette thèse. Puis les participants à quelques questions d'information générale qui ne variaient pas.

La consigne

Avant de lire l'article, l'expérimentatrice leur précisait oralement que l'étude portait sur l'évaluation de la presse écrite en terme de reconnaissance.

Une fois la consigne orale donnée, les participants lisaient un article (congruent, extrémisé ou incongruent) sur une feuille.

La consigne écrite était alors :

Afin de conduire une recherche sur la presse écrite, nous vous demandons tout d'abord de lire cet article de presse judiciaire.

Puis les participants tournaient la page pour répondre aux questions.

La version « ordre »

Nous vous demandons maintenant de répondre aux propositions suivantes.

Il n'y a ni bonnes ni mauvaises réponses, nous vous demandons de nous dire ce que vous pensez de cet article de presse. Pour cela, vous donnerez votre degré d'accord avec les propositions qui suivent.

Nous vous demandons donc de bien vouloir remplir ce questionnaire avec tout le sérieux nécessaire et individuellement. Nous vous demandons également de répondre à l'ensemble des questions dans l'ordre, sans en oublier aucune et sans revenir en arrière.

Nous vous précisons que vos réponses resteront, bien sûr, anonymes.

Merci de votre collaboration.

Cet article de presse est objectif.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

La présentation des faits dans l'article est bien organisée.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

On peut avoir confiance en cet article.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

Les phrases de l'article sont bien construites.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

Il y avait dans cet article beaucoup de citations (toutes phrases ou mots mis entre guillemets).

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

Cet article est facile à lire.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

Cet article a été écrit dans le but de faire des profits en séduisant le public.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

Cet article fournit beaucoup d'informations sur l'homme mis en examen.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

Cet article dramatise l'information.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

Cet article est agréable à lire.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

Cet article fournit beaucoup d'informations sur les victimes.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

La présentation de l'affaire est très détaillée dans cet article.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

Cet article ressemble à un véritable article de presse judiciaire.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

Les questions d'informations générales

En complément de ce questionnaire, nous vous demandons de répondre à ces quelques questions d'informations. Nous précisons que ces informations resteront strictement confidentielles.

Sexe :

- Féminin.
- Masculin.

âge :

A quelle fréquence lisez-vous le(s) journal(ux) ?

- 0 fois par semaine.
- 1 fois par semaine.
- 2 à 3 fois par semaine.
- 4 à 5 fois par semaine.
- Tous les jours.

Estimez le temps (en minutes) que vous passez à lire la presse par semaine :

.....minutes.

Lorsque vous lisez le journal, vous lisez les articles portant sur des affaires judiciaires :

- Jamais.
- Parfois.
- Souvent.
- Systématiquement.

Si vous lisez le journal, lequel (lesquels)?

- Le Figaro.
- Libération.
- Le Monde.
- Ouest-France.
- Autre(s) _____

ANNEXE DE L'ETUDE 5 : LE QUESTIONNAIRE

Note. Dans cette étude, 4 versions différentes du questionnaire étaient distribuées : l'ordre des items évaluations de l'article et des items de jugements étaient contrebalancés (version « évaluations/jugements » ; version « jugements/évaluations »). Un deuxième contre-balancement portait sur l'ordre des items d'évaluations de l'article (« ordre » ou « inverse »). Toutes les versions sont présentées dans le CD joint à la thèse.

Nous présentons ici la version « évaluations/jugements » avec le questionnaire évaluations dans l'« ordre ».

Dans cette étude, la consigne ne variait pas selon le questionnaire. Les participants devaient tous noter le numéro de l'article qu'il venait de lire. Après avoir répondu aux questions, ils devaient tous répondre à des questions d'information générales.

La consigne

L'étude que nous menons porte sur la presse écrite, il vous est donc demandé de lire un article de presse.

Plusieurs articles différents sont utilisés dans notre recherche, vous n'en lisez qu'un, qui est identifié par un numéro situé au dessus du titre de l'article.

Nous vous demandons de lire cet article **très attentivement et surtout de ne communiquer avec personne** pendant toute la durée de l'expérience, afin de garantir le sérieux de cette étude.

Une fois l'article lu, veuillez s'il vous plaît le signaler à une des personnes de Rennes 2 qui se tient à votre disposition.

Veillez inscrire ici le numéro correspondant à votre article :

.....

L'ordre évaluations/jugements

Les questions auxquelles il vous est demandé de répondre maintenant portent sur l'article de presse dont vous avez pris connaissance.

Il n'y a ni bonnes ni mauvaises réponses aux questions, nous voulons votre opinion sur cette affaire judiciaire.

Nous vous demandons s'il vous plaît de répondre à l'ensemble des questions dans l'ordre, sans en oublier aucune et sans revenir en arrière.

Nous précisons que vos réponses ne seront pas divulguées et qu'elles resteront strictement anonymes.

Comment percevez-vous cet article ?

(Pour toutes les échelles à suivre, entourez le chiffre correspondant à votre opinion.)

Cet article de presse est objectif.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

La présentation des faits dans l'article est bien organisée.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

On peut avoir confiance en cet article.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

Les phrases de l'article sont bien construites.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

Il y avait dans cet article beaucoup de citations (toutes phrases ou mots mis entre guillemets).

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

Cet article est facile à lire.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

Cet article a été écrit dans le but de faire des profits en séduisant le public.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

Cet article fournit beaucoup d'informations sur l'homme mis en examen.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

Cet article dramatise l'information.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

Cet article est agréable à lire.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

Cet article fournit beaucoup d'informations sur les victimes.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

La présentation de l'affaire est très détaillée dans cet article.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

Cet article ressemble à un véritable article de presse judiciaire.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pas du tout d'accord. Tout à fait d'accord.

En vous basant sur l'article que vous venez de lire, le suspect vous semble :
(Entourez le numéro correspondant à votre opinion)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Probablement innocent.									Probablement coupable.

Si vous aviez à décider, selon vous l'accusé serait :
(Entourez votre opinion sur la culpabilité de l'accusé)

Coupable

Non coupable

Concernant la question précédente, à combien estimez-vous votre degré de certitude ? (Entourez le numéro correspondant à votre opinion)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Pas du tout sûr(e).									Tout à fait sûr(e).

Les questions d'informations générales

En complément de ce questionnaire, nous vous demandons de répondre à ces quelques questions d'informations. Nous précisons de nouveau que toutes les informations données resteront strictement **confidentielles**.

Sexe :

- Féminin.
- Masculin.

âge :

A quelle fréquence lisez-vous le(s) journal(ux) ?

- 0 fois par semaine.
- 1 fois par semaine.
- 2 à 3 fois par semaine.
- 4 à 5 fois par semaine.
- Tous les jours.

Sur 5 fois où vous lisez le journal, vous lisez des articles traitant d'affaires judiciaires combien de fois ?

- 0 fois sur 5.
- 1 fois sur 5.
- 2 fois sur 5.
- 3 fois sur 5.
- 4 fois sur 5.
- 5 fois sur 5.

Si vous lisez le journal, lequel (lesquels)?

- Le Figaro.
- Libération.
- Le Monde.
- Ouest-France.
- Autre(s) _ _ _ _ _

ANNEXE DE L'ETUDE 6 : LES CONSIGNES

Note. Dans cette étude, les questionnaires visaient à orienter les participants vers une évaluation de la reconnaissance des articles ou des jugements. Il y avait donc deux consignes principales différentes. Pour chaque condition, le contre-balancement général des items du questionnaire (évaluations/jugements et jugements/évaluations) a été réutilisée, comme dans l'étude précédente et les consignes au sein du questionnaire ont été adaptées. En effet, par exemple, dans le cas d'une consigne principale de jugement, la condition évaluations/jugements pouvait surprendre. Dans cette étude également, l'ordre des items d'évaluations de la crédibilité des articles était contrebalancé (condition « ordre » et « inverse »).

Dans cette annexe, nous présentons uniquement les consignes générales d'*identification* ou de *jugement*. Les questions des questionnaires *évaluations/jugements* et *jugements/évaluations* sont identiques au questionnaire utilisé dans l'étude 5. Seules les consignes fournies au sujet, au long de l'étude, varie. La version complète des questionnaires est présenté dans le CD joint à la thèse.

La consigne principale d'identification

L'étude à laquelle vous allez participer maintenant servira à préparer du matériel expérimental pour de futures expériences. Nous cherchons ici à évaluer la ressemblance d'articles de presse judiciaire à un style d'écriture judiciaire typique.

Nous allons donc vous demander de lire un article de presse judiciaire puis nous vous demanderons de l'évaluer, en terme de ressemblance, à un véritable article de presse.

Vous n'allez lire qu'un seul article mais plusieurs articles différents sont utilisés dans notre recherche.

C'est pourquoi il vous est demandé de surtout **ne communiquer avec personne, afin de garantir le sérieux de cette étude.**

Nous vous demanderons donc, s'il vous plaît, de remplir le questionnaire individuellement et avec tout le sérieux nécessaire, en lisant l'ensemble des consignes et en répondant à l'ensemble des questions, dans l'ordre, sans en oublier aucune, et sans revenir en arrière.

Attention : Il n'y a ni bonnes ni mauvaises réponses, nous vous demandons de nous dire ce que vous pensez de cet article de presse.

Vos réponses resteront, bien sûr, anonymes.

MERCI de votre collaboration.

La consigne principale de *jugement*

L'étude à laquelle vous allez participer maintenant servira à préparer du matériel expérimental pour de futures expériences. Nous cherchons ici à évaluer la formation de jugements à la suite de la lecture d'article de presse judiciaire.

Nous allons donc vous demander de lire un article de presse judiciaire puis nous vous demanderons de porter des jugements sur cette affaire.

Vous n'allez lire qu'un seul article mais plusieurs articles différents sont utilisés dans notre recherche.

C'est pourquoi il vous est demandé de **ne communiquer avec personne, afin de garantir le sérieux de cette étude.**

Nous vous demanderons donc, s'il vous plaît, de remplir le questionnaire individuellement et avec tout le sérieux nécessaire, en lisant l'ensemble des consignes et en répondant à l'ensemble des questions, dans l'ordre, sans en oublier aucune, et sans revenir en arrière.

Attention : Il n'y a ni bonnes ni mauvaises réponses, nous vous demandons de nous donner votre opinion sur cette affaire judiciaire.

Vos réponses resteront, bien sûr, anonymes.

Dans l'étude 7, les articles *narratif possible* et *narratif affirmé* étaient utilisés. Dans l'étude 8, les articles *narratif possible* et *narratif affirmé* et les articles *non-narratif possible* et *non-narratif affirmé*. Dans l'étude 9, les articles *narratif possible* et *narratif affirmé* et *narratif possible extrémisé* et *narratif affirmé extrémisé*.

L'article narratif possible

Meurtre d'un jeune couple à Villeneuve-sur-Lot. Un suspect nie les faits.

Un suspect dans l'affaire du jeune couple de Villeneuve-sur-Lot tué en mai 2003, a été écroué, vendredi 24 novembre, à la suite d'une mise en examen pour « meurtre ».

Vers 23 h, dans la soirée du 9 mai 2003, Aline Durandière, 25 ans, et son compagnon Vincent Dupré, 26 ans, rentraient de chez des amis et regagnaient leur voiture garée à proximité lorsqu'ils ont été agressés, puis violemment poignardés, sur la route qu'ils empruntaient régulièrement tout près du parking de leur résidence. Apparemment, personne ne semble les avoir vus sur le chemin jusqu'au lendemain matin, quand les corps ont été retrouvés par le facteur de leur quartier.

Au lendemain des meurtres, les gendarmes n'avaient constaté aucune trace d'effraction dans l'appartement du couple et avaient peu d'indices sur un suspect éventuel. L'enquête du commissariat de Villeneuve-sur-Lot a permis, grâce à divers témoignages, de retrouver la trace d'un suspect. En fin de semaine dernière, Fabrice T. était donc arrêté à son domicile puis placé en garde à vue à Draguignan (Var). Depuis, le suspect aurait été entendu pendant plusieurs heures par Jean Boutier, un des officiers de police judiciaire en charge de l'enquête. « Je les ai croisés dans le village en quittant mon travail », a reconnu Fabrice T., qui nie cependant toujours les meurtres.

Les enquêteurs ont affirmé que des traces d'ADN le mettaient pourtant en cause. Le suspect reste toutefois évasif, il fournit des explications jugées peu convaincantes de sa présence sur les lieux du crime. Au moment des faits, Fabrice T., âgé de 30 ans, travaillait comme serveur dans un nouveau restaurant du centre-ville mais aurait démissionné trois semaines après les meurtres. Selon une source proche de l'enquête, le suspect n'avait aucun antécédent judiciaire et a été identifié grâce à un portrait-robot établi à partir du témoignage d'un passant qui a déclaré l'avoir vu près du lieu du crime ce soir-là.

Décrit par son patron comme un garçon doux, aimable, il n'avait apparemment pas « l'air dangereux ». A l'époque, les crimes avaient traumatisé la ville et les réactions avaient été nombreuses. Une habitante de Villeneuve-sur-Lot s'exclamait : « je me croyais dans un endroit tranquille, à l'abri de telles horreurs. Ici, les gens ont été choqués par ce qui est arrivé ». « C'était un couple qui travaillait beaucoup, ils étaient discrets, sans problème », expliquait un voisin. Depuis six mois, les deux victimes étaient employées dans une ville voisine, elles avaient fini leurs études l'année précédente. Un membre de la famille Durandière, encore sous le choc, confiait : « c'était un couple sans histoires. Nous voulons connaître les raisons de ces meurtres ». Hier, l'avocat de Fabrice T., Maître Colombier,

protestait contre ce qu'il nommait une « mise en examen abusive ». Pourtant, cela ne signifie pas que policiers et magistrats ont la certitude de tenir un coupable, a déclaré une source judiciaire.

Les enquêteurs doivent effectuer prochainement une perquisition au domicile de Fabrice T qui devrait peut-être permettre d'en apprendre davantage sur l'affaire.

Patrick Vernier

Meurtre d'un jeune couple à Villeneuve-sur-Lot. Le suspect nie les faits.

Le suspect dans l'affaire du jeune couple de Villeneuve-sur-Lot tué en mai 2003, a été écroué, vendredi 24 novembre, à la suite de sa mise en examen pour « meurtre ».

Vers 23 h, dans la soirée du 9 mai 2003, Aline Durandière, 25 ans, et son compagnon Vincent Dupré, 26 ans, rentraient de chez des amis et regagnaient leur voiture garée à proximité lorsqu'ils ont été agressés, puis violemment poignardés, sur la route qu'ils empruntaient régulièrement tout près du parking de leur résidence. Personne ne semble les avoir vus sur le chemin jusqu'au lendemain matin, quand les corps ont été retrouvés par le facteur de leur quartier.

Au lendemain des meurtres, les gendarmes n'avaient constaté aucune trace d'effraction dans l'appartement du couple et avaient très peu d'indices sur le suspect éventuel. L'enquête du commissariat de Villeneuve-sur-Lot a permis de recueillir quelques témoignages et de retrouver ensuite la trace du suspect. En fin de semaine dernière, Fabrice T. était donc arrêté à son domicile puis placé en garde à vue à Draguignan (Var). Depuis, le suspect a été

entendu pendant plusieurs heures par Jean Boutier, un des officiers de police judiciaire chargé de l'enquête. « Je les ai croisés dans le village en quittant mon travail », a reconnu Fabrice T., qui nie toujours catégoriquement les meurtres. Les enquêteurs ont révélé que des traces d'ADN le mettaient pourtant absolument en cause. Le suspect reste vraiment évasif et fournit des explications très peu convaincantes de sa présence sur les lieux du crime. Au moment des faits, Fabrice T., âgé de 30 ans, travaillait comme serveur dans un nouveau restaurant du centre-ville et aurait démissionné trois semaines après les meurtres. Selon une source proche de l'enquête, le suspect n'avait aucun antécédent judiciaire et a été précisément identifié grâce à un portrait-robot établi à partir du témoignage d'un passant qui a indiqué l'avoir vu près du lieu du crime ce soir-là.

Décrit par son patron comme un garçon tout à fait doux et aimable, il ne semblait donc absolument pas avoir « l'air dangereux ». A l'époque, les crimes avaient traumatisé la ville et les réactions avaient été très nombreuses. Une habitante de Villeneuve-sur-Lot s'indignait : « je me croyais dans un

endroit tranquille, à l'abri de telles horreurs. Ici, les gens ont été choqués par ce qui est arrivé ». Selon un voisin, « c'était un couple qui travaillait beaucoup, ils étaient discrets, sans problème ». Depuis six mois, les deux victimes travaillaient dans une ville voisine et avaient fini leurs études l'année précédente. Un membre de la famille Durandière, encore sous le choc, confiait : « c'était un couple sans histoires. Nous voulons connaître les raisons de ces meurtres ». Hier, l'avocat de Fabrice T., Maître Colombier, s'est très fortement indigné de ce qu'il a appelé une « mise en examen abusive ». Pour autant, cela ne signifie pas encore que policiers et magistrats ont la certitude de tenir le coupable, a précisé une source judiciaire.

Evidemment, les enquêteurs effectueront prochainement une perquisition au domicile de Fabrice T. qui doit permettre d'en apprendre encore davantage sur l'affaire.

Patrick Vernier

Meurtre d'un jeune couple à Villeneuve-sur-Lot. Un suspect nie les faits.

Un suspect dans l'affaire du jeune couple de Villeneuve-sur-Lot tué en mai 2003, a été écroué, vendredi 24 novembre, à la suite d'une mise en examen pour « meurtre ».

Vers 23 h, dans la soirée du 9 mai 2003, Aline Durandière, 25 ans, et son compagnon Vincent Dupré, 26 ans, rentrent de chez des amis et regagnent leur voiture garée à proximité. Ils sont agressés, violemment poignardés, sur la route qu'ils empruntent, tout près du parking de leur résidence. Apparemment, personne ne semble les avoir vus sur le chemin. Les corps sont retrouvés par le facteur de leur quartier.

Au lendemain des meurtres, les gendarmes ne constatent aucune trace d'effraction dans l'appartement du couple. Ils ont peu d'indices sur un suspect éventuel. L'enquête du commissariat de Villeneuve-sur-Lot permet, grâce à divers témoignages, de retrouver la trace d'un suspect. En fin de semaine dernière, Fabrice T. est arrêté à son domicile, placé en garde à vue à Draguignan (Var). Le suspect aurait été entendu plusieurs heures par Jean Boutier, un des officiers de police judiciaire en

charge de l'enquête. « Je les ai croisés dans le village en quittant mon travail », reconnaît Fabrice T. Ce dernier nie cependant les meurtres. Les enquêteurs affirment que des traces d'ADN le mettent pourtant en cause. Le suspect reste toutefois évasif, il fournit des explications jugées peu convaincantes de sa présence sur les lieux du crime. Au moment des faits, Fabrice T., âgé de 30 ans, travaille comme serveur dans un nouveau restaurant du centre-ville mais aurait démissionné trois semaines après les meurtres. Selon une source proche de l'enquête, le suspect n'a aucun antécédent judiciaire. Il a été identifié grâce à un portrait-robot établi sur la base du témoignage d'un passant. Ce dernier déclare l'avoir vu près du lieu du crime ce soir-là.

Décrit par son patron comme un garçon doux, aimable, il n'a apparemment pas « l'air dangereux ». A l'époque, les crimes traumatisent la ville, les réactions sont nombreuses. Une habitante de Villeneuve-sur-Lot s'exclame : « je me croyais dans un endroit tranquille, à l'abri de telles horreurs. Ici, les gens ont été choqués par ce qui est arrivé ». « C'était un couple qui

travaillait beaucoup, ils étaient discrets, sans problème », explique un voisin. Les deux victimes étaient employées dans une ville voisine, elles avaient fini leurs études l'année précédente. Un membre de la famille Durandière, encore sous le choc, confie : « c'était un couple sans histoires. Nous voulons connaître les raisons de ces meurtres ». L'avocat de Fabrice T., Maître Colombier, proteste contre ce qu'il nomme une « mise en examen abusive ». Pourtant, cela ne signifie pas que policiers et magistrats ont la certitude de tenir un coupable, déclare une source judiciaire.

Les enquêteurs doivent effectuer une perquisition au domicile de Fabrice T. Celle-ci devrait peut-être permettre d'en apprendre davantage sur l'affaire.

Patrick Vernier

Meurtre d'un jeune couple à Villeneuve-sur-Lot. Le suspect nie les faits.

Le suspect dans l'affaire du jeune couple de Villeneuve-sur-Lot tué en mai 2003, a été écroué, vendredi 24 novembre, à la suite de sa mise en examen pour « meurtre ».

Vers 23 h, dans la soirée du 9 mai 2003, Aline Durandière, 25 ans, et son compagnon Vincent Dupré, 26 ans, rentrent de chez des amis et regagnent leur voiture garée à proximité. Ils sont agressés, violemment poignardés, sur la route qu'ils empruntent, tout près du parking de leur résidence. Personne ne semble les avoir vus sur le chemin. Les corps sont retrouvés par le facteur de leur quartier.

Au lendemain des meurtres, les gendarmes ne constatent aucune trace d'effraction dans l'appartement du couple et ont très peu d'indices sur le suspect éventuel. L'enquête du commissariat de Villeneuve-sur-Lot permet de recueillir quelques témoignages et de retrouver la trace du suspect. En fin de semaine dernière, Fabrice T. est donc arrêté à son domicile puis placé en garde à vue à Draguignan (Var). Le suspect a été entendu plusieurs heures par Jean Boutier, un des officiers de police judiciaire chargé de l'enquête. « Je les ai croisés dans le village en quittant mon travail », reconnaît Fabrice T. Ce dernier nie catégoriquement les

meurtres. Les enquêteurs révèlent que des traces d'ADN le mettent pourtant absolument en cause. Le suspect reste vraiment évasif, il fournit des explications très peu convaincantes de sa présence sur les lieux du crime. Au moment des faits, Fabrice T., âgé de 30 ans, travaille comme serveur dans un nouveau restaurant du centre-ville. Il aurait démissionné trois semaines après les meurtres. Selon une source proche de l'enquête, le suspect n'a aucun antécédent judiciaire et a été précisément identifié grâce à un portrait-robot établi sur la base du témoignage d'un passant. Ce dernier indique l'avoir vu près du lieu du crime ce soir-là.

Décrit par son patron comme un garçon tout à fait doux, aimable, il ne semble absolument pas avoir « l'air dangereux ». A l'époque, les crimes traumatisent la ville et les réactions sont très nombreuses. Une habitante de Villeneuve-sur-Lot s'indigne : « je me croyais dans un endroit tranquille, à l'abri de telles horreurs. Ici, les gens ont été choqués par ce qui est arrivé ». Selon un voisin, « c'était un couple qui travaillait beaucoup, ils étaient discrets, sans problème ». Les deux victimes travaillaient dans une ville voisine, elles avaient fini leurs études l'année précédente. Un membre de la famille Durandière,

encore sous le choc, confie : « c'était un couple sans histoires. Nous voulons connaître les raisons de ces meurtres ». L'avocat de Fabrice T., Maître Colombier, s'indigne très fortement de ce qu'il appelle une « mise en examen abusive ». Pour autant, cela ne signifie pas encore que policiers et magistrats ont la certitude de tenir le coupable, précise une source judiciaire.

Evidemment, les enquêteurs effectueront une perquisition au domicile de Fabrice T. Celle-ci doit permettre d'en apprendre encore davantage sur l'affaire.

Patrick Vernier

Note. Dans l'étude 9, sont également utilisés les articles *narratif affirmé* et *narratif possible* de l'étude 8.

L'article narratif affirmé extrémisé

Meurtre du jeune couple à Villeneuve-sur-Lot. Le suspect nie les faits.

Le suspect dans l'affaire du jeune couple de Villeneuve-sur-Lot tué en mai 2003, a été écroué, vendredi 24 novembre, à la suite de sa mise en examen pour « meurtre ».

Vers 23 h, dans la soirée du 9 mai 2003, Aline Durandière, 25 ans, et son compagnon Vincent Dupré, 26 ans, rentraient de chez leurs amis et regagnaient leur voiture garée à proximité lorsqu'ils ont été agressés, puis violemment poignardés, sur la route qu'ils empruntaient régulièrement tout près du parking de leur résidence. Personne ne semble les avoir vus sur le chemin jusqu'au lendemain matin, quand les corps ont été retrouvés par le facteur de leur quartier.

Au lendemain des meurtres, les gendarmes n'avaient constaté aucune trace d'effraction dans l'appartement du couple et n'avaient en outre que très peu d'indices sur le suspect éventuel. L'enquête du commissariat de Villeneuve-sur-Lot a manifestement permis de recueillir quelques témoignages et de retrouver ensuite la trace du suspect puisqu'en fin de semaine dernière, Fabrice T. était donc arrêté à son domicile puis placé en garde à vue à Draguignan (Var). Depuis, le suspect a aussi été entendu pendant plusieurs heures par Jean Boutier, un des officiers de police judiciaire chargé de l'enquête. « Je les ai croisés dans le

village en quittant mon travail », a effectivement reconnu Fabrice T., qui nie toujours catégoriquement les meurtres. Les enquêteurs ont révélé que des traces d'ADN le mettaient

aussi absolument en cause. Le suspect reste vraiment évasif et fournit des explications très peu convaincantes de sa présence sur les lieux du crime. Au moment des faits, Fabrice T., âgé de 30 ans, travaillait comme serveur dans un nouveau restaurant du centre-ville et aurait démissionné trois semaines après les meurtres. Selon une source proche de l'enquête, le suspect n'avait aucun antécédent judiciaire et a été précisément identifié grâce à un portrait-robot établi à partir du témoignage d'un passant qui a indiqué l'avoir vu près du lieu du crime justement ce soir-là.

Décrit par son patron comme un garçon tout à fait doux et extrêmement aimable, il ne semblait donc absolument pas avoir « l'air dangereux ». A l'époque, ces crimes sans précédents avaient véritablement traumatisé la ville et les réactions avaient ensuite été très nombreuses. Une habitante de Villeneuve-sur-Lot s'indignait : « je me croyais dans un endroit tranquille, à l'abri de telles horreurs. Ici, les gens ont été choqués par ce qui est arrivé ». « C'était un couple qui travaillait beaucoup, ils étaient discrets, sans problème », soulignait par ailleurs un voisin. Depuis six mois, les deux victimes travaillaient

dans une ville voisine et avaient fini leurs études l'année précédente. Selon un membre de la famille Durandière, encore totalement sous le choc, « c'était un couple sans histoires. Nous voulons connaître les raisons de ces meurtres ». Hier, l'avocat de Fabrice T., Maître Colombier, s'est très fortement indigné de ce qu'il a appelé une « mise en examen abusive ». Pour

autant, cela ne signifie pas encore que policiers et magistrats ont la certitude de tenir le coupable, a précisé une source judiciaire. Finalement, les enquêteurs effectueront aussi très prochainement une perquisition au domicile de Fabrice T. qui doit permettre d'en apprendre encore davantage sur l'affaire.

Patrick Vernier.

Meurtre d'un jeune couple à Villeneuve-sur-Lot. Un suspect nie les faits.

Un suspect dans l'affaire du jeune couple de Villeneuve-sur-Lot tué en mai 2003, a été écroué, vendredi 24 novembre, à la suite d'une mise en examen pour « meurtre ».

Vers 23 h, dans la soirée du 9 mai 2003, Aline Durandière, 25 ans, et son compagnon Vincent Dupré, 26 ans, rentraient de chez des amis et regagnaient leur voiture garée à proximité lorsqu'ils ont été agressés, puis violemment poignardés, sur une route qu'ils empruntaient régulièrement tout près du parking de leur résidence. Apparemment, personne ne semble les avoir vus sur le chemin, du moins jusqu'au lendemain matin quand les corps ont été retrouvés par un facteur du quartier.

Au lendemain des meurtres, les gendarmes n'avaient non seulement constaté aucune trace d'effraction dans l'appartement du couple mais avaient peu d'indices sur un suspect éventuel. Une enquête du commissariat de Villeneuve-sur-Lot aurait toutefois permis, grâce à divers témoignages, de peut-être retrouver la trace d'un suspect. En fin de semaine dernière, Fabrice T. était donc arrêté à son domicile puis

placé en garde à vue à Draguignan (Var). Depuis, le suspect aurait été interrogé, vraisemblablement pendant plusieurs heures, par Jean Boutier, un des officiers de police judiciaire en charge de l'enquête. « Je les ai croisés dans le village en quittant mon travail », a reconnu Fabrice T., qui nierait cependant toujours les meurtres. Les enquêteurs ont affirmé que des traces d'ADN le mettaient pourtant probablement en cause. Le suspect apparaît toutefois évasif, il fournit des explications jugées peu convaincantes de sa présence sur les lieux du crime. Au moment des faits, Fabrice T., âgé de 30 ans, travaillait comme serveur dans un nouveau restaurant du centre-ville mais aurait démissionné quasiment trois semaines après les meurtres. Selon une source proche de l'enquête, le suspect n'aurait aucun antécédent judiciaire mais aurait été identifié grâce à un portrait-robot établi à partir du témoignage d'un passant qui aurait déclaré l'avoir vu près du lieu du crime ce soir-là. Décrit par son patron comme un garçon doux autant qu'aimable, il n'avait apparemment pas « l'air dangereux ». A l'époque, les crimes avaient traumatisé la ville et les

réactions avaient été nombreuses. Une habitante de Villeneuve-sur-Lot s'exclamait : « je me croyais dans un endroit tranquille, à l'abri de telles horreurs. Ici, les gens ont été choqués par ce qui est arrivé ». « C'était un couple qui travaillait beaucoup, ils étaient discrets, sans problème », expliquait un voisin. Depuis six mois, les deux victimes étaient employées dans une ville voisine, elles avaient fini leurs études l'année précédente. Un membre de la famille Durandière, sous le choc, confiait : « c'était un couple sans histoires. Nous voulons connaître les raisons de ces meurtres ». Hier, en tant qu'avocat de Fabrice T., Maître Colombier, protestait contre ce qu'il nommait une « mise en examen abusive ». Pourtant, cela ne signifie pas que policiers et magistrats ont la certitude de tenir un coupable, a déclaré une source judiciaire. Les enquêteurs devraient effectuer prochainement une perquisition au domicile de Fabrice T. qui devrait peut-être permettre d'en apprendre davantage sur l'affaire.

Patrick Vernier.

Notes de fin - versions originales des citations -

^a “Whether it's called "narrative journalism," "new journalism," "literary journalism," or "journalistic narrative," the type of writing defined by these terms is a blend of reporting and storytelling.” (Quinterno, 2007).

^b “A lot of news consists of moral-character portraits : of demon criminals, of responsible authorities ... The emphasis on individual morality is not only a dramatic technique for presenting news stories as serial narratives involving leading actors but also a political means of allocating responsibility for actions and attributing accountability” (Ericson, Baranek, & Chan, 1999, p. 8).

^c “By individualizing problems on a case-by-case basis, the news and law rule out systemic and structural accounts that might question the authority of cultural values, the state, and the news and legal institutions themselves” (Ericson, Baranek, & Chan, 1999, p. 9).

^d « These findings suggests, once more, that individuals [...] rely more on vivid news report exemplification » (Gibson & Zillman, 1994, p. 621).

^e “Journalists have long been instructed to gather dramatic case histories to make a story more interesting, but it is apparent that this practice serves to create inaccurate impressions on the part of the news recipient” (Gibson et Zillman, 1994, p. 622).

^f “Even though the presentation of PTP may not consist of explicit attempts to persuade the public to think in particular ways about a case or the parties in a case...” (Studebaker & Penrod, 2005, p. 21).

^g Versions originales des paradigmes détaillés par Krauss et Fussel (1996) : Encoding-decoding, intentionalist, perspective-taking, dialogic.

^h “In the dialogic paradigm, communication is a process in which participants work collaborately to produce shared meanings” (Krauss & Chiu, 1997, p. 47).

ⁱ “A temporary social-shared word” (Rommetveit, 1974, p. 29); "drafts of contract" (p. 125); “communication contracts” (p. 28).

^j “Language as depicting reality” (Rommetveit, 1974, p. 19)

^k “The stylistics aspects of discourse also play an important role in comprehension” (Brewer, 1980, p. 233).

^l “The understander is hypothesized to possess conceptual representations of stereotyped event sequences, and these scripts are activated when the understander can expect events in the sequence to occur in the text” (Abelson, 1981, p. 715).

^m “No one seems to know what “style” really is” (Scherer, 1979, p. 168).

ⁿ “When the speaker’s intended meaning is misconstrued” (Berger, 2001, p. 179).

^o “Style is a characteristic way of making nonsemantic choices” (Sandell, 1977, p. 6) ; “We should make a distinction between manner and matter, form and content, style and meaning. Style is not meaning and should be conceptually and operationally distinct from it” (Sandell, 1977, p. 5).

^p “It was rapidly expanded to encompass a wide range of nonverbal expectancy violations ... and is readily applicable to verbal behaviors ” (Burgoon & Burgoon, 2001, p. 92).

^q Le terme *expertness* est traduit par expertise (caractère expert) ; le terme *trustworthiness* peut se traduire par loyauté, honnêteté d'une personne; crédibilité, véracité d'un compte-rendu (*trust* signifie confiance).

^r Dans Berlo, Lemert et Mertz, 1970 : Les échelles les plus significatives de la dimension *safety* sont : *safe-unsafe, just-unjust ; kind-cruel ; friendly-unfriendly ; honest-dishonest*. Les échelles les plus significatives de la dimension *qualification* sont : *trained-untrained ; experienced-inexperienced ; skilled-unskilled ; qualified-unqualified ; informed-uninformed*. Les échelles les plus significatives de la dimension *dynamism* sont : *aggressive-meek ; emphatic-hesitant ; bold-timid ; active-passive ; energetic-tired*.

^s “ Ever since the decline in household penetration for newspapers became a clearly established trend in the 70's, the industry has looked for a cause. One popular hypothesis receiving attention in the 80's was that diminished credibility was a source, or at least related to, the relative loss in readership ” (Mulder, 1988, p. 474).

^t “ However, despite the interest in the concept, there is still no widely agreed-upon definition [...] A first step in testing this hypothesis is to define and operationalize the concept of credibility ” (Meyer, 1980, p. 567).

^u “ The degree to which an individual judges his or her perceptions to be a valid reflection of reality ” ; “ The perception of news messages as a plausible reflection of the events they depict ” (Newhagen & Naas, 1989, p. 278).

^v “ The perceived believability of media content beyond any proof of its contentions ” (West, 1994, p. 160).

^w “ Offers reasonable grounds for being believed ” (Meyer, 1988, p. 567).

^x Item Roper, version originale : “If you got conflicting or different reports of the same news story from radio, television, the magazines and the newspapers, which of the four versions would you be most inclined to believe - the one on radio, television, magazines or newspapers ?”

^y “Suppose radio, television and newspaper accounts of a news story differed, which would you be most likely to believe ? the television story, the newspaper story, or the radio story ?” (Mulder, 1980).

^z Versions originales des dimensions de la crédibilité médiatique étudiées en 1985 par Gaziano (1988) : 1) Believability; 2) Accuracy, completeness, covering up facts; 3) Trustworthiness, reliability; 4) Being unbiased, balance of coverage, fairness, objectivity; 5) Other characteristics of press performance, such as invasion of privacy, covering up stories; 6) Overall evaluations of how well media do their jobs; 7) Confidence in media institutions, comparisons of media with other institution; 8) Independence of media from special interests, other organizations, institutions, 9) Power, influence of media in community or society; 10) Relationship of news media to government

^{aa} Versions originales des items utilisés par Gaziano et Mc Grath (1986) : 1) Fair-unfair; 2) Unbiased-biased; 3) Tells the whole story – doesn't tell the whole story; 4) Accurate-inaccurate; 4) Concerned or not concerned about the community's well being; 5) does or does not separate facts and opinions; 6) Can or cannot be trusted; 7) Factual-opinionated; 8) Reporters are well trained-poorly trained; 9) invades or respect people's privacy; 10) does or does not watch out after reader's interests; 11) Concerned mainly about the public interest or about making profits

^{bb} Les trois dimensions de crédibilité observées dans des études précédant Gaziano et Mc Grath (1986) sont : *Fairness, trustworthiness* et *accuracy*.

^{cc} Facteurs “social concern” dans l’étude de Gaziano et McGrath (1986) : *Care or does not care what audience thinks; Sensationalizes or does not Sensationalize; Is moral or immoral.*

^{dd} Items du facteur affiliation à la communauté, selon Meyer (1988) : *patriotic, concerned about the community’s well-being, concerned mainly about the public interest, watches out after your interest.*

^{ee} Les versions originales des items utilisés par Slater et Rouner (1996) sont : “how well or poorly written was this excerpt ?” (1 poorly, to 11 well) ; “how interesting or uninteresting did you find this excerpt ?” (1 not interesting, to 11 interesting).

^{ff} “People approach newspapers for information” (Mulder, 1980, p. 474).

^{gg} “Newspapers seem by definition to have to be respectable, transmitters of news objectively” { #120}(Östman, 1999).

^{hh} “..., as it is difficult to judge the importance of these credibility evaluations when they are not considered in relation to anything else” {Burgoon, Burgoon, & Wilkinson, \, 1981 #148}.

ⁱⁱ Rosnow, Rosenthal et Rubin (2000) parlent de « focused questions » : “If an effect truly exists, we are more likely to discover it and to believe it to be real when asking focused questions than omnibus ones” (2000, p. 1)

^{jj} “Despite the good fit of the theoretical model, it [is] important to test the proposed alternative models” {Allen, 2004 #848, p. 159}.

^{kk} “I wouldn’t live with that man if my life depended on it!” (Otto et al., 1994, p. 464).

^{ll} “the news consumer may not be presented with all sides of a story on one day, but he will receive a diversity of views over a period of time” (Tuchman, 1972, p. 666).

La communication médiatique judiciaire : Les effets du style d'écriture sur la réception d'articles de presse et les jugements

Résumé : Le principal objectif de cette thèse était de prolonger les recherches, initiées principalement aux Etats-Unis, sur les effets de la publicité pré-procès en intégrant les apports des travaux issus de la psychologie sociale de la communication, c'est à dire notamment une conception circulaire de la communication et une prise en compte des éléments syntaxiques d'écriture, au-delà du contenu informatif des articles de presse. Plus précisément, des hypothèses basées sur la théorie du *contrat de lectorat* (Burguet, 1999) ont été formulées, en les appliquant à la lecture d'articles de presse *judiciaires*. Une analyse de discours a d'abord permis de déterminer le style d'écriture des articles de presse relatant une *enquête judiciaire*. L'élaboration d'un questionnaire d'évaluation de la crédibilité d'articles de presse a ensuite été menée. Puis, deux séries de recherches expérimentales fondées sur deux approches différentes de la manipulation du style d'écriture des articles de presse ont été mises en œuvre. Dans une première série de recherche (études 3, 4, 5 et 6), l'effet de la conformité (*vs* non-conformité) syntaxique d'articles au genre typique des articles d'*enquête judiciaire* a été étudié. Ces études mettent en évidence des effets sur l'identification de la typicalité et l'évaluation de la crédibilité des messages. Dans la seconde série de recherches expérimentales (études 7, 8 et 9), des aspects stylistiques plus généraux ont été manipulés. Ces études mettent en évidence des effets du style d'écriture *narratif* et *argumentatif* sur la formation de jugements pré-procès. Plus largement, l'ensemble de ce travail apporte des éléments sur les effets du style des médias, au-delà du contenu informatif.

Mots-clés : publicité pré-procès, médias, contrat de lectorat, identification, évaluation de la presse, crédibilité, jugement

Media communication : the effects of writing style on the reception of press articles and judgments

Summary : The main purpose of this work was to extend the researches on pre-trial publicity initially studied in the United States by integrating the contributions of social psychology of communication. This work concentrated on two principal aspects, taking count of a circularity conception of communication and taking count of syntactical aspects of style, beyond the content of the message. Our hypothesis, based on the theory of *reading contract* (*contrat de lectorat* ; Burguet, 1999), are specified in order to study the effects of pre-trial press articles. Firstly, a discursiv analysis was conducted and a typical writing of pre-trial press articles was defined. Secondly, a questionnaire was created in order to evaluate press articles credibility in the following experimental researches. Two series of experimental researches were conducted. In the first serie (studies 3, 4, 5 and 6), the syntactics characteristics of press articles were manipulated (articles were conform *versus* unconform to these characteristics). The results show that readers are sensible to these modification. They better identifie typical articles, and evaluate them more credible. In the second serie, (studies 7 , 8 and 9), narrativ and argumentativ aspects of writing style were manipulated. These studies show that narrativ and argumentativ aspects influence pre-trial judgments. More generally, this work provides informations on the importance of taking count of discusiv style of media and its effects on judgments, beyond the content of the message.

Key-Words : pre-trial publicity, media, reading contract, identification, evaluation, credibility, judgment.
